



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Empresarial

“APLICACIÓN DE LA NORMA ISO 9001:2015 EN  
LOS PROCESOS COMERCIALES Y SU  
INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS DE LA  
EMPRESA LAGENCIA S.A.C., 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Ingeniero Empresarial

Autor:

Pando Rabines, Mauricio

Asesor:

Ing. Juan Miguel Deza Castillo

Trujillo - Perú

2018

## DEDICATORIA

A Dios por permitir culminar este trabajo, por su guía y cuidado en los estudios de todos estos años y porque me siga cubriendo con su bendición todo el trabajo que pueda realizar.

A mi padre Luis Pando, por haberme inculcado los valores con los que hoy me conduzco y por el enorme ejemplo de trabajo y dedicación brindados por él.

A mi madre Maria Susana Rabines LLontop, por esa guía que siempre me dio para realizar las cosas que pueda proponerme y por la perseverancia que me inculco para realizar todo lo que tenga que realizar.

A mi hermana Maria José Pando Rabines y sobrinos Luis Miguel y Ana Gabriela, por ser quienes siempre estarán para apoyarme y yo a ellos en cualquier momento y circunstancia.

A mi tío Eduardo Rabines LLontop, por ser un referente importante en mi vida diaria y en mi futura vida profesional y empresarial.

## **AGRADECIMIENTO**

A los miembros de la empresa de estudio por el apoyo brindado.  
A mi asesor y docentes por haberme acompañado a lo largo de estos años de estudio, que  
concluyen en el desarrollo de este trabajo.

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>40</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>43</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>74</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>84</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Requisitos de la Norma ISO 9001.2015 .....	22
Tabla 2 Indicadores de medición de la implementación de la ISO 9001:2015 .....	28
Tabla 3: Cuadro de operacionalización de la variable independiente .....	37
Tabla 4: Cuadro de operacionalización de la variable dependiente .....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura: 1: Ciclo de mejora continúa.....	21
Figura: 2: Proceso de ventas .....	31
Figura: 3: Ejemplos prácticos de Indicadores de eficiencia .....	33
Figura: 4: Ejemplos prácticos de indicadores de eficacia .....	34
Figura: 5: Ejemplos prácticos de indicadores de efectividad. ....	34
Figura: 6: Indicadores.....	35
Figura: 7: Diseño Pre Experimental Pre prueba–Pos prueba con un solo grupo .....	40
Figura: 8: Procedimiento del proyecto.....	42
Figura: 9: Metodología .....	43
Figura: 10: Tiempo que lleva utilizado los servicios de la empresa .....	44
figura: 11: Frecuencia del servicio .....	44
Figura: 12: Nivel de atención del ejecutivo de cuentas.....	45
Figura: 13: Plazo de respuesta .....	45
Figura: 14: Calidad del servicio.....	46
Figura: 15: Incidencia en el servicio .....	46
Figura: 16: Solución del incidente .....	46
Figura: 17: Tiempo que lleva utilizando los servicios de la empresa .....	47
Figura: 18: Frecuencia del servicio .....	47
Figura: 19: Nivel de atención del ejecutivo de cuentas.....	48
Figura: 20: Plazo de respuesta del Ejecutivo de cuentas .....	48
Figura: 21: Calidad del servicio brindado .....	49
Figura: 22: Incidencia en el servicio .....	49
Figura: 23: Solución de la incidencia .....	49
Figura: 24: Resultado de la encuesta de la variable independiente .....	51
Figura: 25: Resultado de la encuesta de la variable independiente .....	53
Figura: 26: Control de asistencia a la capacitación .....	54
Figura: 27: Esquela del indicador enfoque a procesos.....	55
Figura: 28: Esquela del indicador enfoque a procesos.....	56
Figura: 29: hoja de observación para el indicador de pedidos atendidos a tiempo .....	57
figura: 30: hoja de observación para el indicador de pedidos atendidos a tiempo.....	57
Figura: 31: Índice de productividad laboral .....	58
Figura: 32: Índice de productividad laboral .....	60
Figura: 33: Ventas por cliente .....	60
Figura: 34: Ventas por cliente .....	60
Figura: 35: Clientes activos.....	60
Figura: 36: Clientes activos.....	61
Figura: 37: Índice de quejas .....	61
Figura: 38: Índice de quejas .....	61
Figura: 39: Clientes nuevos.....	61
Figura: 40: Clientes nuevos.....	62
Figura: 41: Resultados variable independiente .....	64
Figura: 42: Resultados variable independiente .....	65
Figura: 43: Recursos: .....	68
Figura: 44: gastos.....	70
Figura: 45: Ahorro .....	71
Figura: 46: Flujo de caja .....	73
Figura: 47: organigrama .....	86
Figura: 48: Matriz PESTEL .....	88
Figura: 49: FODA .....	92
Figura: 50: BSC.....	93
Figura: 51 Mapa estratégico .....	94
figura: 52: Grupos de interés .....	95
Figura: 53: Expectativas del grupo de interés.....	96
Figura: 54: Mapa de procesos.....	98
Figura: 55: ficha de proceso - Diseño grafico .....	99
Figura: 56: Proceso diseño gráfico.....	100
Figura: 57: Ficha de proceso - Manejo de redes sociales .....	101

Figura: 58: Manejo de redes sociales .....	102
Figura: 59: Ficha de proceso – Canal de comunicación.....	104
Figura: 60: Canal de comunicación.....	104
Figura: 61: Ficha de proceso – Crear estrategia de marca.....	105
Figura: 62: Crear estrategia de marca .....	106
Figura: 63: Ficha de proceso –Estrategia de comunicación .....	107
Figura: 64: estrategia de comunicación .....	107
Figura: 65: Ficha de proceso - Estrategia de mercadeo .....	108
Figura: 66: Estrategia de mercadeo .....	109
Figura: 67: Ficha de proceso – Definir canales de comunicación .....	111
Figura: 68: Definir canales de comunicación .....	111
Figura: 69: Ficha de proceso – Estructurar la propuesta .....	112
Figura: 70: Estructurar la propuesta.....	113
Figura: 71: Ficha de proceso - Diseño web .....	114
Figura: 72: Diseño web.....	115
Figura: 73: Ficha de proceso - Producto final.....	116
Figura: 74: Producto final .....	117
Figura: 75: ficha de proceso – Venta.....	118
Figura: 76: Venta l.....	119
Figura: 77: Política de calidad .....	121
Figura: 78: Matriz AMFE .....	124
Figura: 79: Objetivos de calidad .....	125
Figura: 80: Objetivos y acciones.....	126
Figura: 81: Seguimiento y medición .....	135
Figura: 82: Mejora continua .....	137
Figura: 83: Plan de implementación.....	138
Figura: 84: procedimiento de control de documentos y registros.....	142
Figura: 85: Lista maestra de documentos y registros internos .....	142
Figura: 86: Procedimiento de comunicación, participación y consulta.....	190
Figura: 87: Matriz de comunicación interna.....	193
Figura: 88: Matriz de comunicación externa .....	194
Figura: 89. Procedimiento de selección y evaluación de proveedores .....	197
Figura: 90: Procedimiento de respaldo de la información .....	200
Figura: 91: Formato de plan de respaldo de la información .....	201
Figura: 92: Procedimiento de identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos, .	205
Figura: 93: Identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos .....	205
Figura: 94: Procedimiento de salida no conforme .....	210
Figura: 95: Procedimiento de reporte y tratamiento de salida no conforme .....	210
Figura: 96: Formato de tipificación de la salida no conforme .....	211
Figura: 97:Procedimiento de solicitud de acciones correctivas .....	220
Figura: 98: formato de solicitud de acciones de mejora.....	221
Figura: 99: Procedimiento de auditoria interna.....	226
Figura: 100: Formato de informe de auditoria .....	229
Figura: 101: Formato de lista de verificación .....	230
figura: 102: Formato de plan de auditoria .....	231
Figura: 103: Formato de programa de auditoria .....	232
Figura: 104: Procedimiento de Revisión por la dirección .....	236
Figura: 105: Formato de Información de entrada a la revisión .....	237
Figura: 106: Formato de Seguimiento .....	238
Figura: 107: Acta .....	239

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la aplicación de la ISO 9001:2015 en la gestión de ventas de “LAGENCIA S.A.C”.

Los principales resultados de la variable dependiente, ENFOQUE AL CLIENTE de 30% de la satisfacción del cliente aumentó a 100%. COMPROMISO DE LAS PERSONAS (Participación a las capacitaciones) antes de la implementación no se realizaban capacitaciones en base a la NORMA ISO por lo que el resultado equivale a 0%, y después de la implementación se obtuvo un aumento del 100%. ENFOQUE A PROCESOS (Diagramación de procesos) de 0% aumentó a 100% dado que se diagramaron los procesos del área comercial. REQUISITOS DEL SISTEMA, RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN, GESTIÓN DE RECURSOS, REALIZACIÓN DEL SERVICIO Y MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA (Se enfoca en el nivel de cumplimiento de los requisitos de la norma) 21 puntos aumentó a 103 puntos, obteniendo una varianza de 3.9.

En la variable independiente, Pedidos atendidos a tiempo antes de la implementación fue de 47% y posterior a ello se logró obtener 80%. Índice de productividad laboral obtuvo un pre de 2.67 y un post de 1.60. y para el indicador de Porcentaje de ventas por cliente obtuvo un resultado de 25% previo a la implementación y 50% después de la propuesta.

Finalmente, se concluye que, al analizar económica y financieramente, el proyecto genera una inversión de S/. 21,582.60, para lo cual generó un VAN de S/. 15,863.17, un TIR de 20.68% y un índice de rentabilidad de 4.65%.

**Palabras clave:** Gestión comercial; Norma ISO 9001:2015; Proceso comercial, Enfoque a procesos; Satisfacción del cliente.



## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

#### 1.1.1. Realidad problemática

En la actualidad, la velocidad en la que el mercado se mueve exige a las diferentes empresas que brinden estándares altos de calidad para lograr posicionarse en el mercado y fidelizar a sus clientes. Esto, implica que desarrollen un sistema de gestión de calidad sin importar el rubro al que pertenezcan. Según Jaimes, M. (2018) publicado en el diario Vanguardia; “Diseñar el sistema de gestión de calidad para una empresa competitiva en el mundo globalizado, implica realizar un diagnóstico interno de esta, establecer el mapa de proceso de calidad y determinar sus indicadores de medición para los procesos empresariales”. Para ello, es necesario identificar a los clientes y sus necesidades, así como también lograr el compromiso de la alta dirección para ejercer liderazgo en los trabajadores y responsabilidad en la toma de decisiones.

La Organización Internacional de Normalización (ISO), realiza encuestas con el objetivo de conocer cómo se lleva a cabo los sistemas de gestión ISO a nivel mundial. Según el diario Compromiso RSE (2018) sostiene que, España está entre los 10 primeros países del mundo en la clasificación de las principales certificaciones según el informe de la Organización Internacional de Normalización (ISO) puesto que es el séptimo país del mundo con cerca de 32000 certificados con la norma ISO 9001.

Los sistemas de gestión de calidad ayudan a las diferentes empresas a optimizar sus procesos mediante la mejora continua. Un ejemplo claro es el citado por

CONEXIÓN ESAN (2018) donde sostiene que, un estudio de la British Standards Institutions reveló que los clientes con certificación ISO 9001, obtuvieron los siguientes beneficios: El 55% logró ahorrar costos, el 71% adquirió nuevos clientes y retuvo a los ya existentes, el 75% mejoró la satisfacción de sus clientes y trabajadores, entre otros.

Referente al Perú, el portal de Radio Programas del Perú (RPP) (2017), sostuvo que somos uno de los países de la región con menor número de empresas formales certificadas en gestión de calidad. Solo el 1% de empresas peruanas cuentan con certificación de calidad ISO de las empresas formales activas que llega a 1 382 899. La Derrama Magisterial se ubica dentro del grupo del 1% de instituciones certificadas con la ISO 9001:2015 puesto que destacó por su constante preocupación por mejorar sus servicios a nivel nacional para lograr progresivamente la satisfacción de las necesidades de sus más de 280 mil docentes asociados en todo el Perú. (La República, 2018)

El Estado peruano y las empresas cada vez exigen más que sus proveedores tengan la certificación para garantizar la calidad del producto o servicio que ofrecen, así como las buenas prácticas que tienen para con el ambiente. Un ejemplo de esto es Qali Warma, quien pide que las proveedoras de alimentos demuestren inocuidad de los mismos, pero no todas están certificadas, por lo tanto, pierden la oportunidad de vender y crecer. (Diario el Correo, 2018)

En la ciudad de Trujillo, existen casos de empresas que han sido certificadas con la ISO 9001:2015. Según el diario La República (2017), la Agroindustrial Laredo es la primera azucarera en el Perú en obtener la certificación de calidad

ISO 9001:2015 respaldando así sus procesos de producción de azúcar. Por otro lado, La Universidad Privada del Norte también obtuvo la certificación ISO 9001 en el proceso de enseñanza aprendizaje en los campus de Trujillo y Cajamarca.

Hoy por hoy, las empresas demandan soluciones y respuestas rápidas ante una necesidad que tengan y sobre todo exigen calidad en el servicio que están solicitando. La empresa de marketing y publicidad “LAGENCIA S.A.C”, nace de la necesidad que tienen las empresas por posicionar sus productos y/o servicios en el mercado competitivo y cambiante en el que se desarrollan. Sin embargo, estas exigencias hacen que el trabajo sea bastante exigente y dinámico puesto que no solo tratan con el cliente, sino también con los usuarios de los mismos. Ante este escenario, “LAGENCIA S.A.C” muchas veces no ha tenido una solución inmediata ante las necesidades de sus clientes y esto es debido a que, los procesos comerciales no se encuentran documentados, diseñados y tampoco hacen uso de indicadores que les permitan evaluarse periódicamente. En muchos casos, se ha realizado duplicidad de tareas generando tiempos y costos excesivos de producción.

Por lo tanto, el problema central de este estudio es determinar en qué medida la aplicación de la ISO 9001:2015 en los procesos comerciales influirá en la gestión de ventas de la empresa “LAGENCIA S.A.C.”

### **1.1.2. Justificación**

La presente investigación tiene como objetivo constatar, mediante la aplicación de fundamentos teóricos, como la aplicación de la ISO 9001:2015 en los procesos comerciales influirá en la gestión de ventas de la empresa La Agencia S.A.C., buscando lograr resultados favorables a través de la medición de indicadores.

Con la aplicación de la ISO 9001:2015 en los procesos comerciales se pretende agilizar las respuestas y el desarrollo de soluciones repercutiendo en la gestión de ventas de LAGENCIA S.A.C; y a la vez, mejorando la calidad de servicio que se ofrece a los clientes.

El proyecto de investigación permitirá contribuir y mejorar el conocimiento de los estudiantes al desarrollar y aplicar las técnicas y herramientas aprendidas durante la carrera de Ingeniería Empresarial en la línea de gestión por procesos. Además, servirá como fuente de consulta y mejora continua en futuros trabajos de investigación referentes al tema.

### **1.1.3. Limitaciones**

Para la presente investigación se considerará como limitación:

- La no existencia de documentación de los datos.
- El tiempo limitado de los trabajadores de la empresa.

#### 1.1.4. Marco teórico

##### 1.1.4.1. Antecedentes

**Pérez (2016)** en su tesis para obtener el grado de Ingeniero Industrial en el Instituto Politécnico Nacional titulado **“Implementación de ISO 9001: 2015 en un sistema de gestión de calidad certificado en ISO 9001:2008”**, cuyo objetivo general fue “Exponer los lineamientos y etapas para la planeación en la transición de un Sistema de Gestión de Calidad certificado en la versión ISO 9001:2008 a los cambios y requisitos establecidos por la nueva versión ISO 901:2015” llegó a la conclusión que “El nuevo enfoque basado en procesos de la Versión ISO 9001:2015, permite a las organizaciones incrementar la flexibilidad y capacidad de respuesta a los requerimientos de los clientes, disminuyendo con estos los costos de operación, debido a que se previenen los efectos generados por los riesgos inherentes a cada etapa del proceso”.

A partir de ello, al aplicar ISO 9001:2015, generará una eficiencia en la capacidad de respuesta de los requisitos del cliente, permitiendo optimizar los costos de operación de los procesos comerciales de la empresa, debido al mayor compromiso del personal involucrado.

**Sanchez & Montero (2016)** en su tesis para obtener el grado en Administración y Dirección de empresas en la Universidad Politécnica de Cartagena titulado **“Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L.”** cuyo objetivo general fue “Realizar el proyecto de implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la empresa Pinatar Arena Football Center S.L.” llegó a la conclusión que:

La aplicación de la metodología de trabajo y el seguimiento del plan de trabajo expuesto en apartados anteriores han dado como resultado la elaboración de una política de Calidad, unos Manuales de Procedimientos, Gestión de Auditorías Internas y Elaboración de la Documentación, así

como unos procedimientos, basados en la normativa UNE-EN ISO 9001:2015, para el Sistema de Gestión de Calidad de la empresa Pinatar Arena Football Center S.L.

La implementación permitirá a los procesos comerciales aumentar la eficacia y la productividad, dado que se optimizarán y retroalimentarán las no conformidades en el servicio, incurriendo en menores gastos que antes se destinaban a cubrir dichas no conformidades.

**Torres & Lavayen (2017)** en su tesis para obtener el grado Ingeniero Industrial en la Universidad Politécnica Salesiana titulado **“Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para una empresa textil de la ciudad de Guayaquil”** tuvo como objetivo general “Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad para una empresa textil en la ciudad de Guayaquil que permita el mejoramiento de su productividad y la satisfacción de las expectativas del cliente mediante el compromiso de la organización” llegó a la conclusión que “Se evidenció mediante la identificación de los procesos organizacionales que actualmente no disponen con un sistema de gestión de calidad, es por ello que se considera una necesidad la implementación, no como un requisito de acuerdo a la versión vigente (2015) el cual permite mejorar los procesos existentes con los requisitos establecidos por la normativa”

Para gestionar correctamente la implementación del sistema de gestión, es indispensable el compromiso de los colaboradores de la organización puesto que, con ello, permitirá mejorar la productividad y la satisfacción de las expectativas del cliente, ofreciendo un servicio de excelencia.

**Arribas (2015)** en su tesis para obtener el grado de Maestro en Antropología social y cultural titulado **“Análisis y valoración de la aplicación de los sistemas de gestión de la calidad según la norma ISO 9001 y su incidencia sobre las dimensiones organizativas y los resultados de los centros educativos”** cuyo objetivo de investigación fue “Analizar y valorar la relación

entre la aplicación de los SGC basados en ISO 9001 y las mejoras en la escuela, en la organización escolar y en los resultados educativos.” Llegó a la conclusión que “Se puede decir que coinciden los centros en los que su profesorado considera que el SGC aporta mejoras a la organización escolar y a los resultados, con los centros que tienen mejores resultados educativos.”

La implementación en los procesos comerciales generará un mayor nivel de consecución de los objetivos planificados, por lo que, conlleva a que los trabajadores de la empresa sean mucho más productivos y manejen correctamente los recursos establecidos.

**La Rosa (2017).** En su tesis para optar el grado de Ingeniero Industrial en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa titulado “**Propuesta de actualización del sistema de gestión de la calidad basada en los requisitos de la norma ISO 9001: 2015 para una empresa del sector metal-mecánico caso: empresa Fagoma S.A.C.**” tuvo como objetivo general “Proponer la actualización del Sistema de Gestión de la Calidad basada en la norma ISO 9001:2015 para la empresa FAGOMA S.A.C. con el fin de mejorar el funcionamiento y adecuación del sistema actual, cumpliendo a la vez con los nuevos requisitos de la última versión de la norma, asegurando así la calidad de todos los productos y servicios.” Llegó a la conclusión que “Se propuso la actualización del SGC, bajo la norma ISO 9001:2015 para la empresa FAGOMA S.A.C., mediante el cual se cumple con todos los requisitos de esta versión de la Norma, y a través del cual se mejorará el funcionamiento y resultados del SGC, asegurando así la calidad de los productos y servicios”

Para establecer un apropiado sistema de gestión que permita mejorar los procesos y existan salidas conformes es importante lograr cumplir en el desarrollo de todos los requisitos establecidos en la Normativa.

**Natividad (2017)** en su tesis para optar el grado de Maestro en Administración de Negocios en la Universidad Cesar Vallejo titulado “**Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en la empresa ELECIN S.A. – Lima,**

2017” cuyo objetivo principal fue “Determinar el nivel del Sistema de Gestión de Calidad de migración a la norma ISO 9001:2015 de los procesos en la empresa ELECIN S.A.” llegó a la conclusión que “Existe un mayor porcentaje de percepción de los trabajadores en el rango regular del nivel de sistema de gestión de calidad de migración a la norma ISO 9001:2015 del proceso mejora continua de la calidad del producto y servicios en la empresa ELECIN S.A.,”

Para iniciar con la implementación de un Sistema de Calidad es importante que los colaboradores en general conozcan acerca del Sistema implementado, así como de la toma de conciencia que es uno de los requisitos de la ISO que deben tener en el momento del desarrollo de los procesos.

**Guffanti (2016)** en su tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Zootecnista en la Universidad Nacional Agraria La Molina titulado **“Propuesta de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en la molina calidad total laboratorios”** cuyo objetivo general fue “Diseñar una propuesta de un Sistema de Gestión de la Calidad en base a la norma ISO 9001:2015 en LMCTL-UNALM, con el fin de mejorar la gestión de los organismos de la evaluación de la conformidad de la organización.” Llegó a la conclusión que “La propuesta del sistema de gestión de la calidad fue diseñada de tal forma que se pueda lograr una implementación eficaz a futuro”.

La finalidad de implementar el Sistema de Gestión de Calidad es generar eficacia en una empresa, es decir, cumplir los objetivos con los recursos necesarios, asimismo, generar productividad en los procesos.

**González & Conde (2017)** en su tesis para obtener el título en Administración en la Universidad San Ignacio de Loyola titulado **“El sistema de calidad ISO 9001:2015 como herramienta de gestión que oriente al alcance de la excelencia académica en el colegio santa maría de la providencia en el año 2016”** cuyo objetivo general fue “Ayudar a alcanzar la excelencia académica en el colegio Santa María de la Providencia aplicando el sistema de calidad ISO 9001:2015 como una herramienta de gestión.” Llegó a la conclusión que



“Se afirma que el sistema de calidad ISO 9001:2015 funciona y sirve como una herramienta de gestión que orienta al alcance de la excelencia académica en el colegio Santa María de la Providencia. Basándonos en la norma ISO 9001:2015”

El mantener una adecuada gestión de la planificación estratégica se genera un servicio de calidad, cumpliendo con las actividades cumpliendo con los requisitos de los clientes y evitando re procesos que generan retrasos en el cumplimiento de los objetivos.

**Mogollón & Huamanchumo (2016).** En su tesis para obtener el grado de Ingeniero Industrial en la Universidad Privada del Norte titulado “**Diseño del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 para la PYME Ventijar S.A.C.**” cuyo objetivo de investigación fue “Desarrollar el diseño del Sistema de Gestión de la Calidad para la MYPE Ventiladores Industriales Ventijar S.A.C.” llegó a la conclusión que “A través del diagnóstico de VENTIJAR se conoció todas las fortalezas y debilidades, también se entregó el plan de actividades a seguir para implementar y posterior certificación del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015”

El implementar el Sistema de Gestión de Calidad es un requisito indispensable el realizar un análisis del contexto de la organización, con la finalidad de identificar las variables internas y externas que influyen en el proceso.

#### **1.1.4.2. Bases teóricas**

##### **A. Sistemas de gestión de calidad**

###### **a. Normas ISO**

ISO TOOLS menciona que “La ISO conocida en español por la Organización Internacional para la Estandarización, se creó por la unión de dos organismos que estaban constituidos por asociaciones nacionales que se dedicaban a la elaboración de estándares.”

El 27 de febrero del año 1947 ISO, con sede en Ginebra (Suiza), comienza oficialmente con el desarrollo de su actividad. Dos tercios de los 67 comités que conforman ISO, se basaron en los que existieron en la desaparecida ISA.

Hoy en día la Organización Internacional de Normalización se ha convertido en el principal editor de normas. Se trata de una organización no gubernamental formada por 162 países y 3368 organismos técnicos que velan por la reacción de normas ISO.

Desde su fundación, ya se han elaborado más de 19.500 normas ISO que abarcan casi todos los ámbitos de la fabricación y tecnología.

###### **b. Familia ISO 9000**

Nueva ISO 9001:2015 menciona que se llama familia ISO 9000 a un conjunto de normas que se encuentran formadas por:

ISO 9000, Sistemas de Gestión de la Calidad.

ISO 9001, Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos.

ISO 9004, Sistemas de Gestión de la Calidad. Directrices

ISO 19011, Directrices para la auditoría ambiental y de la calidad

###### **c. Calidad**

Según la Real Academia Española (RAE): “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.”.

Asimismo, la norma ISO 9001:2015: define “Calidad: grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos.” (Calidad Integral, 2018).

i. Calidad de producto

Identificar los requisitos que debe cumplir el producto.

En su mayoría estos requisitos son provenientes del cliente.

ii. Calidad del proceso

Significa que se debe de realizar de la mejor manera posible con la finalidad de al final se cumpla con la calidad del producto.

**d. Sistemas de gestión de la calidad**

Según la norma ISO, es un Sistema de Gestión que se encarga de dirigir y controlar a la organización, desde una perspectiva de calidad. Esto significará disponer ciertos elementos, tales como procesos, manuales e inspecciones fusionándolo como un equipo, para producir un producto de calidad para el cliente.

Asimismo, SUCAMEC hace referencia que el sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es la relación de elementos que interactúan y se relacionan entre sí, con el objetivo de gestionar, administrar y controlar los mecanismos involucrados para el cumplimiento de los objetivos.

La calidad significa el nivel de satisfacción del cliente frente a los servicios recibidos.

La finalidad de la implementación de un SGC, es que las empresas demuestren y garanticen la capacidad y facultad de otorgar de forma eficaz productos o servicios en base a los requisitos del cliente.

Conjuntamente, el SGC suscita la adopción de un enfoque basado en procesos y estimula la mejora continua, incentiva a la participación y aumenta la motivación y eficiencia del personal, lo que permite garantizar la capacidad para brindar servicios acordes con las demandas de los usuarios y aumentar la satisfacción de los mismos. (SUCAMEC, 2016).

#### e. Beneficios

Un SGC está orientado en el principio de mejora continua. Al implementarse de forma efectiva, logra aumentar sostenidamente el valor económico y la calidad de lo ofrecido a los clientes.

- Reduce el desperdicio.
- Mejora el control de procesos.
- Aumenta la cuota de mercado.
- Genera costos más bajos.
- Facilita el entrenamiento.
- Satisface las expectativas de los clientes.
- Eleva la moral.
- Opera de forma más eficiente
- Cumple los requisitos reglamentarios y estatutarios
- Llega a nuevos mercados
- Identifica los riesgos y abordarlos
- Toma de decisiones basada en hechos

Los sistemas de gestión de calidad (SGC) suministran una estructura para hacer las cosas de manera adecuada, eficiente y efectiva. Asisten a las estrategias a corto y largo plazo para lograr que el negocio funcione sin problemas, sin importar el tamaño del mismo. (Conexión ESAN, 2018).

#### f. Enfoque en procesos

Según la norma ISO 9001:2015, cuando se da un enfoque al proceso, se refiere a la identificación y gestión de las actividades, sus interacciones y resultados.

El enfoque otorga a la organización poseer un mejor entendimiento de cada actividad, asimismo, conocer sus entradas y salidas, a partir de ello, genera que se puedan controlar las relaciones entre los procesos con la finalidad de mejorar el desempeño global de la empresa.

### g. Auditoria de calidad

Es un proceso sistemático, independiente y documentado para obtener “evidencias” y evaluarlas de manera objetiva, con la finalidad de determinar la extensión en que se cumplen los criterios de auditoría. (Meléndez, 2017).

Las auditorias tienen como función evaluar la conformidad del sistema de gestión de la calidad, en base a las disposiciones planificadas, los estándares y los requisitos de las normas.

Clasificación de las auditorias:

- Auditorias de primera parte: la organización audita su propio SGC.
- Auditorias de segunda parte: El SGC de la organización es auditado por auditores externos de partes interesadas.
- Auditorias de tercera parte: El SGC de la organización es auditado por auditores externos independientes.

### h. Mejora continua

Es usado para la implementación de los sistemas de gestión de calidad, debido a que ayuda a un mayor éxito en la política y en los objetivos. En la norma ISO 9001 se habla de la mejora continua del sistema de gestión de calidad en base al ciclo PHVA. (Meléndez, 2017).

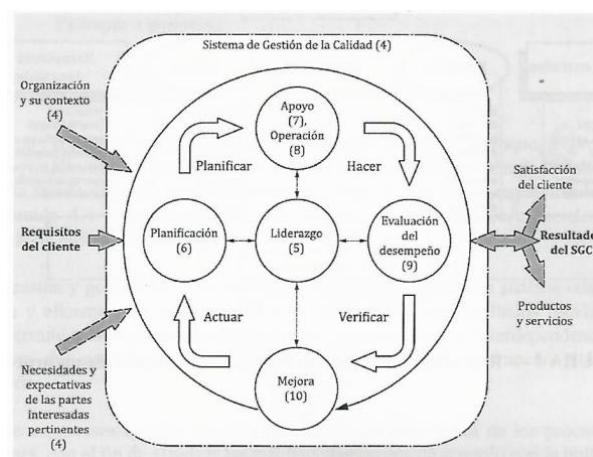


Figura: 1: Ciclo de mejora continua

Fuente: NTP ISO 9001:2015

## i. Principios

- Enfoque al cliente: Cumplir con los requisitos del cliente.
- Liderazgo: Establecer una unidad de propósito.
- Compromiso de las personas: Se busca que todos los colaboradores sean competentes.
- Enfoque a procesos: Se gestiona eficaz y eficientemente los resultados
- Mejora: Mejora del desempeño.
- Toma de decisiones basado en la evidencia: Tomar las decisiones en base a la evaluación de los datos.
- Gestión de las relaciones: Relaciones con las partes interesadas.

## j. Contenido de la Norma ISO 9001:2015

*Tabla 1*  
*Requisitos de la Norma ISO 9001.2015*

<b>REQUISITOS</b>	
<b>1</b>	<b>Objetivo y campo de aplicación</b>
<b>2</b>	<b>Referencias normativas</b>
<b>3</b>	<b>Términos y definiciones</b>
<b>4</b>	<b>Contexto de la organización</b>
	4.1. Comprensión de la organización y de su contexto
	4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas
	4.3. Determinación del alcance del sistema de gestión de calidad
	4.4. Sistema de gestión de calidad y sus procesos
<b>5</b>	<b>Liderazgo</b>
	5.1. Liderazgo y compromiso
	5.2. Política
	5.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización

---

**6 Planificación**

- 6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades
- 6.2. Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos
- 6.3. Planificación de los cambios

---

**7 Apoyo**

- 7.1. Recursos
- 7.2. Competencia
- 7.3. Toma de conciencia
- 7.4. Comunicación
- 7.5. Información documentada

---

**8 Operación**

- 8.1. Planificación y control operacional
- 8.2. Requisitos para los productos y servicios
- 8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios
- 8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente
- 8.5. Producción y provisión del servicio
- 8.6. Liberación de los productos y servicios
- 8.7. Control de las salidas no conformes

---

**9 Evaluación del desempeño**

- 9.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación
- 9.2. Auditoría interna
- 9.3. Revisión por la dirección

---

**10 Mejora**

- 10.1. Generalidades
- 10.2. No Conformidad y acción correctiva
- 10.3. Mejora continua

---

Fuente: Elaboración propia

## **k. Metodología para la implementación de la ISO 9001:2015**

### **Metodología 1:**

Quara Consulting y training (2017) menciona la siguiente metodología para implementar la ISO 9001:2015.

#### **i. Diagnóstico y planificación:**

La primera etapa es ejecutar un diagnóstico para reconocer cuál es el grado de cumplimiento con los requisitos de la norma ISO 9001:2015, y en base a ello realizar un plan de trabajo, donde se plasmen las actividades, con sus plazos y responsables del proyecto.

#### **ii. Diseño del SGC:**

En esta etapa se precisan los elementos clave del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) y se instituye el soporte documental del Sistema.

#### **iii. Implementación del SGC:**

A medida que el SGC se diseña, se van implementando las metodologías y registros en todos los procesos y áreas funcionales dentro del alcance definido.

#### **iv. Auditoria interna:**

Se llevará a cabo la realización de la auditoría interna de todo el SGC, con la finalidad de determinar si el Sistema de Gestión de la Calidad cumple los requisitos de ISO 9001:2015.

#### **v. Certificación:**

Una vez que se haya verificado que el SGC cumpla con los requisitos de la norma ISO 9001:2015 y se encuentre en funcionamiento en la organización, ésta se pone en contacto con algún organismo de certificación para comenzar con el proceso de certificación.



Posterior a la Certificación ISO 9001:2015 es necesario su mantenimiento.

## **Metodología 2:**

Escuela Europea de Excelencia (2016) hace referencia la siguiente metodología:

### **i. Diagnóstico de la situación actual**

En esta primera etapa se debe analizar lo que está haciendo la organización con la finalidad de identificar desde qué punto iniciar la correcta implementación de la norma ISO 9001:2015 y poder definir los objetivos y metas a alcanzar en el Sistema de Gestión de la Calidad a implementar.

### **ii. Definir el Mapa de Procesos**

Se registran los **procesos presentes en la organización**. Una vez registrados, se analiza con el fin de detectar áreas a mejorar.

### **iii. Documentar la Política y los objetivos**

Posteriormente se define la Política y los objetivos a seguir.

### **iv. Establecimiento de Procedimientos**

Se describe el cómo realizar los diferentes procesos y procedimientos de la organización, qué alcance tienen éstos, así como los responsables de cada una de las actividades señaladas. La norma ISO 9001:2015 establece la obligatoriedad de documentación de una serie de procesos concretos.

### **v. Elaborar el Manual de Calidad**

El manual define cómo la organización está dando aplicación a la norma ISO 9001:2015 en los diferentes procesos que constituyen la organización.

**vi. Capacitar**

Busca instaurar la filosofía de la norma ISO 9001:2015 en los miembros de nuestra organización para que entiendan la importancia de contar con un Sistema de Gestión de la Calidad y sean conscientes de la nueva forma de operar.

**vii. Implementar**

Poner en práctica todo lo detallado en puntos anteriores.

**viii. Auditoría Interna**

Es importante que la empresa primero pase una auditoría interna a fin de detectar los posibles errores que se estén cometiendo y poder resolverlos antes de la auditoría de certificación.

**ix. Comprobación General**

Revisión del cómo está funcionando el SGC, viendo los errores detectados en la etapa anterior y buscando soluciones que eviten que los mismos vuelvan a suceder. También se identifican aquellas áreas que tras la implementación del SGC hayan mejorado su funcionamiento a fin de reforzarlas.

**x. Definir las Acciones Correctivas y Acciones Preventivas**

Se definen las acciones en base a los resultados encontrados en las etapas de auditoría interna y revisión general.

**xi. Análisis con el objetivo de Mejora Continua**

Se realiza un análisis de los resultados de las auditorías, así como, de los resultados logrados tras la aplicación de las acciones correctivas.

**xii. Auditoría Externa**

Primero se debe de realizar una pre-auditoría, que detecte aquellos aspectos a corregir antes de la Auditoría de Certificación. Tras esto, se programa la auditoría externa.

Luego de identificar y analizar las metodologías, la investigación seguirá los pasos expuestos por la Escuela Europea de Excelencia (2016).

**Metodología 3:**

En base a las 2 metodologías descritas anteriormente, el autor de la investigación propone la siguiente metodología:

**i. Empresa objeto de estudio**

Se describirá a la organización, se identificarán a las áreas con las que cuenta, análisis filosófico y análisis estratégico de LAGENCIA.S.A.C.

**ii. Objetivo y justificación del proyecto**

Se determinan el para qué y el porqué del proyecto.

**iii. Sistema de gestión de calidad**

El desarrollo del sistema de gestión será en base a la secuencia descrita en la norma ISO 9001:2015 la cual son los siguientes ítems.

3.1. Alcance

3.2. Política

3.3. Mapa de Procesos, caracterización del proceso principal, la ficha de indicador de dicho proceso

3.4. Matriz de Identificación de partes interesadas, sus necesidades y expectativas.

3.4.1. Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad

3.5. Matriz de correspondencia entre procesos y los requisitos SGC.

3.6. Objetivos y metas del SGC

3.7. Matriz de riesgos

3.8. Matriz de gestión de los cambios

3.9. Información documentada para elaboración y control de documentos del SGC.

3.10. Información documentada para salidas no conformes del SGC.

3.11. Información documentada para acciones correctivas del SGC.

3.12. Información documentada para las comunicaciones Internas y Externas SGC.

3.13. Información documentada para los requisitos legales y otros requisitos del SGC.

3.14. Información documentada para auditorías internas.

#### iv. Plan de implementación

Se estructura un listado con las actividades a realizar para la obtención de la certificación.

#### I. Medición de la implementación

Para el establecimiento de los indicadores de medición de la implementación, se tomarán en cuenta los principios del Sistema de Gestión de la Calidad, definidos por la NTP ISO 9001:2015.

*Tabla 2*  
*Indicadores de medición de la implementación de la ISO 9001:2015*

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>FORMULA</b>
<b>Enfoque al cliente</b>	$\frac{\text{Total de clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes}}$
<b>Compromiso de las personas</b>	$\frac{\text{Total de asistentes a la capacitación}}{\text{Total de asistentes planificados}}$
<b>Enfoque a procesos</b>	$\frac{\text{Total de procesos del área comercial diagramados}}{\text{Total de procesos del área comercial}}$
<b>Requisitos del sistema</b>	La entidad cumple con los requisitos
	Los procesos están identificados
	Existen controles

<b>Responsabilidades de la dirección</b>	Compromiso de la dirección
	Políticas de calidad
	Enfoque al cliente
<b>Gestión de recursos</b>	Provisión de recursos humanos
	Recursos económicos
	Infraestructura
<b>Realización del servicio</b>	Planificación del procedimiento
	Control seguimiento y medición
<b>Medición, análisis y mejora</b>	Seguimiento y control
	Análisis de datos
	Acciones correctivas

## **B. Gestión de Ventas**

### **a. Definición de gestión de ventas**

Aldama, B. (2005) sostiene que, la gestión de ventas es un proceso dinámico en donde interactúan diferentes elementos que contribuyen a que la venta se realice, teniendo como premisa la satisfacción de las necesidades del cliente.

Los elementos fundamentales de la gestión de ventas son:

- El enfoque hacia el cliente
- El equipo de ventas
- El proceso de Venta
- La supervisión y motivación del equipo de ventas
- La comunicación en las ventas
- El merchandising

### **a. Proceso de ventas**

La excelencia en el arte de vender determina la diferencia entre un vendedor que consigue pedidos y uno que simplemente los toma. El arte de vender puede ser analizado, enseñado, aprendido y dominado. Este proceso puede estructurarse como un plan de cinco pasos, a saber:

- i. Acercamiento previo (pre acercamiento).
- ii. Almacenamiento.
- iii. Presentación.
- iv. Preguntas y respuestas.
- v. Cerrar el trato.

El vendedor podrá atraer la atención con su acercamiento previo, ganarse el interés mediante el acercamiento real; estimular el deseo con la presentación, conseguir la confianza al contestar las preguntas y

resolver las objeciones, y lograr su objetivo mediante la realización de la venta

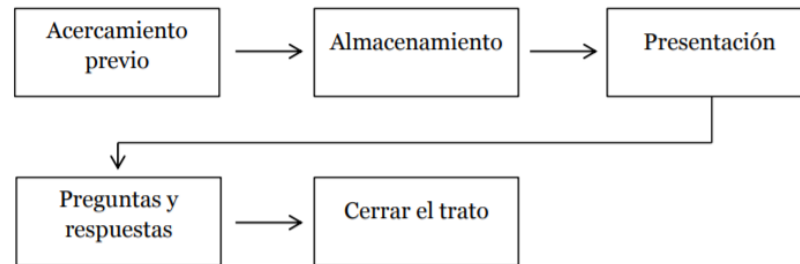


Figura: 2: Proceso de ventas

Fuente: Administración de pequeñas empresas

#### **b. Ventas**

De la Parra, E. & Madero, M. (2003) sostienen que:

“Es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y/o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de repercutir, por un lado, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador” (p.33)

#### **c. Estrategia de ventas**

Lannaccone, A, (S.F) sostiene que:

“Una estrategia de ventas consiste en elaborar un plan que posicione a la marca para obtener una ventaja competitiva. Las estrategias exitosas que ayudan a la fuerza de ventas se centran en los clientes del mercado objetivo y se comunican con ellos de maneras relevantes y significativas. Los representantes de ventas necesitan saber cómo sus productos o servicios pueden resolver los problemas del cliente. Una estrategia de ventas exitosa transmite de este modo que la fuerza de ventas pasa tiempo dirigida a los clientes correctos en el momento adecuado”

#### **d. Plan de ventas**

Serbel, F. (2010) sostiene que:

La planeación consiste en decidir qué es lo que se hará en el futuro. En cualquier empresa orientada al crecimiento, es necesario que se utilice los recursos de una manera eficiente, por lo que se debe dar prioridad a una clara planeación de los mismos y estar al tanto de los cambios del entorno en el que se desarrolla la empresa para poder enfrentarlos con mayor efectividad.

### **Determinación de los objetivos de venta**

El encargado de las ventas debe partir, considerando los objetivos de mercadotecnia, las políticas y estrategias, así como los criterios de control de carácter general. Probablemente tendrá previsiones de venta de acuerdo a lo que la compañía desea vender para un tiempo determinado en cantidad de dinero y de mercancía, así como los beneficios necesarios para cubrir los gastos de operación y lograr el crecimiento de la misma.

- i. Pasos para el proceso de planeación de ventas
  - a) Análisis de la situación
  - b) Establecimientos de metas y objetivos
  - c) Determinación del potencial del mercado
  - d) Pronóstico de ventas
  - e) Selección de estrategias
  - f) Desarrollo de actividades
  - g) Asignación de recursos
  - h) Control del plan

### **e. Indicadores de gestión**

Los indicadores de gestión son una parte importante en la gestión por procesos puesto que, el objetivo es lograr la satisfacción de clientes y para ello es necesario realizar evaluaciones periódicas para generar la mejora continua del producto o servicio que se esté ofreciendo.

### **f. Definición y características de indicadores de gestión**

Pérez Jaramillo (2013), sostiene que:



Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso.

#### g. Tipos de indicadores y medidas

Atehortúa (2005), sostiene que son varios los indicadores de gestión. A continuación, se presentarán algunos:

- **Indicadores de eficiencia.** Estos indicadores deben permitir a los responsables de los procesos evaluar la gestión frente a la optimización de los recursos. (p. 101)

Caso 1	Caso 2
$\frac{\text{Recurso consumido}}{\text{Unidades producidas}}$	$\frac{\text{Unidades producidas}}{\text{Recurso consumido}}$
*	*
*	*
*	*
$\frac{\text{Horas-hombre laboradas}}{\text{Usuarios atendidos}}$	$\frac{\text{Usuarios atendidos}}{\text{Horas-hombre laboradas}}$
<i>Interpretación:</i> tiempo invertido para atender a un usuario	<i>Interpretación:</i> número de usuarios atendidos en una hora
$\frac{\text{Consumo de agua (m}^3\text{)}}{\text{Total producción (ton)}}$	$\frac{\text{Total producción (ton)}}{\text{Consumo de agua (m}^3\text{)}}$
<i>Interpretación:</i> metros cúbicos de agua para producir una tonelada	<i>Interpretación:</i> toneladas producidas con un metro cúbico de agua
$\frac{\text{Número de operarios}}{\text{Unidades producidas}}$	$\frac{\text{Unidades producidas}}{\text{Número de operarios}}$
<i>Interpretación:</i> número de operarios para producir una unidad	<i>Interpretación:</i> número de unidades producidas por un operario

Figura: 3: Ejemplos prácticos de Indicadores de eficiencia

Fuente: Tomado de Atehortúa, F. (2012). Gestión y Auditoría de la calidad para organizaciones públicas. Pág. 102

- **Indicadores de eficacia.** Estos indicadores deben permitir a los responsables de los procesos evaluar la calidad de su gestión en términos de los atributos propios de sus resultados. (p.102)

<i>Ejemplo</i>	<i>Factor</i>	<i>Indicadores de eficacia</i>
1	Calidad	$\frac{\text{Número de trámites no conformes}}{\text{Número de trámites realizados}}$
2	Oportunidad	$\frac{\text{Número de despachos en menos de tres días}}{\text{Número de despachos realizados}}$
3	Amabilidad	$\frac{\text{Número de personas entrevistadas que piensan que nuestro personal es amable en su atención}}{\text{Número de personas entrevistadas}}$

Figura: 4: Ejemplos prácticos de indicadores de eficacia

Fuente: Tomado de Atehortúa, F. (2012). Gestión y Auditoría de la calidad para organizaciones públicas. Pág. 102

- **Indicadores de efectividad.** Estos indicadores deben permitir a los responsables de los procesos evaluar el impacto de la misión u objetivos de sus procesos. Este impacto se mide en términos de rendimiento frente a lo programado, entre otros aspectos. (p. 103)

<i>Ejemplo</i>	<i>Factor</i>	<i>Indicadores de efectividad</i>
1	Rendimiento	$\frac{\text{Número de actividades realizadas}}{\text{Número de actividades programadas}}$
2	Productividad	$\frac{\text{Número de actividades realizadas}}{\text{Número de capacidad teórica}}$
3	Cobertura	$\frac{\text{Población total beneficiada}}{\text{Total de ventas de la compañía}}$
4	Participación	$\frac{\text{Total de ventas de la compañía}}{\text{Total de ventas del sector}}$

Figura: 5: Ejemplos prácticos de indicadores de efectividad.

Fuente: Tomado de Atehortúa, F. (2012). Gestión y Auditoría de la calidad para organizaciones públicas. Pág. 103.

#### h. Indicadores de gestión de ventas

López, A. (2012) sostiene que:

Un importante apoyo para el control de ventas son los índices de ventas, estos permiten evaluar de forma numérica los resultados obtenidos al finalizar un periodo. Además, también son considerados parte del historial de la empresa y representan un factor trascendental

al momento de predecir las ventas futuras. “Los índices de ventas pretenden relacionar magnitudes numéricas que, representadas de forma secuencial y referidas a períodos de tiempo determinados, pueden manifestar de forma cualitativa que es lo que está ocurriendo en la actividad de la empresa”. Entre ellos tenemos:

Índice	Forma de manejo
$\text{Flujo de pedidos} = \frac{\text{Entrada de pedidos}}{\text{Cartera de pedidos}}$	Mide el flujo de ventas, si el índice es superior a uno indica un flujo de ventas positivo, es decir un crecimiento de las ventas.
$\text{Visitas} = \frac{\text{No. de visitas comerciales}}{\text{Días laborables (semana)}}$	Mide el flujo de visitas comerciales a clientes y clientes potenciales por semana.
$\text{Control de ventas} = \frac{\text{Volumen de ventas}}{\text{Cartera de pedidos}}$	Mide el volumen del negocio. Un valor superior a uno indica un incremento de este volumen.
$\text{Ventas por cliente} = \frac{\text{Volumen de ventas}}{\text{No. de clientes}}$	Mide el volumen de ventas por cliente, se debe hacer una discriminación de clientes con mayor volumen de ventas.
$\text{Ventas representante} = \frac{\text{Volumen de ventas}}{\text{No. representantes}}$	Mide el volumen de ventas por representante.
$\text{Estructura de ventas} = \frac{\text{Ventas por grupo de productos}}{\text{Volumen de ventas total}}$	Mide las ventas por grupo de productos, por ejemplo salud animal, agrícola, mascotas, etc.
$\text{Rendimiento Comercial} = \frac{\text{Gastos de ventas}}{\text{Volumen de ventas}}$	Mide el rendimiento comercial, si es menor a uno indica un rendimiento de ventas positivo.
$\text{Calidad de uso} = \frac{\text{Volumen reclamado por calidad}}{\text{Volumen de ventas}} \times 100$	Mide la calidad de los productos en base a la aceptación de los clientes, se mide en porcentaje.
$\text{Efectividad en ventas} = \frac{\text{Volumen vendido}}{\text{Volumen planificado}} \times 100$	Es el grado de cumplimiento del plan de ventas en volumen despachado. Se mide en porcentaje.
$\text{Nivel de inventarios} = \frac{\text{Costo del inventario}}{\text{Ventas netas}} \times 100$	Permite conocer el uso del capital invertido en inventarios con relación a las ventas netas (%).
$\text{Competitividad en costo unitario de producto} = \frac{\text{Costo del producto propio}}{\text{Costo del producto de la competencia}} \times 100$	Indica la relación entre el costo de producción de la empresa y los de la competencia para un producto similar. Se mide porcentualmente (%).
$\text{Variación de la participación en el mercado} = \frac{\text{participación en el mercado año anterior}}{\text{participación en el mercado año actual}} \times 100$	Define la capacidad de la empresa para incrementar o mantener su participación en el mercado. Se mide porcentualmente (%).
$\text{Volumen promedio de compra por cliente} = \frac{\text{volumen por cliente (mes)}}{\text{No. de compras (mes)}}$	Indica el valor promedio de facturación de un cliente por cada compra mensual.
$\text{Variación del volumen de ventas} = \frac{\text{volumen ventas año anterior}}{\text{volumen ventas año actual}} \times 100$	Define la capacidad de la empresa para incrementar o mantener su volumen de ventas. Se mide porcentualmente (%).

Figura: 6: Indicadores

Fuente: Elaboración propia

## **1.2. Formulación del problema**

¿En qué medida la aplicación de la ISO 9001:2015 en los procesos comerciales influye en la gestión de ventas de la empresa “LAGENCIA S.A.C”. en Trujillo en el año 2018?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la influencia de la aplicación de la ISO 9001:2015 en los procesos comerciales en la gestión de ventas de “LAGENCIA S.A.C”, en Trujillo en el año 2018.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Analizar la realidad problemática de la empresa “LAGENCIA S.A.C”
- Diseñar los procesos comerciales de la empresa “LAGENCIA S.A.C”
- Aplicar la norma ISO 9001:2015 en los procesos comerciales de la empresa “LAGENCIA S.A.C”
- Evaluar el impacto económico de la propuesta de la aplicación de la ISO 9001:2015 en los procesos comerciales y su influencia en la gestión de ventas.

## **1.4. Hipótesis**

La aplicación de la ISO 9001:2015 en los procesos comerciales influye significativamente en la gestión de ventas de la empresa “LAGENCIA S.A.C”.

## 1.5. Operacionalización de variables

Tabla 3: Cuadro de operacionalización de la variable independiente

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	FORMULA	VALOR	INSTRUMENTO			
<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001:2015</b>	Sistema de Gestión que se encarga de dirigir y controlar a la organización, desde una perspectiva de calidad. Esto significará disponer ciertos elementos, tales como procesos, manuales e inspecciones fusionándolo como un equipo, para producir un producto de calidad para el cliente. (ISO 9001:2015)	ISO 9001:2015 es un sistema de gestión que se enfoca en procesos, en los responsables de estos y en el cliente. Para la aplicación de este sistema, la empresa debe de cumplir con los requisitos del sistema, tener el compromiso y responsabilidad de la dirección, gestionar eficientemente los recursos, con la finalidad de realizar una prestación de servicio efectiva, que posteriormente será medida y analizada con la intención de evaluar y proponer mejoras continuas	<b>PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 9001</b>	Enfoque al cliente	$\frac{\text{Total de clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes}} \times 100$	%	ENCUESTA			
				Compromiso de las personas	$\frac{\text{Total de asistentes a la capacitación}}{\text{Total de asistentes planificados}} \times 100$	%	HOJA DE ASISTENCIA			
				Enfoque a procesos	$\frac{\text{Total de procesos del área comercial diagramados}}{\text{Total de procesos del área comercial}} \times 100$	%	ESQUELA			
			<b>REQUISITOS DEL SISTEMA</b>	La entidad cumple con los requisitos	<b>RESPONSABILIDAD ES DE LA DIRECCIÓN</b>	Compromiso de la dirección	Los procesos están identificados	Políticas de calidad	Número	ENCUESTA
				Existen controles			Enfoque al cliente			
				Provisión de recursos humanos			Recursos económicos			
			<b>GESTIÓN DE RECURSOS</b>	Infraestructura	<b>REALIZACION DEL SERVICIO</b>	<b>MEDICIÓN, ANALISIS Y MEJORA</b>	Planificación del procedimiento	Seguimiento y control	Análisis de datos	
				Control seguimiento y medición						

### RANGOS PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS

RANGOS	DESDE	HASTA
BAJO	21	52
REGULAR	53	85
ALTO	86	105

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Cuadro de operacionalización de la variable dependiente

VARIBABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	FORMULA	Valor	Instrumento		
GESTIÓN DE VENTAS	La gestión de ventas es un proceso dinámico donde intervienen diferentes elementos para que la venta se concrete. Se centra en el desarrollo de una organización y en la satisfacción de las necesidades del comprador. Aldama, B. (2005) De la Parra, E. & Madero, M. (2003)	La gestión de ventas es un proceso en donde interviene la fuerza de ventas y personal administrativo. Para medir la gestión de ventas la empresa debe enfocarse en el proceso de venta, en la calidad del servicio y en la rentabilidad de la empresa.	PROCESO DE VENTA	% Pedidos atendidos a tiempo	$\frac{N^{\circ} \text{ Pedidos realizados según cronograma semanal}}{N^{\circ} \text{ Total de pedidos por semana}} \times 100$	%	Hoja de Observación		
				Índice de productividad laboral	$\frac{N^{\circ} \text{ Hras laboradas semanalmente}}{\text{Total de pedidos atendidos semanalmente}}$	Nº	Hoja de observación		
				% Ventas por cliente	$\frac{\text{Volumen de ventas mensuales}}{N^{\circ} \text{ Total de clientes}} \times 100$	%	Reporte de Ventas		
					CALIDAD DE SERVICIO	% Clientes activos	$\frac{N^{\circ} \text{ clientes que solicitan servicio de publicidad al mes}}{\text{Total clientes}} \times 100$	%	Reporte de clientes
						Índice de quejas mensuales	$\frac{\text{Número de quejas mensuales}}{\text{Total clientes}}$	Nº	Reporte de Clientes
						% Nuevos clientes	$\frac{N^{\circ} \text{ clientes nuevos mensuales}}{\text{Total clientes}} \times 100$	%	Reporte de Clientes

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

#### Según el propósito

Aplicada

#### Según el diseño de investigación

Experimental

Grado: Pre experimental

**G: O1 X O2**

*Figura: 7: Diseño Pre Experimental Pre prueba–Pos prueba con un solo grupo*

Fuente: Rubio, L. (2014). Manual de estadística. (p. 12)

Dónde:

G: Grupo de estudio

O1: Gestión comercial antes de la implementación de un modelo  
estratégico

X: Aplicación de la ISO 9001:2015

O2: Gestión comercial después de la implementación de un modelo  
estratégico

### 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

#### 2.2.1. Población

La población está constituida por todos los procesos estratégicos, los procesos misionales y los procesos de apoyo de la empresa LAGENCIA S.A.C.

#### 2.2.2. Muestra

La muestra está constituida por todos los procesos misionales y por los clientes de la empresa LAGENCIA S.A.C.



## 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

**2.3.1. Técnica: Encuesta:** Es una técnica de adquisición de información a través de un instrumento llamado cuestionario, el cual tiene que estar previamente elaborado.

a) **Instrumento:** Cuestionario: Es el conjunto de preguntas que van a beneficiar poder medir un conjunto de variables.

**2.3.2. Técnica: Análisis Documental:** Es un tipo de recolección que permite recaudar y obtener datos a través de la investigación de documentos propios de la empresa

a. **Instrumento:** Registro de datos: Es un instrumento que va a permitir obtener información a través de una ficha de datos, o una base de datos.

**2.3.3. Técnica: Observación:** Es un tipo de recolección que permite recaudar y obtener datos a través de la observación del objeto de estudio.

b. **Instrumento:** Hoja de observación: Es un instrumento que va a permitir obtener información mediante la observación del comportamiento del objeto de estudio y que es registrado de manera no estructural.

## 2.4. Procedimiento

Nº	ACTIVIDADES
1	Investigación de la realidad problemática
2	Elaboración del Problema de Investigación
3	Recopilación de Antecedentes
4	Revisión del Marco Teórico
5	Planteamiento de la hipótesis
6	Elaboración del cuadro de operacionalización
7	Elaboración de Instrumentos de recolección de datos
8	Aplicación de Instrumentos
9	Procesamientos de Datos
10	Descripción de Resultados
11	Aplicación de la propuesta
12	Aplicación de instrumentos (Post)
13	Procesamientos de Datos
14	Descripción de Resultados
15	Análisis e Interpretación de Resultados
16	Conclusiones y Recomendaciones

Figura: 8: Procedimiento del proyecto

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### A. DESARROLLO DE LA IMPLEMENTACIÓN.

Para el desarrollo de la implementación, se tomará en cuenta la siguiente metodología:

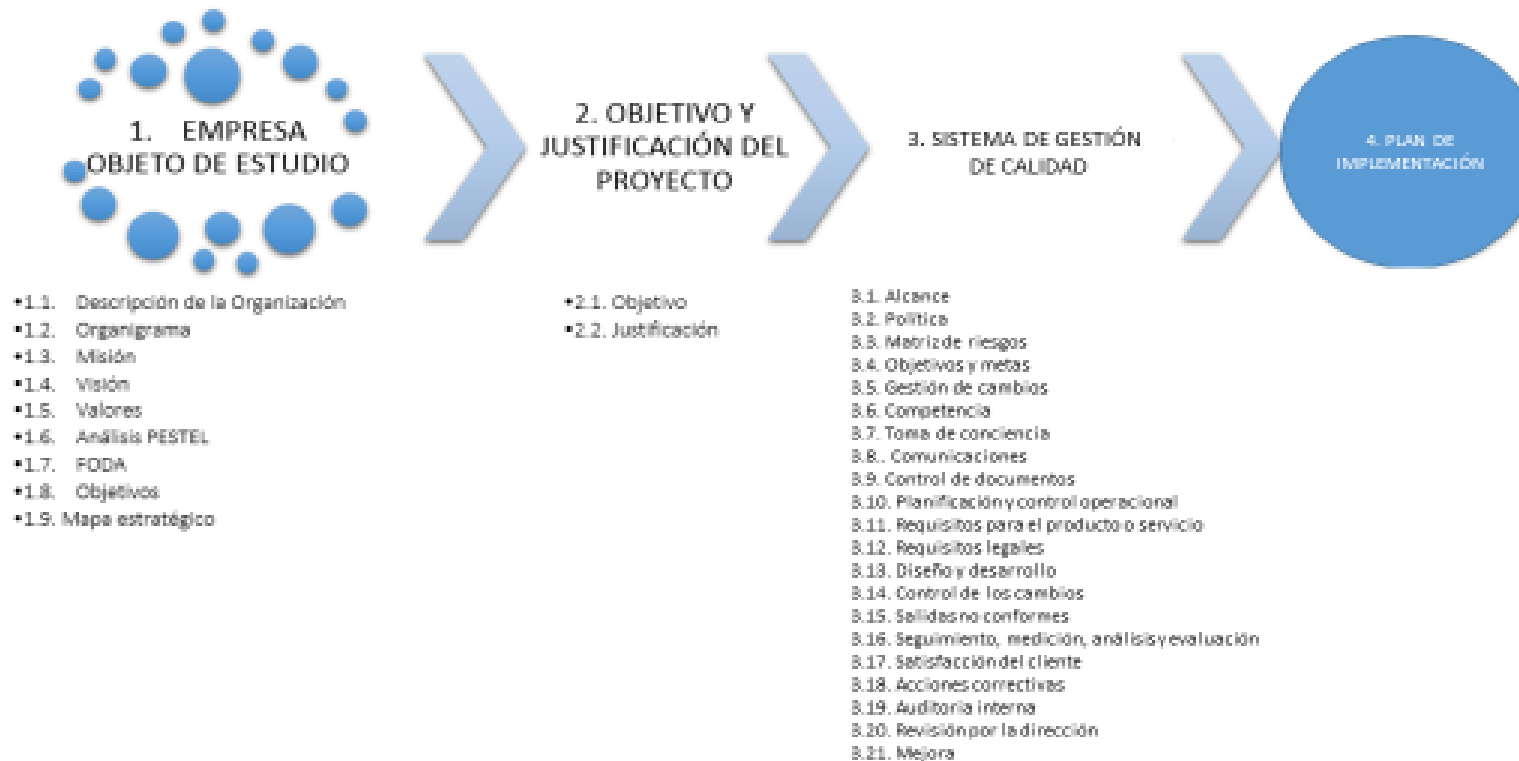


Figura: 9: Metodología

Fuente: Elaboración propia

## B. RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS

### a. ENCUESTA

#### i. VARIABLE INDEPENDIENTE

#### ENCUESTA PARA EL INDICADOR ENFOQUE AL CLIENTE

##### a) ANTES

#### 1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios de la empresa?

	1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios de la empresa?
Menos de un mes	0
De uno a tres meses	0
De tres a seis meses	1
Entre seis meses y un año	1
Entre uno y tres años	6
Más de tres años	2
Nunca los he utilizado	0

*Figura: 10: Tiempo que lleva utilizado los servicios de la empresa*

Fuente: Elaboración propia

De 10 clientes, 6 de ellos respondieron que llevan utilizando los servicios de la empresa entre uno y tres años.

#### 2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio?

	2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio?
Una o más veces a la semana	0
Dos o tres veces al mes	1
Una vez al mes	7
Menos de una vez al mes	2
Otro	0

*figura: 11: Frecuencia del servicio*

Fuente: Elaboración propia

7 de cada 10 clientes utiliza el servicio a lo mucho una vez al mes.

### 3. ¿Cómo considera el nivel de atención del Ejecutivo de cuentas?

	3. ¿Cómo considera el nivel de atención del Ejecutivo de cuentas?
Muy satisfecho	0
Satisfactoria	3
Normal	6
Insatisfactoria	1
Muy Insatisfactoria	0

Figura: 12: Nivel de atención del ejecutivo de cuentas.

Fuente: Elaboración propia

El 60% de los clientes considera normal el nivel de atención del ejecutivo de cuentas.

### 4. ¿Cómo evalúa el plazo de respuestas del Ejecutivo de Cuentas en base a sus preguntas?

	4. ¿Cómo evalúa el plazo de respuestas del Ejecutivo de Cuentas en base a sus preguntas?
Muy buena	0
Buena	5
Normal	5
Malo	0
Muy malo	0

Figura: 13: Plazo de respuesta

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los clientes considera que el plazo de respuesta del ejecutivo de cuentas es buena.

### 5. ¿Cómo evalúa la calidad del servicio brindado?

	5. ¿Cómo evalúa la calidad del servicio brindado?
Muy buena	0

Buena	5
Normal	5
Malo	0
Muy malo	0

Figura: 14: Calidad del servicio

Fuente: Elaboración propia

El 50% de clientes considera que la calidad del servicio es normal.

**6. ¿Ha existido algo incidencia en el servicio?**

	<b>6. ¿Ha existido algo incidencia en el servicio?</b>
Si	10
no	0

Figura: 15: Incidencia en el servicio

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los clientes consideran que si han tenido algún incidente con el servicio.

**7. Si su respuesta anterior fue si, ¿Se ha solucionado satisfactoriamente?**

	<b>7. Si su respuesta anterior fue si, ¿Se ha solucionado satisfactoriamente?</b>
Si	7
no	3

Figura: 16: Solución del incidente

Fuente: Elaboración propia

El 70% de los clientes considera que si se ha solucionado satisfactoriamente el incidente.

**b) DESPUÉS**

**1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios de la empresa?**

	<b>1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios de la empresa?</b>
Menos de un mes	0
De uno a tres meses	0
De tres a seis meses	1
Entre seis meses y un año	1
Entre uno y tres años	6
Más de tres años	2
Nunca los he utilizado	0

*Figura: 17: Tiempo que lleva utilizando los servicios de la empresa*

Fuente: Elaboración propia

El 20% de los clientes considera que lleva usando los servicios por más de 3 años.

**2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio?**

	<b>2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio?</b>
Una o más veces a la semana	0
Dos o tres veces al mes	1
Una vez al mes	7
Menos de una vez al mes	2
Otro	0

*Figura: 18: Frecuencia del servicio*

Fuente: Elaboración propia

El 10% de los clientes considera que la frecuencia del servicio es de dos a tres veces al mes.

**3. ¿Cómo considera el nivel de atención del Ejecutivo de cuentas?**

	<b>3. ¿Cómo considera el nivel de atención del Ejecutivo de cuentas?</b>
Muy satisfecho	4
Satisfactoria	6
Normal	0
Insatisfactoria	0
Muy Insatisfactoria	0

Figura: 19: Nivel de atención del ejecutivo de cuentas

Fuente: Elaboración propia

El 40% de los clientes se encuentra muy satisfecho con el nivel de atención.

**4. ¿Cómo evalúa el plazo de respuestas del Ejecutivo de Cuentas en base a sus preguntas?**

	<b>4. ¿Cómo evalúa el plazo de respuestas del Ejecutivo de Cuentas en base a sus preguntas?</b>
Muy buena	5
Buena	5
Normal	0
Malo	0
Muy malo	0

Figura: 20: Plazo de respuesta del Ejecutivo de cuentas

Fuente: Elaboración propia

El 50% considera que el plazo de respuesta es muy buena.

**5. ¿Cómo evalúa la calidad del servicio brindado?**

	<b>5. ¿Cómo evalúa la calidad del servicio brindado?</b>
Muy buena	6
Buena	4



Normal	0
Malo	0
Muy malo	0

Figura: 21: Calidad del servicio brindado

Fuente: Elaboración propia

El 60% de los clientes considera que el nivel de calidad del servicio es muy bueno.

**6. ¿Ha existido algo incidencia en el servicio?**

6. ¿Ha existido algo incidencia en el servicio?	
Si	5
no	5

Figura: 22: Incidencia en el servicio

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los clientes considera que si existió alguna incidencia en el servicio.

**7. Si su respuesta anterior fue si, ¿Se ha solucionado satisfactoriamente?**

7. Si su respuesta anterior fue si, ¿Se ha solucionado satisfactoriamente?	
Si	5
no	0

Figura: 23: Solución de la incidencia

Fuente: Elaboración propia

El 50% de los clientes que respondieron que si tuvieron incidencia en el servicio, respondieron que se ha logrado solucionar satisfactoriamente.

**ENCUESTA PARA EL INDICADOR** (La entidad cumple con los requisitos, Los procesos están identificados, Existen controles, Compromiso de la dirección, Políticas de calidad, Enfoque al cliente, Provisión de recursos humanos, Recursos económicos, Infraestructura, Planificación del procedimiento, Control seguimiento y medición, Seguimiento y control, Análisis de datos, Acciones correctivas)

**a) ANTES**

N°	DESCRIPCIÓN					Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	
1	¿LAGENCIA S.A.C ha establecido y documentado un Sistema de Gestión de la Calidad en los procesos comerciales?	X				
2	¿Se identifican los procesos comerciales y las interacciones de los involucrados en el proceso?	X				
3	¿Se dispone de recursos necesarios, aparte de información que sea utilizada para apoyar la operación y el seguimiento de los procesos comerciales?	X				
4	¿Se implantan las acciones necesarias para alcanzar resultados planificados y la mejora continua de los procesos comerciales?	X				
5	¿Se cuenta con algún documento en el que se exprese la política de calidad y los objetivos?	X				
6	¿Se posee algún manual de calidad en el que se referencien los procesos comerciales así como el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad?	X				

7	¿La entidad posee todos los procedimientos documentados sobre los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001?	X
8	¿Se instituyen todos los procedimientos documentados que definan los controles necesarios para poner a disposición los registros y los documentos?	X
9	¿La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos?	X
10	¿La gerencia de la empresa proporciona alguna evidencia de su compromiso con el Sistema de Gestión de la Calidad?	X
11	¿Se establecen acciones para alcanzar los objetivos?	X
12	¿Se comunica a todos los colaboradores la importancia de satisfacer los requisitos de los clientes?	X
13	¿Los objetivos de la calidad son medibles y coherentes con la política de calidad?	X
14	¿La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen?	X
15	¿La gerencia asigna los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación?	X
16	¿La gerencia mantiene el registro de revisiones?	X
17	¿La gerencia asegura que se establecen todos los procesos de comunicación dentro de la organización?	X
18	¿Existe algún responsable de calidad que dependa de la gerencia?	X
19	¿Se controla la prestación del servicio?	X
20	¿Se controlan los dispositivos de seguimiento y medición?	X
21	¿Se validan los procesos de prestación de servicios?	X

<b>RESULTADO</b>	<b>21</b>
<b>NIVEL</b>	<b>BAJO</b>

Figura: 24: Resultado de la encuesta de la variable independiente

Fuente: Elaboración propia

**b) DESPUÉS**

N°	DESCRIPCIÓN	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	¿LAGENCIA S.A.C ha establecido y documentado un Sistema de Gestión de la Calidad en los procesos comerciales?					X
2	¿Se identifican los procesos comerciales y las interacciones de los involucrados en el proceso?					X
3	¿Se dispone de recursos necesarios, aparte de información que sea utilizada para apoyar la operación y el seguimiento de los procesos comerciales?					X
4	¿Se implantan las acciones necesarias para alcanzar resultados planificados y la mejora continua de los procesos comerciales?					X
5	¿Se cuenta con algún documento en el que se exprese la política de calidad y los objetivos?					X
6	¿Se posee algún manual de calidad en el que se referencien los procesos comerciales así como el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad?					X
7	¿La entidad posee todos los procedimientos documentados sobre los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001?					X

8	¿Se instituyen todos los procedimientos documentados que definan los controles necesarios para poner a disposición los registros y los documentos?		X
9	¿La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos?		X
10	¿La gerencia de la empresa proporciona alguna evidencia de su compromiso con el Sistema de Gestión de la Calidad?		X
11	¿Se establecen acciones para alcanzar los objetivos?		X
12	¿Se comunica a todos los colaboradores la importancia de satisfacer los requisitos de los clientes?		X
13	¿Los objetivos de la calidad son medibles y coherentes con la política de calidad?		X
14	¿La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen?	X	
15	¿La gerencia asigna los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación?	X	
16	¿La gerencia mantiene el registro de revisiones?		X
17	¿La gerencia asegura que se establecen todos los procesos de comunicación dentro de la organización?		X
18	¿Existe algún responsable de calidad que dependa de la gerencia?		X
19	¿Se controla la prestación del servicio?		X
20	¿Se controlan los dispositivos de seguimiento y medición?		X
21	¿Se validan los procesos de prestación de servicios?		X

<b>RESULTADO</b>	<b>103</b>
<b>NIVEL</b>	<b>ALTO</b>

Figura: 25: Resultado de la encuesta de la variable independiente

Fuente: Elaboración propia

**b. HOJA DE ASISTENCIA**

**HOJA DE ASISTENCIA A LA CAPACITACIÓN**

**CONTROL DE ASISTENCIA DE PERSONAL**

N°	FECHA	APELLIDOS Y NOMBRE			
1	15/11/2018	Gonzalo Philipps			
2	15/11/2018	Paul Burgos			
3	15/11/2018	Pamela Cruz			
4	15/11/2018	Maria Leon			
5	15/11/2018	Mariano Tello			
6	15/11/2018	Lourdes Artegada			
7	15/11/2018	Cristhian Torres			
8	15/11/2018	Joaquiz Ruiz			
9	15/11/2018	Juan Vela			
10	15/11/2018	Arnold Hernández			

Figura: 26: Control de asistencia a la capacitación

Fuente: Elaboración propia

**c. ESQUELA**

**ESQUELA PARA EL INDICADOR ENFOQUE A PROCESOS**

**a) ANTES**

**FECHA DE EVALUACIÓN:** 15/10/2018

**RESPONSABLE:** Mauricio Pando

PROCESO	DIAGRAMA		OBSERVACION
	SI CUMPLE	NO CUMPLE	
DISEÑO GRÁFICO		X	Los procesos no se encuentran caracterizados
MANEJO DE REDES SOCIALES		X	
ESTRATEGIAS DE MERCADEO		X	
DISEÑO WEB		X	
PRODUCTO FINAL		X	
VENTA		X	

*Figura: 27: Esquela del indicador enfoque a procesos*

Fuente: Elaboración propia

**b) DESPUES**

**FECHA DE EVALUACIÓN:** 15/11/2018

**RESPONSABLE:** Mauricio Pando

PROCESO	DIAGRAMA		OBSERVACION
	SI CUMPLE	NO CUMPLE	
DISEÑO GRÁFICO	X		

MANEJO DE REDES SOCIALES	X		
ESTRATEGIAS DE MERCADERO	X		
DISEÑO WEB	X		
PRODUCTO FINAL	X		
VENTA	X		

Figura: 28: Esquema del indicador enfoque a procesos

Fuente: Elaboración propia

#### d. HOJA DE OBSERVACIÓN

##### HOJA DE OBSERVACIÓN PARA EL INDICADOR DE PEDIDOS

##### ATENDIDOS A TIEMPO

##### a) ANTES

N°	PEDIDOS	ESTADO			FECHA DE ENTREGA
		PENDIENTE	EN PROCESO	EJECUTADO	
1	Servicio multimedia			x	20/10/2018
2	Estrategia comercial			x	15/10/2018
3	Campañas BTL		x		21/10/2018
4	Activaciones		x		23/10/2018
5	Publicidad			x	18/10/2018
6	Campaña navideña		x		30/10/2018
7	Campaña navideña	x			27/10/2018
8	Estrategia de venta		x		20/10/2018
9	Flyer publicitario			x	26/10/2018
10	Elaboración de página web	x			24/10/2018
11	spot publicitario			x	23/10/2018
12	Plan de estrategia de marca	x			20/10/2018
13	Plan de estrategia de comunicación			x	29/10/2018



14	Mensajes audiovisuales			x	28/10/2018
15	Propuesta de viniles			x	27/10/2018

Figura: 29: hoja de observación para el indicador de pedidos atendidos a tiempo

Fuente: Elaboración propia

### b) DESPUES

N°	PEDIDOS	ESTADO			FECHA DE ENTREGA
		PENDIENTE	EN PROCESO	EJECUTADO	
1	Servicio multimedia			x	20/10/2018
2	Estrategia comercial			x	15/10/2018
3	Campañas BTL			x	21/10/2018
4	Activaciones		x		23/10/2018
5	Publicidad			x	18/10/2018
6	Campaña navideña		x		30/10/2018
7	Campaña navideña			x	27/10/2018
8	Estrategia de venta			x	20/10/2018
9	Flyer publicitario			x	26/10/2018
10	Elaboración de página web			x	24/10/2018
11	spot publicitario			x	23/10/2018
12	Plan de estrategia de marca		x		20/10/2018
13	Plan de estrategia de comunicación			x	29/10/2018
14	Mensajes audiovisuales			x	28/10/2018
15	Propuesta de viniles			x	27/10/2018

figura: 30: hoja de observación para el indicador de pedidos atendidos a tiempo

Fuente: Elaboración propia

## HOJA DE OBSERVACION PARA EL INDICADOR DE INDICE DE PRODUCTIVIDAD LABORAL

### a) ANTES

N°	PEDIDOS ENTREGADOS POR SEMANA
1	Plan de estrategia de marca
2	Mensajes audiovisuales
3	Propuesta de viniles
4	Plan de estrategia de comunicación
5	Campañas BTL
6	Activaciones
7	Publicidad
8	Servicio multimedia
9	Estrategia comercial
10	Campaña navideña
11	Campaña navideña
12	Estrategia de venta
13	Flyer publicitario
14	Elaboración de página web
15	spot publicitario

*Figura: 31: Índice de productividad laboral*

Fuente: Elaboración propia

**b) DESPUES**

N°	PEDIDOS ENTREGADOS POR SEMANA
1	Bocetos para merchandising
2	Sesión de fotos
3	Dirección de página web de cliente
4	Plan de estrategia de comunicación
5	Campañas BTL
6	Activaciones
7	Publicidad
8	Servicio multimedia
9	Estrategia comercial
10	Campaña navideña
11	Campaña navideña
12	Estrategia de venta
13	Flyer publicitario
14	Elaboración de página web
15	spot publicitario
16	Boceto publicitario
17	Elaboración de brochure informativo
18	Plan de estrategia de marca
19	Mensajes audiovisuales

20	Diseño grafico
21	Elaboración de marcas
22	Propuesta de viniles
23	Elaboración de merchandising
24	Servicio de community manager
25	Activación de marca

Figura: 32: Índice de productividad laboral

Fuente: Elaboración propia

**e. REPORTE**

**REPORTE DEL INDICADOR VENTAS POR CLIENTE**

**a) ANTES**

ITEM	TOTAL
VENTAS POR CLIENTE	5
TOTAL DE CLIENTES	20

Figura: 33: Ventas por cliente

Fuente: Elaboración propia

**b) DESPUÉS**

ITEM	TOTAL
VENTAS POR CLIENTE	10
TOTAL DE CLIENTES	20

Figura: 34: Ventas por cliente

Fuente: Elaboración propia

**REPORTE DEL INDICADOR CLIENTES ACTIVOS**

**a) ANTES**

ITEM	TOTAL
CLIENTES ACTIVOS	10
TOTAL DE CLIENTES	20

Figura: 35: Clientes activos

Fuente: Elaboración propia

**b) DESPUÉS**

ITEM	TOTAL
VENTAS POR CLIENTE	15
TOTAL DE CLIENTES	20

Figura: 36: Clientes activos

Fuente: Elaboración propia

**REPORTE DEL INDICADOR INDICE DE QUEJAS  
MENSUALES**

**a) ANTES**

ITEM	TOTAL
QUEJAS	5

Figura: 37: Índice de quejas

Fuente: Elaboración propia

**b) DESPUÉS**

ITEM	TOTAL
QUEJAS	3

Figura: 38: Índice de quejas

Fuente: Elaboración propia

**REPORTE DEL INDICADOR CLIENTES NUEVOS**

**a) ANTES**

ITEM	TOTAL
CLIENTES NUEVOS	2

Figura: 39: Clientes nuevos

Fuente: Elaboración propia

**b) DESPUÉS**

ITEM	TOTAL
CLIENTES NUEVOS	4

*Figura: 40: Clientes nuevos*

Fuente: Elaboración propia

### C. RESUMEN COMPARATIVO DE RESULTADOS

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	FORMULA	VALOR	INSTRUMENTO	PRE	POST	%			
<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001:2015</b>	Sistema de Gestión que se encarga de dirigir y controlar a la organización, desde una perspectiva de calidad. Esto significará disponer ciertos elementos, tales como procesos, manuales e inspecciones fusionándolo como un equipo, para producir un producto de calidad para el cliente. (ISO 9001:2015)	ISO 9001:2015 es un sistema de gestión que se enfoca en procesos, en los responsables de estos y en el cliente. Para la aplicación de este sistema, la empresa debe de cumplir con los requisitos del sistema, tener el compromiso y responsabilidad de la dirección, gestionar eficientemente los recursos, con la finalidad de realizar una prestación de servicio efectiva, que posteriormente será medida y analizada con la intención de evaluar y proponer mejoras continuas	<b>PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 9001</b>	Enfoque al cliente	$\frac{\text{Total de clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes}} \times 100$	%	ENCUESTA	30%	100%	2.33			
				Compromiso de las personas	$\frac{\text{Total de asistentes a la capacitación}}{\text{Total de asistentes planificados}} \times 100$	%	HOJA DE ASISTENCIA	0%	100%	100.00			
				Enfoque a procesos	$\frac{\text{Total de procesos del área comercial diagramados}}{\text{Total de procesos del área comercial}} \times 100$	%	ESQUELA	0%	100%	100.00			
						<b>REQUISITOS DEL SISTEMA</b>	La entidad cumple con los requisitos				21	103	3.90
							Los procesos están identificados						
							Existen controles						
						<b>RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN</b>	Compromiso de la dirección						
							Políticas de calidad						
						<b>GESTIÓN DE RECURSOS</b>	Enfoque al cliente						
							Provisión de recursos humanos						
							Recursos económicos						
						<b>REALIZACION DEL SERVICIO</b>	Infraestructura						
			Planificación del procedimiento										
			<b>MEDICIÓN, ANALISIS Y MEJORA</b>	Control seguimiento y medición									
				Seguimiento y control									
				Análisis de datos									
				Acciones correctivas									

#### RANGOS PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS

RANGOS	DESDE	HASTA
BAJO	21	52
REGULAR	53	85
ALTO	86	105

Número ENCUESTA

*Figura: 41: Resultados variable independiente*

Fuente: Elaboración propia



VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN N	INDICADOR	FORMULA	Valor	Instrumento	PRE	POST	%
GESTIÓN DE VENTAS	La gestión de ventas es un proceso dinámico donde intervienen diferentes elementos para que la venta se concrete. Se centra en el desarrollo de una organización y en la satisfacción de las necesidades del comprador. Aldama, B. (2005) De la Parra, E. & Madero, M. (2003)	La gestión de ventas es un proceso en donde interviene la fuerza de ventas y personal administrativo. Para medir la gestión de ventas la empresa debe enfocarse en el proceso de venta, en la calidad del servicio y en la rentabilidad de la empresa.	PROCESO DE VENTA	% Pedidos realizados a tiempo	$\frac{N^{\circ} \text{ Pedidos realizados según cronograma semanal}}{N^{\circ} \text{ Total de pedidos por semana}} \times 100$	%	Hoja de Observación	47%	80%	71%
				Índice de productividad laboral	$\frac{N^{\circ} \text{ Hras laboradas semanalmente}}{\text{Total de pedidos atendidos semanalmente}}$	N°	Hoja de observación	2.67	1.60	-0.40
				% Ventas por cliente	$\frac{\text{Volumen de ventas mensuales}}{N^{\circ} \text{ Total de clientes}} \times 100$	%	Reporte de Ventas	25%	50%	100%
			CALIDAD DE SERVICIO	% Clientes activos	$\frac{N^{\circ} \text{ clientes que solicitan servicio de publicidad al mes}}{\text{Total clientes}} \times 100$	%	Reporte de clientes	50%	75%	50%
				Índice de quejas mensuales	$\frac{\text{Número de quejas mensuales}}{\text{Total clientes}}$	N°	Reporte de Clientes	5	3	-0.40
				% Nuevos clientes	$\frac{N^{\circ} \text{ clientes nuevos mensuales}}{\text{Total clientes}} \times 100$	%	Reporte de Clientes	10%	20%	100%

Figura: 42: Resultados variable independiente

Fuente: Elaboración propia

## D. ANALISIS ECONÓMICO

### a. RECURSOS

<b>PERSONAL</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio. Unt</b>	<b>Total</b>
1	Asesor	S/. 500.00	S/. 500.00
1	Empresa certificadora	S/. 12,921.00	S/. 12,921.00
<b>Subtotal</b>			<b>S/. 13,421.00</b>
<b>MATERIALES</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio. Unt</b>	<b>Total</b>
5	hojas bond A4 x 500 hojas	S/ 10.00	S/. 50.00
6	Lapiceros 032 médium	S/ 0.50	S/. 3.00
3	Corrector clásico	S/ 2.50	S/. 7.50
3	Engrampadora	S/ 9.00	S/. 27.00
12	Lápiz	S/ 0.50	S/. 6.00
2	Goma	S/ 5.00	S/. 10.00
20	Papel lustre	S/ 0.40	S/. 8.00
6	Vinifan	S/ 7.00	S/. 42.00
6	Cinta para forrar libros	S/ 3.00	S/. 18.00
6	Paquetes de clips caja	S/ 3.00	S/. 18.00
2	Sobre manila A4 50 und	S/ 8.00	S/. 16.00

2	Folder manila A4 23.5 X 32.5 Cm - 100 Und	S/ 35.00	S/. 70.00
4	Tintas para impresora EPSON sist. Continuo	S/ 35.00	S/. 140.00
6	Libreta de notas	S/ 12.00	S/. 72.00
3	Tajador	S/ 0.50	S/. 1.50
15	Archivadores grandes	S/ 7.00	S/. 105.00
6	Archivadores medianos	S/ 5.00	S/. 30.00
2	Perforador	S/ 9.80	S/. 19.60
6	Grapas	S/ 3.00	S/. 18.00
1	Paquete de posit	S/ 9.00	S/. 9.00
1	Impresora	S/ 619.00	S/. 619.00
2	Laptop	S/. 2,000.00	S/. 4,000.00
1	Sobre de burbuja plástica	S/. 22.00	S/. 22.00
<b>Subtotal</b>			<b>S/. 5,311.60</b>
<b>SERVICIOS</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio. Unt</b>	<b>Total</b>
1	Luz	S/. 200.00	S/. 200.00
2	Crédito para llamadas	S/. 150.00	S/. 300.00
500	Copias	S/. 0.10	S/. 50.00
-	Movilidad		S/. 2,000.00
<b>Subtotal</b>			<b>S/. 2,850.00</b>

<b>TOTAL</b>	<b>S/. 21,582.60</b>
--------------	----------------------

Figura: 43: Recursos:

Fuente: Elaboración propia

## b. GASTOS

PROYECCION DEL 2.7%, EN RELACIÓN AL PBI - SEGÚN EL DIARIO EL COMERCIO (2018)

ITEMS	AÑO: 0	AÑO: 1	AÑO: 2	AÑO: 3	AÑO: 4	AÑO: 5
<b>INVERSIÓN DE ACTIVOS TANGIBLES</b>						
<b>UTILES DE ESCRITORIO</b>						
hojas bond A4 x 500 hojas	S/ 50.00	S/. 51.35	S/. 52.74	S/. 54.16	S/. 55.62	S/. 57.12
Lapiceros 032 médium	S/ 3.00	S/. 3.08	S/. 3.16	S/. 3.25	S/. 3.34	S/. 3.43
Corrector clásico	S/ 7.50	S/. 7.70	S/. 7.91	S/. 8.12	S/. 8.34	S/. 8.57
Engrampadora	S/ 27.00					
Lápiz	S/ 6.00	S/. 6.16	S/. 6.33	S/. 6.50	S/. 6.67	S/. 6.85
Goma	S/ 10.00	S/. 10.27	S/. 10.55	S/. 10.83	S/. 11.12	S/. 11.42
Papel lustre	S/ 8.00	S/. 8.22	S/. 8.44	S/. 8.67	S/. 8.90	S/. 9.14

Vinifan	S/ 42.00	S/. 43.13	S/. 44.30	S/. 45.49	S/. 46.72	S/. 47.98
Cinta para forrar libros	S/ 18.00	S/. 18.49	S/. 18.99	S/. 19.50	S/. 20.02	S/. 20.56
Paquetes de clips caja	S/ 18.00	S/. 18.49	S/. 18.99	S/. 19.50	S/. 20.02	S/. 20.56
Sobre manila A4 50 und	S/ 16.00	S/. 16.43	S/. 16.88	S/. 17.33	S/. 17.80	S/. 18.28
Folder manila A4 23.5 X 32.5 Cm - 100 Und	S/ 70.00	S/. 71.89	S/. 73.83	S/. 75.82	S/. 77.87	S/. 79.97
Tintas para impresora EPSON sist. Continuo	S/ 140.00	S/. 143.78	S/. 147.66	S/. 151.65	S/. 155.74	S/. 159.95
Libreta de notas	S/ 72.00	S/. 73.94	S/. 75.94	S/. 77.99	S/. 80.10	S/. 82.26
Tajador	S/ 1.50	S/. 1.54	S/. 1.58	S/. 1.62	S/. 1.67	S/. 1.71
Archivadores grandes	S/ 105.00			S/. 107.84		S/. 110.75
Archivadores medianos	S/ 30.00			S/. 30.81		S/. 31.64
Perforador	S/ 19.60					
Grapas	S/ 18.00	S/. 18.49	S/. 18.99	S/. 19.50	S/. 20.02	S/. 20.56
Paquete de posit	S/ 9.00	S/. 9.24	S/. 9.49	S/. 9.75	S/. 10.01	S/. 10.28
Sobre de burbuja plástica	S/ 22.00	S/. 22.59	S/. 23.20	S/. 23.83	S/. 24.47	S/. 25.13
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>						
Impresora	S/ 619.00					
Laptop	S/ 4,000.00					
Depreciación		S/ 1,061.90	S/ 889.28	S/ 854.46	S/ 500.22	S/ 375.16
<b>EQUIPOS DE COMUNICACIÓN</b>						
Crédito para llamadas	S/ 300.00	S/. 308.10	S/. 316.42	S/. 324.96	S/. 333.74	S/. 342.75

OTROS GASTOS						
Luz	S/ 500.00	S/. 513.50	S/. 527.36	S/. 541.60	S/. 556.23	S/. 571.24
Copias	S/ 50.00	S/. 51.35	S/. 52.74	S/. 54.16	S/. 55.62	S/. 57.12
Movilidad	S/ 2,000.00	S/. 2,054.00	S/. 2,109.46	S/. 2,166.41	S/. 2,224.91	S/. 2,284.98
Asesor	S/ 500.00					
Empresa certificadora	S/ 12,921.00			S/ 12,921.00		
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>S/ 21,582.60</b>	<b>S/. 4,513.65</b>	<b>S/. 4,434.22</b>	<b>S/. 17,554.76</b>	<b>S/. 4,239.17</b>	<b>S/. 4,357.46</b>

Figura: 44: gastos

Fuente: Elaboración propia

### c. AHORRO

#### AHORROS DE LA INVESTIGACIÓN

INDICADORES	ANTES	AHORRO	DESPUES			
Optimización en la devolución del merchadising con errores	S/ 3,000.00	-S/ 2,200.00	S/ 800.00	SOLES MENSUALES		
Optimización en el uso de los servicios, por trabajar despues de las 8 horas diarias	S/ 600.00	-S/ 200.00	S/ 400.00	SOLES MENSUALES		

## AHORROS ANUALES

AHORRO PROYECTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00

Figura: 45: Ahorro

Fuente: Elaboración propia

### d. FLUJO DE CAJA

	0	1	2	3	4	5	
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE INCREMENTAL</b>							
DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5	
Ingresos		S/. 32,000.00	S/. 28,000.00	S/. 30,000.00	S/. 34,000.00	S/. 33,000.00	
Costos		S/. 4,513.65	S/. 4,434.22	S/. 17,554.76	S/. 4,239.17	S/. 4,357.46	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		S/. 27,486.35	S/. 23,565.78	12,445.24	29,760.83	28,642.54	
Gasto de Administración y Venta		<b>S/. 5,000.00</b>	<b>3,500.00</b>	<b>4,000.00</b>	<b>3,000.00</b>	<b>3,500.00</b>	

<b>UTILIDAD O PERDIDA OPERATIVA</b>		22,486.35	20,065.78	8,445.24	26,760.83	25,142.54	-
Impuesto a la Renta		6,633.47	5,919.41	2,491.35	7,894.44	7,417.05	
<b>Inversiones</b>	<b>S/. 21,582.60</b>	<b>S/. 4,513.65</b>	<b>S/. 4,434.22</b>	<b>S/. 17,554.76</b>	<b>S/. 4,239.17</b>	<b>S/. 4,357.46</b>	
Activo Fijo	S/. 7,359.80	S/. 7,359.80	S/. 7,359.80	S/. 7,359.80	S/. 7,359.80	S/. 7,359.80	
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>-21582.60</b>	<b>11,339.23</b>	<b>9,712.16</b>	<b>11,600.86</b>	<b>14,627.21</b>	<b>13,368.03</b>	<b>-</b>
		<b>11339</b>	<b>9712</b>	<b>-11601</b>	<b>14627</b>	<b>13368</b>	<b>37445.8</b>
	<b>-21583</b>	<b>11339</b>	<b>9712</b>	<b>-11601</b>	<b>14627</b>	<b>13368</b>	<b>15863.2</b>

WACC

TASA DE CRECIMIENTO CONSTANTE

5.00%

VALOR RESIDUAL (VALOR CONTINUO)

S/.

-

VALOR PRESENTE DEL VALOR RESIDUAL

VALOR PRESENTE DE LOS FLUJOS DE

CAJA

S/. 100,328.90

ok

VALOR ACTUAL NETO

S/. 15,863.17

ok

TASA INTERNA DE RETORNO

20.68%

ok



**ÍNDICE DE RENTABILIDAD**

**4.65** ok

*Figura: 46: Flujo de caja*

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

El punto de discusión está compuesto de la siguiente manera: Exposición entre variables independiente y dependiente, descripción, discusión y contraste con investigaciones que tienen relación con la variable en estudio, resultados por dimensión e identificación de características que definen a la Gestión Comercial.

Para los resultados obtenidos en la variable independiente de NORMA ISO 9001:2015, según NORMA ISO 9001:2015 es un Sistema de Gestión que se encarga de dirigir y controlar a la organización, desde una perspectiva de calidad. Esto significará disponer ciertos elementos, tales como procesos, manuales e inspecciones fusionándolo como un equipo, para producir un producto de calidad para el cliente. Asimismo, SUCAMEC (2016). El sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es la relación de elementos que interactúan y se relacionan entre sí, con el objetivo de gestionar, administrar y controlar los mecanismos involucrados para el cumplimiento de los objetivos.

La variable cuenta con las siguientes dimensiones: Enfoque al cliente, Compromiso de las personas, Enfoque a procesos, Requisitos del sistema, Responsabilidades de la dirección, Gestión de recursos, Realización del servicio y Medición, análisis y mejora

En relación a los resultados obtenidos en la variable independiente, la dimensión ENFOQUE AL CLIENTE (Satisfacción del cliente) antes de la implementación fue de 30% y posterior a la implementación de los requisitos de la NORMA ISO 9001:2015 se logró obtener 100% de satisfacción de los clientes, con una varianza

de resultados de 233%, siendo esta dimensión de mayor importancia para la empresa.

La segunda dimensión COMPROMISO DE LAS PERSONAS (Participación a las capacitaciones) antes de la implementación no se realizaban capacitaciones en base a la NORMA ISO por lo que el resultado equivale a 0%, y después de la implementación se obtuvo un aumento del 100%.

La tercera dimensión ENFOQUE A PROCESOS (Diagramación de procesos) antes de la implementación no se encontraba diagramados los procesos, después de la propuesta, se encuentra diagramado el 100% de los procesos del área comercial.

La cuarta dimensión que se encuentra compuesto por REQUISITOS DEL SISTEMA, RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN, GESTIÓN DE RECURSOS, REALIZACIÓN DEL SERVICIO Y MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA (Se enfoca en el nivel de cumplimiento de los requisitos de la norma) se evidencia que los resultados obtenidos en el PRE evaluación son de 21 puntos y después de la implementación, logró cumplir a 103 puntos, obteniendo una varianza de 3.9.

Estos resultados pueden ser contrastados con la investigación realizada por Pérez (2016) que hace referencia que el implementar la ISO 9001:2015 incrementa la flexibilidad y la capacidad de respuesta del cliente, es decir tener un enfoque del cliente. Asimismo Torres & Lavayen (2017) llega a la conclusión que para la correcta implementación es indispensable contar con el compromiso de las personas

Para los resultados obtenidos en la variable dependiente de GESTIÓN COMERCIAL, según ALDAMA, B. (2005) sostiene que, la gestión de ventas es un proceso dinámico en donde interactúan diferentes elementos que contribuyen a que la venta se realice, teniendo como premisa la satisfacción de las necesidades del cliente.

La variable cuenta con las siguientes dimensiones: Proceso de venta y Calidad de servicio.

En relación a los resultados obtenidos en la variable dependiente, la dimensión PROCESO DE VENTA que cuenta con tres indicadores (Pedidos atendidos a tiempo) antes de la implementación fue de 47% y posterior a la implementación se logró obtener 80%, con una varianza de resultados de 71%. (Índice de productividad laboral) obteniendo un pre de 2.67 y un post de 1.60. y para el indicador de Porcentaje de ventas por cliente obtuvo un resultado de 25% previo a la implementación y 50% posterior a la implementación.

La segunda dimensión CALIDAD DE SERVICIO, teniendo como indicadores: (Porcentaje de clientes activos) antes de la implementación el % de total de clientes que solicitan servicio al mes es del 50% y posterior a la implementación aumento al 75%. (Índice de quejas mensuales) la empresa obtuvo un total de quejas de 5 clientes y posterior a la implementación, el valor se redujo a 3 clientes con quejas. (Porcentaje de nuevos clientes) la empresa de 10% de clientes aumento a tener el 20% de clientes nuevos al mes.

Los resultados coinciden con la investigación de Guffanti (2016), el cual hace referencia que con la implementación del Sistema de Gestión de Calidad genera eficacia en una empresa, es decir, cumplir los objetivos con los recursos necesarios, asimismo, generar productividad en los procesos.

## 4.2 Conclusiones

El implementar la NORMA ISO 9001:2015 en los procesos comerciales influye significativamente en la gestión de ventas de LAGENCIA S.A.C, dado que ha generado ahorros mensuales en la devolución de merchandising que no se encontraba en base a los requisitos del cliente de S/. 3 000.00 y reducción en los servicios dado que antes al tener que cumplir con el pedido del cliente, se quedaban horas extras por lo que tenían que consumir mayor energía de S/. 600.00 a S/. 400.00 mensuales.

Entre los principales puntos débiles para el proceso comercial que no contaba con una respuesta inmediata para la solución ante las necesidades del cliente, los procesos no se encuentran diseñados y ello lleva como consecuencia que generen duplicidad de tareas y en algunos casos duplicidad de productos finales como el merchandising, generando mayores costos para la empresa.

Se implementó la NORMA ISO 9001:2015 en la Gestión Comercial, cumpliendo con los requisitos establecidos por la norma.

La proyecto tuvo una inversión de S/. 21,582.60, para lo cual generó un VAN de S/. 15,863.17, un TIR de 20.68% y un índice de rentabilidad de 4.65%.

### 4.3 Recomendaciones

Se recomienda que no solo implementen la norma, sino que también contraten a la empresa certificadora SGS para la obtención de la certificación en el PROCESO COMERCIAL.

Se recomienda que se realicen auditorías internas cada 4 meses previo a la auditoria con la empresa certificadora.

Es indispensable que contraten a una persona para el puesto de PLANEAMIENTO, para el control y seguimiento de la implementación.

Se recomienda realizar las actualizaciones de los documentos y registros en caso de cambios de versión.

## REFERENCIAS

Arribas, J. (2015). Análisis y valoración de la aplicación de los sistemas de gestión de la calidad según la norma ISO 9001 y su incidencia sobre las dimensiones organizativas y los resultados de los centros educativos. Tesis para obtener el grado de Maestro en Antropología social y cultural. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid.

España. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de [http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Educacion-Jaarribas/ARRIBAS\\_DIAZ\\_Jorge\\_Tesis.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Educacion-Jaarribas/ARRIBAS_DIAZ_Jorge_Tesis.pdf)

Calidad Integral (2018). ISO 9001. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de [https://www.calidadintegral.com/iso\\_9000.php](https://www.calidadintegral.com/iso_9000.php)

Conexión ESAN. (2018). ¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa?. Surco. Lima. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>

Escuela Europea de Excelencia (2016). Etapas para una correcta implementación de la norma ISO 9001. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2016/08/etapas-correcta-implementacion-de-la-norma-iso-9001/>

Guffanti, G (2016). Propuesta de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en la molina calidad total laboratorios. Tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Zootecnista. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. Perú. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2720/E20-G833-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



González, U. y Conde, J. (2017). El sistema de calidad ISO 9001:2015 como herramienta de gestión que oriente al alcance de la excelencia académica en el colegio santa maría de la providencia en el año 2016. Tesis para obtener el título en Administración. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima Perú. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2885/1/2017\\_Gonzales\\_El-sistema-de-calidad-ISO.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2885/1/2017_Gonzales_El-sistema-de-calidad-ISO.pdf)

ISO TOOLS. (2015). Origen de las normas ISO. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <https://www.isotools.org/2015/07/26/origen-normas-iso/>

La Rosa, I. (2017). Propuesta de actualización del sistema de gestión de la calidad basada en los requisitos de la norma ISO 9001: 2015 para una empresa del sector metal-mecánico caso: empresa Fagoma S.A.C. Tesis para optar el grado de Ingeniero Industrial. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Arequipa. Lima. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3420/IIIacaj.pdf?sequence=1>

Meléndez, A. (2017). Propuesta de implementación del Sistema de Gestión de Calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015. Tesis para optar el grado de Ingeniero Industrial. Pontificia Universidad Católica del Perú. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de [file:///C:/Users/KRISTINA/Videos/MELENDEZ\\_ALEXANDRA\\_GESTION\\_CALIDAD\\_PESQUERA\\_ISO\\_9001\\_2015.pdf](file:///C:/Users/KRISTINA/Videos/MELENDEZ_ALEXANDRA_GESTION_CALIDAD_PESQUERA_ISO_9001_2015.pdf)

Mogollón, M. y Huamanchumo, J. (2016). Diseño del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 para la PYME Ventijar S.A.C Tesis para obtener el grado de Ingeniero Industrial. Universidad Privada del Norte titulado. Trujillo. Perú. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de

[file:///C:/Users/KRISTINA/Videos/Magali%20Mogoll%C3%B3n%20Ju%C3%A1rez.p  
df](file:///C:/Users/KRISTINA/Videos/Magali%20Mogoll%C3%B3n%20Ju%C3%A1rez.pdf)

Nuevas Normas ISO - Escuela Europea de Excelencia (2018). ¿Cómo se encuentra formada la familia ISO 9000?. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/08/como-se-encuentra-formada-la-familia-iso-9000/>

Natividad, I. (2017). Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en la empresa ELECIN S.A. – Lima, 2017. Tesis para obtener el grado de Maestro en Administración de Negocios. Universidad Cesar Vallejo. Lima. Perú. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13876/Natividad\\_TIA.pdf?sequenc  
e=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13876/Natividad_TIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pérez, I. (2016). Implementación de ISO 9001: 2015 en un sistema de gestión de calidad certificado en ISO 9001:2008. Tesis para obtener el grado de Ingeniero Industrial. Instituto Politécnico Nacional. México. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de [https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20297/TESIS%20PEREZ.pdf?sequenc  
e=1&isAllowed=y](https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20297/TESIS%20PEREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Quara Consulting & Training (2017). 5 Pasos para obtener la Certificación ISO 9001:2015. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <http://www.quaragroup.com/es/post/5-pasos-para-obtener-la-certificacion-iso-90012015>

Real Academia Española. (S.F). Calidad. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=6nVpk8P>

Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y explosivos de uso civil. (2016). Sistema de Gestión de la Calidad (SGC). [En línea]


Recuperado el 25/11/2018 de [https://www.sucamec.gob.pe/web/index.php/organizacion-  
ini/sistema-de-gestion-de-calidad](https://www.sucamec.gob.pe/web/index.php/organizacion-<br/>ini/sistema-de-gestion-de-calidad)

Sánchez, R.; Montero, T. (2016). Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L. Tesis para obtener el grado de Administración y Dirección de empresas. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena. Colombia. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1>

Torres, A. y Lavayen, M. (2017). Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para una empresa textil de la ciudad de Guayaquil. Tesis para obtener el grado Ingeniero Industrial. Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil. Ecuador. [En línea] Recuperado el 25/11/2018 de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14220/1/UPS-GT001890.pdf>

**ANEXOS**

**ANEXO N° 1 MANUAL DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/MAN/SGC : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>MANUAL DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>		

# MANUAL DE GESTIÓN DE CALIDAD

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. OBJETIVO

El presente manual tiene como finalidad servir como una pauta sobre el diseño y estructura del Sistema de Gestión de la Calidad, incluyendo la referencia a la información documentada requerida, de acuerdo a la norma ISO 9001.

## 2. ALCANCE

El presente manual es aplicable al Sistema de Gestión de la calidad el cual ha sido implementado teniendo en cuenta los estándares de la Norma ISO 9001.

## 3. DEFINICIONES

- a) **DOCUMENTO:** Información y su medio de soporte, tal como políticas, manuales, procedimientos, formatos, registros, etc.
- b) **INFORMACIÓN DOCUMENTADA:** Información que una organización tiene que controlar y mantener, y el medio en el que está contenida.
- c) **REGISTRO:** Documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de actividades desempeñadas.
- d) **RIESGO:** Es la posibilidad de que suceda algún evento que tendrá un impacto sobre los objetivos institucionales o del proceso, Se expresa en términos de probabilidad e impacto. La tendencia más común, es la valoración del riesgo como una amenaza, en este sentido, se busca reducir, mitigar o eliminar la ocurrencia.
- e) **SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD:** Conjunto de elementos mutuamente interrelacionados o que interactúan para establecer políticas y objetivos para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.

#### 4. CONTEXTO DE LA EMPRESA

### CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN (REQUISITO 4)

#### 4.1. EMPRESA OBJETO DE ESTUDIO (REQUISITO 4.1)

##### 4.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

LAGENCIA S.A.C, cuyo nombre comercial es LA BODEGA CREATIVA es una agencia de marketing y publicidad, que ayuda a las empresas a crear valor, desarrollar, construir y mantener sus marcas creando ideas de contenido, modificando actitudes, creando experiencias de marca que dejen un recuerdo a largo plazo en cada audiencia, dando a conocer los beneficios funcionales y emotivos de la marca, obteniendo un retorno de inversión y recordamiento a las empresa.

##### 4.1.2. ORGANIGRAMA

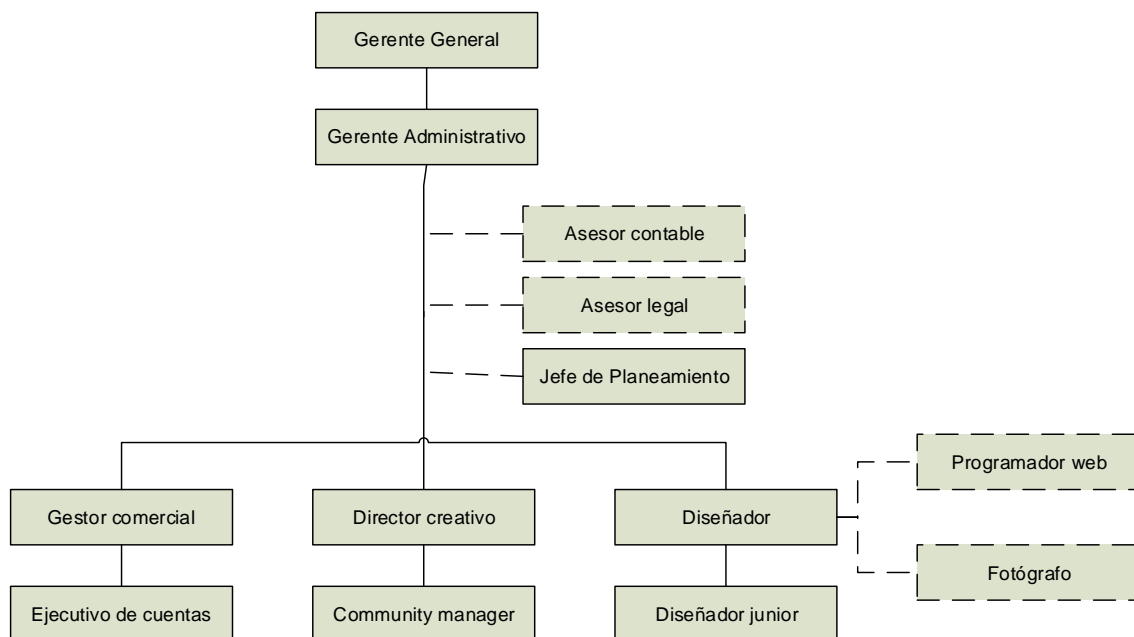


Figura: 47: organigrama

Fuente: elaboración propia

##### 4.1.3. MISIÓN

Generar estrategias efectivas e integrales de marketing y publicidad que sumen valor y logren una construcción de marca, creando experiencias y emociones; para lograr nuestro objetivo nos adecuamos a las necesidades

del cliente y de esta manera contribuimos con el desarrollo y crecimiento comercial de la empresa.

#### 4.1.4. VISIÓN

Al 2020, ser la principal agencia de marketing y publicidad en La Libertad, distinguiéndose por su creatividad, trabajo en equipo, confiabilidad, respeto, comunicación, calidad y compromiso con sus marcas.

#### 4.1.5. VALORES

- Trabajo en equipo.
- Creatividad
- Honestidad
- Calidad
- Responsabilidad social
- Confiabilidad
- Respeto
- Comunicación
- Responsabilidad

#### 4.1.6. ANÁLISIS PESTEL

MACROAMBIENTE			
FACTORES		OPORTUNIDAD	AMENAZA
<b>SOCIAL</b>	- Cambios en la tendencia de compra.	<b>X</b>	
	- Adaptarse cada vez más a las necesidades del cliente	<b>X</b>	
	- Variedad de proveedores.	<b>X</b>	
	- Operación desleal de algunos medios de comunicación y de los competidores.		<b>X</b>
	- Mayor exigencia por parte del cliente.		<b>X</b>

<b>ECONÓMICO</b>	- Crecimiento del poder adquisitivo de las personas a través de medios digitales.	<b>X</b>	
	- Migración al mundo digital para la adquisición de mayores ventas.	<b>X</b>	
	- Crecimiento de empresas.		<b>X</b>
	- Precios bajos en el mercado.		<b>X</b>
<b>POLÍTICO</b>	- Aumento de sueldo mínimo para los trabajadores.	<b>X</b>	<b>X</b>
	- Agilización de los procesos de trámites para las PYMES.	<b>X</b>	
<b>TECNOLÒGICO</b>	- Aumento de innovación tecnológica.	<b>X</b>	
	- Desarrollo de nuevas tecnologías para la optimización de procesos.	<b>X</b>	
	- Uso de medios virtuales para publicidad (Redes Sociales, Aplicaciones móviles, etc.)	<b>X</b>	
	- Crecimiento acelerado del mercado digital.	<b>X</b>	
<b>ECOLÒGICO</b>	- Ambiente de cultura ecológica en la elaboración de merchandising.	<b>X</b>	
<b>LEGAL</b>	- Normativas que regulan la realización de publicidad no engañosa.		<b>X</b>
	- Ley de amparo a pequeñas empresas.	<b>X</b>	


Figura: 48: Matriz PESTEL

Fuente: elaboración propia



#### **4.1.7. FODA**

LAGENCIA S.A.C, cuyo nombre comercial es LA BODEGA CREATIVA, realiza el FODA como herramienta de diagnóstico, que provee información y permita a la empresa mejorar su desempeño y tomar acciones para conseguir los resultados conocidos del Sistema de Gestión de Calidad a través del documento Matriz de análisis de contexto. El Jefe de Planeamiento y Control de Gestión ejecuta el seguimiento y revisión anual de los cambios en el contexto interno y externo y exhibe el documento al Gerente General durante las reuniones de revisiones para que tomen las acciones de mejora necesarias en caso los resultados no sean los deseados.

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contar con un equipo especializado en audiovisual, diseño, creatividad, estrategias y medios de comunicación.</li> <li>2. Adecuada ubicación del local.</li> <li>3. Oficinas propias.</li> <li>4. Altos conocimientos y experiencia en el rubro.</li> <li>5. Manejo de cuentas de grandes empresas a nivel nacional.</li> <li>6. Amplia red de contactos.</li> <li>7. Precios competitivos en relación a la competencia.</li> <li>8. Servicio personalizado.</li> <li>9. Buen clima laboral.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El congestionamiento de trabajo genera que se dé una deficiente atención al cliente.</li> <li>2. No cuenta con procesos diseñados.</li> <li>3. Diferencias ideológicas y culturales.</li> <li>4. No cuenta con un sistema Integrado de Gestión</li> <li>5. No cuenta con zonas de seguridad ni señalizaciones.</li> <li>6. No cuenta con un plan de seguridad y salud en el trabajo.</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>MAXI MAXI</b>	<b>MINI MAXI</b>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento de innovación tecnológica.</li> <li>2. Expansión de áreas de trabajo, con buen ambiente laboral.</li> <li>3. Crecimiento acelerado del mercado digital.</li> <li>4. Variedad de proveedores.</li> <li>5. Adaptarse cada vez más a las necesidades del cliente.</li> <li>6. Aumento de clientes en el mercado que requieran realizar publicidad a sus empresas.</li> <li>7. Realización de alianzas estratégicas.</li> <li>8. Desarrollo de nuevas tecnologías para la optimización de procesos.</li> <li>9. Uso de medios virtuales para publicidad (Redes Sociales, Aplicaciones móviles, etc.)</li> <li>10. Crecimiento del poder adquisitivo de las personas a través de medios digitales.</li> <li>11. Ley de amparo a pequeñas empresas.</li> </ol>	<p>O5, O6, F1, F10. Gestionar programas de motivación al personal, para mantener y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>O6, O7, F1, F2. Realizar alianzas estratégicas con empresas para la prestación de servicios.</p> <p>O7, F3. Estructurar la planeación y direccionamiento estratégico.</p>	<p>D1, O2, O7. Gestionar planes de marketing digital, usando social media, el cual permitirá llegar a nuestro público objetivo.</p> <p>D2, O5. Gestionar el plan y programa de capacitaciones a todos los trabajadores de la empresa.</p>
--	--	---

<p>12. Agilización de los procesos de trámites para las PYMES.</p> <p>13. Ambiente de cultura ecológica en la elaboración de merchandising</p>		
<p><b>AMENAZAS</b></p>	<p><b>MAXI MINI</b></p>	<p><b>MINI MINI</b></p>
<p>1. Crecimiento de empresas.</p> <p>2. Precios bajos en el mercado.</p> <p>3. Operación desleal de algunos medios de comunicación y de los competidores.</p> <p>4. Mayor exigencia por parte del cliente.</p> <p>5. Aumento de sueldo mínimo para los trabajadores</p> <p>6. Normativas que regulan la realización de publicidad no engañosa.</p>	<p>A1,A6, F1, F10. Brindar un servicio de calidad, de acorde a las necesidades del cliente, y tener como prioridad la satisfacción del mismo.</p>	<p>A4, D5, D6. Desarrollar el reglamento de seguridad y salud en el trabajo y la Matriz IPER. Asimismo, Implementar la señalización, planes y programas de seguridad y salud en el trabajo.</p> <p>A4, D2, D4. Implementar el sistema de gestión de calidad 9001:2015.</p>

Figura: 49: FODA

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.8. OBJETIVOS

PERSPECTIVA	PREGUNTA CLAVE	OBJETIVOS ESTRATEGICOS
Financiero	¿Qué objetivos financieros debemos lograr para ser exitosos?	Crecimiento de la rentabilidad
Clientes	¿Qué necesidades de los clientes debemos atender para tener éxito?	Aumentar el nivel de satisfacción de los clientes
		Aumento de clientes nuevos
		Aumentar el porcentaje de clientes fidelizados
Procesos Internos	¿En qué procesos debemos ser excelentes?	Incrementar el porcentaje de capacitaciones a trabajadores
		Disminuir el número de reprocesos
		Incrementar la eficacia en relación con el cumplimiento
Aprendizaje	¿Cómo debe nuestra organización aprender e innovar para alcanzar sus objetivos?	Incrementar el nivel de satisfacción de los trabajadores.

Figura: 50: BSC

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.9. MAPA ESTRATÉGICO.

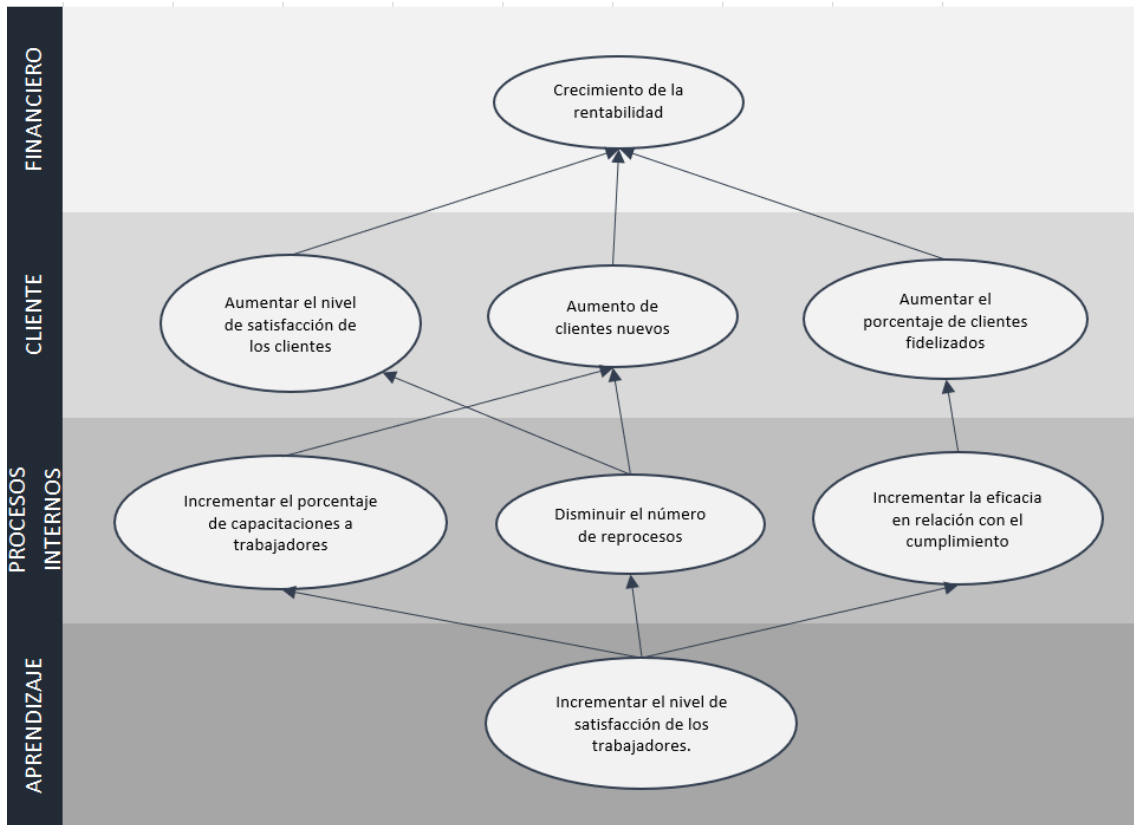


Figura: 51 Mapa estratégico

Fuente: Elaboración propia

**4.2.MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PARTES INTERESADAS, SUS  
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS. (REQUISITO 4.2)**

LAGENCIA S.A.C. ha reconocido a sus grupos de interés, conteniendo las necesidades y expectativas, y los ha registrado en la Matriz de identificación de grupos de Interés. Consecutivamente, ha elaborado la Matriz de requisitos.



figura: 52: Grupos de interés

Fuente: Elaboración propia

STAKEHOLDERS	NECESIDADES	EXPECTATIVAS DEL STAKEHOLDERS	INTERÉS DE LA EMPRESA
ACCIONISTAS	Derechos de accionista Revelación de información Remuneración de los ejecutivos	Rentabilidad suficiente	Confianza
EMPLEADOS	No discriminación Salud y seguridad Medidas disciplinarias Capacitación	Empleo seguro Remuneración adecuada Participación colectiva Seguridad en el trabajo	Buena prestación laboral Motivación
PROVEEDORES	Comercio justo Garantías de compras Compromiso a largo plazo	Relación a largo plazo Pago puntual Exigencia de calidad	Calidad Precios bajos Abastecimiento oportuno
CLIENTES	Privacidad del consumidor Servicios seguros y confiables	Calidad Precios bajos Buen servicio	Buena imagen de la empresa Buen servicio Ganancias
GOBIERNO	Contribuciones	Impuestos	Condiciones ventajosas Impuestos bajos

Figura: 53: Expectativas del grupo de interés

Fuente: Elaboración propia



### **4.3. ALCANCE DEL SGC (REQUISITO 4.3)**

Al definir el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad se tuvo en cuenta lo siguiente:

- 1) Los factores internos y externos, los cuales demuestran la necesidad de conservar excelentes niveles de gestión a todo nivel, para hacer frente a todas las oportunidades y amenazas externas, así como, fortalezas y debilidades internas.
- 2) Los requisitos de las partes interesadas, los cuales abarcan las actividades operativas y de apoyo.
- 3) El servicio ofertado.

Dado que los puntos anteriores, tienen un efecto directo en el desempeño de la empresa, LAGENCIA S.A.C. ha decidido efectuar su Sistema de Gestión de la Calidad abarcando los procesos comerciales en su sede principal, tal como se describe en los siguientes puntos.

“El Sistema de Gestión de Calidad aplica a los procesos comerciales de la empresa LAGENCIA S.A.C. brindado en la sede de Jr. Ayacucho Nro. 268 Dpto. 401”.

**4.4.MAPA DE PROCESOS, CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO PRINCIPAL, LA FICHA DE INDICADOR DE DICHO PROCESO (REQUISITO 4.4)**

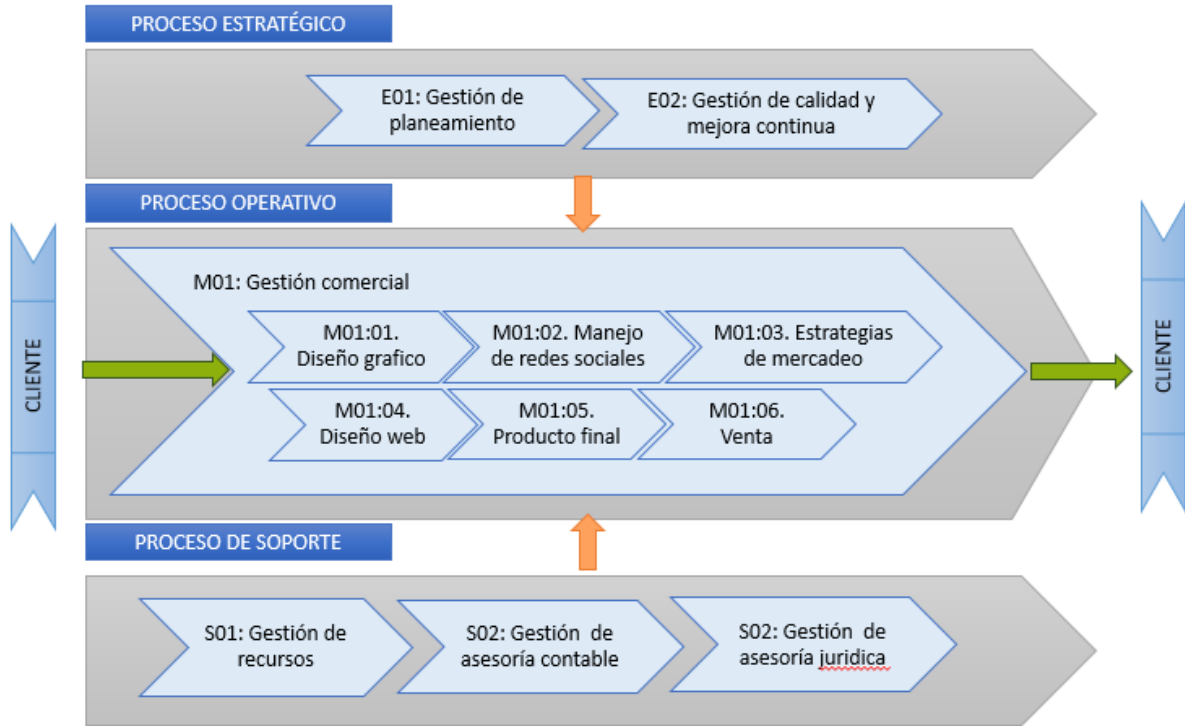


Figura: 54: Mapa de procesos

Fuente: Elaboración propia

**I. DESCRIPCIONES DE LOS PROCESOS COMERCIALES**

**B. M01.01. DISEÑO GRÁFICO**

**a. Ficha del procesos**

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	<b>DISEÑO GRÁFICO</b>		
<b>2. RESPONSABLE</b>	Diseñador gráfico		
<b>3. OBJETIVOS</b>	Desarrollar diseños gráficos en base a las necesidades y expectativas del cliente, teniendo como principio la creatividad y la originalidad.		
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>
	Brief	Cliente	Diaria
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>

	Diseño gráfico de una marca	Cliente	Diaria			
	Diseño gráfico de tarjetas de presentación					
	Diseño gráfico de papelería					
	Diseño gráfico de brochure					
	Diseño gráfico de volantes					
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Diseñador gráfico Equipo creativo					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>	<b>Resultado</b>		
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de clientes que aceptan el servicio	$\frac{\text{Total de clientes que aceptan el servicio}}{\text{Total de citas planificadas}} \times 100$	# de clientes	>50	Entre 30 y 50	<30	$\frac{4}{8} \times 100$ = 50%
El 50% de los clientes con citas planificadas aceptan el servicio.						
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	Ninguno					

Figura: 55: ficha de proceso - Diseño grafico

Fuente: Elaboración propia

**b. Diagrama**

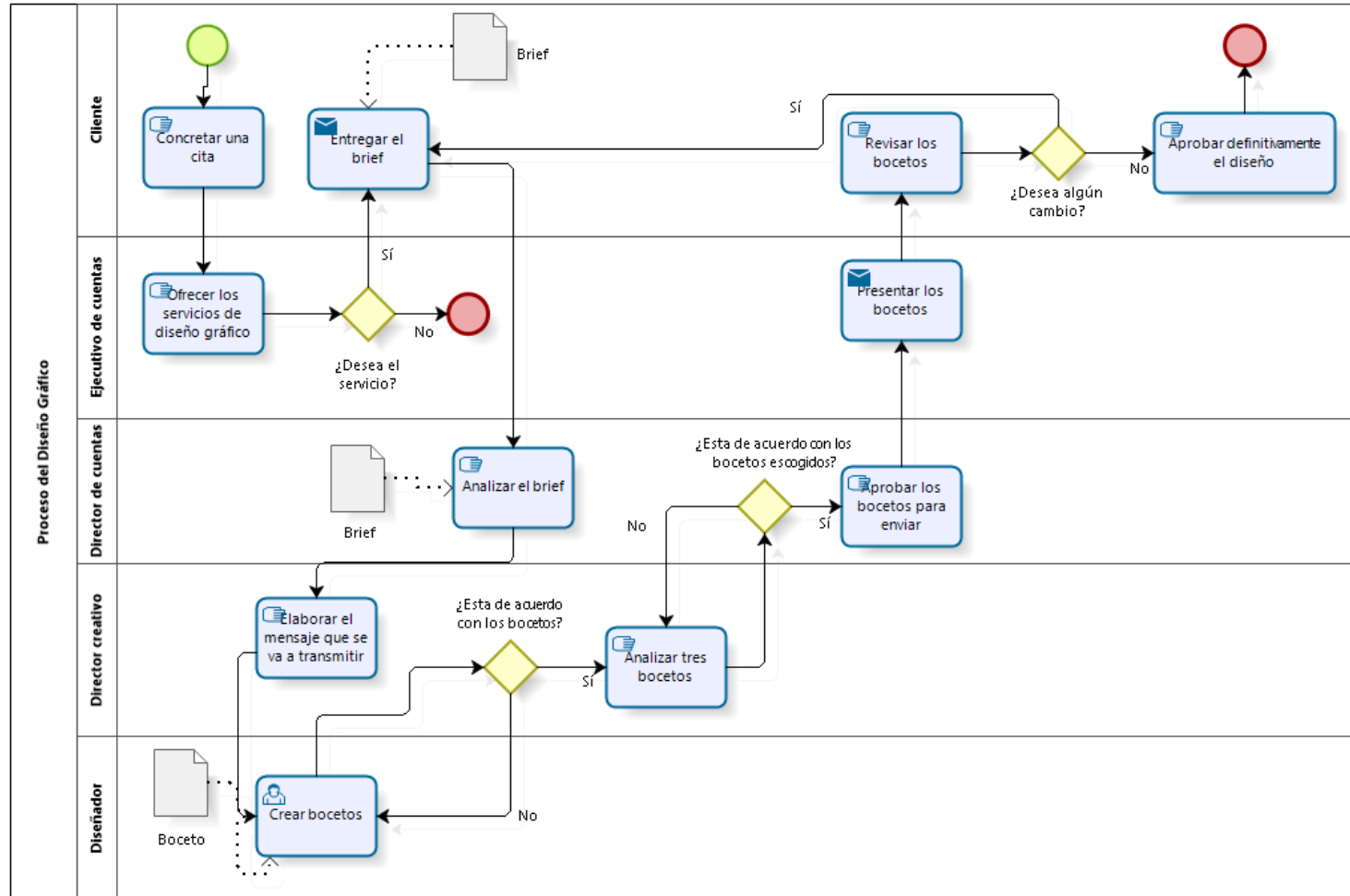


Figura: 56: Proceso diseño gráfico

Fuente: Elaboración propia

## C. M01.02. MANEJO DE REDES SOCIALES

### c. Ficha del procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	MANEJO DE REDES SOCIALES					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Community manager					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Gestionar y desarrollar una comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital.					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Brief	Ejecutivo de cuentas	Diaria			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Plan de estrategia de marca	Cliente	Diaria			
	Plan de estrategia de comunicación		Diaria			
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Community manager Ejecutivo de cuentas					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>			<b>Resultado</b>
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de planes de marca realizadas	$\frac{\text{Total de planes de marca realizados}}{\text{Total de Planes de estrategias de marca planificados}} \times 100$	# de planes de marca	>75	Entre 50 y 75	<50	$= \frac{2}{5} \times 100$ $= 40\%$
El 40% de los planes de estrategias de marca han sido realizados.						
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	Sub proceso canal de comunicación Sub proceso crear estrategia de marca Sub proceso crear estrategia de comunicación					

Figura: 57: Ficha de proceso - Manejo de redes sociales

Fuente: Elaboración propia

**d. Diagrama**

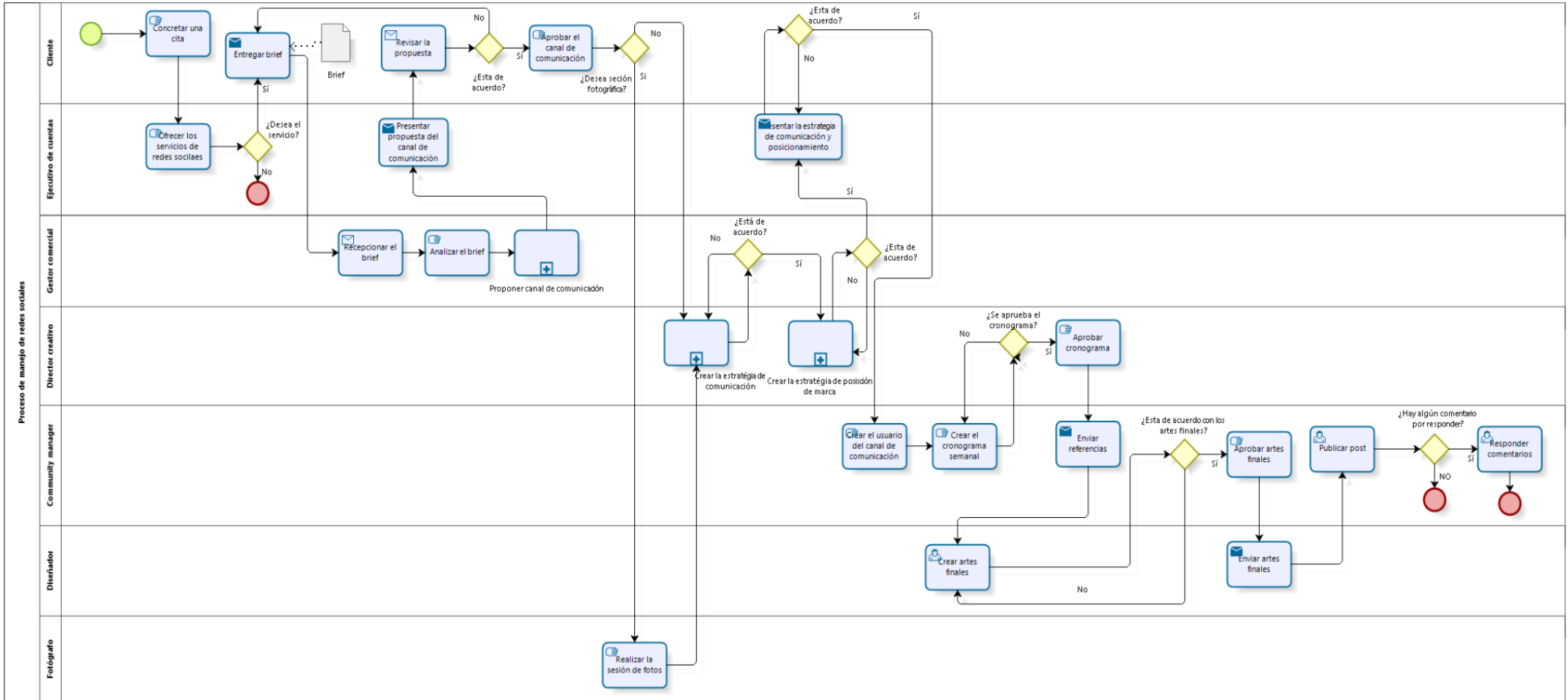


Figura: 58: Manejo de redes sociales

Fuente: Elaboración propia

## D. M01.02.01. SUB PROCESO CANAL DE COMUNICACIÓN

### e. Ficha del procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	SUB PROCESO CANAL DE COMUNICACIÓN					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Director de Cuentas					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Gestionar y desarrollar estrategias de marketing a través de los diferentes canales de comunicación					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Brief	Cliente	Frecuentemente			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Propuesta de prensa escrita	Ejecutivo de cuentas	Frecuentemente			
	Propuesta de marketing a través de medios digitales					
	Propuesta de prensa radial					
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Community manager Ejecutivo de cuentas					
<b>7. INDICADORES</b>						
Indicador	Formula	Unidad	Meta			Resultado
			Bien	Regular	Mal	
Porcentaje de clientes que usan prensa escrita	$\frac{\text{Total de clientes que usan prensa escrita}}{\text{Total de clientes}} \times 100$	# clientes	>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{3}{20} \times 100$ $= 15\%$
Porcentaje de clientes que usan canal digital	$\frac{\text{Total de clientes que usan canal digital}}{\text{Total de clientes}} \times 100$		>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{10}{20} \times 100$ $= 50\%$
Porcentaje de clientes que usan prensa radial	$\frac{\text{Total de clientes que usan prensa radial}}{\text{Total de clientes}} \times 100$		>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{2}{20} \times 100$ $= 10\%$
Porcentaje de clientes que usan canal masivo	$\frac{\text{Total de clientes que usan canal masivo}}{\text{Total de clientes}} \times 100$		>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{5}{20} \times 100$ $= 25\%$

<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	No tiene sub proceso
-----------------------------------	----------------------

Figura: 59: Ficha de proceso – Canal de comunicación

Fuente: Elaboración propia

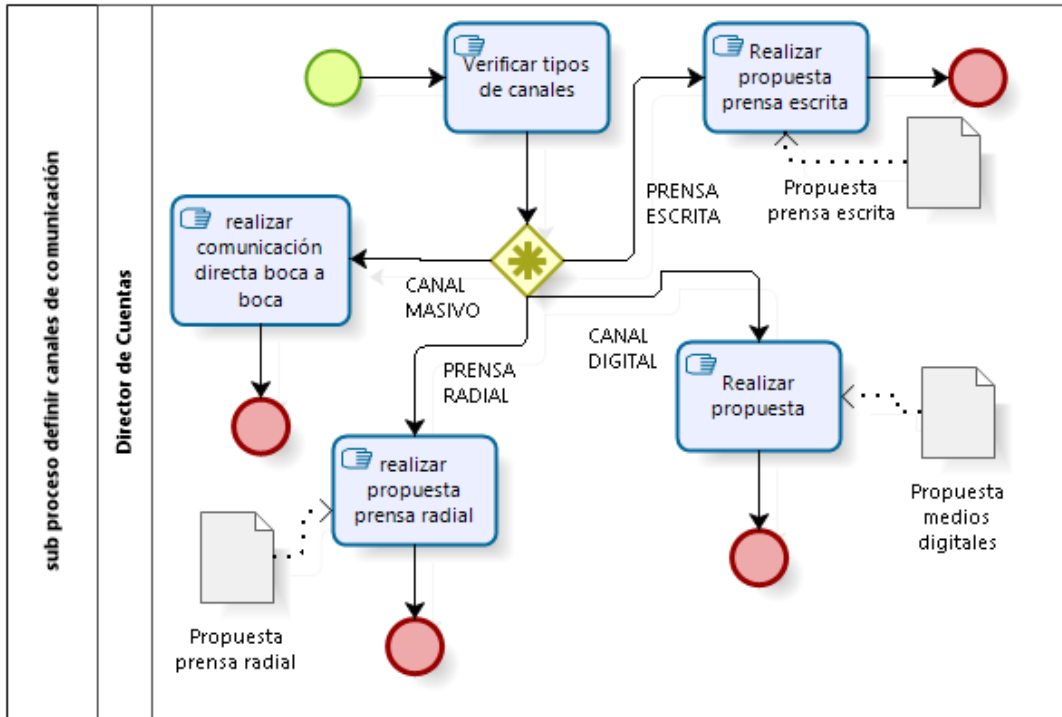


Figura: 60: Canal de comunicación

Fuente: Elaboración propia



## E. M01.02.02. SUB PROCESO CREAR ESTRATEGIA DE MARCA

### f. Ficha del procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	SUB PROCESO CREAR ESTRATEGIA DE MARCA					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Director Creativo					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Gestionar y desarrollar una estrategia para la posición de marcasx					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Fotos	Fotografo	Frecuentemente			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Plan de posicionamiento de marca	Cliente	Frecuentemente			
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Fotógrafo Cámara					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>			<b>Resultado</b>
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de ejecución del plan	$\frac{\text{Tiempo ejecutado del plan}}{\text{Tiempo planificado de la ejecución del plan}} \times 100$	# de planes	>75	Entre 50 y 75	<50	$= \frac{3}{20} \times 100$ $= 15\%$
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	No tiene sub proceso					

Figura: 61: Ficha de proceso – Crear estrategia de marca

Fuente: Elaboración propia

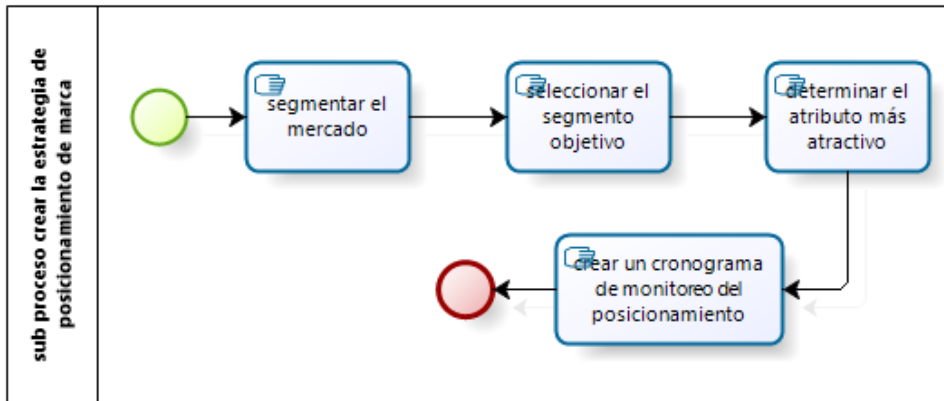


Figura: 62: Crear estrategia de marca

Fuente: Elaboración propia

**F. M01.02.03. SUB PROCESO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

**g. Ficha del procesos**

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	<b>SUB PROCESO CREAR ESTRATEGIA DE COMUNICACION</b>		
<b>2. RESPONSABLE</b>	Director Creativo		
<b>3. OBJETIVOS</b>	Gestionar y desarrollar una estrategia de comunicación.		
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>
	Fotos	Fotógrafo	Frecuentemente
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>
	Plan de estrategia de comunicación	Cliente	Frecuentemente
	Marco estratégico		
	Situación actual		
	Objetivos		
	Público objetivo		
	Lenguaje de comunicación		

<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Fotógrafo Cámara					
<b>7. INDICADORES</b>						
Indicador	Formula	Unidad	Meta			Resultado
			Bien	Regular	Mal	
Porcentaje de ejecución del proceso	$\frac{\text{Tiempo real de ejecución del proceso}}{\text{Tiempo planificado del proceso}} \times 100$	tiempo	<50	Entre 50 y 75	>75	$\frac{3 \text{ horas}}{2 \text{ horas}} \times 100 = 150\%$
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>						
No tiene sub proceso						

Figura: 63: Ficha de proceso –Estrategia de comunicación

Fuente: Elaboración propia

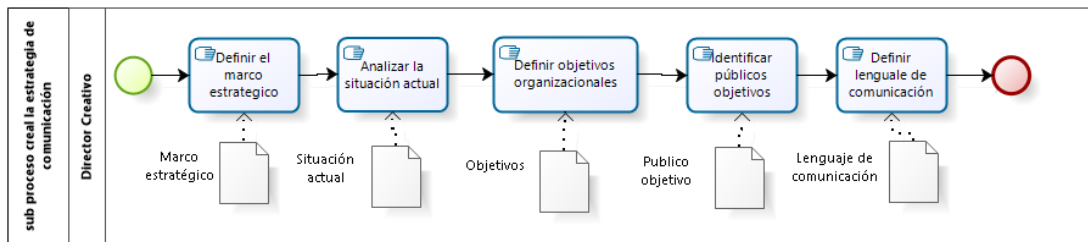


Figura: 64: estrategia de comunicación

Fuente: Elaboración propia

## G. M01.03. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

### h. Ficha del procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	ESTRATEGIA DE MERCADEO					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Ejecutivo de cuentas					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Promover y comercializar los medios de comunicación de la organización					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Book comercial	La agencia	Frecuentemente			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Spot publicitario	Cliente	Frecuentemente			
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Ejecutivo de cuentas Gerente Administrativo					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>			<b>Resultado</b>
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de spots realizados	$\frac{\text{Total de spot realizados}}{\text{Total de spot planificados}} \times 100$	# de spots	>75	Entre 50 y 75	<50	$= \frac{10}{15} \times 100$ $= 66\%$
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	Sub proceso definir canales de comunicación					
	Sub proceso estructurar la propuesta					

Figura: 65: Ficha de proceso - Estrategia de mercadeo

Fuente: Elaboración propia

**i. Diagrama**

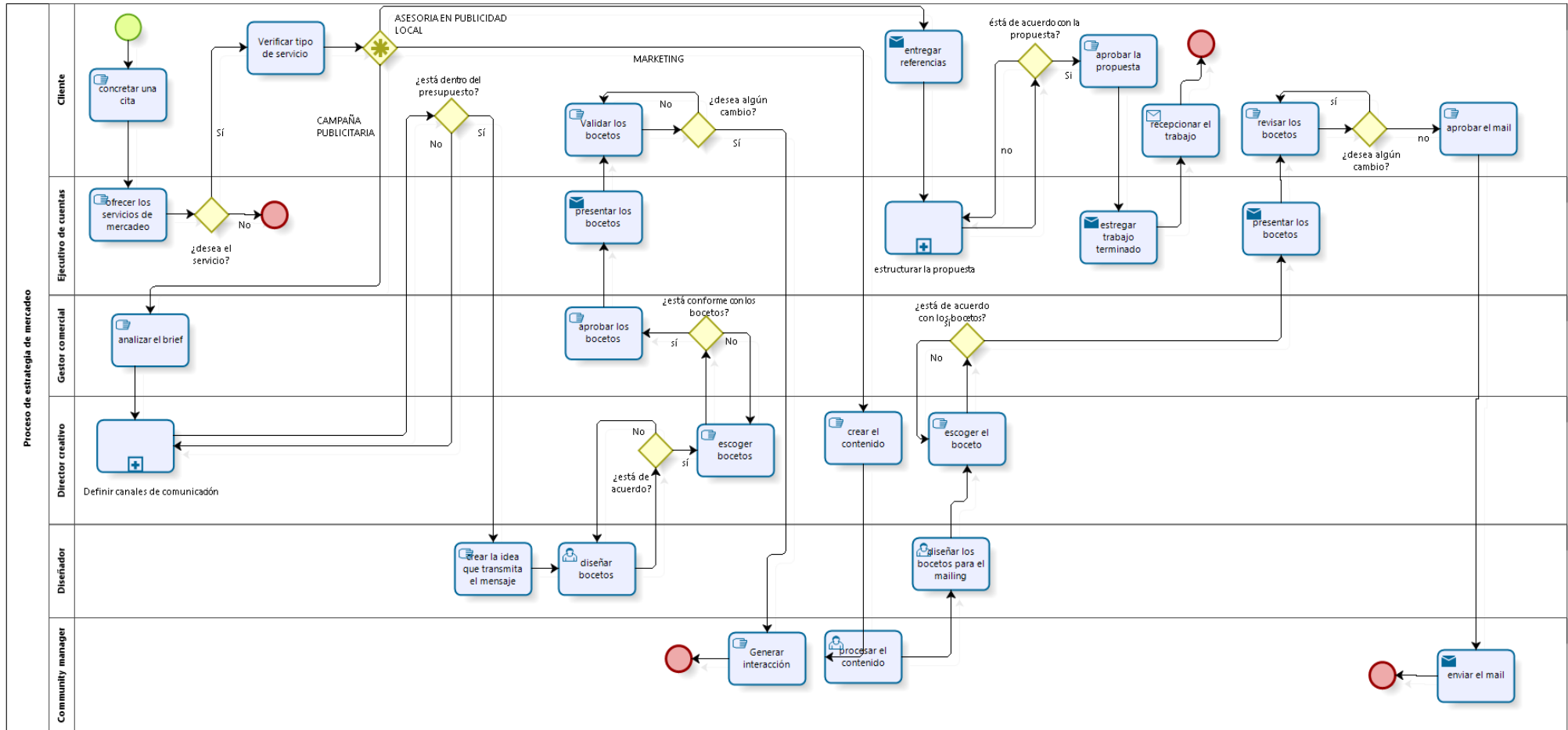


Figura: 66: Estrategia de mercadeo

Fuente: Elaboración propia

## H. M01.03.01. SUB PROCESO DEFINIR CANALES DE COMUNICACIÓN

### j. Ficha del procesos

1. NOMBRE DEL PROCESO	SUB PROCESO CANAL DE COMUNICACIÓN					
2. RESPONSABLE	Director de Cuentas					
3. OBJETIVOS	Gestionar y desarrollar estrategias de marketing a través de los diferentes canales de comunicación					
4. INSUMOS	INSUMOS	PROVEEDOR	FRECUENCIA			
	Brief	Cliente	Frecuentemente			
5. SALIDAS	SALIDA	CLIENTE	FRECUENCIA			
	Propuesta de prensa escrita	Ejecutivo de cuentas	Frecuentemente			
	Propuesta de marketing a través de medios digitales					
	Propuesta de prensa radial					
6. PERSONAL Y RECURSOS	Community manager Ejecutivo de cuentas					
7. INDICADORES						
Indicador	Formula	Unidad	Meta			Resultado
			Bien	Regular	Mal	
Porcentaje de clientes que usan prensa escrita	$\frac{\text{Total de clientes que usan prensa escrita}}{\text{Total de clientes}} \times 100$	# clientes	>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{3}{20} \times 100$ $= 15\%$
Porcentaje de clientes que usan canal digital	$\frac{\text{Total de clientes que usan canal digital}}{\text{Total de clientes}} \times 100$		>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{10}{20} \times 100$ $= 50\%$
Porcentaje de clientes que usan prensa radial	$\frac{\text{Total de clientes que usan prensa radial}}{\text{Total de clientes}} \times 100$		>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{2}{20} \times 100$ $= 10\%$
Porcentaje de clientes que usan canal masivo	$\frac{\text{Total de clientes que usan canal masivo}}{\text{Total de clientes}} \times 100$		>10	Entre 0 y 10	<0	$= \frac{5}{20} \times 100$ $= 25\%$

<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	No tiene sub proceso
-----------------------------------	----------------------

Figura: 67: Ficha de proceso – Definir canales de comunicación

Fuente: Elaboración

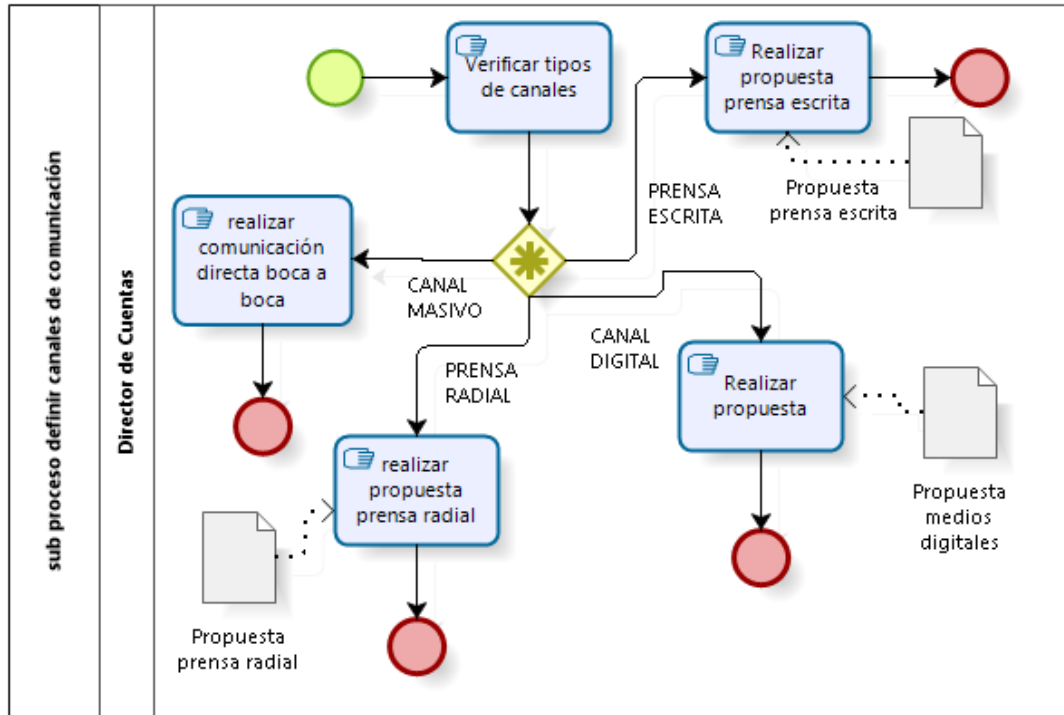


Figura: 68: Definir canales de comunicación

Fuente: Elaboración propia

## I. M01.03.02. SUB PROCESO ESTRUCTURAR LA PROPUESTA

### k. Ficha del procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	SUB PROCESO ESTRUCTURAR LA PROPUESTA					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Ejecutivo de cuentas					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Gestionar los requerimientos para la elaboración de una APP					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Hoja de Referencias	Ejecutivo de cuentas	Frecuentemente			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Contrato con programador de APP	Cliente	Frecuentemente			
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Programador de APP					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>			<b>Resultado</b>
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de apps terminadas	$\frac{\text{Total de apps terminadas}}{\text{Total de apps a desarrollar}} \times 100$	# apps	>75	Entre 50 y 75	<50	$= \frac{2}{4} \times 100$ $= 50\%$
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	No tiene subproceso					

Figura: 69: Ficha de proceso – Estructurar la propuesta

Fuente: Elaboración propia



**a. Diagrama**

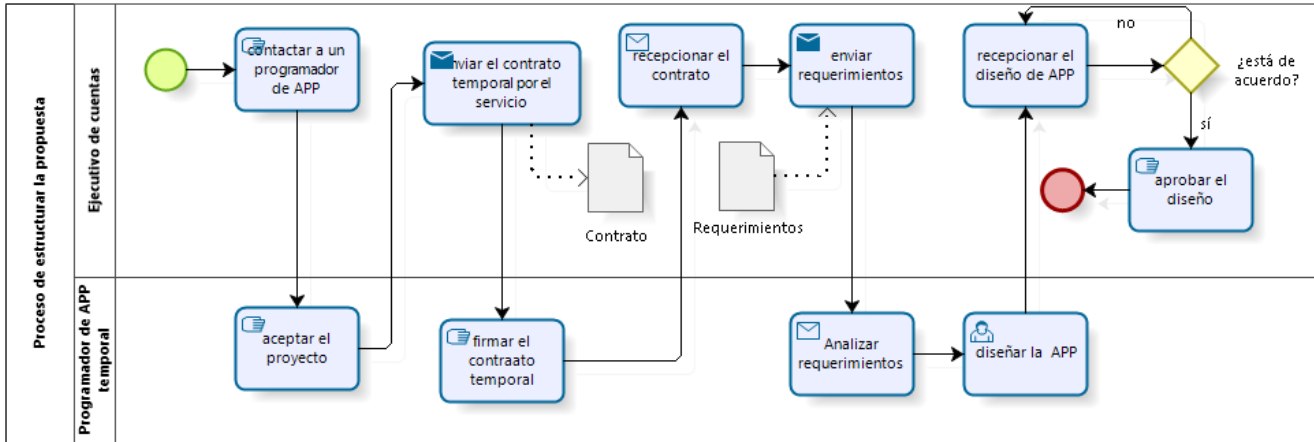


Figura: 70: Estructurar la propuesta

Fuente: Elaboración propia

## J. M01.04. DISEÑO WEB

### b. Ficha del procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	DISEÑO WEB					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Director creativo					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Planificación, diseño, implementación y mantenimiento de sitios web					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Brief Referencias	Ejecutivo de cuentas	Frecuentemente			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Página web	Cliente	Frecuentemente			
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Director creativo Community manager Diseñador					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>			<b>Resultado</b>
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de ejecución del proceso	$\frac{\text{Tiempo de ejecución del proceso}}{\text{Tiempo planificado del proceso}} \times 100$	Tiempo	<50	Entre 50 y 75	>75	$= \frac{2 \text{ horas}}{1 \text{ hora}} \times 100$ $= 200\%$
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	Sub proceso de estructurar la propuesta web					

Figura: 71: Ficha de proceso - Diseño web

Fuente: Elaboración propia

**c. Diagrama**

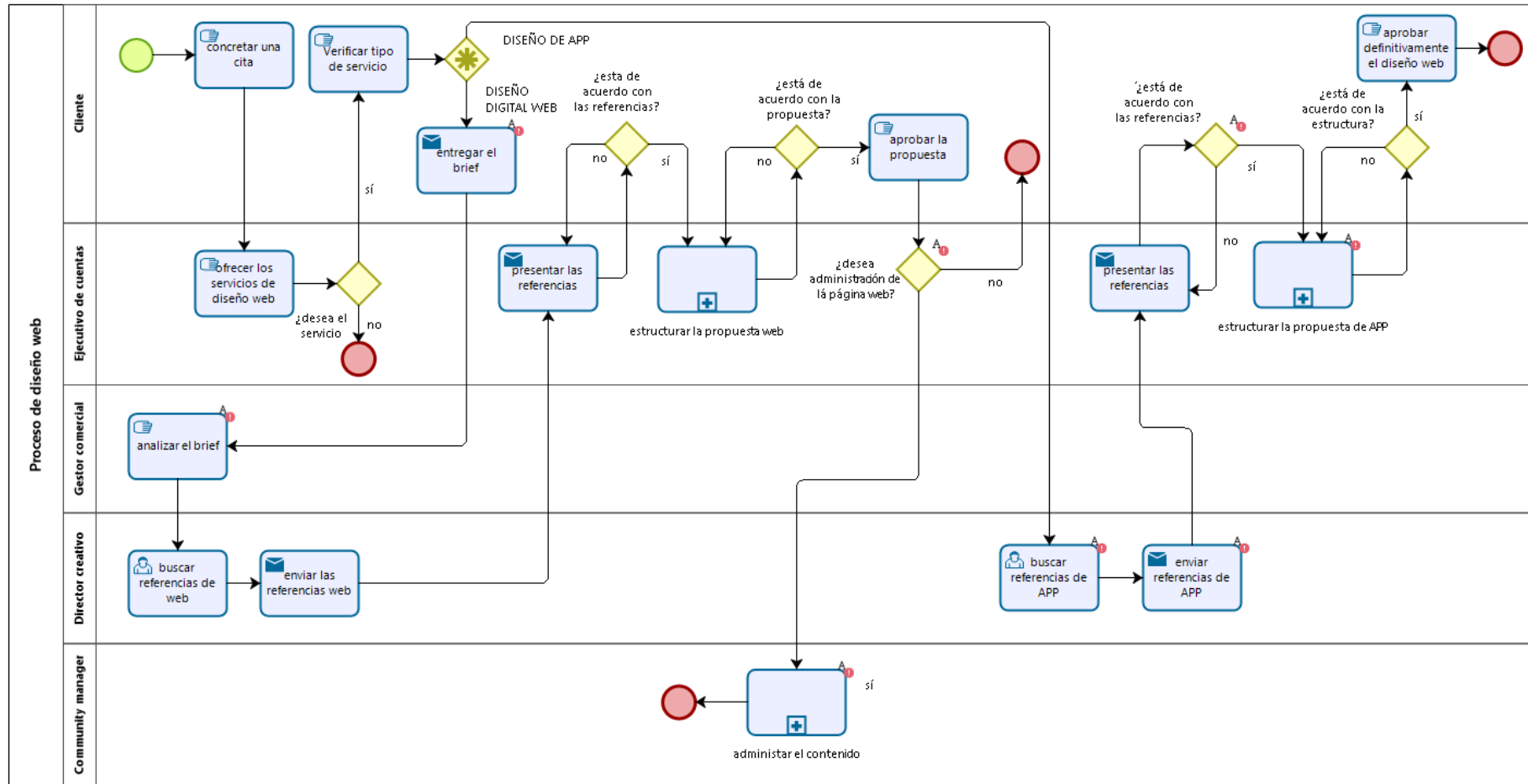


Figura: 72: Diseño web

Fuente: Elaboración propia

## K. M01.05. PRODUCTO FINAL

### d. Ficha del procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	PRODUCTO FINAL					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Ejecutivo de cuentas					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Establecer conexiones o nuevos desarrollos para un producto o una marca.					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Brief	Cliente	Frecuentemente			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Propuesta de viniles Propuesta de merchandising	Cliente	Frecuentemente			
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Proveedor					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>			<b>Resultado</b>
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de ejecución del proceso	$\frac{\text{Tiempo de ejecución del proceso}}{\text{Tiempo planificado del proceso}} \times 100$	Tiempo	<50	Entre 50 y 75	>75	$= \frac{2 \text{ horas}}{3 \text{ horas}} \times 100$ $= 66\%$
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	Sub proceso de ejecutar propuesta de Viniles Sub proceso de ejecutar propuesta de merchandising					

Figura: 73: Ficha de proceso - Producto final

Fuente: Elaboración propia

**e. Diagrama**

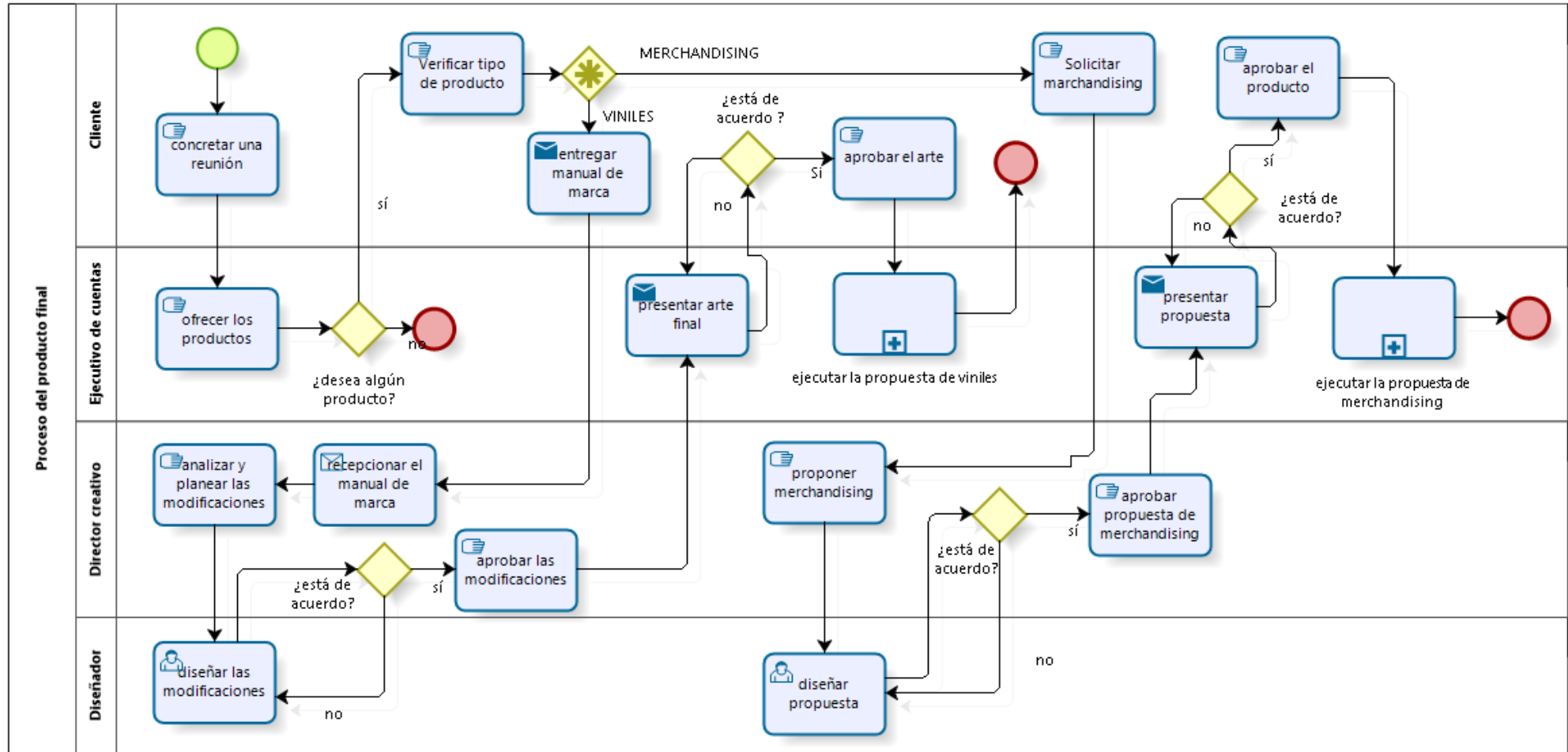


Figura: 74: Producto final

Fuente: Elaboración propia

**L. M01.06. VENTA**

**f. Ficha del procesos**

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	VENTA					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Gestor comercial					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final se lleva a cabo.					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Book de la agencia	Gerente administrativo	Frecuentemente			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Plan de marketing	Cliente	Frecuentemente			
	Contrato					
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Ejecutivo de cuentas Gestor comercial					
<b>9. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>	<b>Resultado</b>		
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de clientes nuevos	$\frac{\text{Total de clientes nuevos al mes}}{\text{Total de clientes}} \times 100$	# de clientes	>20	Entre 5 y 20	<5	$= \frac{3}{20} \times 100$ $= 15\%$

Figura: 75: ficha de proceso – Venta

Fuente: Elaboración propia

**g. Diagrama**

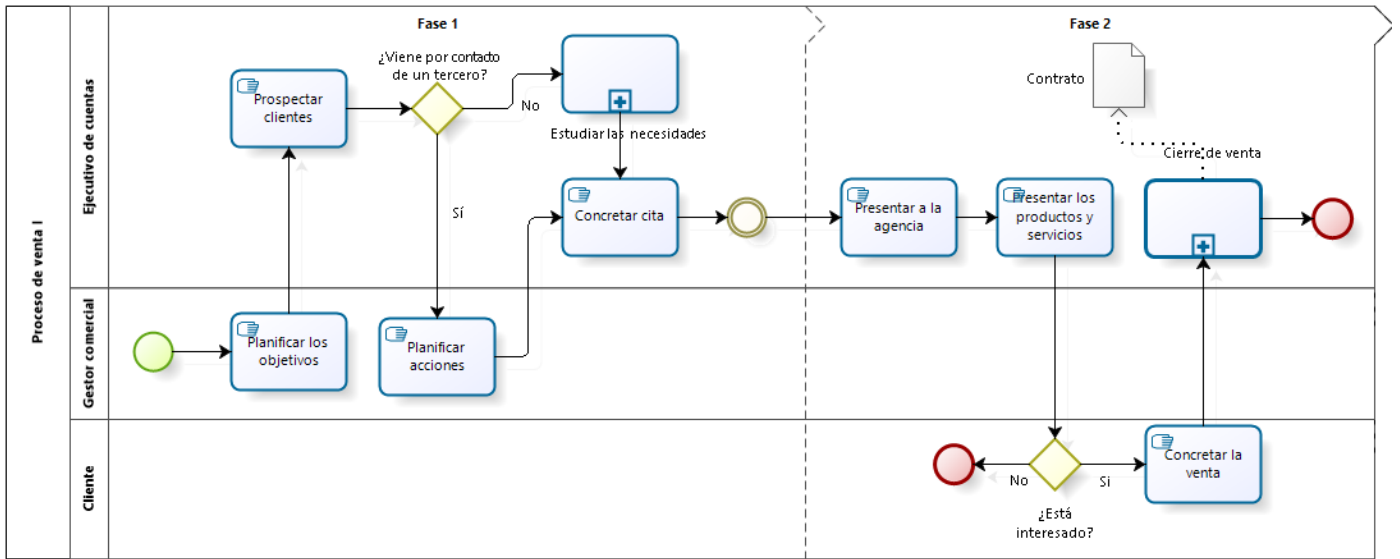


Figura: 76: Venta I

Fuente: Elaboración propia

## 5. LIDERAZGO

### LIDERAZGO (REQUISITO 5)

#### 5.1.LIDERAZGO Y COMPROMISO (REQUISITO 5.1)

La gerencia se involucra debidamente, demuestra su compromiso por brindarle a sus clientes servicios de calidad, se observa una orientación a enfocarse en todos los procesos relacionados y todo lo que se podría mejorar en cada uno de ellos; el gerente visita , apoya, provee los recursos necesarios (según las exigencias) y mantiene el enfoque en el cliente, asimismo, se ha comprometido debidamente con el enfoque a procesos y a los riesgos.

#### 5.2.POLÍTICA DEL SGC (REQUISITO 5.2)

La alta dirección de LAGENCIA S.A.C, rubro de publicidad. ha establecido, revisa, mantiene y comunica su Política de Calidad, la cual se muestra a continuación.

La **política de calidad** muestra el **compromiso** de la Gerencia por mantener la calidad del servicio, dado que su sistema de calidad se encuentra orientado a los requisitos del cliente y a la mejora continua, a diferencia de los objetivos que es lo que desea lograr mediante el **compromiso** de los involucrados.

Asimismo, la política será comunicado a cada trabajador al ingresar a laborar en la empresa mediante correo electrónico, así como, en las charlas o capacitación con la finalidad de generar sostenibilidad de la calidad.



### **POLITICA DE CALIDAD**

- Ofrecer el servicio de publicidad de manera confiable y eficiente, buscando la satisfacción de nuestros grupos de interés.
- Prevenir en todas las acciones necesarias para mitigar los incidentes que afecten a la calidad del servicio al cliente.
- Utilizar racionalmente los recursos brindados especialmente para cada proceso establecido.
- Cumplir con la normatividad legal vigente y otros requisitos voluntariamente aceptados.
- Garantizar el resguardo y confidencialidad de las necesidades y expectativas de los clientes.
- Promover el uso de sistemas de gestión de calidad.
- Mejorar continuamente los procesos internos, sobre la base del fortalecimiento de las competencias de los colaboradores.
- Promover auditorias internas con la finalidad de realizar la mejora continua de los procesos.

*Figura: 77: Política de calidad*

Fuente: Elaboración propia

### **5.3.ROLES Y RESPONSABILIDADES (REQUISITO 5.3)**

LAGENCIA S.A.C determina las competencias de sus trabajadores mediante la descripción del perfil de puestos de cada cargo, la cual se encuentra descrito en el Manual de organización y funciones (MOF) (Ver anexo N° 1)

## 6. PLANIFICACIÓN

### PLANIFICACIÓN (REQUISITO 6)

#### 6.1.MATRIZ DE RIESGOS APLICADOS AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD. (REQUISITO 6.1)

Los riesgos de gestión que podrían afectar el Sistema de Gestión de la Calidad u otras actividades de LAGENCIA S.A.C. son identificados, analizados, evaluados y controlados de acuerdo al procedimiento de Administración de Riesgos de Gestión.

Por otro lado, las oportunidades son identificadas y tratadas al momento de realizar la planificación estratégica. Comprensión de la empresa y su contexto, y mediante los mecanismos establecidos en el procedimiento de Administración de riesgos y oportunidades.

Modo/s potencial/es de fallo	Efecto/s potencial/es del fallo	Gravedad	Causa(s) potencial(es) del fallo(s)	Ocurrencia	Verificación(es) y/o control(es) actual(es)	Detección	NPR	Acción(es) recomendada(s)	Área(s) / persona(s) responsable(s) y fecha de realización
Gestionar labores administrativas - Atención e interacción con clientes, proveedores.	Insatisfacción del cliente.	9	Insatisfacción del trabajador. Falta de recursos para brindar el servicio conforme.	3	Ninguno	10	270	Promover hábitos saludables, actividades de recreación Establecer ficha de procesos para identificar los recursos.	Jefe de Planeamiento
Gestionar los procesos comerciales de la empresa.	No registrar la cita acordada con el cliente.	9	Insatisfacción del cliente	2	Ninguno	10	180	Establecer un asistente que lleve el control de las citas con los clientes.	Gerente Administrativo
	No analizar el Brief del cliente	10	Perdida del servicio	2	Ninguno	10	200	Tener un registro de citas.	Gerente Administrativo
	No establecer el cronograma semanal de las estrategias de comunicación	9	Insatisfacción del cliente	2	Ninguno	10	180	Establecer tiempos para el análisis del brief.	Gerente Administrativo
	No revisar previamente las artes finales	10	Perdida del servicio	2	Ninguno	10	200	Enviar avances al cliente para la aprobación del producto.	Gerente Administrativo
	No establecer las funciones de cada trabajador	1	Perdida de horas laboradas	2	Ninguno	10	20		Gerente Administrativo
	No contar con sistemas informáticos licenciados	1	Incurrir en gastos de servicios	2	Ninguno	10	20	Establecer cronogramas para la ejecución de las actividades.	Gerente Administrativo
	Filtrado de datos por agentes externos	1	Gastos materiales de	2	Ninguno	10	20	Establecer un responsable para el	Gerente Administrativo

								control de las actividades.		
	Contratar personal calificado	no	2	Descoordinación de labores	2	Ninguno	10	40	Realizar la estandarización de los procesos	Gerente Administrativo

Figura: 78: Matriz AMFE

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2.OBJETIVOS Y METAS DEL SCG (REQUISITO 6.2)

LAGENCIA S.A.C. establece anualmente Objetivos de calidad coherentes con su Planificación Estratégica, con su Sistema de Gestión de la Calidad, con su Política de Calidad y de acuerdo a la norma ISO 9001.

Estos objetivos de calidad son aprobados por el COMITÉ DE GERENCIA, planificados y ejecutados por los responsables establecidos para cada uno de ellos y monitoreados por el Jefe de Planeamiento y control de la Gestión quien reporta a Gerencia para su revisión.

### POLITICA DE CALIDAD

- Ofrecer el servicio de publicidad de manera confiable y eficiente, buscando la satisfacción de nuestros grupos de interés.
- Prevenir en todas las acciones necesarias para mitigar los incidentes que afecten a la calidad del servicio al cliente.
- Utilizar racionalmente los recursos brindados especialmente para cada proceso establecido.
- Cumplir con la normatividad legal vigente y otros requisitos voluntariamente aceptados.
- Garantizar el resguardo y confidencialidad de las necesidades y expectativas de los clientes.
- Promover el uso de sistemas de gestión de calidad.
- Mejorar continuamente los procesos internos, sobre la base del fortalecimiento de las competencias de los colaboradores.
- Promover auditorias internas con la finalidad de realizar la mejora continua de los procesos.

Figura: 79: Objetivos de calidad

Fuente: Elaboración propia

OBJETIVO	RESPONSABLE	INDICADOR	TIEMPO	VALOR	U.M	FORMULA	SEMAFORO		
							MALO	REGULAR	BIEN
Cumplir al 100% todas las necesidades en el servicio de atención al cliente.	Ejecutivo de cuentas	Porcentaje de cumplimiento	Mensual	Numero de asesorías	%	$\frac{\text{Total de requerimientos realizados}}{\text{Total de requerimientos planificados}} \times 100$	<70	Entre 70 y 90	>90
Aumentar el desarrollo de competencias del personal, a través del 70% de las capacitaciones para garantizar la calidad de los servicios.	Gerente Administrativo	Porcentaje de capacitaciones realizadas	Semestral	Numero de capacitaciones	%	$\frac{\text{Total de capacitaciones realizadas}}{\text{Total de capacitaciones planificadas}} \times 100$	<80	Entre 80 y 90	>90
Aumentar más del 80% el nivel de satisfacción del cliente en un periodo de 3 meses.	Gerente Administrativo	Porcentaje de clientes satisfechos	Trimestral	Número de clientes	%	$\frac{\text{Total de clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes}} \times 100$	<75	Entre 75 y 90	>90
Disminuir al 80% el número de no conformidades del servicio	Gerente Administrativo	Porcentaje de no conformidades	Trimestral	Número de requisitos	%	$\frac{\text{Total de no conformidades registradas}}{\text{Total de requisitos}} \times 100$	>50	Entre 20 y 50	<20
Asegurar al 90% que el sistema de gestión de la calidad se encuentra conforme con el cumplimiento de los requisitos de la Normal Técnica Peruana.	Gerente Administrativo	Porcentaje de cumplimiento de los requisitos	Trimestral	Número de requisitos	%	$\frac{\text{Total de requisitos conformes}}{\text{Total de requisitos}} \times 100$	<60	Entre 60 y 80	>80
Cumplimiento al 100% de todos los seguimientos programados.	Gerente Administrativo	Porcentaje de cumplimiento de los seguimientos	Bimestral	Número de seguimientos	%	$\frac{\text{Total de seguimientos realizados}}{\text{Total de seguimientos planificados}} \times 100$	<70	Entre 70 y 90	>90

Figura: 80: Objetivos y acciones

Fuente: Elaboración propia

### **6.3.MATRIZ DE GESTIÓN DE LOS CAMBIOS APLICADOS AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD (REQUISITO 6.3).**

Cuando se requiere realizar cambios que afectan al Sistema de Gestión de Calidad de LAGENCIA S.A.C., el Comité de Gerencia y el Responsable del Sistema de Gestión consideran:

- El propósito del cambio y cualquiera de sus posibles consecuencias.
- La integridad del Sistema de Gestión de la Calidad.
- La disponibilidad de recursos.
- La asignación y reasignación de responsabilidades y autoridades.

Si estos cambios involucran la creación o modificación de información documentada, estos se realizarán de acuerdo al procedimiento de control de documentos y registros. Asegurando la integridad del Sistema de Gestión de la Calidad. (Ver Anexo N° 2)  
Dependiendo de la magnitud del cambio, este es autorizado por el Gerente General, si la dimensión de los cambios lo amerita se solicita la autorización a través de las sesiones realizadas periódicamente.

## **7. APOYO**

### **APOYO (REQUISITO 7)**

#### **7.1.RECURSOS (REQUISITO 7.1)**

##### **7.1.1. PERSONAS**

El liderazgo de la Alta Dirección debe verse reflejado en la estructura jerárquica y su interrelación entre cada uno de los trabajadores de la AGENCIA S.A.C, para lo cual se tomará como referencia al “Manual de organización y funciones”. (Ver anexo N° 3)

El personal de debe ser consciente de la importancia de su trabajo y los resultados del mismo que contribuyan a lograr los objetivos de calidad.

##### **7.1.2. INFRAESTRUCTURA**

LAGENCIA S.A.C debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los servicios que brinda a sus clientes.

La infraestructura está conformada por los espacios físicos de trabajo y servicios asociados, equipos, tanto hardware como software, medios de comunicación y tecnología informática (Ver anexo N° 4) “Mantenimiento de instalaciones de LAGENCIA S.A.C” y (Ver anexo N° 5) “Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos de cómputo”).

### **7.1.3. AMBIENTE DE TRABAJO**

LAGENCIA S.A.C determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario y adecuado para la operación de los procesos, ahora con un enfoque más orientado a lograr la conformidad de los servicios.

El ambiente de la empresa es una interacción entre factores humanos y físicos que afectan de forma directa en la prestación del servicio.

Los factores que se incluyen son sociales (ambiente tranquilo y libre de conflictos), psicológicos (estrés, agotamiento, cuidado de las emociones) y físicos (humedad, temperatura, iluminación, ruido), (ver anexo N° 6 “Encuesta de clima laboral”)

### **7.1.4. RECURSOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICION**

La empresa debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para asegurarse de la validez y fiabilidad de los resultados de medición de la conformidad de sus servicios.

Se conserva información documentada como evidencia de que los recursos de seguimiento y medición son idóneos para su propósito.

Por lo tanto, la empresa, gestiona el proceso de Selección de proveedores, tal cual como en el requisito (8.1)

### **7.1.5. CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN**

La empresa debe determinar los conocimientos necesarios para un adecuado funcionamiento del SGC. Por ello, en el Manual de Organización y funciones, se establece los conocimientos que debe tener el empleado para ingresar a laborar en el puesto solicitado.

Estos conocimientos deben documentarse. protegerse y ponerlos a disposición de todo aquel que lo necesite.

En casos de necesidades y tendencias de cambio, se debe considerar los conocimientos actuales y determinar cómo adquirir o acceder a conocimientos adicionales que sean necesarios para el SGC.



## **7.2.COMPETENCIA (REQUISITO 7.2)**

LAGENCIA S.A.C determina las competencias de sus trabajadores mediante la descripción del perfil de puestos de cada cargo, la cual se encuentra descrito en el Manual de organización y funciones (MOF) (Ver anexo N° 2)

## **7.3.TOMA DE CONCIENCIA (REQUISITO 7.3)**

LAGENCIA S.A.C. establece la toma de conciencia, con la finalidad de asegurar que los trabajadores que realizan su trabajo, lo realicen bajo control y conciencia de cumplir con las políticas, objetivos y la contribución con la eficacia del SGC. Para ello establece un Plan de Capacitación. (Ver Anexo N° 7)

Para asegurar que el personal de la empresa es competente, LAGENCIA S.A.C. realiza las siguientes actividades.

- a) Determina la educación, formación, habilidades y experiencia necesaria para cada puesto de trabajo en su Manual de Organización y Funciones MOF (Ver Anexo N° 2)
- b) Selecciona al personal de acuerdo al procedimiento de Reclutamiento y Selección de personal, asegurando que cumplan con el perfil requerido en el Manual de Organización y Funciones. (Ver Anexo N° 2)
- c) En caso se identifique alguna brecha entre el personal de la empresa y el perfil del puesto que ocupa, se realizan capacitaciones de acuerdo al procedimiento de Capacitación (Ver Anexo N° 8 y 9), o se toman otras acciones para lograr la competencia necesaria. Así mismo, el procedimiento establece los mecanismos para evaluar la eficacia de las capacitaciones o las acciones tomadas, de tal forma que se logre cumplir los resultados esperados.
- d) Se asegura de que los trabajadores sean conscientes de la pertinencia e importancia de sus actividades mediante la ejecución del procedimiento de Inducción al personal del procedimiento de capacitación, comunicándose a través de los medios específicos en el manual de y mediante otras acciones llevadas a cabo por el responsable de cada Unidad Orgánica.
- e) Mantiene información apropiada que evidencia la competencia de su personal, mediante los legajos archivados en la Oficina de Talento Humano.

#### **7.4.INFORMACIÓN DOCUMENTADA PARA LAS COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS. (REQUISITO 7.4)**

LAGENCIA S.A.C. cuenta con un manual de Comunicación Interna y Externa que describe los medios de comunicación usados, así como: consideraciones sobre que comunicar, cuando comunicar, a quien comunicar, como comunicarse y quien comunica. (Ver Anexo N° 10 y 11)

#### **7.5.INFORMACIÓN DOCUMENTADA PARA ELABORACIÓN Y CONTROL DE DOCUMENTOS (REQUISITO 7.5)**

La información documentada requerida por la norma ISO 9001, así como la que LAGENCIA S.A.C. ha determinado que es necesaria para la eficacia de su sistema de gestión de la calidad, se encuentra registrada en la Lista maestra de Documentos y Registros internos. (Ver Anexo N° 2)

Adicionalmente, los mecanismos implementados para la creación, actualización, difusión, protección y control de la información documentada se encuentran descritos en los siguientes documentos.

- 1) Procedimiento de Control de Documentos y Registros, proporcionando un marco de referencia para la gestión de toda la información documentada y detallando la gestión de documentos normativos tales como: políticas, reglamentos, directivas, manuales, procedimientos, instructivos, formatos y registros.
- 2) Manual de comunicación interna y externa para la gestión de los documentos de comunicación, tales como cartas, informes, memorándums, actas y resoluciones.

## **8. OPERACIÓN**

### **OPERACIÓN (REQUISITO 8)**

#### **8.1.INFORMACIÓN DOCUMENTADA PARA PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL (REQUISITO 8.1)**

LAGENCIA S.A.C. para planificar eficientemente la satisfacción de los productos, planifica estrategias de cumplimiento de los lineamientos del sistema de gestión de calidad que garanticen la correcta ejecución de las actividades correspondientes a los servicios ofrecidos por la empresa, esto con el fin de garantizar altos estándares de

calidad que se traducen en la satisfacción de los requerimientos y necesidad del cliente, por ello, mantiene un procedimiento para la selección y evaluación de sus proveedores. (Ver Anexo N° 12 y 13)

## **8.2.DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA EL PRODUCTO O SERVICIO (REQUISITO 8.2)**

### **8.2.1. COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE**

En LAGENCIA S.A.C es primordial manejar una excelente relación y comunicación con los clientes pues son estos quienes dan vida a la organización y a quienes se quiere brindar un servicio con altos estándares de calidad. Por esta razón es indispensable tener canales de comunicación establecidos entre la empresa y el cliente con el fin de hacer más óptima la transferencia de información.

Los principales medios de comunicación utilizados por la empresa son:

- Llamadas telefónicas
- Correo electrónico
- Presencial. visitas corporativas

Por dichos canales la información que con mayor frecuencia se maneja con los clientes es:

- Información sobre el servicio ofrecido por la empresa

### **8.2.2. DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS RELACIONADOS CON EL SERVICIO**

Los requisitos que tienen relación con el servicio ofrecido por la empresa LAGENCIA S.A.C son establecidos principalmente por las necesidades y requerimientos del cliente pero también se deben tener en cuenta otros aspectos. (Ver Anexo N° 14)

Los siguientes son todos los requisitos relativos al servicio de la organización:

- Necesidades y requerimientos del cliente (Publicidad)
- Límites y requisitos legales y normativos según la razón social de la organización.
- Requisitos del entorno.

### **8.2.3. REVISIÓN DE LOS REQUISITOS RELACIONADOS CON EL SERVICIO**

LAGENCIA S.A.C para brindar siempre servicios con altos estándares de calidad se preocupa por realizar una correcta revisión de los requisitos y cumplimiento de los mismos de los servicios ofrecidos por la misma antes de su ejecución y entrega final. Para lo anterior la organización:

- Realiza una evaluación de los requisitos establecidos para el servicio a brindar, tanto en el momento de la planeación del mismo como en el momento previo a la finalización del servicio para garantizar el cumplimiento de dichos requisitos y por ende la satisfacción del cliente.
- Compara los requisitos iniciales y el estado final en el que se encuentra el servicio ofrecido por la empresa con el fin de garantizar que se cumplan a cabalidad estos.
- Evidenciar el estado inicial y el final de la ejecución de los servicios que brinda a sus clientes la organización para verificar el cumplimiento de los requisitos, esto mediante registros de solicitud o requisitos iniciales y estado de los mismos al entregar al cliente lo solicitado con las observaciones pertinentes de no cumplirse lo acordado.
- Verificar los posibles cambios o modificaciones que se puedan generar en los requisitos del servicio (Legales, normativos, del cliente, etc.) y hacer uso de los medios de comunicación ya mencionados para asegurar que se tengan en cuenta y que se incluyan en los registros y en la ejecución de lo pertinente.

### **8.3.DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS (REQUISITO 8.3)**

LAGENCIA S.A.C diseña los bocetos del material de publicidad para las empresas clientes, los responsables para que se cumpla los diseños son:

- DISEÑADOR: encargado de transformar los requerimientos del cliente en un boceto.
- EJECUTIVO DE CUENTAS: encargado de recopilar los requerimientos del cliente.

- **DIRECTOR DE CUENTAS:** encargado de validar los bocetos y aprobar su envío al cliente.

La empresa solo se encarga de diseñar los bocetos y enviar al cliente para su revisión y aprobación. Posterior a ello, LAGENCIA S.A.C envía los diseños a los proveedores para su impresión.

#### **8.4.PROPIEDAD PERTENECIENTES A LOS CLIENTES (REQUISITO 8.5.3 - EXCLUSIÓN)**

El requisito 8.5.3 no aplica para la investigación, dado que la empresa no recibe ningún diseño previo del cliente.

#### **8.5.CONTROL DE LOS CAMBIOS DE LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE (REQUISITO 8.5.6)**

El responsable de gestionar los cambios del requerimiento del cliente es el EJECUTIVO DE CUENTAS, dado que es el intermediario entre el cliente y los responsables del diseño. El ejecutivo comunica al cliente hasta que fecha tiene opción de realizar los cambios de los diseños.

#### **8.6.LIBERACIÓN (REQUISITO 8.6)**

El Director Creativo aprueba la liberación de los diseños cuando se haya completado satisfactoriamente las disposiciones antes planificadas que garantizan la calidad del servicio.

#### **8.7.SALIDAS NO CONFORMES (REQUISITO 8.7)**

Para gestionar las salidas no conformes, se procede a realizar el procedimiento de Salidas no conformes (Ver Anexo N° 15)

## 9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

### EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO (REQUISITO 9)

#### 9.1.SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN (REQUISITO 9.1)

LAGENCIA S.A.C. ha establecido:

La necesidad de realizar seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico, Plan Operativo y Presupuesto.

La necesidad de medir el desempeño de los procesos, mediante los indicadores establecidos en el manual de Gestión de Procesos y mediante las fichas de indicadores correspondientes.

Los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar los resultados validos al aplicar las herramientas de mejora listadas en el requisito 10.3.

De acuerdo a los resultados alcanzados, el responsable del área o proceso puede proponer las acciones a tomar para corregir la tendencia detectada a través de indicadores u otros mecanismos y llevarla hacia la meta. El Jefe de Planeamiento y Control de Gestión definirá si las acciones propuestas serán canalizadas a través del procedimiento o Solicitud de Acciones de Mejora. Adicionalmente, en las reuniones de revisión se analizan los resultados alcanzados y se define la necesidad de tomar acciones adicionales.

El procedimiento de solicitud de Acciones de correctivas, establece las fuentes de identificación de no conformidades reales o potenciales y los mecanismos para corregirlas, identificar su causa raíz y tomar alguna acción para evitar su ocurrencia o recurrencia. Adicionalmente, el mencionado procedimiento define las actividades a realizar para verificar la implementación de las acciones tomadas y su eficacia para eliminar las no conformidades. (Ver Anexo N° 18)

En el siguiente gráfico se muestran las actividades sobre las cuales se realiza seguimiento, evaluación, análisis y evaluación.

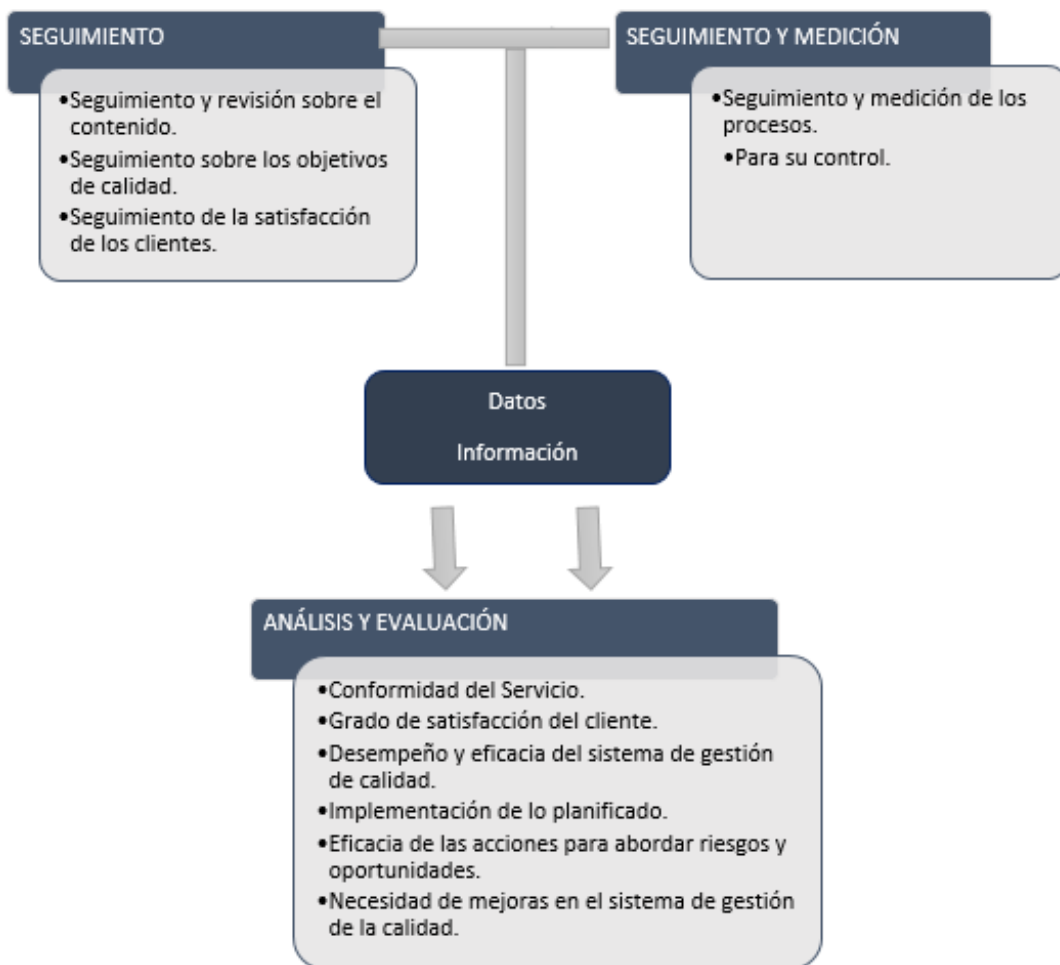


Figura: 81: Seguimiento y medición

Fuente: Elaboración propia

### 9.1.1. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (REQUISITO 9.1.2)

LAGENCIA S.A.C. realiza seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos, utilizando los métodos específicos en:

- a) El procedimiento de Medición de la satisfacción del cliente sobre la aplicación de encuestas de satisfacción por lo menos una vez al año.(Ver Anexo N° 16)
- b) El procedimiento de Atención de reclamos del cliente. (Ver Anexo N°17)

## **9.2.INFORMACIÓN DOCUMENTADA PARA AUDITORÍAS INTERNAS, QUE INCLUYE EL PROGRAMA, PLAN DE AUDITORÍA Y EL DESARROLLO DE SITUACIONES DE AUDITORÍA SIG.(REQUISITO 9.2)**

En LAGENCIA S.A.C. se realizan auditorías internas a intervalos planificados, para asegurar que su sistema de gestión de la Calidad. (Ver Anexo N° 19)

Es conforme con las disposiciones y requisitos planificados con los requisitos de la norma ISO 9001 y con la normativa legal aplicable.

Se ha implementado y se mantiene de manera eficaz.

Las auditorías internas se realizan de acuerdo al procedimiento Auditoria interna del Sistema de Gestión de la Calidad, que especifica que LAGENCIA S.A.C.:

- a. Cuenta con un programa anual de auditoria el cual es elaborado tomando en cuenta los objetivos de calidad, la importancia de los procesos involucrados, retroalimentación del cliente, cambios que afectan a la organización, así como el resultado de auditorías previas.
- b. Define un plan de auditoria interna para cada auditoria a realizar, considerando los criterios de auditoria, alcance, métodos, responsabilidades, los requisitos, los auditores asignados, riesgos, entre otros.
- c. Mantiene registros apropiados mediante informes de Auditoria interna.
- d. Asegura que el responsable del proceso auditado realiza las correcciones y toma las acciones de mejora necesarias para eliminar las no conformidades (U otros hallazgos) y sus causas, de acuerdo al procedimiento de Solicitud de Acciones de Mejora.

## **9.3.INFORMACIÓN DOCUMENTADA DE REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN (REQUISITO 9.3)**

La empresa realiza reuniones de revisión del sistema de gestión de la calidad, por lo menos una vez al año, para asegurarse de conveniencia, adecuación y eficacia continua, de acuerdo al procedimiento de Revisión por la Dirección del Sistema de Gestión de la calidad. (Ver Anexo N° 20)



El contenido de las reuniones realizadas queda registro en el formato Informe de revisión por la dirección del SGC, el cual es enviado a todos los miembros de la alta dirección como acta de lo acordado.

A lo largo de un año, deben tratarse por lo menos los temas especificados en la Norma ISO 9001:2015 y los requeridos por la empresa, según lo indicado en el procedimiento de Revisión por la dirección del Sistema de Gestión de la Calidad.

Así mismo, los resultados de la revisión deben incluir decisiones y acciones relacionadas con:

- a) Las oportunidades de mejora del sistema de gestión de la calidad y sus servicios en relación a los requisitos del cliente.
- b) Cualquier necesidad de cambios en el Sistema de Gestión de la Calidad, incluyendo la necesidad de recursos.

## 10. MEJORA

### MEJORA (REQUISITO 10)

#### 10.1. MEJORA (REQUISITO 10)

##### 10.1.1. MEJORA CONTINUA (REQUISITO 10.3)

La empresa mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad, haciendo uso de las siguientes herramientas.



Figura: 82: Mejora continua

Fuente: Elaboración propia

## 10.2. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL SGC

Para ejecutar la implementación, se detallarán a continuación cada una de las fases para su correcto desarrollo y mantenimiento:

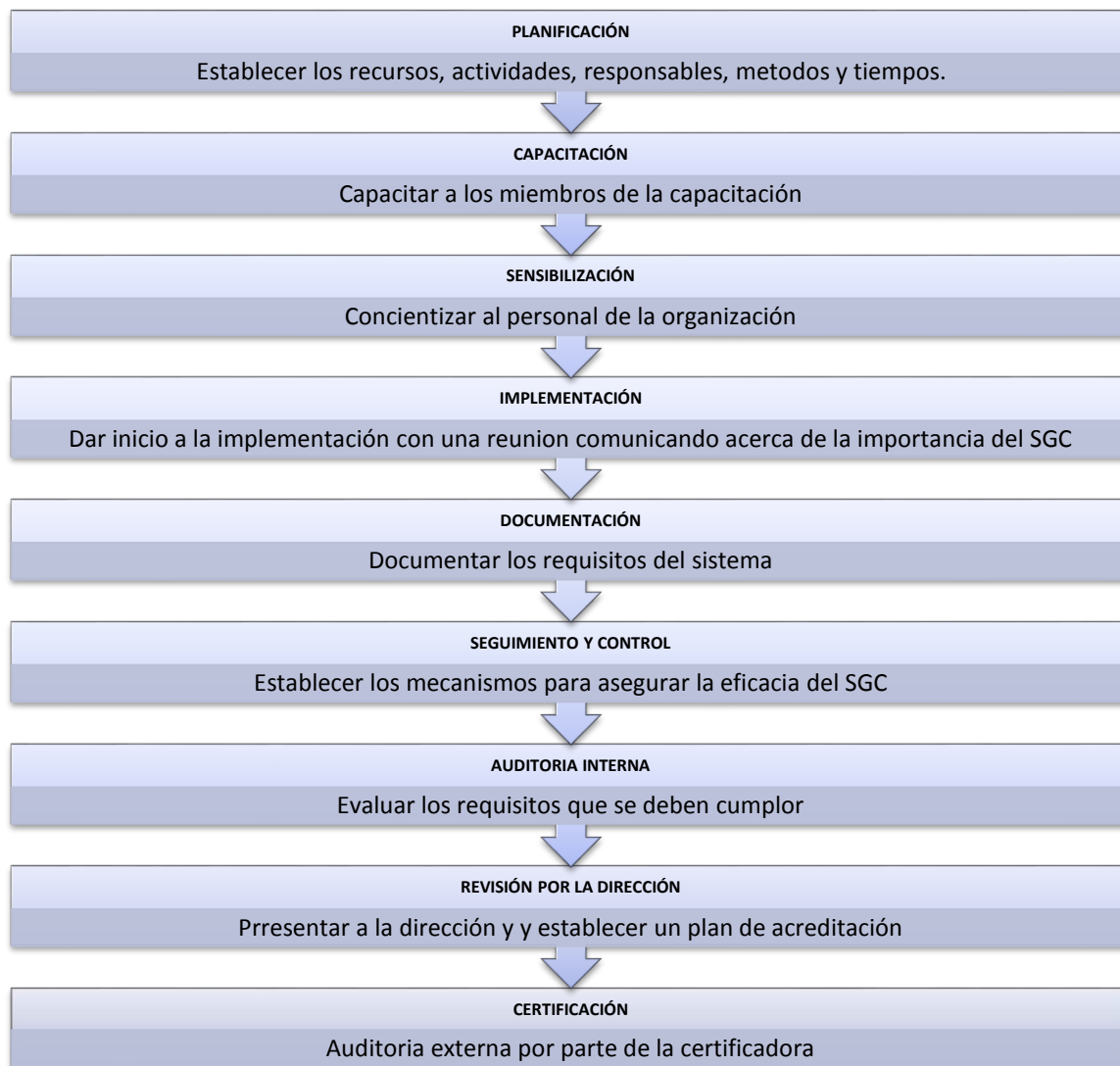



Figura: 83: Plan de implementación

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 2 PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/CD : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>CONTROL DE DOCUMENTOS</b>		

# CONTROL DE DOCUMENTOS

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Control de documentos y registros

## 2. OBJETIVO

Establecer las actividades para la creación, actualización, diligenciamiento y control de la información documentada del Sistema de Gestión de Calidad de **LAGENCIA S.A.C.** para asegurar el acceso y distribución oportuna, la identificación del documento y de los cambios, la preservación de la legibilidad, almacenamiento, protección contra daño, deterioro, extravío, pérdida de la confidencialidad, uso indebido, pérdida de la integridad, recuperación, tiempo de retención y disposición final de la misma.

## 3. ALCANCE

Aplica a la información documentada de origen interno y externo que **LAGENCIA S.A.C** determina como necesaria para la planificación y operación del Sistema de Gestión de Calidad.

Abarca desde la identificación de la necesidad de elaborar o modificar, hasta la administración de los documentos obsoletos por parte del Jefe de planeamiento.

## 4. RESPONSABILIDAD

### b. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de planeamiento

### c. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de planeamiento: Encargado de modificar, actualizar o elaborar documentos de acuerdo a la necesidad del trabajador involucrado en un proceso. Igualmente, asigna los códigos, las versiones, registra el control de cambios y administra los documentos obsoletos.

Trabajadores: Identificar la necesidad para elaborar o modificarse los documentos, asimismo, encargado de revisar y aprobar los cambios realizados por el Jefe de planeamiento.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

- Control de actualizaciones
- Información de cambios documentales
- Lista maestra de documentos y registros

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Identificar la necesidad de elaborar o modificar un documento Nota: Determinar si se requiere crear o actualizar un documento del Sistema de Gestión de Calidad.	Jefe de planeamiento
2	Elaborar o modificar los documentos	Jefe de planeamiento
	Nota: Proyectar el documento o las modificaciones, teniendo en cuenta las especificaciones dadas. Para los cambios masivos por renovación de logo institucional o por modificaciones a la estructura organiza, no se harán uso del formato Información de cambios documentales.	
3	Revisar y aprobar los cambios documentales Nota: Verificar que la documentación se encuentre conforme a la necesidad de actualización.	Trabajadores
4	Asignar código y/o actualizar la versión y fecha de emisión del documento Nota: Luego de haber sido aprobado por el responsable del proceso, valida que todo se encuentre conforme a los parámetros del Sistema de Gestión de Calidad, para que luego, el Jefe de planeamiento modifique y versione el documento, que también se encontrará registrado en el Formato de Control de Actualizaciones	Jefe de planeamiento
5	Registrar cambios Nota: Registra los cambios en el formato de Listado Maestro de Documentos	Jefe de planeamiento

6	Socializar documentos internos Nota: Se envía a través de correo electrónico los cambios a los responsables involucrados en el proceso.	Jefe de planeamiento
7	Administrar documentos obsoletos Nota: Cada vez que se modifique, actualice o elimine un documento, la versión anterior del mismo se archiva en carpetas por proceso y versión de documento en el servidor asignado para tal fin.	Jefe de planeamiento

Figura: 84: procedimiento de control de documentos y registros

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO


### a. LISTA MAESTRA DE DOCUMENTOS Y REGISTROS INTERNOS

CODIGO	TIPO DEL PROCESO	NOMBRE DEL PROCESO	NOMBRE DEL DOCUMENTO	VERSIÓN N°	FECHA DE EDICIÓN	RESPONSABLE	TIPO DE DOCUMENTO

Figura: 85: Lista maestra de documentos y registros internos

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 3 MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>		<b>CODIGO</b> <b>REVISION</b>	: <b>SGC/MAN/MOF</b> : <b>00</b>
	ISO 9001:2015			
	MANUAL			
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES			

# MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## I. INTRODUCCIÓN

El presente documento constituye un medio destinado a definir, establecer y aclarar las actividades responsables de cada colaborador y las normas de comportamiento socio-laboral, en consecuencia hoy en día es un factor prioritario que las organizaciones busquen el óptimo funcionamiento y su rápida adaptación al puesto teniendo un manual de funciones donde permita al trabajador tener una orientación rápida y sencilla de las funciones.

**LAGENCIA S.A.C. S.A.C** busca implementar y mejorar sus labores operativas, administrativas y empresariales; por ello, desarrollará el manual de organización y funciones, dirigidas a regular las relaciones internas entre el trabajador y la empresa, acorde a la contratación y/o actividades del puesto asignado vigente en la compañía, apoyado del campo laboral legal correspondiente. Este proceso tiene por objeto mantener y fomentar la eficacia del desarrollo integral y lograr un alto trabajo operacional en concordancia con la política de la empresa.

La finalidad de **LAGENCIA S.A.C. S.A.C** es proporcionar a cada empleado funciones específicas para cada puesto y proceso de trabajo, generando desenvolvimiento en el desarrollo de cada actividad y logrando el cumplimiento a los objetivos corporativos.

---

GERENTE GENERAL  
**LAGENCIA S.A.C. S.A.C.**

	<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA DE APROBACION</b>	<b>FIRMA</b>
ELABORADO POR:				
ELABORADO POR:				
ELABORADO POR:				



## II. FINALIDAD DEL MANUAL

El Manual de Organización y Funciones establece la estructura orgánica y funcional de **LAGENCIA S.A.C. S.A.C**, define la autoridad, niveles de coordinación, así como las atribuciones y funciones de los responsables de cada área, con el objeto de lograr un oportuno y eficiente desempeño de las actividades que la empresa realiza.

## III. ALCANCE

El presente manual es aplicable a toda la estructura organizacional de **LAGENCIA S.A.C. S.A.C**

## IV. APROBACIÓN

El Gerente General de **LAGENCIA S.A.C. S.A.C** aprobó el Manual de Organización y Funciones mediante el acuerdo citado en la caratula del presente documento.

## V. FILOSOFIA DE LA EMPRESA

### A. OBJETO

El objeto de **LAGENCIA S.A.C. S.A.C** es dedicarse a las actividades de marketing y publicidad.

### B. MISIÓN

Generar estrategias efectivas e integrales de marketing y publicidad que sumen valor y logren una construcción de marca, creando experiencias y emociones; para lograr nuestro objetivo nos adecuamos a las necesidades del cliente y de esta manera contribuimos con el desarrollo y crecimiento comercial de los mismos.

### C. VISIÓN

Al 2020, ser la principal agencia de marketing y publicidad en La Libertad, distinguiéndose por su creatividad, calidad y compromiso con sus marcas.

## VI. BASE LEGAL

- Ley N° 28951, Ley de Competencias del Contador Público Colegiado y de los Fines, Naturaleza y atribuciones de los Colegios de Contadores Públicos y de la Junta de Decanos de Colegios de Contadores Públicos del Perú.
- Decreto Ley N° 25873- Libre ejercicio de la Profesión a nivel nacional

## VII. ORGANIGRAMA

C

## VIII. FUNCIONES

### A: ORGANO DE DIRECCIÓN

## 1. CONFORMADO POR:

Está conformado por el Gerente General y el Gerente Administrativo

## 2. FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	GG
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Gerente General
<b>B. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>a. Funciones generales:</b></p> <p>Gestionar el control de conformidad de las actividades de la empresa, provisionando efectivamente los recursos, con la finalidad de generar rentabilidad a la empresa.</p> <p><b>b. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar permanentemente el desempeño de todos los trabajadores de la empresa.</li> <li>• Promover el mantenimiento de relaciones de respeto y cordialidad con el personal y entre los mismos, a fin de cautelar un adecuado clima laboral.</li> <li>• Establecer y dirigir la política de gestión que permita una eficaz dirección de la empresa, para el logro de sus fines y objetivos.</li> <li>• Ejercer la representación administrativa, comercial y judicial de la empresa, representando ante toda clase de autoridades.</li> <li>• Dirigir, controlar y evaluar el plan estratégico y los planes operativos de las áreas organizacionales, así como de los presupuestos correspondientes.</li> <li>• Asegurar que se cumplan los objetivos estratégicos.</li> <li>• Efectuar la captación de clientes.</li> <li>• Establecer el plan de actividades de ejecución de las actividades.</li> <li>• Recepcionar y verificar el reporte de cierre de caja elaborado por el Gerente Administrativo.</li> <li>• Aprobar el reporte de flujo de caja actual elaborado por el Gerente Administrativo.</li> </ul>	

- Efectuar y dar seguimiento a la solución de problemas internos.
- Efectuar seguimiento del cumplimiento de funciones de todas las áreas.
- Gestionar el reclutamiento y selección del personal.
- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.
- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.

### **c. LINEA DE AUTORIDAD**

**a. Reporta a:**

No tiene supervisor

**b. Supervisa a:**

- Clientes
- Proveedores

### **d. RELACIONES DEL CARGO:**

**a. Relación interna:**

Con todos los trabajadores de la empresa.

**b. Relación externa:**

Proveedores  
Clientes

### **e. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO**

**a. Formación académica**

**i. Educación**

Título profesional en la carrera de Administración o carreras afines.

**ii. Conocimientos y requisitos**

- Conocimiento de Office a nivel avanzado.
- Conocimientos de Marketing.
- Planeamiento estratégico.
- Gestión de la calidad.

**iii. Experiencia**

Experiencia mínima de 7 años trabajando en puestos similares en el rubro.

**b. Habilidades**

- Planificar y organizar actividades en base a objetivos.
- Tomar decisiones en el trabajo.
- Solucionar problemas e inconvenientes.
- Visión de negocios
- Liderazgo y negociación
- Comunicación efectiva a todo nivel

**c. Ámbito laboral**

**i. Condiciones de trabajo**

El lugar de trabajo donde se desarrollan las actividades del puesto ofrece buenas condiciones ambientales, espacio físico adecuado, ventilado, libre de ruidos intensos.

**ii. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por todo el equipo y mobiliario de la empresa.

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>C. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	GG
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Gerente Administrativo
<b>D. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>f. Funciones generales:</b></p> <p>Responsable de dirigir, ejecutar, evaluar y controlar la <b>administración</b> del potencial humano, los recursos económicos, financieros, materiales, y servicios que requieran las diferentes áreas de la empresa</p> <p><b>g. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>h. LINEA DE AUTORIDAD</b>	
<p><b>c. Reporta a:</b></p> <p>Gerente General</p> <p><b>d. Supervisa a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Proveedores</li> </ul>	
<b>i. RELACIONES DEL CARGO:</b>	
<p><b>c. Relación interna:</b></p> <p>Con todos los trabajadores de la empresa.</p> <p><b>d. Relación externa:</b></p> <p>Proveedores</p> <p>Clientes</p>	
<b>j. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>	
<p><b>d. Formación académica</b></p> <p><b>iv. Educación</b></p>	

Título profesional en la carrera de Administración, Marketing o carreras afines.

**v. Conocimientos y requisitos**

- Conocimiento de Office a nivel avanzado.
- Conocimientos de normativas y leyes tributarias.
- Conocimiento en marketing
- Planeamiento estratégico.
- Gestión de la calidad.

**vi. Experiencia**

Experiencia mínima de 5 años trabajando en puestos similares en el rubro.

**e. Habilidades**

- Planificar y organizar actividades en base a objetivos.
- Tomar decisiones en el trabajo.
- Solucionar problemas e inconvenientes.
- Visión de negocios
- Liderazgo y negociación
- Comunicación efectiva a todo nivel

**f. Ámbito laboral**

**iii. Condiciones de trabajo**

El lugar de trabajo donde se desarrollan las actividades del puesto ofrece buenas condiciones ambientales, espacio físico adecuado, ventilado, libre de ruidos intensos.

**iv. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por todo el equipo y mobiliario de la empresa.

## B: ORGANO DE EJECUCIÓN

### 3. CONFORMADO POR:

Está conformado por el Jefe de Planeamiento

### 4. FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	AC
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Jefe de Planeamiento
<b>B. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>a. Funciones generales:</b></p> <p>Coordinar y supervisar la implementación, mantenimiento y mejora del sistema de gestión de calidad de la empresa, así como la normalización de nuevos modelos de gestión, administrando acciones de mejoras constantes.</p> <p><b>b. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y proponer los procedimientos, diagramas de flujo y documentos normativos como políticas, manuales, reglamentos, entre otros.</li> <li>• Mantener y gestionar toda la documentación y registros del sistema de gestión de calidad.</li> <li>• Revisar periódicamente el sistema de gestión, realizando auditorías internas con sus respectivos informes.</li> <li>• Realizar un seguimiento a los procedimientos, de las no conformidades que puedan surgir y de las acciones preventivas y correctivas.</li> <li>• Informar a los trabajadores de los cambios o modificaciones que suceden en el sistema de gestión de calidad.</li> <li>• Tomar acciones con los responsables de los Dueños de Procesos para controlar la correcta ejecución de los procesos del Sistema de Gestión de Calidad</li> <li>• Identificar oportunamente los posibles riesgos de no cumplimiento de algún requisito del Sistema de Gestión de Calidad.</li> <li>• Sistematizar y controlar la documentación existente como la que se genere por nuevos requerimientos del Sistema de Gestión de Calidad.</li> </ul>	

- Coordinar la integración de las herramientas y nuevos modelos de gestión de la empresa con el Sistema de Gestión de Calidad.
- Supervisar el cumplimiento de las políticas, directivas, procedimientos y similares del Sistema de Gestión de Calidad.
- Elaborar y coordinar el programa anual y los planes de auditorías internas y externas de seguimiento del Sistema de Gestión de la Calidad, participan en las mismas como auditor interno o líder.
- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.
- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.

#### **c. LINEA DE AUTORIDAD**

##### **a. Reporta a:**

Gerente General

##### **b. Supervisa a:**

- No tiene personal a su cargo

#### **d. RELACIONES DEL CARGO:**

##### **a. Relación interna:**

- Con todo el personal de la empresa

##### **b. Relación externa:**

Proveedores

Clientes

#### **e. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO**

##### **a. Formación académica**

###### **i. Educación**

Título profesional en la carrera de Ingeniería empresarial, Industrial o carreras afines.

Certificado como auditor interno.

###### **ii. Conocimientos y requisitos**

- Conocimiento de Office a nivel avanzado.



- Conocimiento de Inglés a nivel intermedio.
- Conocimientos en normas ISO 9001:2015.
- Conocimientos en Gestión por procesos.
- Mejora continua.

**iii. Experiencia**

Experiencia mínima de 5 años trabajando en puestos similares.

Experiencia como auditor interno,

**b. Habilidades**

- Planificar y organizar actividades.
- Capacidad de organización.
- Adaptabilidad y flexibilidad.
- Desarrollar métodos y procedimientos de trabajo.
- Trabajo en equipo

**c. Ámbito laboral**

**i. Condiciones de trabajo**

El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

**ii. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por todo el equipo y mobiliarios de la empresa.

## C: ORGANO DE LINEA

### 5. CONFORMADO POR:

Está conformado por el Gestor Comercial, Ejecutivo de cuentas, Director creativo, Community Manager, Diseñador, Diseñador Junior Programador web y Fotógrafo.

### 6. FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	GC
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Gestor Comercial
<b>B. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>a. Funciones generales:</b></p> <p>Planificar con anticipación, método y preparación la actividad comercial de la empresa LAGENCIA S.A.C.</p> <p><b>b. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fidelizar y retener la cartera de clientes identificando su nivel de vinculación con la agencia y el riesgo de abandono, y, en función de estos hechos, decidir los canales y esfuerzos comerciales que realizar.</li> <li>• Resolver dudas sobre su contenido y cobertura.</li> <li>• Aplicar estrategias de marketing en la comercialización financiera: marketing directo y alianzas estratégicas, entre otras.</li> <li>• Realizar la gestión y el seguimiento de los trámites administrativos que deban llevarse a cabo en relación con la gestión comercial. Esto supone explicar al cliente los eventuales cambios en las condiciones de los contratos.</li> <li>• Elaborar informes sobre el estado de la cartera de clientes.</li> <li>• Reportar a su superior inmediato, sobre los clientes captados, los contratos formalizados, y la previsión de acciones comerciales que realizar.</li> <li>• Aplicar herramientas de cálculo y de análisis de datos que permitan optimizar la información sobre los clientes, los productos, los mercados y los vendedores.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> </ul>	

- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.

### C. LINEA DE AUTORIDAD

**a. Reporta a:**

Gerente Administrativo

**b. Supervisa a:**

- Ejecutivo de cuentas

### D. RELACIONES DEL CARGO:

**a. Relación interna:**

- Gerente General
- Gerente Administrativo
- Ejecutivo de cuentas

**b. Relación externa:**

Cliente

### E. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

**a. Formación académica**

**i. Educación**

Titulado en la carrera de Administración o Marketing.

**ii. Conocimientos y requisitos**

- Conocimientos sólidos en marketing.
- Dominio gestión comercial.
- Conocimientos básicos de la legislación laboral.

**iii. Experiencia**

Experiencia mínima de 2 años como gestor comercial en otras empresas del rubro

**b. Habilidades**

- Proactivo
- Trabajo en equipo
- Habilidades comunicativas
- Orientación de servicio al clientes

**c. Ámbito laboral**

**i. Condiciones de trabajo**

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

**ii. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.

**DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

**F. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO**

**CODIGO:** EC

**NOMBRE DEL PUESTO:** Ejecutivo de cuentas

**G. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES**

**c. Funciones generales:**

Comprender los objetivos publicitarios del cliente, en obtener de él la información clave sobre el producto, el mercado y el público objetivo, y en poner en marcha al equipo de personas que dentro de la agencia va a preparar la propuesta de campaña.

**d. Funciones específicas:**

- Preparar, negociar y aprobar las ofertas de productos o servicios de la empresa con el cliente teniendo en cuenta el riesgo financiero que se ha de asumir
- Reportar al área financiera el estado de las cuentas de los clientes, es decir, las operaciones realizadas por estos con algún producto concreto en un periodo de tiempo.
- Efectuar el seguimiento de las ofertas desde el inicio hasta el cierre de la operación.
- Mantener y ampliar la cartera de clientes mediante la acción comercial, lo cual significa realizar visitas comerciales y contactos telefónicos o por correo electrónico.
- Informar a los clientes sobre los nuevos productos y servicios que ofrece la empresa, y atender sus incidencias.

- Realizar presentaciones comerciales de los productos y servicios de la empresa.
- Elaborar informes para la planificación, gestión y seguimiento de la cartera de clientes en función del estado de las cuentas y de la previsión de ventas.
- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.
- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.

#### **H. LINEA DE AUTORIDAD**

**c. Reporta a:**

Gestor Comercial

**d. Supervisa a:**

- No tiene personal a su cargo

#### **I. RELACIONES DEL CARGO:**

**c. Relación interna:**

- Gerente Administrativo
- Gerente comercial

**d. Relación externa:**

Cliente

#### **J. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO**

**d. Formación académica**

**iv. Educación**

Titulado en la carrera de marketing o comunicaciones..

**v. Conocimientos y requisitos**

- Conocimientos en atención al cliente.
- Dominio de los productos y servicios de marketing.
- Conocimientos básicos de contabilidad.

**vi. Experiencia**

Experiencia mínima de 3 años como ejecutivo de cuentas.

**e. Habilidades**

- Proactivo
- Trabajo en equipo
- Habilidades comunicativas
- Orientación de servicio al clientes

**f. Ámbito laboral**

**iii. Condiciones de trabajo**

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

**iv. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>K. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	DC
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Director creativo
<b>L. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>e. Funciones generales:</b></p> <p>Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación creativas internas y para los clientes, dando respuesta a sus necesidades comerciales de la empresa LAGENCIA S.A.C.</p> <p><b>f. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planear y desarrollar las ideas creativas de los clientes para dar respuesta a sus necesidades de posicionamiento de marca.</li> <li>• Coordinar y organizar las tareas de su equipo de trabajo, las diferentes áreas de la empresa y proveedores para garantizar la calidad del contenido y de materiales impresos.</li> <li>• Diseñar y crear servicios multimedia e informáticos para reforzar la campaña de comunicación del cliente y el concepto del evento.</li> <li>• Participar en las juntas de planeación e interpretar las necesidades del cliente para generar el concepto de la marca.</li> <li>• Diseñar y generar textos y contenidos para desarrollar la imagen de estrategias comerciales internas y externas.</li> <li>• Planear y desarrollar campañas publicitarias, desarrollo de conceptos, campañas BTL, ATL y activaciones en sitio para promocionar y posicionar los servicios de la empresa y de los clientes.</li> <li>• Cotizar los servicios integrales para la producción de los conceptos creativos.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.</li> </ul>	

<b>M. LINEA DE AUTORIDAD</b>
<p><b>e. Reporta a:</b> Gerente Administrativo</p> <p><b>f. Supervisa a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Community manager</li> </ul>
<b>N. RELACIONES DEL CARGO:</b>
<p><b>e. Relación interna:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente Administrativo</li> <li>• Community manager</li> </ul> <p><b>f. Relación externa:</b> No tiene relación externa</p>
<b>O. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b>
<p><b>g. Formación académica</b></p> <p><b>vii. Educación</b> Titulado en la carrera de comunicaciones o técnico en la carrera de diseño gráfico.</p> <p><b>viii. Conocimientos y requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos sólidos de programas de diseño.</li> <li>• Conocimientos de marketing.</li> <li>• Conocimientos básicos estrategias comerciales.</li> </ul> <p><b>ix. Experiencia</b> Experiencia mínima de 3 años como diseñador gráfico senior.</p> <p><b>h. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Habilidades comunicativas</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Orientación de servicio al clientes</li> </ul> <p><b>i. Ámbito laboral</b></p> <p><b>v. Condiciones de trabajo</b> Amplia área de trabajo y equipos de calidad.</p> <p><b>vi. Uso de equipos y herramientas</b></p>



Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>P. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	CM
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Community manager
<b>Q. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>g. Funciones generales:</b></p> <p>Construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.</p> <p><b>h. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar la estrategia de redes sociales que involucre actividades como determinación de objetivos, definición de audiencias, definición de canales de redes sociales a participar, contenido a compartir por cada canal, etc.</li> <li>• Definir metas y estrategias de crecimiento de cada canal y estrategias de crecimiento de las mismas.</li> <li>• Gestión a la reputación en redes sociales de la empresa o marca que representa, con actividades como: Monitoreo de la reputación, creación del protocolo de crisis reputacional, construcción de respuestas en casos de crisis, etc.</li> <li>• Diseñar el plan conversacional que responda a las necesidades de la empresa y de la audiencia.</li> <li>• Crear el contenido para redes sociales de valor agregado para cada audiencia y para cada red social.</li> <li>• Generar conversación con su audiencia, provocando la participación en los diferentes canales de redes sociales.</li> <li>• Conseguir relacionamiento con un tono cercano e información de valor agregado.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> </ul>	

- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.

#### **R. LINEA DE AUTORIDAD**

**g. Reporta a:**

Director creativo

**h. Supervisa a:**

- No tiene personal a su cargo

#### **S. RELACIONES DEL CARGO:**

**g. Relación interna:**

- Director creativo

**h. Relación externa:**

No tiene relación externa

#### **T. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO**

**j. Formación académica**

**x. Educación**

Titulado en la carrera de marketing, comunicaciones o carreras afines.

**xi. Conocimientos y requisitos**

- Conocimientos en estrategias de marketing.
- Dominio de programas informáticos.
- Conocimientos en diseño gráfico.

**xii. Experiencia**

Experiencia mínima de 2 años como Community Manager.

**k. Habilidades**

- Proactivo
- Creatividad
- Habilidades comunicativas
- Orientación de servicio al clientes

**l. Ámbito laboral**

**vii. Condiciones de trabajo**

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

**viii. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>U. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	D
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Diseñador
<b>V. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>i. Funciones generales:</b></p> <p>Realizar el diseño de ilustraciones para las diferentes publicaciones de la empresa LAGENCIA S.A.C, aplicando las técnicas requeridas en el diseño y dibujo de las mismas, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes de la misma.</p> <p><b>j. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar ilustraciones, avisos, artículos y publicidad en general.</li> <li>• Organizar e instalar exposiciones para eventos.</li> <li>• Elaborar bocetos y otras artes gráficas.</li> <li>• Elaborar y participar en la realización de maquetas.</li> <li>• Revisar y resguardar la documentación referente a los diseños y artículos de la Institución.</li> <li>• Revisar y corregir el material diseñado.</li> <li>• Suministrar información técnica a los usuarios, en cuanto al diseño para publicaciones.</li> <li>• Atender y coordina con los autores de los textos, el diseño gráfico de las publicaciones.</li> <li>• Realizar dibujos y pinturas para la elaboración de afiches.</li> <li>• Dibujar ilustraciones a tinta, óleo y otras técnicas plásticas.</li> <li>• Llevar el registro del material producido.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>W. LINEA DE AUTORIDAD</b>	

**i. Reporta a:**

Gerente Administrativo

**j. Supervisa a:**

- Diseñador Junior

**X. RELACIONES DEL CARGO:**

**i. Relación interna:**

- Gerente Administrativo
- Diseñador Junior

**j. Relación externa:**

No tiene relación externa

**Y. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO**

**m. Formación académica**

**xiii. Educación**

Titulado en comunicaciones o técnico en diseño gráfico.

**xiv. Conocimientos y requisitos**

- Conocimientos de programas informáticos.
- Dominio de la gestión de marketing.
- Conocimientos en dibujo, pintura, entre otros.

**xv. Experiencia**

Experiencia mínima de 2 años como diseñador.

**n. Habilidades**

- Proactivo
- Trabajo en equipo
- Habilidades comunicativas
- Orientación de servicio al clientes
- Creativo

**o. Ámbito laboral**

**ix. Condiciones de trabajo**

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

**x. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>Z. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	DJ
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Diseñador Junior
<b>AA. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>k. Funciones generales:</b></p> <p>Colaborar con el diseño de ilustraciones para las diferentes publicaciones de la empresa LAGENCIA S.A.C.</p> <p><b>l. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear propuestas gráficas.</li> <li>• Actualizar materiales gráficos (brochures, flyers, presentaciones, manuales de usuario, manuales técnicos, etc.) para publicidad en medios impresos y digitales.</li> <li>• Desarrollar infografías para los canales de comunicación digital.</li> <li>• Diseño web y multimedia, para manejo y actualización de página web y blog.</li> <li>• Desarrollo de materiales de capacitación didáctica para técnicos instaladores y productores.</li> <li>• Manejo de archivos para pre-prensa e impresión.</li> <li>• Retoque de fotografía.</li> <li>• Soporte en implementación de imagen corporativa.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>BB. LINEA DE AUTORIDAD</b>	
<p><b>k. Reporta a:</b></p> <p>Diseñador</p> <p><b>l. Supervisa a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene personal a su cargo</li> </ul>	



## CC. RELACIONES DEL CARGO:

### k. Relación interna:

- Gerente Administrativo
- Diseñador

### l. Relación externa:

No tiene relación externa

## DD. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

### p. Formación académica

#### xvi. Educación

Titulado en comunicaciones o técnico en diseño gráfico. .

#### xvii. Conocimientos y requisitos

- Conocimientos de programas informáticos.
- Dominio de la gestión de marketing.
- Conocimientos en dibujo, pintura, entre otros.

#### xviii. Experiencia

Experiencia mínima de 1 año como diseñador.

### q. Habilidades

- Proactivo
- Trabajo en equipo
- Habilidades comunicativas
- Orientación de servicio al clientes
- Creatividad

### r. Ámbito laboral

#### xi. Condiciones de trabajo

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

#### xii. Uso de equipos y herramientas

Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>EE. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	F
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Fotógrafo
<b>FF. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>m. Funciones generales:</b></p> <p>Realizar toma fotográfica en diversas actividades que la empresa LAGENCIA S.A.C. le indique revelando y reproduciendo material fotográfico.</p> <p><b>n. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar toma fotográfica al natural, en estudios y/o ambientes especiales.</li> <li>• Ordenar clasifica y archiva el material fotográfico.</li> <li>• Seleccionar el equipo y material para realizar el trabajo.</li> <li>• Lleva el registro y control de la entrega de fotografías.</li> <li>• Lleva el control de los equipos audiovisuales</li> <li>• Elabora ayudas audiovisuales relacionadas con el área fotográfica.</li> <li>• Corrige y retoca fotografías.</li> <li>• Efectúa mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos.</li> <li>• Elabora el inventario de materiales y equipos fotográficos.</li> <li>• Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>GG. LINEA DE AUTORIDAD</b>	
<p><b>m. Reporta a:</b></p> <p>Diseñador</p>	

<p><b>n. Supervisa a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene personal a su cargo</li> </ul>
<p><b>HH. RELACIONES DEL CARGO:</b></p>
<p><b>m. Relación interna:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador</li> <li>• Diseñador Junior</li> <li>• Programador web</li> </ul> <p><b>n. Relación externa:</b></p> <p>No tiene relación externa</p>
<p><b>II. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b></p>
<p><b>s. Formación académica</b></p> <p><b>xix. Educación</b></p> <p>Titulado en la carrera de comunicaciones y audiovisuales o técnico en la carrera de fotografía.</p> <p><b>xx. Conocimientos y requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos en edición de fotos</li> <li>• Dominio de programas informaticos.</li> <li>• Conocimientos en variedad de tomas.</li> </ul> <p><b>xxi. Experiencia</b></p> <p>Experiencia mínima de 2 años como fotógrafo.</p> <p><b>t. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Habilidades comunicativas</li> <li>• Orientación de servicio al clientes</li> </ul> <p><b>u. Ámbito laboral</b></p> <p><b>xiii. Condiciones de trabajo</b></p> <p>Amplia área de trabajo y equipos de calidad.</p> <p><b>xiv. Uso de equipos y herramientas</b></p> <p>Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.</p>



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>JJ. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	PW
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Programador web
<b>KK. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>o. Funciones generales:</b></p> <p>Diseñar, crear y dar mantenimiento a páginas y aplicaciones web de la empresa LAGENCIA S.A.C.</p> <p><b>p. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escribir el código en distintos lenguajes de programación, tales como HTML, XML PHP o JavaScript.</li> <li>• Diseñar nuevas aplicaciones o sitios de internet:</li> <li>• Diseñar la arquitectura de las aplicaciones o sitios de internet.</li> <li>• Seleccionar el mejor lenguaje de programación para las aplicaciones o sitios de internet.</li> <li>• Diseñar y desarrollar las aplicaciones o sitios de internet.</li> <li>• Integrar los gráficos, el audio y el video en la aplicación o sitio web.</li> <li>• Realizar pruebas para medir la calidad del sitio y detectar cualquier error presente en las aplicaciones o sitios de internet, utilizando para ello distintos exploradores.</li> <li>• Presentar el sitio web o aplicaciones a los clientes.</li> <li>• Solucionar errores o problemas en la ejecución de las aplicaciones o sitios web.</li> <li>• Agregar nuevas funciones a la ejecución de los sitios de internet y las aplicaciones:</li> <li>• Diseñar y desarrollar nuevas funciones.</li> <li>• Probar las nuevas funciones para verificar que funcionen correctamente.</li> <li>• Revisar el código elaborado por otros miembros del equipo para detectar errores.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> </ul>	

- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.

#### **LL. LINEA DE AUTORIDAD**

**o. Reporta a:**

Diseñador

**p. Supervisa a:**

- No tiene personal a su cargo

#### **MM. RELACIONES DEL CARGO:**

**o. Relación interna:**

- Diseñador
- fotógrafo
- Ejecutivo de cuentas

**p. Relación externa:**

Cliente

#### **NN. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO**

**v. Formación académica**

**xxii. Educación**

Titulado en la carrera de sistemas o técnico en informática.

**xxiii. Conocimientos y requisitos**

- Conocimientos sólidos en sistemas web.
- Dominio de programas informaticos.
- Conocimientos de diseño gráfico.
- Conocimientos en marketing.

**xxiv. Experiencia**

Experiencia mínima de 3 años.

**w. Habilidades**

- Proactivo
- Trabajo en equipo
- Habilidades comunicativas
- Orientación de servicio al clientes

- Creatividad

**x. Ámbito laboral**

**xv. Condiciones de trabajo**

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

**xvi. Uso de equipos y herramientas**

Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.

## ANEXO N° 4 PROCEDIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES DE LAGENCIA S.A.C

### 1. NOMBRE DEL PROCESO

Mantenimiento de instalaciones de LAGENCIA S.A.C

### 2. OBJETIVO

Establecer las actividades que se deben desarrollar para mantener el buen estado de conservación de las instalaciones.

### 3. ALCANCE

Desde el acondicionamiento del área hasta su mantenimiento.

### 4. RESPONSABILIDAD

#### a. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de mantenimiento

#### b. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de mantenimiento: Encargado de elaborar el mantenimiento de las instalaciones.

### 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Revisión de pintado de instalaciones

Revisión del sistema de agua y desagüe

Revisión de instalaciones eléctricas

Revisión de megados de tableros eléctricos

Programa anual de mantenimiento de instalaciones


### 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	<p>Pintar instalaciones</p> <p>Nota: Se debe realizar la evaluación del estado de conservación de la pintura de los ambientes por el personal de Mantenimiento. Las actividades de verificación se deberán registrar en el formato Revisión de pintado de instalaciones.</p> <p>En función al resultado de esta evaluación, el jefe de Mantenimiento debe coordinar con el jefe de Logística la programación del pintado.</p>	<p>Jefe de mantenimiento</p>



2	<p>Revisar instalaciones de agua y desagüe</p> <p>Nota: Se debe realizar la evaluación del estado de conservación del sistema de agua y desagüe por el personal de Mantenimiento. Las actividades de verificación se deberán registrar en el formato Revisión de sistema de agua y desagüe.</p> <p>En función al resultado de esta evaluación, el jefe de Mantenimiento debe coordinar con el jefe de Logística la reparación o mantenimiento que fueran necesarios.</p>	Jefe de mantenimiento
3	<p>Revisar instalaciones eléctricas</p> <p>Nota: Se debe realizar la evaluación del estado de conservación de las instalaciones eléctricas por el personal electricista de Mantenimiento. Las actividades de verificación se registraran en el formato Revisión de instalaciones eléctricas</p> <p>En función al resultado de esta evaluación, el jefe de Mantenimiento debe coordinar con el jefe de Logística las reparaciones que fueran necesarias.</p>	Jefe de mantenimiento
4	<p>Revisar Megado de tableros eléctricos</p> <p>Nota: Se debe realizar el megado de conductores en los tableros eléctricos para verificar el estado de conservación del aislamiento de los mismos.</p> <p>Esta actividad se debe registrar en el formato Revisión de megado de tableros eléctricos.</p> <p>En función al resultado de esta evaluación, el jefe de Mantenimiento debe coordinar con el Jefe de Logística las reparaciones que fueran necesarias.</p>	Jefe de mantenimiento

**ANEXO N° 5 PROCEDIMIENTO DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y  
PREVENTIVO DE EQUIPOS DE COMPUTO DE LAGENCIA S.A.C**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>		<b>CODIGO</b>	<b>: SGC/PRO/MCP</b>		
	<b>ISO 9001:2015</b>				<b>REVISION</b>	<b>: 00</b>
	<b>PROCEDIMIENTO</b>					
	<b>MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y PREVENTIVO DE EQUIPOS DE COMPUTO</b>					

# MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y PREVENTIVO DE EQUIPOS DE COMPUTO

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Mantenimiento correctivo y preventivo de equipos de cómputo de LAGENCIA S.A.C

## 2. OBJETIVO

Establecer el procedimiento a seguir para el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de cómputo.

## 3. ALCANCE

Desde la ejecución del mantenimiento preventivo y correctivo hasta su aprobación.

## 4. RESPONSABILIDAD

### c. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de Sistemas

### d. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de sistemas : Encargado de elaborar el mantenimiento de los equipos.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Control de mantenimiento preventivo

Reporte de mantenimiento preventivo

Reporte de mantenimiento correctivo

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Nº	ACTIVIDAD	ACTOR
1	<p>Realizar mantenimiento preventivo</p> <p>Nota: De acuerdo al control de mantenimiento preventivo establecido en el formato “Control de mantenimiento preventivo”, se debe efectuar periódicamente el mantenimiento de todos los equipos de cómputo.</p> <p>La ejecución del mantenimiento preventivo puede constar de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La actualización del software instalado y/o sistema operativo</li> <li>- Ejecución del antivirus y antispyware</li> <li>- Depuración de archivos</li> </ul>	Jefe de sistemas
2	Realizar mantenimiento correctivo	Jefe de sistemas

	<p>Nota: De producirse alguna falla en el funcionamiento de las computadoras, laptops, impresoras o servidores, el usuario debe comunicar el incidente.</p> <p>Una vez tomado conocimiento del incidente, el personal de Sistemas debe realizar el respectivo diagnóstico del funcionamiento del equipo; una vez determinadas las causas, se deben tomar medidas correctivas.</p>	
--	---	--

## ANEXO N° 6 ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

**LAGENCIA S.A.C**, como empresa preocupada de forma permanente por el desarrollo y satisfacción de sus empleados, desea ofrecerle la posibilidad de expresar su opinión respecto a las condiciones en las que usted desempeña su trabajo.

A continuación encontrarás una serie de afirmaciones y preguntas, las cuales agradeceremos respuestas con la mayor sinceridad y honestidad posible, marcando la alternativa que mejor describa lo que sientes o piensas. No existen respuestas correctas o incorrectas. Esta encuesta es anónima.

CRITERIO DE CALIFICACIÓN								
Nunca = 1		Casi nunca = 2	A veces = 3		Casi siempre = 4		Siempre = 5	
Nº	Aspectos Evaluados			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Considero que existe un buen ambiente de trabajo.							
2	La comunicación interna es una actividad permanente y planificada.							
3	Existe una buena comunicación entre jefes y colaboradores.							
4	Dispongo de los materiales y recursos necesarios para realizar mi trabajo.							
5	Los directivos siempre se preocupan por el bienestar de sus colaboradores.							
6	Tengo autonomía para llevar a cabo mi trabajo							
7	Recibo formación para actualizar los conocimientos de mi trabajo.							
8	Mi jefe inmediato me trata de manera justa y evita cualquier tipo de favoritismos.							
9	Mi jefe me proporciona periódicamente información sobre mi desempeño.							
10	Mi jefe se preocupa por transmitir los valores, misión y objetivos							
11	En la organización existe un nivel de liderazgo claro y definido.							
12	Tengo la información que necesito para realizar mi trabajo con excelencia							
13	Estoy satisfecho con las condiciones de trabajo que me ofrece la empresa.							
14	El trabajo que realizo me produce mucha satisfacción.							
15	Siento que mi aporte y mi trabajo son muy importantes para la empresa							
<b>PUNTAJE</b>								
<b>PUNTAJE TOTAL</b>								

## ANEXO N° 7 PLAN DE CAPACITACIÓN

### OBJETIVO

Entrenar al personal involucrado en los procesos comerciales de la empresa acerca de la norma ISO 9001:2015.

### RESPONSABLE

Mauricio Pando Rabines

### TIEMPO

2 Días

### LUGAR

Sala de conferencias de LAGENCIA S.A.C.

### INVERSIÓN


S/. 200.00

### TEMAS A TRATAR

DÍA	TEMA
1	Qué significa ISO.
	La aplicación de un sistema de gestión de calidad ISO 9001 en las organizaciones.
	El contexto organizacional, donde se analiza la estrategia empresarial, la determinación de los requisitos de las distintas partes interesadas, el alcance del sistema y los procesos, respecto a la gestión de calidad.
	El liderazgo y sus requisitos respecto de la calidad.
	La planificación del sistema de gestión de la calidad. Objetivos de la calidad, planificación para lograr los objetivos de la calidad. KPI:
2	Indicadores clave en la gestión de la calidad

	Procesos que apoyan la calidad: tecnología, infraestructura y equipos, personas, otros necesarios.
	La operación de la organización respecto de la calidad.
	La evaluación del desempeño respecto de los requisitos de calidad.
	La integración y la auditoría de un sistema de gestión de calidad y salud ocupacional. Técnicas de auditoría y herramientas para gestionar la auditoría.
	Mejora continua.

## ANEXO N° 8 PROCEDIMIENTO DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>		<b>CODIGO</b> <b>REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/CAP</b> <b>: 00</b>
	ISO 9001:2015			
	PROCEDIMIENTO			
	CAPACITACIÓN AL PERSONAL			

# CAPACITACIÓN AL PERSONAL

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General



## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Capacitación al personal

## 2. OBJETIVO DEL PROCESO

Realizar capacitación al personal de la empresa

## 3. ALCANCE

Aplica solo para la capacitación del personal en temas corporativos.

Abarca desde el análisis del ambiente organizacional, hasta la realización de la capacitación.

## 4. RESPONSABILIDADES

### a. DUEÑO DEL PROCESO

Gerente Administrativo

### b. ACTORES DEL PROCESO

Gerente Administrativo: Encargado de realizar el análisis, identificación y desarrollo de los temas corporativos.

Trabajador: Encargado de llenar la Asistencia a la capacitación.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Formato de recojo de información

Cronograma de capacitaciones

Plan de capacitación

## 6. CONDICIONES BASICAS

Para la realización del plan de capacitación, el Gerente General debe de haber identificado y analizado los principales temas a desarrollarse.


## 7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Realizar plan de capacitación Nota: El plan debe de contener el objetivo, los temas a tratar, el cronograma y el costo de la capacitación. Asimismo, envía a través del correo electrónico el plan al Gerente General para que lo revise.	Gerente Administrativo
2	Comunicar cronograma de capacitación Nota: El Gerente General comunica a todos los trabajadores sobre la capacitación, a través del envío de un mensaje por correo electrónico.	Gerente Administrativo

3	Llenar Asistencia	Trabajador
4	Realizar capacitación	Gerente Administrativo



**ANEXO N° 10 PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y  
CONSULTA**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/COM : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>COMUNICACIÓN, PARTICIPACION Y CONSULTA</b>		

# COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Comunicación, participación y consulta

## 2. OBJETIVO

Establecer los criterios y las responsabilidades para asegurar la correcta comunicación interna de la organización, así como regular y asegurar la comunicación externa entre nuestros Clientes, Proveedores y Otros

## 3. ALCANCE

Aplica a la gestión de estrategias de comunicación interna, externa y organizacional, orientadas hacia todos los trabajadores.

## 4. RESPONSABILIDAD

### A. DUEÑO DEL PROCESO

Gerente General

### B. ACTORES DEL PROCESO

Gerente General: Encargado identificar y gestionar la comunicación en la empresa.

### a) DOCUMENTOS APLICABLES

Matriz de comunicaciones

### b) DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO


N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Identificar la comunicación Nota: La información puede surgir de las siguientes fuentes:	Gerente Administrativo

	<p>Por parte de la Gerencia o Líderes de proceso</p> <p>La información a comunicar se identificara mediante la matriz de comunicación.</p>	
2	<p>Determinar la modalidad de la comunicación</p> <p>Nota: Se identificara como, cuando, donde, porque, se divulgara la información y quien sea responsable de dar respuesta oportunamente o que se dé a conocer los principales acontecimientos que afecten directamente a la empresa.</p>	<p>Gerente</p> <p>Administrativo</p>
3	<p>Reforzar información</p> <p>Nota: Una vez se divulga el mensaje por cualquiera de los canales, de requerirse, se refuerza el tema con nuevos mensajes o visitas a cada uno de los receptores.</p>	<p>Gerente</p> <p>Administrativo</p>
4	<p>Archivar información</p> <p>Nota: Si se requiere y según matriz de comunicación se archivara la documentación pertinente.</p>	<p>Gerente</p> <p>Administrativo</p>

Figura: 86: Procedimiento de comunicación, participación y consulta

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 11 MANUAL DE COMUNICACIÓN

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/MAN/CO : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>MANUAL</b>		
	<b>MANUAL DE COMUNICACIONES</b>		

# MANUAL DE COMUNICACIONES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## A. COMUNICACIÓN INTERNA SGC 9001

Acorde a lo establecido en la norma ISO 9001:2015, y con la intención de establecer comunicación interna eficaz, se instituyen los canales de comunicación, así como los actores involucrados en el proceso, descritos a continuación:

¿QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿A QUIÉN?	¿CÉMO?	¿QUIÉN?
Política de Calidad	Al ingreso Cuando se realizan modificaciones a la misma De forma permanente	A los trabajadores de la empresa.	Inducción Página web	Gerente Administrativo
Objetivos de Calidad	Al ingreso Cuando se realizan modificaciones a la misma De forma permanente	A los trabajadores de la empresa.	Inducción Página web	Gerente Administrativo
Rendición de la eficacia del sistema de gestión de calidad	Rendición de cuentas	A los trabajadores de la empresa.		Gerente Administrativo
Procedimientos de los procesos	Cuando se realizan modificaciones a la misma De forma permanente	A los trabajadores de la empresa.	Correo electrónico	Gerente Administrativo
Responsabilidades y autoridades	Al ingreso Cuando se realizan modificaciones a la misma De forma permanente	A los trabajadores de la empresa.	Inducción	Gerente Administrativo
Medición de satisfacción al cliente	Cuando se realizan	A los clientes de la empresa.	Correo electrónico	Gerente Administrativo
Misión, Visión, Políticas y	Al ingreso Cuando se realizan modificaciones a la misma	Al ingreso Cuando se realizan	Inducción	Gerente Administrativo



Objetivos Corporativos	De forma permanente	modificaciones a la misma  De forma permanente		
---------------------------	---------------------	--	--	--

Figura: 87: Matriz de comunicación interna

Fuente: Elaboración propia

## B. COMUNICACIÓN EXTERNA

### i.PÁGINA WEB

Es una herramienta digital y electrónica que facilita la divulgación del servicio, asimismo, fomenta la participación, permitiendo al cliente interactuar a través del envío de peticiones, quejas y reclamos, así como realizar la solicitud en línea, mejorando la comunicación entre el cliente y la empresa.

### ii.REDES SOCIALES

Su uso es de carácter institucional, por medio de ellas se publica las convocatorias para el proceso de reclutamiento de personal.

Accesibilidad: se accede a través de internet.

Contenido: por su contenido es de carácter interno y externo.

Usabilidad: la publicación de la información se realiza por demanda, conforme a las necesidades que surjan.

Administración: el contenido y publicación de información de la convocatoria está a cargo del Gerente General.

### iii.CHAT

Aplicativo de mensajería a través del cual se pueden realizar consultas y resolver inquietudes. Este aplicativo es administrado por el Gerente General.

### iv.COMUNICACIÓN EXTERNA EN EL SGC 9001.


Conforme a lo establecido en la norma ISO 9001:2015, y con el propósito de establecer comunicación externa eficiente, se establecen los canales de comunicación, así como los actores involucrados en el proceso, descritos a continuación.

¿QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿A QUIÉN?	¿COMO?	¿QUIÉN?
Información relativa al servicio	De manera permanente Por solicitud específica	Clientes	Página web Canales de comunicación dispuestos: Correo electrónico, teléfono, chat, personal	Gerente General
Atención de las consultas o solicitudes	Por solicitud específica	Clientes	Por los canales de comunicación dispuestos	Gerente General
Retroalimentación de los clientes relativo al servicio, incluyendo las quejas de los clientes	Por solicitud específica	Clientes	Por los canales de comunicación dispuestos	Ejecutivo de cuentas

Figura: 88: Matriz de comunicación externa

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 12 PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/PRO : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>SELECCIÓN DE PROVEEDORES</b>		

# SELECCIÓN DE PROVEEDORES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Evaluación y selección de proveedores

## 2. OBJETIVO

Establecer los lineamientos para la evaluación de los proveedores con base en los criterios definidos y verificar el cumplimiento de los proveedores de acuerdo con los requisitos establecidos previamente por la empresa.

## 3. ALCANCE

Aplica para la evaluación de todos los proveedores nuevos.

## 4. RESPONSABILIDAD

### 4.1. DUEÑO DEL PROCESO

Gerente Administrativo

### 4.2 ACTORES DEL PROCESO

Gerente Administrativo: Encargada de cotizar, evaluar, seleccionar y negociar con el proveedor.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Evaluación de proveedores

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Realizar cotización Nota: El Gerente Administrativo se contacta con todos los posibles proveedores para solicitar cotización.	Gerente Administrativo
2	Evaluar proveedor Nota: Luego de recepcionar la información del proveedor, procede a usar el formato de evaluación y califica en base a los criterios identificados previamente.	Gerente Administrativo
3	Seleccionar proveedor Nota: Posterior de haber calificado a todos proveedores, selecciona en base al proveedor que obtuvo la calificación superior.	Gerente Administrativo
4	Negociar con proveedor Nota: El Gerente Administrativo se contacta con el proveedor para negociar sobre las condiciones de la cotización y llegar a un acuerdo.	Gerente Administrativo

Figura: 89. Procedimiento de selección y evaluación de proveedores

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO

<b>NOMBRE DEL PROVEEDOR</b>			<b>FECHA DE EVALUACIÓN</b>		<b>D</b>	<b>M</b>	<b>A</b>
<b>RUC</b>			<b>PERIODO EVALUADO ( si aplica)</b>		<b>Desde</b>		<b>Hasta</b>
<b>No. DEL CONTRATO Y FECHA DEL CONTRATO</b>							
<b>CORREO ELECTRONICO PROVEEDOR</b>							
<b>DIRECCIÓN Y TELEFONO</b>							
<b>OBJETO DEL CONTRATO</b>							
<b>SISTEMA DE Puntuación</b>		<b>NA</b>	<b>No aplicable</b>	<b>2</b>	<b>Cumple parcialmente</b>		
		<b>0</b>	<b>No cumple</b>	<b>3</b>	<b>Cumple plenamente</b>		
		<b>1</b>	<b>Cumple mínimamente</b>	<b>4</b>	<b>Supera las expectativas</b>		
							<b>CALIF 0-4</b>
<b>CALIDAD DEL BIEN Y/O SERVICIO</b>		Cumple con el objeto del contrato					
		La calidad de las especificaciones del bien, obra o servicio cumple con lo requerido					
<b>OPORTUNIDAD EN LA RESPUESTA A LOS REQUERIMIENTOS DEL SUPERVISOR</b>		Las respuestas dadas por el proveedor fueron acordes con la solicitud del supervisor					
		Sus tiempos de respuesta ante requerimientos se adecuan a nuestras necesidades					
<b>CUMPLIMIENTO</b>		Entrega justo a tiempo (proveedores de bienes)					
		Cumple con los tiempos establecidos (proveedores de servicios)					

$$\begin{array}{l}
 \text{EVALUACION DEL PROVEEDOR=} \\
 \text{TOTAL DE PUNTOS OBTENIDOS} \\
 \text{TOTAL DE PUNTOS POSIBLES}
 \end{array}
 \times 100 = \boxed{0}$$

<b>EXCELENTE</b>	<b>76 - 100</b>
<b>BUENO</b>	<b>51 - 75</b>
<b>REGULAR</b>	<b>26 - 50</b>

**CANTIDAD DE PREGUNTAS APLICABLES** ( 6 )


MALO	0 - 25
------	--------

CALIFICACION	
--------------	--

<b>OBSERVACIONES</b>
----------------------

.....  
**NOMBRE DEL SUPERVISOR**  
**CARGO**

### ANEXO N° 13 RESPALDO DE LA INFORMACIÓN

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/RES : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>RESPALDO DE LA INFORMACIÓN</b>		

# RESPALDO DE LA INFORMACIÓN

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Respaldo de la información

## 2. OBJETIVO

Asegurar la integridad y disponibilidad de la información contenida en la empresa y esté disponible en caso de desastre o contingencia.

## 3. ALCANCE

Aplica solo para el respaldo de la información cada fin de semana

## 4. RESPONSABILIDAD

### 4.1. DUEÑO DEL PROCESO

Gerente Administrativo

### 4.2. ACTORES DEL PROCESO

Asistente de programación

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Plan de las copias de la información

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Realizar el plan de las copias de respaldo de la información  Nota: Efectuar la programación de las copias de respaldo.	Asistente de programación
2	Verificar la realización de las copias de respaldo  Nota: Revisar sobre la herramienta de generación de las copias de seguridad, un chequeo del estado de los medios y los contenidos de las mismas	Asistente de programación
3	Comprobar aleatoriamente las copias de respaldo	Asistente de programación
4	Enviar informe  Nota: Se enviará senilmente una copia del informe del estado de los backup.	Asistente de programación

Figura: 90: Procedimiento de respaldo de la información

Fuente: Elaboración propia




## 7. FORMATOS DEL PROCESO

DIRECCIÓN IP	SERVICIO	DATOS A RESPALDAR	FRECUENCIA			
			DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL

*Figura: 91: Formato de plan de respaldo de la información*

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 14 PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN, ACCESO Y  
EVALUACIÓN DE REQUISITOS LEGALES Y OTROS REQUISITOS**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>		<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/IDEN : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>			
	<b>PROCEDIMIENTO</b>			
	<b>IDENTIFICACION, ACCESO Y EVALUACIÓN DE REQUISITOS LEGALES</b>			

# IDENTIFICACION, ACCESO Y EVALUACION DE REQUISITOS LEGALES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos

## 2. OBJETIVO

Establecer lineamientos y parámetros para la identificación, acceso, actualización, divulgación y evaluación de los requisitos legales y de otra índole relacionados con las actividades desarrolladas por **LAGENCIA S.A.C.**

## 3. ALCANCE

Aplica para la identificación, acceso, actualización, divulgación y evaluación de los requisitos legales que serán utilizados para la construcción de la Matriz de identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos de la EMPRESA.

## 4 RESPONSABILIDAD

### A. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de Planeamiento

### B. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de Planeamiento: Encargado de validar y aprobar el Plan de acción.

## h. DOCUMENTOS APLICABLES

Plan de acción

## i. CONDICIONES BASICAS

La identificación de requisitos legales debe ser de acorde a las actividades desarrolladas por la empresa.

Constantemente la matriz debe de ser actualizada, con el fin de garantizar el cumplimiento de todos los requisitos legales identificados.


## j. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Revisar Matriz  Nota: Revisar la matriz para determinar la normatividad aplicable a la entidad de acuerdo al desarrollo de sus actividades	Jefe de Planeamiento
2	Consultar en fuentes oficiales la normatividad  Nota: Buscar en fuentes confiables las actualizaciones de las normativas y/o los nuevos requisitos.	Jefe de Planeamiento

3	<p>Identificar los requisitos legales aplicables</p> <p>Nota: Identificar de entre toda la legislación aplicable, aquellos artículos de las leyes, reglamentos, acuerdos y Normas, específicas que estén relacionadas a los aspectos de la empresa, incluyendo las autorizaciones y licencias administrativas.</p>	Jefe de Planeamiento
4	<p>Alimentar la Matriz de Requisitos Legales</p> <p>Nota: Registrar todos los requisitos legales aplicables a la empresa.</p>	Jefe de Planeamiento
5	<p>Solicitar evidencias</p> <p>Nota: El Gerente solicita al personal correspondiente las evidencias del cumplimiento legal de los requisitos identificados en la Matriz.</p>	Jefe de Planeamiento
6	<p>Evaluar el cumplimiento</p> <p>Nota: Si en la revisión del cumplimiento de la legislación vigente se identifica que no cumple, se deberá atender tal y como se describe en el Procedimiento de No conformidades, Acciones Correctivas y/o Preventivas del SGC.</p> <p>El incumplimiento de un requisito legal constituye una NC, con lo cual, dado el caso se procederá aplicando las acciones referidas en dicho procedimiento.</p> <p>Si no se detecta ninguna NO conformidad se archiva el registro.</p>	Jefe de Planeamiento
7	<p>Establecer programas de gestión asociados</p> <p>Nota: Establecer programas de gestión asociados, para garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y sus respectivos planes de acción</p>	Jefe de Planeamiento
8	<p>Registrar cambios</p>	Jefe de Planeamiento



**ANEXO N° 15 PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE SALIDA NO  
CONFORME**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/SAL : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>CONTROL DE SALIDA NO CONFORME</b>		

# CONTROL DE SALIDA NO CONFORME

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

**1. NOMBRE DEL PROCESO**

Control de salidas no conformes

**2. OBJETIVO**

Establecer los lineamientos para la identificación, control y tratamiento de Salidas no conformes (servicio no conforme) que se entregan al usuario final de la empresa, para prevenir su uso y/o entrega no intencional.

**3. ALCANCE**

Este procedimiento aplica desde la definición de Salidas no conformes (servicios no conformes), su identificación (antes, durante o después), hasta el tratamiento de salidas no conformes.

**4. RESPONSABILIDAD**

**a. DUEÑO DEL PROCESO**

Gerente Administrativo

**b. ACTORES DEL PROCESO**

Gerente Administrativo: Encargado de gestionar las salidas no conformes del servicio.

**5. DOCUMENTOS APLICABLES**

Reporte y Tratamiento de Salidas No Conformes

Tipificación de Salidas No Conformes

**6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO**

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	<p>Identificar las salidas no conformes del proceso</p> <p>Nota: Revisar la caracterización del proceso para identificar las salidas (servicios) del proceso. Registrarlo en la casilla “producto y/o servicio” del Formato Tipificación de salida no conforme (servicio no conforme)</p>	<p>Gerente Administrativo</p>
2	<p>Identificar las características no conformes</p> <p>Nota: Identificar las características que convierten las salidas en no conformes, teniendo en cuenta que una salida no conforme es aquella que no cumple con los requisitos especificados (tácitos o implícitos). Registrarlo en la casilla “Descripción de la salida no conforme (servicio no conforme)” del formato Tipificación de salida no conforme (servicio no conforme)</p>	<p>Gerente Administrativo</p>
3	<p>Definir los mecanismos y la periodicidad para identificar la salida</p> <p>Nota: Definir las actividades que se realizan sistemáticamente en el proceso para la identificación de la salida no conforme (servicio no conforme), teniendo en cuenta que estas actividades pueden ejecutarse antes, durante o después de la entrega al cliente final del proceso.</p>	<p>Gerente Administrativo</p>
4	<p>Definir el responsable de aplicar los mecanismos</p>	<p>Gerente Administrativo</p>



	<p>Nota: Determinar el cargo responsable de la aplicación sistemática de los mecanismos de identificación de la salida no conforme (servicio no conforme) y diligenciarlo en la casilla “Responsable de Aplicación del Mecanismo de identificación” del formato Tipificación de salida no conforme (servicio no conforme)</p>	
5	<p>Definir la periodicidad de aplicación de los mecanismos</p> <p>Nota: Determinar la frecuencia de aplicación de la salida no conforme (servicio no conforme) dependiendo de la dinámica de los servicios (tiempo de proceso, etc.) y diligenciarlo en la casilla “Periodicidad de Aplicación del Mecanismo de Identificación” del formato Tipificación de salida no conforme (servicio no conforme)</p>	Gerente Administrativo
6	<p>Determinar el tratamiento de la salida no conforme</p> <p>Nota: Definir las actividades que se deben ejecutar como tratamiento para lograr que la salida identificada como no conforme (servicio no conforme) retome las características que lo convierten en salida conforme.</p> <p>Por el tipo de servicios que presta la empresa, el tratamiento de los mismos está enfocado a la corrección e información al cliente.</p> <p>Cuando se realice la corrección es necesario verificar la conformidad con los requisitos antes de su entrega al cliente.</p>	Gerente Administrativo
7	<p>Definir el tiempo para la corrección</p> <p>Nota: Definir el tiempo de máximo para la aplicación de la corrección de acuerdo a la naturaleza de la salida.</p>	Gerente Administrativo

8	Definir el responsable del tratamiento registro de Salidas no conformes  Nota: Establecer los cargos y si es posible, el nombre de los responsables del diligenciamiento del Formato de Reporte y Tratamiento de Salidas No Conformes (Servicio No Conforme)	Gerente Administrativo
9	Determinar el límite máximo de presentación de la salida no conforme  Nota: Definir el límite máximo permitido del número salidas no conformes (servicios no conformes) presentadas, en el periodo y que se deba implementar una acción correctiva para la mejora continua.	Gerente Administrativo
10	Aprobar la caracterización de Salidas no conformes  Nota: El líder del proceso revisa y ajusta la información registrada en el Formato de Tipificación de Salidas No Conformes (Servicio No Conforme).	Gerente Administrativo

Figura: 94: Procedimiento de salida no conforme

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO

### A. FORMATO TRATAMIENTO DE LA SALIDA NO CONFORME

Proceso: .....

Servicio no conforme:.....

Fecha en que se identifica la salida no conforme	Identificación de la salida no Conforme	Dirección Misional / Oficina	Grupo	Descripción de la Características no Conformes	Etapa de Detección (antes, durante, después)	Tratamiento	Responsable del Tratamiento	Fecha de Ejecución del Tratamiento

Figura: 95: Procedimiento de reporte y tratamiento de salida no conforme

Fuente: Elaboración propia

## B. FORMATO DE TIPIFICACIÓN DE LA SALIDA NO CONFORME

Proceso: .....

Fecha de actualización: .....

Responsables de actualización:

NOMBRE	CARGO

Responsable de aprobación: .....

Servicio no conforme:.....

Nº	SALIDA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO NO CONFORME	MECANISMOS DE IDENTIFICACIÓN	RESPONSABLE DE APLICACIÓN DEL MECANISMO	PERIODICIDAD DE APLICACIÓN DEL MECANISMO DE IDENTIFICACIÓN	TRATAMIENTO DE LA SALIDA NO CONFORME	TIEMPO MÁXIMO PARA LA APLICACIÓN DEL TRATAMIENTO DE LA SNC	RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO	LÍMITE MÁXIMO PERMITIDO MENSUAL (PRESENTACIÓN QUE AMERITA ACCIÓN CORRECTIVA)

Figura: 96: Formato de tipificación de la salida no conforme

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 16 COTIZACIONES PARA LA CERTIFICACIONES



PRE COTIZACION 20560037466

FECHA: 06-sep-18

### REQUERIMIENTOS DE CERTIFICACIÓN

**COMPañIA** LAGENCIA S.A.C.  
**RUC:** 20560037466  
**DIRECCIÓN FISCAL:** Jr. Ayacucho Nro. 268 Dpto. 401  
**CONTACTO:** Mauricio Pando  
**CARGO:** ADMINISTRATIVO

**ESTANDAR:**  
ISO 9001:2015 Quality Management System Certification

**ORGANISMO DE ACREDITACIÓN**  
UKAS

**DEFINICIÓN DE ACREDITACIONES**  
UKAS: United Kingdom Accreditation Services

**ALCANCE PROPUESTO - ESPAÑOL:** "El Sistema de Gestión de Calidad aplica a los procesos comerciales de la empresa LAGENCIA S.A.C. brindado en la sede de Jr. Ayacucho Nro. 268 Dpto. 401".

**SITIOS DE AUDITORÍA PROPUESTOS:**  
Sitio Principal Jr. Ayacucho Nro. 268 Dpto. 401, Trujillo, La Libertad

**Nota:** Las direcciones mencionadas en esta propuesta son las únicas que se tomarán en cuenta en su auditoría y las que podrán aparecer en sus certificados.

### TARIFAS:

N° TOTAL DE EMPLEADOS:	307	DÍAS AUDITOR	COSTO DÍA AUDITOR	IMPORTE (S/)	IMPORTE INCLUIDO (IGV)
Pre-auditoría 100%	2	S/	1,400.00	S/ 2,920.00	S/ 3,443.00
Auditoría de Certificación Fase I	1.50	S/	1,400.00	S/ 2,190.00	S/ 2,584.20
Auditoría de Certificación Fase II	2	S/	1,400.00	S/ 2,920.00	S/ 3,443.00
Auditoría de 1er Seguimiento Anual*	1	S/	1,400.00	S/ 1,400.00	S/ 1,722.80
Auditoría de 2do Seguimiento Anual*	1	S/	1,400.00	S/ 1,400.00	S/ 1,722.80
<b>Costo Total del ciclo</b>				<b>S/ 10,950.00</b>	<b>S/ 12,921.00</b>

\*Las auditorías de seguimiento serán realizadas cada 12 meses, totalizando 2 seguimientos durante cada ciclo de certificación.

### OTROS GASTOS (INCLUYE IGV)

OTROS GASTOS	COSTO S/
Tiempo de Viaje (En caso aplique)	S/ 1,722.80 / Día Auditor
Visita de Cierre (No Conformidad Mayor)	S/ 1,722.80 / Día Auditor
Certificado Adicional	S/ 200.00 / Por certificado

### GASTOS ADICIONALES INCURRIDOS POR LAS AUDITORIAS:

Los gastos de desplazamiento (pasajes aéreos nacionales y/o internacionales en caso aplique), hospedaje, alimentación, TUJAS, gastos por exámenes médicos, tiempo por la realización de exámenes médicos de los auditores, tiempo para charlas de inducción para el ingreso a las instalaciones del cliente, tiempo de viaje, SCTR y cualquier seguro que el auditor deba contratar para realizar los servicios del cliente SERÁN ASUMIDOS POR EL CLIENTE o bien SGS SSC inicialmente los tramitará y luego emitirá una factura por estos gastos más un 25% por concepto administrativos.

### NOTAS:

- La presente cotización es referencial y se encuentra sujeta a aprobación de nuestra filial técnica.
- Una vez emitida la propuesta formal cualquier cambio de: (Razón social, alcance, direcciones a auditar y tiempos de auditoría) tendrán un costo adicional de USD. 80.00 + IGV. Adicional a ello, una demora por la nueva revisión técnica previa aprobación de la filial.


Este formato permite al cliente comparar opciones de cotización, una vez elegida la opción deseada por favor contactar a su ejecutivo comercial para la emisión de la propuesta económica formal.

Juan Pablo Horna  
Ejecutivo Comercial  
SGS DEL PERÚ S.A.C.

Teléfono: (511) 517-1900 anexo 1473  
Movil : (51) 948405670 RPM: #948405670  
E-mail : juan.horna@sgs.com

D-PELP-01 R03

**ANEXO N° 17 PROCEDIMIENTO ATENCION DE RECLAMOS**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/ATE : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>ATENCIÓN DE RECLAMOS</b>		

# ATENCIÓN DE RECLAMOS

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Atención de reclamos

## 2. OBJETIVO

Establecer los lineamientos para la prestación oportuna de la atención de reclamos por parte del cliente.

## 3. ALCANCE

Aplica para todos los reclamos, quejas o consultas que pueda tener el cliente.

Abarca desde la recepción del reclamo por parte de la Ejecutivo de cuentas, hasta la comunicación del estado del reclamo al Gerente Administrativo.

## 4. RESPONSABILIDAD

### e. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de planeamiento

### f. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de planeamiento: Encargado de recepcionar los reclamos y encontrar la causa raíz, para su posterior identificación de propuesta de mejora.

Gerente Administrativo: Encargado de validar y aprobar la propuesta de mejora de acuerdo a la envergadura del reclamo.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Libro de reclamaciones

## 6. CONDICIONES BASICAS


Para la implementación de la propuesta de mejora del reclamo, debe de haber sido evaluado previamente por el Gerente General.

## 7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Recepcionar reclamos Nota: El Ejecutivo de cuentas recepciona los reclamos emitidos por los clientes en el libro de reclamaciones.	Ejecutivo de cuentas
2	Presentar reclamos Nota: Hace entrega de los reclamos al Jefe de planeamiento.	Ejecutivo de cuentas
3	Recopilar reclamos	Jefe de planeamiento

4	Identificar causa raíz Nota: El Jefe de planeamiento realiza la identificación del problema y de la causa raíz.	Jefe de planeamiento
5	Analizar situación Nota: El Jefe de planeamiento luego de haber identificado el o los problemas, analiza si el reclamo procede o no, para luego seguir con la actividad N° 6.	Jefe de planeamiento
6	Identificar propuesta de mejoras Nota: Posteriormente determina las soluciones para cada reclamo.	Jefe de planeamiento
7	Evaluar propuesta de mejora Nota: El Gerente Administrativo valida que la propuesta de mejora sea la idónea para el reclamo, de encontrarse procederá con la actividad N° 8, de lo contrario, levantará observaciones.	Gerente Administrativo
8	Aprobar propuesta	Gerente Administrativo
9	Implementar mejoras Nota: El Jefe de planeamiento implementa la propuesta con las áreas involucradas.	Jefe de planeamiento
10	Realizar seguimiento	Jefe de planeamiento
11	Comunicar estados del reclamo Nota: El Jefe de planeamiento informa sobre el estado actual al Gerente Administrativo.	Jefe de planeamiento

**ANEXO N° 18 PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD DE ACCIONES  
CORRECTIVAS**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/ACC : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>SOLICITUD DE ACCIONES CORRECTIVAS</b>		

# SOLICITUD DE ACCIONES CORRECTIVAS

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General



## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Solicitud de acciones de mejora

## 2. OBJETIVO

Generar las acciones de mejoras (acciones correctivas, preventivas o de optimización) a través de la definición de actividades, responsables, controles requeridos para mejorar los estándares de calidad de **LAGENCIA S.A.C.**

## 3. ALCANCE

Aplica para todos los procesos de **LAGENCIA S.A.C** y para la totalidad de las acciones identificadas, incluidas las oportunidades de mejora de los procesos.

## 4. RESPONSABILIDAD

### b. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de planeamiento

### c. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de planeamiento: Encargado de identificar, analizar y ejecutar el plan de acción de las no conformidades.

Gerente General: Encargado de validar y aprobar el Plan de acción.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Plan de acción

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Identificar la no conformidad real o potencial o la oportunidad de mejora  Nota: Para detectar una no conformidad se debe tener en cuenta: Auditoria interna, auditoria externa, autocontrol, medición de la satisfacción, servicio no conforme, riesgo o tendencia de indicadores.	Jefe de planeamiento
2	Reportar la no conformidad  Nota: Describir la situación presentada detallando la información requerida para la identificación de la no conformidad.	Jefe de planeamiento

	<p>Se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:</p> <p>Hallazgo: Se describe en palabras sencillas la no conformidad real o potencial o la oportunidad de mejora identificada. Si el hallazgo se identifica en una auditoría interna o externa transcribir la descripción del hallazgo del informe correspondiente.</p> <p>Evidencia: Describir las pruebas que demuestran el hallazgo; el incumplimiento de los requisitos lo que genere la No conformidad Real.</p> <p>Norma Involucrada: Indicar las normas, leyes, decretos, resoluciones, procedimientos u otros documentos donde se especifica el requisito principal que se está incumpliendo o que se incumpliría.</p>	
	<p>Requisito Involucrado: Definir el numeral, si aplica, y el nombre del requisito que se está incumpliendo o que se incumpliría.</p>	
3	<p>Definir equipo de mejora</p> <p>Nota: Especificar el Equipo de Mejora responsable de realizar el análisis y tratamiento de la no conformidad real o potencial o la oportunidad de mejora, dependiendo de la situación encontrada.</p>	Jefe de planeamiento
4	<p>Analizar no conformidades</p> <p>Nota: Estudiar la situación encontrada, para identificar la causa raíz, definir y ejecutar el plan de acción y seguimiento.</p>	Jefe de planeamiento
5	<p>Definir el tratamiento</p> <p>Nota: El tratamiento de las acciones de mejoramiento contiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Especificación si la no conformidad requiere o no corrección, en caso de requerir se</li> </ul>	Jefe de planeamiento

	<p>define el responsable de la ejecución de la misma y se registra.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecución del análisis de causas para que estén generando o que puede generar la no conformidad.</li> </ul>	
6	<p>Elaborar el plan de acción</p> <p>Nota: El plan de acción refleja los cambios necesarios al Sistema de Gestión de Calidad de LAGENCIA S.A.C.</p> <p>El plan está compuesto por las actividades tendientes a erradicar las causas de la no conformidad real, a minimizar la presentación de las causas de la no conformidad potencial o a mejorar la eficacia, eficiencia y/o efectividad de los procesos (acción de optimización).</p>	Jefe de planeamiento
7	<p>Presentar plan de acción</p> <p>Nota: El Jefe de planeamiento presenta el plan de acción al Gerente General para su revisión y aprobación.</p>	Jefe de planeamiento
8	<p>Validar plan de acción</p> <p>Nota: Revisar las actividades propuestas del plan de acción y realizar los ajustes pertinentes.</p>	Gerente General
9	<p>Aprobar plan de acción</p> <p>Nota: Una vez el plan esté acorde a lo requerido para la acción, se aprueba el mismo.</p>	Gerente General
10	<p>Ejecutar plan de acción</p> <p>Nota: Se ejecutan las actividades definidas en el plan de acción.</p>	Jefe de planeamiento
11	<p>Realizar seguimiento</p>	Jefe de planeamiento

<p>Nota: Cuando la no conformidad presenta una corrección se realiza el seguimiento a la ejecución de esta.</p> <p>Se realizan los siguientes seguimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Seguimiento a la Ejecución del Plan: Se verifica que se hayan ejecutado las actividades según lo planeado, identificando, si las hay, las novedades respectivas. Recuerde que las novedades se deben justificar.</li><li>• <input type="checkbox"/> Seguimiento a la acción: Se verifica si la acción va cumpliendo con el objetivo propuesto y se revisan las evidencias objetivas de la realización de actividades que impactan el desarrollo de la misma.</li></ul>	
--	--

*Figura: 97:Procedimiento de solicitud de acciones correctivas*

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO


### B. FORMATO DE SOLICITUD DE ACCIONES DE MEJORA

DATOS GENERALES									
Fecha de identificación y reporte:			Código:						
Macroproceso:			Oficina donde se evidencia la no conformidad:						
Proceso			Grupo donde se evidencia el hallazgo:						
Reportado por:			Cargo / Rol:						
Tipo de hallazgo:		Tipo de acción requerida:		Fuente de hallazgo:		Tipo de riesgo:			
						Código del riesgo:			
						Organismo auditor:			
Hallazgo:				Evidencias:					
Sistema de gestión involucrado:			Norma involucrada:			Principal requisito involucrado:			
Otras normas, leyes, decretos o procedimientos involucrados:									
EQUIPO DE MEJORA									
Rol	nombre			cargo			Área		
Dueño del macroproceso:									
Chief Quality Officer									
Participante 1									
Participante 1									
Participante 1									
TRATAMIENTO									
Requiere corrección:	Fecha de realización de la corrección			Responsable de realizar la corrección			Corrección realizada		
				Nombre: cargo					
ANÁLISIS DE CAUSAS:									
Fecha análisis del hallazgo:			Análisis de causas:			Cusos raíz identificadas:			
Requiere análisis de causas:									
Método de análisis utilizado:									
PLAN DE ACCIÓN Y SEGUIMIENTO									
PLANEACIÓN					SEGUIMIENTO A LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN				
No.	Actividad	Responsable de ejecución	Fecha esperada de ejecución	Novedades	Ejecutada	Fecha de seguimiento	Observaciones y evidencias	Responsable del seguimiento	
Resumen del plan de acción		Aprobación del plan de acción							
		Nombre			Cargo				
		Control de fechas							
		Inicio planeada		Inicio real		Final planeada		Final real	
CIERRE DE LA ACCIÓN									
Fecha de cierre		Realizado por			Cargo / Rol				
Resultado obtenido									
La acción implementada fue eficaz		Código de la nueva acción implementada							
SEGUIMIENTO A LA EFICACIA DE LA ACCIÓN									
Fecha seguimiento		Realizado por			Cargo / Rol				
Observaciones al seguimiento:									

Figura: 98: formato de solicitud de acciones de mejora

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 19 PROCEDIMIENTO DE AUDITORIA INTERNA**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/AUD : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>AUDITORIA INTERNA</b>		

# AUDITORIA INTERNA

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Auditoria interna del Sistema de Gestión de la Calidad

## 2. OBJETIVO

Establecer los lineamientos para la planificación, ejecución y seguimiento de las Auditorías Internas, a través de la evaluación del grado de conformidad de los requisitos de las normas establecidas que permiten realizar la mejora continua del Sistema de Gestión Integrado de **LAGENCIA S.A.C.**

## 3. ALCANCE

Aplica para todas las auditorías internas del Sistema de Gestión de Calidad, realizados por auditores internos o externos.

## 4. RESPONSABILIDAD

### a. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de planeamiento

### b. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de planeamiento: Responsable de coordinar todas las actividades de las auditorías.

Gerente General: Verificación del cumplimiento de los procesos, de acuerdo a la identificación de riesgos y oportunidades de mejora.

Equipo auditor: Encargado de elaborar el plan, coordinar las actividades, preparar y realizar la auditoria interna, cumpliendo los lineamientos establecidos por el sistema.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Plan anual de auditorias

Programa de auditoria

Lista de verificación

Informe de Auditoria interna

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Definir el plan anual de auditorias Nota: Elaborar el Plan Anual de Auditorías Internas determinando su alcance: procesos, programas, proyectos, dependencias y/o actividades a auditar o	Jefe de planeamiento

	realizar seguimiento, y el cronograma sugerido para su ejecución.	
2	Presentar el plan Nota: El encargado presenta el plan al Gerente General para su revisión y aprobación.	Jefe de planeamiento
3	Evaluar plan Nota: El Gerente General evalúa que se encuentre conforme, de no ser cierto, realiza observaciones para que el Jefe de planeamiento levante las observaciones.	Gerente General
4	Aprobar plan	Gerente General
5	Gestionar consecución de auditores Nota: El Jefe de planeamiento selecciona y contrata al equipo auditor responsable.	Jefe de planeamiento
6	Elaborar el programa de auditoría Nota: Elaborar el Programa de Auditoría, estableciendo el objetivo, alcance, criterios, riesgos, roles en el equipo auditor y los recursos necesarios para garantizar su cumplimiento.	Jefe de planeamiento
7	Presentar programa Nota: El Jefe de planeamiento presenta el programa al Gerente General.	Jefe de planeamiento
8	Validar programa Nota: El Gerente General evalúa que se encuentre conforme el programa.	Gerente General
9	Socializar programa Nota:	Jefe de planeamiento
10	Recopilar información Nota: El equipo auditor con el fin de acordar las generalidades del desarrollo de la auditoría, procede a recopilar la información necesaria de acuerdo a los criterios establecidos en el Programa de Auditoría,	Equipo auditor



11	<p>Elaborar plan de auditoria</p> <p>Nota: Se elabora el Plan de la Auditoría de acuerdo a lo definido en el Programa determinando el objetivo, alcance, criterios y actividades a ejecutar en la auditoria (se deben incluir todos los numerales aplicables de las normas que van a ser auditadas en el proceso). Así mismo asigna las tareas al Equipo Auditor.</p>	Equipo auditor
12	<p>Elaborar lista de verificación</p> <p>Nota: Teniendo en cuenta la información previamente recopilada el equipo auditor prepara la Lista de Verificación.</p>	Equipo auditor
13	<p>Comunicar a los dueños de cada proceso</p> <p>Nota: El equipo auditor comunica a los líderes o dueños de cada proceso acerca de la auditoria.</p>	Equipo auditor
14	<p>Ejecutar auditoria</p> <p>Nota: Se ejecuta la Auditoría Interna de acuerdo al Plan de la Auditoría, la información que le permite determinar la conformidad del Sistema de Integrado de Gestión se obtiene a través de entrevistas, observación de ejecución de actividades, atestiguamiento de métodos, observación de entornos, verificación de documentos y registros, entre otros, para evaluar la eficacia del mismo.</p>	Equipo auditor
15	<p>Evaluar auditoria</p> <p>Nota: El Jefe de planeamiento, con el Equipo auditor, realiza retroalimentación y evaluación del cumplimiento del Programa de Auditoría, igualmente con los resultados de las mediciones, se implementan las acciones de mejora.</p>	Equipo auditor
16	<p>Generar informe</p> <p>Nota: El equipo auditor elabora el informe que será presentado al Gerente General.</p>	Equipo auditor

17	<p>Generar acciones correctivas</p> <p>Nota: Las no conformidades que se detecten en la auditoria interna, deberán de generarse acciones correctivas por parte del auditado, las cuales se realizan de acuerdo al procedimiento de ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES</p>	Equipo auditor
18	<p>Presentar informe final</p> <p>Nota: El informe final debe ser presentado al Gerente General y socializado con todos los trabajadores.</p>	Equipo auditor

Figura: 99: Procedimiento de auditoria interna

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO

### A. FORMATO DE INFORME DE AUDITORIA INTERNA

**Fecha Reunión de Apertura:** 
**Fecha Reunión de Cierre:**

**Macroproceso:** 
**Proceso:**

**Dirección / Oficina:** 
**Grupo:**

**Procedimientos:**

**Objetivo:**

**Alcance:**

**Criterios:**

#### EQUIPO AUDITOR

Nombre del Auditor	Rol

**REUNIÓN DE APERTURA**

Aspectos Mínimos a Comunicar	Observaciones
Presentación del equipo auditor	
Socialización del plan de auditoría	
Confirmación de Recursos y logística	
Otro, ¿Cuál?	

Novedades al Plan de Auditoría

Observaciones Realizadas en Reunión de Apertura

**REUNIÓN DE CIERRE**

<b>Actividades Realizadas en la Auditoría</b>

<b>Aspectos que Apoyan la Conformidad y Eficacia del Sistema de Gestión</b>

<b>OPORTUNIDADES DE MEJORA</b> (Incluya tantas filas como sea requerido)	
No.	Oportunidad Identificada
1.	
2.	
3.	

<b>RELACIÓN DE NO CONFORMIDADES PROCESO AUDITADO</b> (Incluya tantas filas como sea requerido)			
No.	Hallazgo / Evidencias	Norma o Documento Vulnerado	Requisito Vulnerado
1.	Hallazgo: Evidencias:		
2.	Hallazgo: Evidencias:		

<b>RELACIÓN DE NO CONFORMIDADES DE OTROS PROCESOS O COMPARTIDAS</b> (Incluya tantas filas como sea requerido)				
No.	Proceso	Hallazgo / Evidencias	Norma o Documento Vulnerado	Requisito Vulnerado
1.		Hallazgo: Evidencias:		
2.		Hallazgo: Evidencias:		

<b>Observaciones Realizadas en Reunión de cierre</b>

<b>CONCLUSIONES DE LA AUDITORÍA</b>			
<b>Total de Oportunidades de Mejora</b>		<b>Proceso Auditado</b>	
		<b>Otros Procesos</b>	
		<b>Compartidas</b>	
<b>Total de No Conformidades</b>		<b>Proceso Auditado</b>	
		<b>Otros Procesos</b>	
		<b>Compartidas</b>	

**ACEPTACIÓN DEL ACTA**

Por medio de la presente aceptamos que el archivo entregado por el Auditor Líder es el definitivo, en constancia colocamos los nombres y cargos a continuación:

<b>Firma:</b>		<b>Firma:</b>	
<b>Nombre:</b>		<b>Nombre:</b>	
<b>Cargo / Rol:</b>	<b>Líder de proceso o auditado responsable</b>	<b>Cargo / Rol:</b>	<b>Profesional Auditor Líder</b>

Figura: 100: Formato de informe de auditoría

Fuente: Elaboración propia

## B. FORMATO DE LISTA DE VERIFICACIÓN

Macroproceso:  Proceso:

Dirección / Oficina:  Grupo:

Fecha Inicio Auditoría:  Fecha Fin Auditoría:

No.	Requisito / Pregunta	Cumplimiento			Observaciones
		Si	No	NA	
1.					
2.					
3.					

No.	Requisito / Pregunta	Cumplimiento			Observaciones
		Si	No	NA	
8.					
9.					
10.					

### ACEPTACIÓN LISTA DE VERIFICACIÓN

Por medio de la presente aceptamos que el archivo entregado por el Auditor Líder y/o Experto Técnico es el definitivo, en constancia colocamos su(s) nombre(s) y cargo(s) a continuación y las observaciones finales si las hay.

OBSERVACIONES:

Nombre:

Cargo / Rol:

Fecha Recibido Lista de Verificación:

Figura: 101: Formato de lista de verificación

Fuente: Elaboración propia

### C. FORMATO DE PLAN DE AUDITORIA

Fecha de Elaboración: \_\_\_\_\_

Macroproceso: \_\_\_\_\_ Proceso: \_\_\_\_\_

Dirección / Oficina: \_\_\_\_\_ Grupo: \_\_\_\_\_

Procedimientos: \_\_\_\_\_

Objetivo: \_\_\_\_\_

Alcance: \_\_\_\_\_

Criterios: \_\_\_\_\_

Recursos  
Requeridos: \_\_\_\_\_

Gestor del Programa: \_\_\_\_\_ Responsable del Proceso o Delegado: \_\_\_\_\_

**EQUIPO AUDITOR**

Nombre del Auditor	Rol

**PLAN DE ACTIVIDADES**

Fecha	Hora	Actividades

**ACEPTACIÓN PLAN DE AUDITORÍA**

Observaciones:	ACEPTO	Observaciones:	ACEPTO
Nombre:		Nombre:	
Cargo / Rol:		Cargo / Rol:	
Fecha Recibido Plan:		Fecha Envío Plan:	
Observaciones:	ACEPTO		
Nombre:			
Cargo / Rol:			
Fecha Aceptado Plan:			

figura: 102: Formato de plan de auditoria

Fuente: Elaboración propia

### D. FORMATO DE PROGRAMA DE AUDITORIA

FECHA DE ELABORACIÓN													
OBJETIVO													
ALCANCE													
RESPONSABLE (S)													
CRITERIO	NTP ISO / IEC 9001												

ÍTEM	CRITERIO	AUDITORES	MACROPROCESO/PROCESO/ DEPENDENCIA/PROYECTO O PROGRAMA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1															
2															
3															
4															

RIESGOS:	ACCION PREVENTIVA:


RECURSOS:

Figura: 103: Formato de programa de auditoria

Fuente: Elaboración propia



## ANEXO N° 20 PROCEDIMIENTO DE REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

	SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD	CODIGO REVISION	: SGC/PRO/REV : 00
	ISO 9001:2015		
	PROCEDIMIENTO		
	REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN		

# REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

## **1. NOMBRE DEL PROCESO**

Revisión de la dirección del Sistema de Gestión de la Calidad

## **2. OBJETIVO**

Establecer los parámetros para la planificación y ejecución de la revisión periódica del Sistema de Gestión de Calidad de **LAGENCIA S.A.C.**, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficiencia, eficacia y efectividad.

## **3. ALCANCE**

Aplica a la revisión de la información de todo el Sistema de Gestión de Calidad. Abarca desde establecer la metodología y programación de la revisión, hasta la realización del seguimiento.

## **4. RESPONSABILIDAD**

### **4.1. DUEÑO DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento

### **4.2. ACTORES DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento: Encargado de establecer la metodología, programar revisiones, solicitar información, elaborar actas de revisiones y realización del seguimiento.

Responsable del área: Encargado de Preparar la información solicitada por el Jefe de planeamiento.

Gerente General: Encarado de validar y aprobar el acta de revisión.

## **5. DOCUMENTOS APLICABLES**

Acta de revisiones

Seguimiento

Información de entrada a la revisión

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	<p>Establecer la metodología y programación de revisión</p> <p>Nota: Definir la metodología para llevar a cabo la revisión por la dirección del Sistema de Gestión de Calidad.</p> <p>La revisión por la dirección puede realizarse utilizando una o varias de las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para la revisión de la información de entrada</li> <li>• Para la definición de conclusiones y salidas</li> <li>• Para la presentación de conclusiones y salidas:</li> </ul>	Jefe de planeamiento
2	<p>Solicitar información</p> <p>Nota: El Jefe de planeamiento solicita a todos los Responsable del área la información de entrada para la revisión.</p>	Jefe de planeamiento
3	Preparar información	Responsable del área
4	<p>Enviar información</p> <p>Nota: El Responsable del área envía la información a través de correo electrónico al Jefe de planeamiento.</p>	Responsable del área
5	<p>Revisar información</p> <p>Nota: Consolidar la información enviada por cada uno de los Responsable del área de acorde a la metodología establecida.</p>	Jefe de planeamiento
6	<p>Tomar decisiones</p> <p>Nota: El Jefe de planeamiento toma algunas de las siguientes decisiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La conveniencia, adecuación y eficacia continua del sistema de gestión de calidad</li> <li>• Mejora de la eficacia, eficiencia y efectividad del Sistema de Gestión de calidad y sus procesos</li> </ul>	Jefe de planeamiento

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora el servicio en relación con los requisitos del cliente</li> <li>• Cualquier necesidad de cambio en el sistema de gestión de calidad</li> <li>• Acciones y planes de acción necesarios cuando no se hayan logrado los objetivos</li> <li>• Necesidades de recursos</li> </ul>	
7	<p>Elaborar acta de revisión</p> <p>Nota: Elabora el acta de revisión en Formato de Acta. Realizar las revisiones pertinentes hasta lograr conformidad del acta y procede a firmar.</p>	Jefe de planeamiento
8	<p>Validar acta</p> <p>Nota: EL Gerente General valida que el acta se encuentre conforme para su aprobación.</p>	Gerente General
9	<p>Aprobar acta</p>	Gerente General
10	<p>Comunicar resultados</p> <p>Nota: El Jefe de planeamiento envía a través de correo electrónico los resultados obtenidos en la revisión.</p>	Jefe de planeamiento
11	<p>Realizar seguimiento</p> <p>Nota: Efectuar, trimestralmente, el seguimiento a las decisiones consignadas en el acta, diligenciando el estado del compromiso:</p> <p>En Curso</p> <p>Implementada y finalizada</p> <p>No implementada y finalizada pasa a la Revisión de la Siguiete Vigencia</p>	Jefe de planeamiento

Figura: 104: Procedimiento de Revisión por la dirección

Fuente: Elaboración Propia

## 7. FORMATOS

### A. INFORMACIÓN DE ENTRADA A LA REVISIÓN DE SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Revisión correspondiente al año:	<input type="checkbox"/>
Fecha corte de la información:	Fecha de emisión del reporte:
Entrada:	
Norma que aplica: <input type="checkbox"/> NTC ISO 9001:2015	
Resultados cuantitativos, cualitativos y comparación con años anteriores, si aplica	
Resultados del periodo	
Recomendaciones para la mejora con respecto a la entrada correspondiente	
Observaciones del Director General con respecto a la entrada correspondiente	

Figura: 105: Formato de Información de entrada a la revisión

Fuente: Elaboración propia

## B. SEGUIMIENTO A COMPROMISOS DERIVADOS DE LA REVISIÓN POR DIRECCIÓN

Nº	1	2	3	4
COMPROMISO ADQUIRIDO				
SISTEMA QUE LA ACOGE				
TIPO DE ACCIÓN PROPUESTA				
CÓDIGO DE LA ACCIÓN				
RESUMEN DE LA ACCIÓN				
RESPONSABLE DE VERIFICAR QUE LA ACCIÓN SE IMPLEMENTE Y SEA EFICAZ				
FECHA DE FINALIZACIÓN DE LA ACCIÓN				
PRIMER SEGUIMIENTO REALIZADO POR				
FECHA DEL PRIMER SEGUIMIENTO				
RESULTADOS Y EVIDENCIAS DEL PRIMER SEGUIMIENTO				
SEGUNDO SEGUIMIENTO REALIZADO POR				
FECHA DEL SEGUNDO SEGUIMIENTO				
RESULTADOS Y EVIDENCIAS DEL SEGUNDO SEGUIMIENTO				
TERCER SEGUIMIENTO REALIZADO POR				
FECHA DEL TERCER SEGUIMIENTO				
RESULTADOS Y EVIDENCIAS DEL TERCER SEGUIMIENTO				
ESTADO DEL COMPROMISO				

LEYENDA – ESTADO DE COMPROMISO	
EN CURSO	1
IMPLEMENTADA Y FINALIZADA	2
NO IMPLEMENTADA Y FINALIZADA	3
PASA A LA REVISIÓN DE LA SIGUIENTE VIGENCIA	4

Figura: 106: Formato de Seguimiento

Fuente: Elaboración Propia


### C. ACTA

<b>Tema:</b>		<b>Acta No</b>
<b>Lugar:</b>		
<b>Fecha:</b>		
<b>Hora de inicio:</b>	<b>Hora de finalización:</b>	
<b>ASISTENTES</b>		
<b>Nombre Completo</b>	<b>Cargo</b>	
<b>INVITADOS</b>		
<b>Nombre Completo</b>	<b>Cargo</b>	
<b>ORDEN DEL DÍA</b>		
<b>DESARROLLO DEL ORDEN DEL DIA</b>		
<b>COMPROMISOS ADQUIRIDOS:</b>		
<b>Compromiso</b>	<b>Responsable</b> <small>(Nombre –Cargo)</small>	<b>Fecha de Ejecución</b>
<b>SUSCRIBEN EL ACTA</b>		
<b>Nombre completo</b>	<b>Firma</b>	

Figura: 107: Acta

Fuente: Elaboración Propia

**ANEXO N° 21 ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO : SGC/PRO/ARO</b>	<b>REVISION : 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES</b>		

# ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:		Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General



## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Administración de riesgos y oportunidades

## 2. OBJETIVO

Fortalecer el diseño e implementación de estrategias que permitan el tratamiento de los riesgos y aprovechamiento de oportunidades dentro del SGC de la empresa.

## 3. ALCANCE

Aplica para la identificación, análisis y evaluación de riesgos y oportunidades del sistema de gestión de calidad de la empresa.

## 4. RESPONSABILIDAD

### g. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de planeamiento

### h. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de planeamiento: Asegurar el control de riesgos que se clasifiquen como más altos, disminuyendo la posibilidad de falta de calidad del producto generándolo en no conforme.

Gerente General: Verificación del cumplimiento de los procesos, de acuerdo a la identificación de riesgos y oportunidades de mejora.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Mapa de riesgos

## 6. CONDICIONES BASICAS

Se debe establecer los criterios que se van a utilizar para la evaluación de los riesgos, teniendo en cuenta requisitos legales, reglamentarios, o de otra índole que puedan afectar el proceso de la organización.

## 7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Determinar el contexto  Nota: Para cada uno de los procesos del SGC se identifican las condiciones internas y del entorno y sus causas, que pueden generar eventos que originan oportunidades o afectan negativamente el cumplimiento de su objetivo o que generan una mayor vulnerabilidad frente a riesgos en la calidad	Jefe de planeamiento

2	<p>Identificar el riesgo</p> <p>Nota: Identificar los riesgos revisando el proceso, su objetivo y los eventos que pueden afectar su cumplimiento.</p> <p>Las causas identificadas en el contexto sirven de base para la identificación de los riesgos de los procesos de calidad.</p> <p>La identificación de los riesgos en el SGC de calidad se puede soportar en: análisis DOFA, lluvia de ideas, análisis histórico, análisis de escenarios. El riesgo debe estar descrito de manera clara, sin que su redacción dé lugar a ambigüedades o confusiones con la causa generadora de los mismos.</p>	Jefe de planeamiento
3	<p>Clasificar el riesgo</p> <p>Nota: Se clasifica el riesgo en alguna de las clases identificadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgo Estratégico, riesgos operativos o de apoyo.</li> </ul>	Jefe de planeamiento
4	<p>Analizar y evaluar el riesgo identificado</p> <p>Nota: Los riesgos identificados se analizan teniendo en cuenta dos aspectos: probabilidad e impacto atendiendo.</p>	Jefe de planeamiento
5	<p>Identificar y valorar los controles</p> <p>Nota: Se deberán identificar los controles teniendo en cuenta que pueden ser: controles preventivos o correctivos.</p>	Jefe de planeamiento
6	<p>Valorar los riesgos identificados</p> <p>Nota: La valoración de los riesgos es producto de confrontar los resultados de la evaluación del riesgo con los controles identificados.</p>	Jefe de planeamiento
7	<p>Tratar a los riesgos</p> <p>Nota: Se definen la forma como se tratará el riesgo de acuerdo con las opciones: Evitar, reducir, transferir o compartir o asumir el riesgo. Se definen del plan de</p>	Jefe de planeamiento

	<p>manejo del riesgo como una acción preventiva que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las acciones a implementar</li> <li>• Los responsables</li> <li>• El cronograma de implementación</li> <li>• Los indicadores</li> </ul> <p>Una vez identificados los riesgos de calidad, cada proceso debe establecer los controles teniendo en cuenta: Controles preventivos, que disminuyen la probabilidad de ocurrencia o materialización del riesgo; y Controles correctivos, que buscan combatir o eliminar las causas que lo generaron, en caso de materializarse.</p>	
8	<p>Elaborar el mapa de riesgos</p> <p>Nota: El responsable elabora el mapa de riesgos teniendo en cuenta la probabilidad, el impacto, valor, opciones de manejo, entre otros.</p>	Jefe de planeamiento
9	<p>Verificar mapa de riesgos</p> <p>Nota: Los mapas de riesgos por procesos deberá ser verificado de acuerdo con lo establecido en el procedimiento de elaboración y Control de Documentos. De no encontrarse conforme, realizará observaciones y el Jefe de planeamiento levanta observaciones. De lo contrario, procede con la actividad N° 10.</p>	Gerente General
10	<p>Aprobar mapa de riesgos</p>	Gerente General
11	<p>Consolidar mapa de riesgos</p> <p>Nota: Los mapas de riesgos por procesos se consolidan para conformar el Mapa de Riesgos por procesos del SGC.</p> <p>El mapa de riesgos Institucional se alimenta de los riesgos identificados en los procesos del SGC, teniendo en cuenta que solamente se trasladan al institucional aquellos riesgos que dentro del SGC permanecieron en</p>	Jefe de planeamiento

	las zonas más altas de riesgo y que afectan el cumplimiento de la misión institucional y objetivos de la entidad.	
12	<p>Socializar los mapas de riesgos</p> <p>Nota: Los mapas de riesgos deben ser socializados con los involucrados que intervienen en un proceso de SGC a fin de que contribuyan al cumplimiento de los controles o al fortalecimiento de la gestión de riesgos.</p>	Jefe de planeamiento
13	<p>Realizar seguimiento y evaluación de los riesgos</p> <p>Nota: Se realizará seguimiento y evaluación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La efectividad de los controles existentes.</li> <li>•La implementación de las acciones propuestas.</li> <li>•La valoración del riesgo con base en la implementación de nuevos controles.</li> <li>• La pertinencia y conveniencia de los riesgos identificados.</li> <li>•Los responsables.</li> </ul>	Jefe de planeamiento

## ANEXO N° 22 RELACIÓN DE CLIENTES

N°	MES DICIEMBRE
	CLIENTE
1	Colegio San José Obrero
2	Balneario Las Delicias
3	Macciato
4	Línea
5	Grupo Transpesa
6	El Barvas
7	Mr. Lucas
8	El Remanso
9	El Merlín de Cabo Blanco
10	Dental Cored
11	Anita Eventos
12	Vecars
13	Papanatas
14	Buenos Aires café
15	Interamericana
16	Variados + papelería
17	Cocina de los Chef
18	Jade constructores

**ANEXO N° 23 FORMATO ENTRENAMIENTO EN EL PUESTO DE TRABAJO**

	<b>FECHA</b>	<b>DD</b>	<b>MM</b>	<b>AA</b>

<b>DATOS DEL TRABAJADOR</b>					
<b>NOMBRE</b>					
<b>DEPEDENCIA</b>		<b>GRUPO</b>			
<b>FECHA DE POSESIÓN, ENCARGO O TRASLADO</b>			<b>NIVEL</b>		
<b>DENOMINACIÓN</b>			<b>CODIGO</b>		<b>GRADO</b>

<b>DATOS DEL QUE REALIZA EL ENTRENAMIENTO</b>						
<b>NOMBRE</b>						
<b>DEPENDENCIA</b>			<b>GRUPO</b>			
<b>NIVEL</b>		<b>DENOMINACIÓN</b>		<b>CODIGO</b>		<b>GRADO</b>

<b>MOTIVO DEL ENTRENAMIENTO</b>	
---------------------------------	--

<b>1) FUNCIONES DEL CARGO</b>
-------------------------------

**FUNCIONES, ACTIVIDADES Y PROYECTOS PRINCIPALES**

**FUNCIONES, ACTIVIDADES Y PROYECTOS SECUNDARIOS**

<b>2) RESPONSABILIDADES EN EL CARGO</b>		
<b>RESPONSABILIDAD POR</b>	<b>ESPECIFIQUE</b>	<b>NO APLICA AL CARGO</b>
1) Uso de materiales, insumos, reactivos.		
2) Manejo de equipos de cómputo y audiovisuales (computador, impresora, escáner, etc).		
3) Coordina el trabajo de otras personas.		
4) Manejo de dinero, títulos o documentos afines, caja diario.		
5) Manejo de sistemas de información (bases de datos, programas, software, etc).		
6) Relaciones públicas, asistencia a reuniones fuera de la entidad.		
7) Confidencialidad de la información, propiedad intelectual e investigaciones.		
8) Manejo de celulares.		
9) Manejo de vehículos y/o motocicleta.		

<b>3) CONOCIMIENTOS BÁSICOS DEL CARGO</b>					
<b>CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS BÁSICAS O ESENCIALES DEL CARGO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>No. HORAS DE ENTRENAMIENTO O</b>	<b>EVIDENCIA S (Listado asistencia, certificados)</b>	<b>OBSERVACIONES</b>




#### 4) COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES

Valore de acuerdo a la siguiente escala, las competencias comportamentales desarrolladas durante el periodo de entrenamiento.

ESCALA DE CALIFICACIÓN		
NIVEL		GRADO
<b>SOBRESALIENTE</b>	Es excelente en la competencia	5
<b>SUPERIOR</b>	Por encima del desempeño promedio	4
<b>MEDIO</b>	Sobre el estándar	3
<b>MÍNIMO</b>	Necesario para el puesto dentro del perfil requerido	2
<b>BAJO</b>	Ausencia de la competencia	1

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES									
NIVEL DIRECTIVO		NIVEL ASESOR		NIVEL PROFESIONAL		NIVEL TÉCNICO		NIVEL ASISTENCIAL	
Liderazgo		Experticia Profesional		Aprendizaje Continuo		Experticia Técnica		Manejo de la información	

Planeación	Conocimiento del Entorno		Experticia Profesional		Trabajo en equipo		Adaptación al cambio	
Toma de Decisiones	Construcción de relaciones		Trabajo en equipo y colaboración		Creatividad e innovación		Disciplina	
Dirección y desarrollo de personal	Iniciativa		Creatividad e innovación				Relaciones interpersonales	
Conocimiento del entorno			<b>CON PERSONAL A CARGO</b>				Colaboración	
			Liderazgo de grupos de trabajo					
			Toma de Decisiones					

**5) RIESGOS OCUPACIONALES EN EL PUESTO DE TRABAJO**


--

**7) ELEMENTOS DE OFICINA**

EQUIPOS (COMPUTO O LABORATORIO) Y ELEMENTOS DE OFICINA	No. DE INVENTARIO	ESTADO


<b>8) CONFORMIDAD DE ENTRENAMIENTO</b>		
	<b>NOMBRE Y CARGO</b>	<b>FIRMA</b>
<b>NOMBRE DEL TRABAJADOR</b>		
<b>NOMBRE DEL RESPONSIBLE DEL ENTRENAMIENTO</b>		
<b>NOMBRE DEL JEFE INMEDIATO</b>		

**ANEXO N° 24 PROCEDIMIENTO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE  
PERSONAL**

	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO</b> <b>REVISION</b>	<b>: SGC/PRO/REC</b> <b>: 00</b>
	<b>ISO 9001:2015</b>		
	<b>PROCEDIMIENTO</b>		
	<b>RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL</b>		

# RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2018	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente Administrativo	Cargo:	Gerente General

### 1.1.NOMBRE DEL PROCESO

Reclutamiento y selección del personal

### 1.2.OBJETIVO DEL PROCESO

Realizar el procedimiento de reclutamiento y selección del personal, promoviendo la igualdad de género, para desarrollar las funciones establecidas en el perfil de puestos.

### 1.3.ALCANCE

Aplica solo para el reclutamiento y selección del personal de la empresa.

Abarca desde la recepción del requerimiento de nuevos trabajadores, hasta la publicación del proceso finalizado.

### 1.4.RESPONSABILIDADES

#### 1.4.1. DUEÑO DEL PROCESO

Gerente Administrativo

#### 1.4.2. ACTORES DEL PROCESO

Gerente Administrativo: Encargado de recibir el requerimiento de nuevos trabajadores, publicar convocatorias y realizar entrevistas psicológicas a los postulantes.

Postulante: Encargado de presentarse a las entrevistas.

### 1.5.DOCUMENTOS APLICABLES

Requerimiento de personal

Perfil de puesto

Test psicológicos

Test de conocimientos

Registro de información del postulante

### 1.6.CONDICIONES BASICAS

Para publicar la convocatoria, el Gerente General debe de haber verificado que se necesite el personal.

Para publicar la convocatoria se debe de tener el perfil del puesto.

### 1.7.DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ACTOR
1	Identificar el perfil de puesto	Gerente Administrativo

	Nota: Al identificar el puesto vacante, debe de seleccionar el perfil de puesto correspondiente para la realización de la convocatoria	
2	Publicar convocatoria Nota: La publicación de la convocatoria se realiza a través de CompuTrabajo, LinkedIn o cuenta personal de Facebook del Gerente Administrativo.	Gerente Administrativo
3	Verificar convocatoria Nota: El postulante ingresa a través de cualquiera de los medios antes mencionados y verifica si cumple con el perfil requerido. Si el postulante no cuenta con el perfil requerido, finaliza su proceso. De lo contrario, continua con la actividad N° 5	Postulante
4	Realizar postulación Nota: El Postulante se registra y envía su curriculum vitae.	Postulante
		Postulante
5	Revisar hojas de vida Nota: Luego de un cierto tiempo, el Gerente Administrativo debe de descargar y revisar todas las hojas de vida de todos los postulantes.	Gerente Administrativo
6	Contactar a postulantes aptos Nota: Después de haber evaluado y contrastado con el perfil del puesto solo se contacta para la entrevista con aquellos postulantes que cumplan con lo solicitado.	Gerente Administrativo
7	Asistir a entrevista	Postulante
8	Realizar entrevista personal Nota: El Gerente Administrativo inicia la entrevista consultándole al postulante sobre su información personal y los conocimientos relacionados con el puesto al que está postulando. En esta primera entrevista personal, el Gerente Administrativo evalúa si el candidato cumple con la	Gerente Administrativo

	<p>capacidad de ocupar el puesto. En caso que no cumpla, el Gerente General regresa a la actividad de seguir realizando otras entrevistas.</p> <p>Pero, si cumple con lo esperado, continua con la actividad</p>	
9	<p>Realizar exámenes</p> <p>Nota: Dependiendo del puesto al que estén postulando, el Gerente Administrativo aplica las pruebas psicológicas a los postulantes, si luego de evaluarlos; no aprueban, el Gerente General regresa a la actividad N°6. En caso contrario, continua con la actividad N° 11.</p>	Gerente Administrativo
10	<p>Registrar datos del postulante seleccionado</p> <p>Nota: El Gerente Administrativo solicita documento nacional de identificación al postulante, asimismo, el postulante completa sus datos personales.</p>	Gerente Administrativo
11	<p>Brindar información al empleado</p> <p>Nota: El Gerente Administrativo brinda información acerca del horario de trabajo, vestimenta, área de trabajo, jefe inmediato entre otros.</p>	Gerente Administrativo
12	<p>Publicar proceso finalizado</p> <p>Nota: el Gerente Administrativo debe de ingresar a todos los medios donde fueron publicados las vacantes y colocar el proceso como finalizado.</p>	Gerente Administrativo

## ANEXO N° 25 FORMATO DE EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN

TÍTULO DE LA CAPACITACIÓN:	
FECHA:	
NOMBRE DEL TRABAJADOR:	
RESPONSABLE:	
¿QUE ESPERA ALCANZAR CON ESTA CAPACITACIÓN?:	

Para cada uno de los ítems indicados, por favor haga una marca en el casillero que más represente su punto de vista. Cualquier comentario adicional colóquelo en el casillero indicado.

LEYENDA	
Muy de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
Desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

ASPECTOS A EVALUAR	CALIFICACIÓN				
	5	4	3	2	1
<b>LA CAPACITACIÓN</b>					
Los temas cubiertos en la capacitación serán relevantes en mi trabajo					
Todos los temas fueron cubiertos con el nivel correcto para mí					
El curso llenó sus objetivos planteados					
El curso cubrió todos los temas que yo esperaba					
La duración del curso fue correcta					
Los temas fueron tratados en orden lógico					
<b>MATERIALES DEL CURSO</b>					



El material del curso está claramente expuesto y es de fácil lectura					
Las diapositivas estaban bien diseñadas y de fácil lectura					
<b>EL EXPOSITOR</b>					
El expositor presentó los temas clara y lógicamente					
El expositor usó eficazmente las ayudas visuales					
Recibí asistencia adecuada del expositor durante las sesiones prácticas y ejercicios					
El expositor incentivó discusiones relevantes en el momento apropiado					
Para mí, los temas fueron presentados en el lugar correcto					
El expositor dio respuestas adecuadas a las preguntas de los delegados					
El expositor demostró un buen conocimiento de materia					
<b>TOTAL</b>					

Por favor escriba aquí cualquier comentario adicional que desee hacer. Será de gran ayuda si puede ampliar su respuesta en cada categoría que marcó en desacuerdo o muy desacuerdo

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## ANEXO N° 26 ENCUESTA DE LA VARIABLE SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001:2015

Buenos días, el siguiente cuestionario está orientado a identificar y evaluar el cumplimiento del sistema de gestión de la calidad de la empresa, con la finalidad de proponer oportunidades de mejora.

<b>NIVELES</b>	
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indeciso	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

N°	DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
1	¿LAGENCIA S.A.C ha establecido y documentado un Sistema de Gestión de la Calidad en los procesos comerciales?					
2	¿Se identifican los procesos comerciales y las interacciones de los involucrados en el proceso?					
3	¿Se dispone de recursos necesarios, aparte de información que sea utilizada para apoyar la operación y el seguimiento de los procesos comerciales?					
4	¿Se implantan las acciones necesarias para alcanzar resultados planificados y la mejora continua de los procesos comerciales?					
5	¿Se cuenta con algún documento en el que se exprese la política de calidad y los objetivos?					
6	¿Se posee algún manual de calidad en el que se referencien los procesos comerciales así como el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad?					
7	¿La entidad posee todos los procedimientos documentados sobre los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001?					

8	¿Se instituyen todos los procedimientos documentados que definan los controles necesarios para poner a disposición los registros y los documentos?					
9	¿La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos?					
10	¿La gerencia de la empresa proporciona alguna evidencia de su compromiso con el Sistema de Gestión de la Calidad?					
11	¿Se establecen acciones para alcanzar los objetivos?					
12	¿Se comunica a todos los colaboradores la importancia de satisfacer los requisitos de los clientes?					
13	¿Los objetivos de la calidad son medibles y coherentes con la política de calidad?					
14	¿La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen?					
15	¿La gerencia asigna los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación?					
16	¿La gerencia mantiene el registro de revisiones?					
17	¿La gerencia asegura que se establecen todos los procesos de comunicación dentro de la organización?					
18	¿Existe algún responsable de calidad que dependa de la gerencia?					
19	¿Se controla la prestación del servicio?					
20	¿Se controlan los dispositivos de seguimiento y medición?					
21	¿Se validan los procesos de prestación de servicios?					

**ANEXO N° 27 HOJA DE ASISTENCIA**

<b>CONTROL DE ASISTENCIA DE PERSONAL</b>					
<b>N°</b>	<b>FECHA</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRE</b>	<b>DNI</b>	<b>H. INGRESO</b>	<b>FIRMA</b>
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

## ANEXO N° 28 ESQUELA DE PROCESOS

**FECHA DE EVALUACIÓN:**

**RESPONSABLE:**

PROCESO	DIAGRAMA		OBSERVACION
	SI CUMPLE	NO CUMPLE	

## ANEXO N° 29 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Comprometidos con la opinión del cliente, la presente encuesta tiene la finalidad de identificar el nivel de satisfacción con el servicio brindado por la empresa y mejorar en base a los resultados obtenidos, es por ello que se le solicita que sea coherente con sus respuestas,

**1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios de la empresa?**

- a. Menos de un mes
- b. De uno a tres meses
- c. De tres a seis meses
- d. Entre seis meses y un año
- e. Entre uno y tres años
- f. Más de tres años
- g. Nunca los he utilizado

**2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio?**

- a. Una o más veces a la semana
- b. Dos o tres veces al mes
- c. Una vez al mes
- d. Menos de una vez al mes
- e. Otro:.....

**3. ¿Cómo considera el nivel de atención del Ejecutivo de cuentas?**

- a. Muy satisfecho
- b. Satisfactoria
- c. Normal
- d. Insatisfactoria
- e. Muy Insatisfactoria

**4. ¿Cómo evalúa el plazo de respuestas del Ejecutivo de Cuentas en base a sus preguntas?**

- a. Muy buena
- b. Buena
- c. Normal
- d. Malo
- e. Muy malo

**5. ¿Cómo evalúa la calidad del servicio brindado?**

- a. Muy buena
- b. Buena
- c. Normal
- d. Mala
- e. Muy mala

**6. ¿Ha existido algo incidencia en el servicio?**

- a. Si

Especifique:.....

.....

- b. No

.....

.....

**7. Si su respuesta anterior fue si, ¿Se ha solucionado satisfactoriamente?**

- a. Si
- b. No

**8. Nuestra empresa desea conocer su opinión sobre cualquier cuestión que no se haya abordado en este cuestionario, con la finalidad de mejorar los servicios que les ofrecemos y la atención que les prestamos.**

.....

.....

.....

.....

**ANEXO N° 30 FORMATO DE HOJA DE OBSERVACIÓN – PEDIDOS  
ATENDIDOS A TIEMPO**

**HOJA DE OBSERVACIÓN**

**RESPONSABLE:**

N°	PEDIDOS	ESTADO			FECHA DE ENTREGA
		PENDIENTE	EN PROCESO	EJECUTADO	



**ANEXO N° 31 FORMATO DE HOJA DE OBSERVACIÓN – INDICE DE  
PRODUCTIVIDAD LABORAL**

N°	PEDIDOS ENTREGADOS POR SEMANA	TIEMPO (HORAS)

## ANEXO N° 32 AHORRO

### DEVOLUCIONES DE PRODUCTOS

RESPONSABLE: Director de Cuentas

ANTES		DESPÚES	
PRODUCTO	COSTO	PRODUCTO	COSTO
Brochure	1500	Brochure	500
Volantes	700	Volantes	300
Folletos	1200	Folletos	600
Papelería	2000	Papelería	700
Maquetas	3000	Maquetas	900
<b>TOTAL</b>	<b>8400</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3000</b>

CARGO: DIRECTOR DE CUENTAS

FECHA: 15/12/2018

## ANEXO N° 33 PORTADA PARA PROCEDIMIENTOS

<b>LOGO</b>	<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>	<b>CODIGO REVISION PAGINA</b>	: SGC/PRO/.... : 00 : 1/3
	ISO 9001:2015		
	PROCEDIMIENTO		
	TITULO		

# TITULO

FECHA DE VIGENCIA		VERSIÓN:		PAGINAS:	
-------------------	--	----------	--	----------	--

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:		Nombre:		Nombre:	
Cargo:	Analista de planeamiento	Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Gerente General

## **ANEXO N° 34 ENTREVISTA PARA DETERMINAR LA MEDICIONES DE LOS PROCESOS**

### **ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL**

Fecha: .....

1. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de DISEÑO GRÁFICO?
2. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de REDES SOCIALES?
3. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de CANAL DE COMUNICACIÓN?
4. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de CREAR ESTRATÉGIA DE MARCA?
5. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN?
6. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de ESTRATÉGIA DE MERCADEO?
7. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de DEFINIR CANALES DE COMUNICACIÓN?
8. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de ESTRUCTURAR LA PROPUESTA?
9. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de DISEÑO WEB?
10. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de PRODUCTO FINAL?
11. ¿Cuáles son las mediciones que realizaría para el proceso de VENTA?

**ANEXO N° 35 DIAGNÓSTICO DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMA ISO 9001 /  
ANTES**

N°	DESCRIPCIÓN	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	
1	¿LAGENCIA S.A.C ha establecido y documentado un Sistema de Gestión de la Calidad en los procesos comerciales?	X				
2	¿Se identifican los procesos comerciales y las interacciones de los involucrados en el proceso?	X				
3	¿Se dispone de recursos necesarios, aparte de información que sea utilizada para apoyar la operación y el seguimiento de los procesos comerciales?	X				
4	¿Se implantan las acciones necesarias para alcanzar resultados planificados y la mejora continua de los procesos comerciales?	X				
5	¿Se cuenta con algún documento en el que se exprese la política de calidad y los objetivos?	X				
6	¿Se posee algún manual de calidad en el que se referencien los procesos comerciales así como el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad?	X				
7	¿La entidad posee todos los procedimientos documentados sobre los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001?	X				
8	¿Se instituyen todos los procedimientos documentados que definan los controles necesarios para poner a disposición los registros y los documentos?	X				

9	¿La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos?	X
10	¿La gerencia de la empresa proporciona alguna evidencia de su compromiso con el Sistema de Gestión de la Calidad?	X
11	¿Se establecen acciones para alcanzar los objetivos?	X
12	¿Se comunica a todos los colaboradores la importancia de satisfacer los requisitos de los clientes?	X
13	¿Los objetivos de la calidad son medibles y coherentes con la política de calidad?	X
14	¿La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen?	X
15	¿La gerencia asigna los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación?	X
16	¿La gerencia mantiene el registro de revisiones?	X
17	¿La gerencia asegura que se establecen todos los procesos de comunicación dentro de la organización?	X
18	¿Existe algún responsable de calidad que dependa de la gerencia?	X
19	¿Se controla la prestación del servicio?	X
20	¿Se controlan los dispositivos de seguimiento y medición?	X
21	¿Se validan los procesos de prestación de servicios?	X

**RESULTADO**

**21**

**NIVEL**

**BAJO**

**ANEXO N° 36 DIAGNÓSTICO DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMA ISO 9001 /  
DESPUÉS**

N°	DESCRIPCIÓN					Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	
1	¿LAGENCIA S.A.C ha establecido y documentado un Sistema de Gestión de la Calidad en los procesos comerciales?					X
2	¿Se identifican los procesos comerciales y las interacciones de los involucrados en el proceso?					X
3	¿Se dispone de recursos necesarios, aparte de información que sea utilizada para apoyar la operación y el seguimiento de los procesos comerciales?					X
4	¿Se implantan las acciones necesarias para alcanzar resultados planificados y la mejora continua de los procesos comerciales?					X
5	¿Se cuenta con algún documento en el que se exprese la política de calidad y los objetivos?					X
6	¿Se posee algún manual de calidad en el que se referencien los procesos comerciales así como el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad?					X
7	¿La entidad posee todos los procedimientos documentados sobre los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001?					X

8	¿Se instituyen todos los procedimientos documentados que definan los controles necesarios para poner a disposición los registros y los documentos?	X
9	¿La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos?	X
10	¿La gerencia de la empresa proporciona alguna evidencia de su compromiso con el Sistema de Gestión de la Calidad?	X
11	¿Se establecen acciones para alcanzar los objetivos?	X
12	¿Se comunica a todos los colaboradores la importancia de satisfacer los requisitos de los clientes?	X
13	¿Los objetivos de la calidad son medibles y coherentes con la política de calidad?	X
14	¿La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen?	X
15	¿La gerencia asigna los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación?	X
16	¿La gerencia mantiene el registro de revisiones?	X
17	¿La gerencia asegura que se establecen todos los procesos de comunicación dentro de la organización?	X
18	¿Existe algún responsable de calidad que dependa de la gerencia?	X
19	¿Se controla la prestación del servicio?	X
20	¿Se controlan los dispositivos de seguimiento y medición?	X
21	¿Se validan los procesos de prestación de servicios?	X

<b>RESULTADO</b>	<b>103</b>
<b>NIVEL</b>	<b>ALTO</b>