

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“GESTIÓN DE CALIDAD Y SU MEJORA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA WINESYOSA, TRUJILLO 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración



Autor:

Sergio Vicente Cribilleros Nacarino

Asesora:

Dr. Rossana Magally Cancino Olivera

Trujillo - Perú

2021

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a mi familia y a todos mis seres cercanos que me estuvieron apoyando para lograr completar este trabajo de investigación

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todos los profesores que me apoyaron en la realización de este trabajo de investigación, sin su apoyo no lo habría podido terminar.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. MÉTODO.....	20
CAPÍTULO III. RESULTADOS	23
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	82
REFERENCIAS	87
ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resultados de la Gestión de Calidad.....	23
Tabla 2. Aumento de Precios en los Productos	28
Tabla 3. Inventarios en Distribuidora Winesyosa	28
Tabla 4. Ventas en Distribuidora Winesyosa.....	29
Tabla 5. Respuestas de Encuesta de Conformidad con el Servicio (Piloto).....	39
Tabla 6. Tabla de Clasificación ABC.....	63
Tabla 7. Método ABC	64
Tabla 8. Pérdidas en cada local por una semana de inactividad	68
Tabla 9. Presupuesto para Programa de Capacitación en Ventas	68
Tabla 10. Beneficios de la Propuesta	69
Tabla 11. Tabla de Pérdida de Clientes.....	69
Tabla 12. Gastos Promedio por Clientes	70
Tabla 13. Tiempo de Atención al Cliente	71
Tabla 14. Costo de Transporte de Mercadería	72
Tabla 15. Beneficio/Costo	72
Tabla 16. Estado de Ganancias y Pérdidas 2021 con Propuesta y sin Propuesta	73
Tabla 17. Balance General 2021 con Propuesta y sin Propuesta.....	74
Tabla 18. Rentabilidad 2021.....	75
Tabla 19. Rentabilidad 2021 con propuesta	76

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Ejemplo de Información de Cliente (Piloto)</i>	38
<i>Figura 2. Encuesta de Conformidad con el Servicio.....</i>	38
<i>Figura 3. Diagrama de Flujo de Proceso de Retroalimentación.....</i>	42
<i>Figura 4. Indicador de Satisfacción en General.....</i>	43
<i>Figura 5. Indicador de Satisfacción de la Atención del Vendedor</i>	43
<i>Figura 6. Indicador de Satisfacción de la Presentación del Producto.....</i>	44
<i>Figura 8. Modelo de Formulario de Queja o Inconformidad</i>	50
<i>Figura 9. Diagrama de Flujo de Proceso de Inconformidades</i>	52
<i>Figura 10. Cronograma de Sesiones de Capacitación de Ventas.....</i>	59
<i>Figura 11. Indicador de aprendizaje Logrado.</i>	60
<i>Figura 12. Indicador de Aplicación de Técnicas.</i>	61
<i>Figura 13. Indicador de Ventas Anuales.</i>	61
<i>Figura 14. Indicador de Eficiencia en Picking.</i>	66
<i>Figura 15. Indicador de Rotación de Inventarios.</i>	66
<i>Figura 16. Comparativa entre el indicador ROA de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.</i>	77
<i>Figura 17. Comparativa entre el indicador ROE de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.</i>	78
<i>Figura 18. Comparativa entre el indicador de Margen de Utilidad Bruta de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.</i>	79
<i>Figura 19. Comparativa entre el indicador de Rentabilidad Operativa de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.</i>	80
<i>Figura 20. Comparativa entre el indicador de Rentabilidad Neta de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.</i>	80

El presente trabajo de investigación consiste en el análisis de las variables Gestión de Calidad y rentabilidad presentados en la empresa Distribuidora Winesyosa, empresa que se dedica a la venta de lubricantes y sus respectivos filtros para motores en Trujillo, Perú; la investigación tuvo como objetivo analizar la gestión de calidad y como mejora la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021. Se utilizó como metodología una investigación descriptiva, es decir se analizó las variables de un periodo para poder observar que cambios hubo. Para analizar la variable Gestión de Calidad se utilizó como instrumento un Check List de la Norma ISO 9001:2015 y para la variable rentabilidad se utilizó los indicadores financieros que la empresa utiliza para determinarla. Obteniendo, así como resultados que la empresa tiene un alto grado de Gestión de Calidad y que la rentabilidad subió un 28.80% gracias a ella. Concluyendo que la gestión de calidad mejora los indicadores de rentabilidad de la empresa mediante un aumento en los ingresos de la misma

Palabras clave: Gestión de Calidad, Rentabilidad, Normas ISO 9001:2001

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas en el mundo siempre buscan sacar una ventaja competitiva de las otras, usualmente lo hacen mostrando productos originales y que tengan mejores cosas que los otros, pero esto es muy diferente en empresas de servicio, ya que su principal distintivo frente a su competencia, es la forma en como atraen y mantienen a los clientes, por ejemplo, una empresa de distribución, como se puede diferenciar de otra o sacar una ventaja competitiva si hacen todas la misma labor compran a proveedores los productos que quieren distribuir o vender y lo hacen llegar a los clientes, he allí donde interviene una variable clave, que viene a ser la calidad.

Para países asiáticos y europeos, la calidad, es una variable que ha tomado importancia a la hora de ser competitivos a nivel global hoy en día, ante una gran demanda por parte de los clientes, de productos y servicios con cierto grado de calidad, las corporaciones en la búsqueda de satisfacerlos han decidido invertir en mejorar la calidad de sus producto y servicios para ser competitivos en el mercado (Abate, 2018). Es por ello que, empresas que presentan problemas con la entrega de servicio buscan corregirlo implementado un sistema de gestión de calidad, ya que no solo debemos asegurarnos de la calidad del producto sino también de la calidad de servicio que se da al cliente. (Borja y Jijón, 2014) Pero ahora, el invertir e implementar mejoras de la calidad en la empresa, no es algo fácil, allí es donde se empieza a tomar en cuenta un factor a investigar, la Gestión de Calidad, ya que esta puede brindar muchas mejoras en a la empresa, desde mejoras en los procesos hasta mayores ventas y todo esto se ve reflejado en la rentabilidad de la misma.

En Perú, no es la excepción en lo explicado antes, las empresas de ventas de productos y servicios se centran siempre en fidelizar a su cliente y la única forma de hacerlo es brindándole un servicio de calidad que supere al de los otros, y esto es importante las equivocaciones en los estándares de calidad traen consigo problemas como pérdidas de

clientes o una rentabilidad baja (Dávila, 2017). Es por ello que es conveniente invertir tiempo y esfuerzo en lograr una óptima Gestión de Calidad.

Con la pandemia de 2020 las empresas de Perú, específicamente de venta y distribución han recibido un gran golpe al tener que parar sus actividades y el costo de los productos que venden también se han incrementado enormemente, esto ha hecho que los clientes que tenían decidan mirar a la competencia para observar quien les da mejores precios y una mejor calidad de servicio. Entre ellas esta Distribuidora Winesyosa, que opera en todo el sector norte de Perú, tiene 20 años en el mercado de venta y distribución de lubricantes y filtros para motores de autos y camiones, ellos alegan que su permanencia en el mercado se debe a los productos de calidad importados de Estados Unidos que venden, siendo los únicos distribuidores de la marca AMALIE en Trujillo, sin embargo, actualmente carecen de un punto importante el cual es la gestión de calidad. La empresa no cuenta con procesos para asegurar la calidad en sus servicios, lo cual les ha costado muchos clientes, ya que estos prefieren irse con la competencia, eso sumado que ante la realidad del Perú haya habido muchos productos que han subido de precio, ha desencadenado que los clientes se vuelvan a replantear donde quieren comprar sus productos; y además ante la falta de calidad en sus procesos, el almacén no tiene métodos de organización lo que genera que se pierdan o no se encuentren los productos solicitados por los clientes y por la misma situación la atención hacia ellos se ha visto afectada. Ante esta problemática la siguiente investigación se encargará de analizar como mejora la aplicación de la gestión de calidad a la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa.

Desde el punto de vista teórico, la investigación permitirá dar conocimiento sobre los beneficios, desventajas y limitaciones de la práctica de Gestión de Calidad en la Empresa Distribuidora Winesyosa. Desde el punto de vista aplicativo, toda la información obtenida en la investigación servirá de marco referencial a cualquier microempresario que se plantee

introducir o mejorar un sistema de gestión de calidad. Desde el punto de vista valorativo, esta investigación permitirá conocer exactamente que mejoras da la Gestión de Calidad sobre la Rentabilidad de una empresa. Finalmente, desde el punto de vista académico, este trabajo quedara como antecedente para que cualquier investigador que decida buscar información sobre las variables Gestión de Calidad y la Rentabilidad, la pueda obtener fácilmente.

Ahora se presentará los antecedentes que brindan aportes como también validez a la investigación cumpliendo la principal función de tener con quien contrastar resultados y conclusiones, los trabajos de investigación son los siguientes:

Abad y Pincay (2014) en la tesis: “Análisis de Calidad del Servicio al Cliente Interno y Externo para propuesta de Modelo de Gestión de Calidad en una empresa de Seguros de Guayaquil” para optar al título profesional de Ingeniera Comercial Mención Marketing en la Universidad Politécnica Salesiana, se realizó con el objetivo de analizar la calidad de servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil para incrementar el nivel de ventas de la organización, la metodología que se utilizó un método inductivo y encuesta. Concluyendo que la aplicación del modelo podría apoyar a mejorar los procesos e incrementar la rentabilidad de la organización; en este trabajo se observó como el modelo presentado mejoraba varios procesos que tienen que ver con la calidad del servicio brindado es un buen ejemplo para aplicar en empresas del sector servicio.

Abate (2018) en la tesis: “Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2015 orientado en la Productividad de una Empresa Dedicada a la Elaboración de Productos y Servicios de Limpieza para Industrias de Consumo Masivo” para optar al grado de Magister en Administración de Empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, tuvo como objetivo diseñar un sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001:2015, que contribuya al mejoramiento de una empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios para industrias de consumo masivo con miras a mejorar sus indicadores de

productividad, utilizando como método encuesta, entrevista y observación. Se concluyó que el uso de un sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 mejora los indicadores de productividad y ayuda que los trabajadores desarrollen sentido de pertenencia y compromiso hacia sus tareas y a su empresa.

Aguilar (2018) en la tesis: “Propuesta de Diseño e Implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001: 2015 para obtener beneficios económicos en la empresa Grupo Transpesa S.A.C. –Sede Trujillo” para optar al grado de licenciatura en Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional de Trujillo, tuvo como objetivo desarrollar la propuesta de diseño e implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001: 2015 en la empresa GRUPO TRANSPESA S.A.C. para la obtención de beneficios económicos y también para la mejora de sus procesos, usando como método entrevistas y la Norma ISO 9001:2015. Se concluyó que el SGC logro que la empresa tenga un mejor posicionamiento en el mercado, reducir sus costos y ser viables dando beneficios económicos a la empresa. En esta tesis se puede observar el sistema que se creó con la normativa ISO 9001 y los beneficios traídos por ella en una empresa de transporte de objetos como la empresa Distribuidora Winesyosa que transporta mercadería a diferentes empresas.

Benzaquende y Convers (2015) en el artículo científico: “El ISO 9001 y TQM en las empresas de Colombia”, tuvo como objetivo comparar si existen diferencias significativas en las empresas colombianas certificadas con aquellas que no lo están y analizar si a la certificación ISO 9001 impacta en los factores de éxito de la TQM, utilizando un modelo de comparación de 9 factores del TQM. Se concluyó que las empresas con certificación ISO 9001 tienen mejor desempeño en los nueve factores de TQM analizados en el estudio comparadas con empresas no certificadas, lo cual resalta la importancia y los efectos positivos de la certificación en el nivel de calidad en empresas colombianas.

Beheshtinia y Vaziri (2016) en el artículo científico: “A holistic fuzzy approach to create competitive advantage via quality management in services industry (case study: life-insurance services)”, tuvo como objetivo proponer un modelo holístico por el cual la calidad, el valor transferido a los clientes y la ventaja competitiva de la empresa serían mejorado simultáneamente bajo restricción presupuestaria, usaron como metodología el cuestionario SERVQUAL y Kano’s Model. Se concluyó que el modelo provee información sobre lo que quieren los clientes, su percepción de los servicios, expectativas, y a priorizar las actividades para cumplir esos deseos. Este artículo brinda pautas de como ejecutar el modelo propuesto y pudo brindar información importante para mejorar la calidad del servicio, optimizando los costos y llevando a una buena rentabilidad.

Coaguila (2017) en la tesis: “Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C. publicado en la universidad Católica San Pablo, tuvo como objetivo realizar una propuesta de implementación de un modelo de gestión por procesos y calidad en la empresa O&C Metals S.A.C. para lograr cumplir con los requerimientos del cliente, en cuanto a calidad intrínseca, disponibilidad y precio/coste, utilizando como herramientas la Observación, Análisis Documental, Entrevistas y Cuestionarios. Se concluyó que la implementación de un modelo de gestión por procesos y calidad en O&C Metals S.A.C., logro el desarrollo de la Gestión por procesos, el cual aportará la eficacia en la gestión de los procesos de la empresa, y como herramienta de normalización la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015, el cual proporcionará la eficiencia a través de la normalización de los procesos. Con la aplicación de estas propuestas se lograría cumplir los requerimientos del cliente al 100%, en cuanto a calidad intrínseca, disponibilidad y precio /coste.

Cruchaga (2017) en el artículo científico: “Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad para mejorar la Satisfacción de los Clientes de la empresa P&M Support –

Trujillo, 2016”, publicado en la Universidad Cesar Vallejo, se realizó con el objetivo implementar un Sistema de Gestión de Calidad para mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa P&M SUPPORT en la ciudad de Trujillo en el año 2016, la metodología utilizada fue entrevistas, Normas ISO 9001 y cuestionario. Se concluyó que hubo un aumento a 84.58% en la satisfacción del cliente frente al 57.14% antes del modelo propuesto; se pudo observar que un SGC trajo consigo una mayor satisfacción al cliente, pero además dio beneficios a la rentabilidad de la empresa.

Delgado (2019) en la tesis: “Mejora de la gestión de inventarios para el incremento de la rentabilidad en la empresa Filtros y Lubricantes Víctor Hugo E.I.R.L.” para optar al título de Ingeniero Industrial en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, tuvo como objetivo proponer mejoras en la gestión de inventarios en la empresa Filtros y Lubricantes Víctor Hugo E.I.R.L, utilizando el análisis ABC y BPA. Se concluyó que mediante la propuesta de mejora continua implementada en la empresa se logra mejorar la rentabilidad de 0,82 a 1,15 al minimizar los problemas de rotación de inventarios y generar cantidades optimas de pedido reduciendo el mantenimiento excesivo de productos en almacén.

Ferrón, Torre y Aragón (2010) en el artículo científico: “Calidad y algo más: el efecto conjunto de la gestión de la calidad y medioambiental en la rentabilidad de la empresa” publicado en la Revista Español de Financiación y Contabilidad, la metodología utilizada fue un análisis teórico. Se concluye que aquellas empresas que tienen implantado un SGC y un SGM son capaces de desarrollar una habilidad organizativa que repercute en un resultado económico, un curioso aporte es como aumenta los indicadores financieros por la implementación de un SGC y aun mas de un SGM, esto muestra lo beneficios de implementar estos sistemas.

Gómez, Fontalvo y Vergara (2013) en el artículo científico: “ Incidencia de la certificación ISO 9001 en los indicadores de productividad y utilidad financiera de empresas de la zona industrial de Mamonal en Cartagena”, tuvo como objetivo evaluar los indicadores de productividad de las empresas certificadas en ISO 9001 y su incidencia en la utilidad financiera de la Zona Industrial Mamonal en Cartagena, utilizando como metodología el análisis de los indicadores de productividad y financieros de las empresas. Se concluyó que estadísticamente se puede afirmar que la certificación en calidad ISO 9001 de las empresas del sector de Mamonal incide positivamente en los índices de productividad, razón utilidad bruta/valor agregado (IP1), y este último, a su vez, también incide positivamente, por la misma estructura financiera, en los resultados MB y margen operacional, lo que permite inferir la importancia que tienen los procesos de certificación para el mejoramiento en la eficiencia productiva, creación de valor de productos y generación de riqueza.

Lizarzaburu (2015) en el artículo científico: “La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015”, tuvo como objetivo revisar y analizar la norma ISO 9001:2015, identificando sus principios, beneficios y principales modificaciones, usaron de metodología el análisis teórico. Se concluyó que los principales beneficios de la norma fueron la mejora continua y mejoramiento en los indicadores financieros, se introdujo un enfoque de riesgo, se cambió el enfoque en clientes a partes interesadas y ahora se presta más atención a los procesos. El artículo es un análisis de la norma ISO 9001:2015, siendo la principal normativa para aplicar gestión de calidad en una empresa, esta presenta sus bases, beneficios y métodos que aplica.

Pando (2018) en la tesis: “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” para optar por el título de Ingeniero Empresarial, tuvo como objetivo determinar la influencia de la aplicación de la ISO 9001:2015 en la gestión de ventas de “LAGENCIA S.A.C”,

utilizando como método de recolección las encuestas, el análisis documental y la observación directa. Se concluyó que 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

Serrano (2017) en la tesis: “La Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Ferreterías en el Distrito de Santa,2015” para optar al grado de licenciatura en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Santa, 2015 utilizando como método de recolección de datos la entrevista y cuestionario. Se concluyó que en la mayoría de las MYPE, los propietarios si tienen un plan de negocio estratégico y esta mayoría también cree que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, también se concluyó que el total de encuestados manifiesta utilizar el benchmarking como herramienta de Gestión y que su personal es competitivo y utiliza la observación como técnica de evaluación y para este total de encuestados, los resultados que logro en su MYPE con la aplicación de la Gestión de calidad fue tener clientes satisfechos.

Valle (2020) en la tesis: “La gestión de calidad y la rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro boticas del distrito de Satipo, 2019” para optar por el grado de Maestría en Administración, tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión de calidad en la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Satipo, 2019 utilizando como método de recolección de datos Encuestas y Observación Directa. Se concluyó que la gestión de calidad definido como la garantía, estabilidad y

consistencia en el buen accionar para satisfacer las expectativas de sus clientes tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad definido como el rendimiento de a inversión a mediano y largo plazo en las Mypes del sector comercio rubro boticas del distrito de Satipo, 2019.

Vargas (2015) en la tesis: “Implementación de un sistema de gestión de riesgos en el proceso de logística y la mejora en la rentabilidad de Disvar Lubricantes SAC” para optar al título de Contador Público en la Universidad Privada del Norte, tuvo como objetivo demostrar que la implementación de un sistema de gestión de riesgos en el proceso de logística, mejora la rentabilidad de la empresa Disvar Lubricantes SAC de Trujillo en el año 2014, utilizando como método el COSO ERM y recolectando información mediante análisis documentario, encuestas y observación directa. Se concluyó que el sistema de gestión de riesgos, que fue creado mediante la metodología COSO ERM, en el proceso de logística mejora la rentabilidad en un 50.70%, ya que incrementa la rotación de inventarios.

Como siguiente punto se realizará el marco conceptual que permitirá orientar las búsquedas e identificar la metodología necesaria. Además, permitirá tener un mejor conocimiento sobre el lenguaje y los conceptos manejados:

La calidad se le puede atribuir a los productos o servicios que se perciben excelentes o superiores, que tengan características superiores al promedio y que cumplan con adaptarse a las necesidades del cliente. En los servicios, la calidad no se puede sobrevalorar, esta permite que una empresa tenga clientes leales, ya que aplicándolo sus servicios satisfacen o exceden las expectativas del cliente (Evans y Lindsay, 2008)

La gestión de calidad tiene como principal objetivo cumplir y exceder los requisitos y expectativas del cliente, mediante líderes que puedan crear las condiciones para lograr los objetivos en calidad, con colaboradores competentes capaces de crear y brindar valor, y concentrándose en la mejora continua de la empresa. (ISO, 2015)

Las Normas ISO 9001 estable los criterios para implementar un sistema de gestión

de calidad y es un estándar que puede ser certificado, actualmente cualquier empresa puede hacer uso de estas normas. Se basa en 8 puntos para el correcto cumplimiento de la norma siendo estos:

Contexto de la organización, la empresa debe realizar el seguimiento y revisión sobre las cosas que pueden afectar a su organización, siendo estas internas o externas, ya sean positiva o negativas, también tener comprensión completa de las necesidades y expectativas de las partes, determinar que alcance tiene su sistema de Gestión de Calidad y comprometerse a mejorarla. Liderazgo, la empresa debe mostrar que existe liderazgo y compromiso manteniendo una política y definiendo roles y su autoridad. Planificación, la empresa debe determinar qué acciones se tomarán cuando existan riesgo u oportunidades, además de los objetivos de calidad, también debe planificar y controlar los cambios en los planes de calidad. Soporte, la empresa debe determinar a donde deben ir los recursos para generar el apoyo necesario para que el SGC pueda trabajar sin problemas, además se debe tener en cuenta las habilidades blandas y duras de los trabajadores para que no afecten a la calidad del trabajo, también de una comunicación efectivo, como información documentada. Operación, la empresa tiene que tener un plan que controle el área operacional, buscando cumplir con las expectativas y demandas del servicio. Evaluación de Desempeño, la empresa tiene que establecer de que formas va a hacer seguimiento y la medición sobre el desempeño y eficiencia de la misma. Finalmente se tiene a la Mejora, la empresa siempre tiene que buscar oportunidades de mejora, buscando corregir cualquier problema que tengan hasta lograr que el sistema les permita una mejora continua. (ISO, 2015)

La rentabilidad se entiende como la capacidad de un negocio para generar beneficios mediante un conjunto de inversiones hechas. Su medición tiene relevancia cuando se compara con los indicadores que se usan para obtenerlo siendo estos recursos económicos y

los recursos financieros, es por ello que para analizar se deben tener en cuenta la rentabilidad financiera y la económica. (Lizcano y Castelló, 2004)

El ROA o la rentabilidad económica, es un indicador financiero que se obtiene al dividir la utilidad operativa con los activos de la empresa, otra forma de obtenerlo es mediante la multiplicación del margen de beneficio y la rotación de los activos, por lo que se puede afirmar que la rentabilidad económica de una empresa puede aumentar si se mejoran estos indicadores. (Lizcano y Castelló, 2004)

El ROE o la rentabilidad financiera, es un indicador financiero que se obtiene mediante la división de la utilidad neta de la empresa y el patrimonio o el capital de la empresa, otra forma de obtener es mediante el margen de beneficio neto y la rotación del patrimonio. Este tipo de rentabilidad es un test de rendimiento para el accionista ya que dependiendo de los resultados el accionista tendrá conocimiento que tanto está rindiendo el capital invertido en la empresa. (Lizcano y Castelló, 2004)

La rotación de inventarios se explica como un promedio las veces que un producto llega de nuevo al almacén al cabo de un año. La rotación se calcula dividiendo el coste de venta anual por el stock promedio, ya sea en moneda o en unidades, siempre y cuando ambas valgan la misma cantidad. (Anaya, 2015)

El Método ABC también conocido como principio de Pareto o la regla 80/20, es una herramienta universal que se aplica para seleccionar aquellos ítems o productos más importantes dentro de la empresa, es un método que se usa para la gestión de stocks ya que ayuda a seleccionar los artículos que son de mayor interés para la gestión. (Anaya, 2015)

Retroalimentación de los clientes es el proceso por el cual estos comparten sus inquietudes o sugerencias del producto o proceso, para que la empresa pueda conocer el desempeño del mismo y mejorar en el futuro, así como también potencia y reflexionar de la situación. (Valdivia, 2014)

No Conformidades es incumplir cualquier requisito especificado en los procedimientos de nuestra gestión de la calidad referente a los productos o servicios que brinda la organización a sus clientes. Estos pueden ser fallos en los procesos, en los controles de calidad o incumplimiento en los requisitos de clientes. (ISO 9001, 2015)

Es por ello que se formuló el siguiente problema: ¿Cómo la aplicación de la Gestión de Calidad mejora la Rentabilidad en la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021?

Objetivo general

- Determinar la gestión de calidad y cómo su aplicación mejora la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la aplicación de la gestión de calidad de la empresa Distribuidora Winesyosa.
- Diseñar una propuesta de mejora en la gestión de calidad de la empresa Distribuidora Winesyosa
- Determinar las mejoras en la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa debido a la aplicación de mejoras en la gestión de la calidad

Hipótesis general

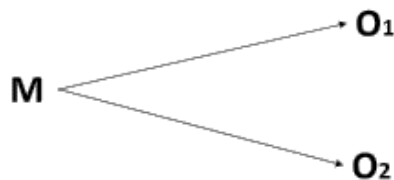
La aplicación de la Gestión de Calidad mejoraría significativamente la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa

Hipótesis Nula

La aplicación de la Gestión de Calidad no mejoraría significativamente la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa

CAPÍTULO II. MÉTODO

El tipo de diseño de la investigación es descriptivo-propositivo no experimental, ya que se busca especificar las características y procesos de las variables Gestión de Calidad y Rentabilidad, mediante recolección de información y herramientas para poder medirlas en conjunto, para así realizar una propuesta que permita la mejora de las variables. Además, es no experimental ya que no busca manipular las variables, solo observar como esta actúa en un contexto natural para así poder analizarlo. (Hernández, Fernandez y Baptista, 2014)



M= Muestra

O₁= Observación de Variable 1

O₂ = Observación de Variable 2

Se tomó en cuenta trabajar con toda la población de la empresa Distribuidora Winesyosa, esta tiene 3 locales en Trujillo, en donde en total trabajan 8 personas, en el local de la Esperanza trabaja solo un trabajador, en el local de Túpac Amaru, trabaja 2 trabajadores, y en Villareal, un trabajador, esos son los que trabajan solamente en un local, de ahí tenemos 2 repartidores, uno que trabaja en mandando productos a todos los locales y 2 vendedores que se encargan de hacer visitas a los clientes.

Sucursal	Trabajadores
Esperanza	1
Túpac Amaru	2
Villareal	1
Repartidores	2

Ventas	2
TOTAL	8

Los instrumentos para la recolección de datos serán los siguientes:

Revisión de Documentación:

La Revisión de Documentación, ayudará a entender los procesos y su gestión, como también tener conocimiento de la información crucial de la empresa. Se solicitará información concreta sobre su Gestión de Calidad e información financiera y económica de la empresa, con el fin de contrastar la información de la entrevista y hacer un análisis más minucioso para hallar la relación entre las dos variables.

Revisión de Cumplimiento de la Norma ISO 9001:2015:

Se realiza una revisión en cada uno de los puntos que la norma ISO 9001 propone para determinar el grado en el que la empresa cumple con la normativa, ayudando a determinar qué tan buena es la gestión de Calidad de la empresa, esta revisión es en todas las áreas de la empresa por lo que todos los trabajadores serán sometidos a la revisión para recolectar información. Para eso se usará un Check List con base a la norma ISO 9001:2015. (ISO, 2015)

Entrevista:

Se realizará una entrevista a la Gerente de la empresa, Vilmer Salinas; estas serán en visita para la empresa, con el principal motivo de obtener información de la empresa, como realiza sus procesos, que actividades los diferencian, etc.

Las técnicas de procesamiento y análisis estadísticos que se utilizarán serán los siguientes:

Mediante gráficos de barras y tablas, se buscará procesar y analizar la información sobre la Gestión de Calidad, se hará una descripción sobre los datos encontrados y que resultados dan. Esta información a analizar saldrá de la Revisión de Documentación y la

Entrevista realizada, se colocará en un Excel la información y se pasará a procesarla para crear los gráficos.

La información obtenida en el Check List, se colocará en un Excel y se medirá en qué porcentaje la empresa cumple la normativa ISO 9001:2015, con ello también una forma de saber en qué partes se necesita mejorar el Sistema de Gestión de Calidad.

Mediante los indicadores de rentabilidad se procesará la información económica y financiera de la empresa obtenida de la revisión de Documentación para así luego analizar los resultados y determinar la rentabilidad de la empresa. Estos indicadores a usar son: ROA, ROE, Margen de Utilidad Bruta, Rentabilidad Operacional y Rentabilidad Neta.

Finalmente, al ser un trabajo descriptivo, para observar si existe mejora en la rentabilidad se hará una comparación entre 2 periodos, uno antes de la propuesta de mejoras y otro después.

Cabe resaltar que la información que se brindara en este trabajo de investigación es con datos reales de la empresa Distribuidora Winesyosa. Queriendo mostrar la transparencia del trabajo realizado y el respeto a la normativa en su realización. Por lo tanto, todos los datos proporcionados por la empresa han sido con consentimiento de la gerencia general de la misma, y no han sido modificados en la investigación. El investigador se comprometió a que todos los datos obtenidos por parte de los trabajadores y la gerencia general serán únicamente de uso académico y personas ajenas al trabajo no tendrán acceso a ellas. Toda información obtenida fuera de esta investigación ha sido debidamente citada y referenciada, cumpliendo la Normativa APA, de forma que en el trabajo se muestre la información de los autores de las fuentes que se han utilizado. También se debe mencionar que se respetará cualquier reserva de información que personas terceras al trabajo de investigación soliciten, como el caso de información obtenida de clientes.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

El primer objetivo específico propuesto fue realizar un diagnóstico de la aplicación de la gestión de calidad de la empresa Distribuidora Winesyosa., esto se realizó mediante un Check List de las Normas ISO 9001:2015 que se puede visualizar en el ANEXO N°5, en el que se vio 7 dimensiones de esta Contexto de la organización, Liderazgo, Planificación, Apoyo, Operación, Evaluación del Desempeño y Mejora, en cada uno se revisó su completo cumplimiento de la norma y se calificó para obtener en que porcentaje cumplen dicha dimensión de la norma, por lo que los resultados fueron los siguientes:

Tabla 1
Resultados de la Gestión de Calidad

RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD		
NUMERAL DE LA NORMA	% DE CUMPLIMIENTO	ACCIONES POR REALIZAR
1. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	13%	MEJORAR
2. LIDERAZGO	40%	MEJORAR
3. PLANIFICACION	30%	MEJORAR
4. APOYO	28%	MEJORAR
5. OPERACIÓN	59%	MEJORAR
6. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	10%	MEJORAR
7. MEJORA	33%	MEJORAR
TOTAL RESULTADO	30%	
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO

Contexto de la Organización

Esta dimensión tuvo un porcentaje de cumplimiento del 13%, en temas de comprensión, no se determina de forma clara las cuestiones externas e internas de la empresa, se tienen presentes, pero no existe seguimiento y cambios que hayan realizado por estas cuestiones. Al no tener un sistema de gestión de Calidad, no se han determinado las necesidades ni expectativas para el sistema, por lo que tampoco se determinó el alcance que tendría, se tiene conocimiento de que procesos se necesitan revisar para asegurar la calidad

de los productos, pero eso es solo por parte de gerente, los trabajadores no tienen muy en claro su trabajo solo se limitan a cumplirlo.

Liderazgo

Este tuvo un porcentaje del 40% de cumplimiento de la norma, se pudo observar que la alta dirección, que está conformado por el señor Vilmer Salinas y los encargados de cada tienda, tienen conocimientos sobre como cumplir los requisitos de los clientes, sin embargo, no toman acciones específicas ni realizan planes para solucionar problemas con respecto a este tema, como se mencionó los trabajadores solo se limitan a hacer su trabajo, ya que no existe una política de calidad en la empresa.

Planificación

Esta dimensión tuvo un porcentaje del 30% de cumplimiento de la norma, no tienen planes para abordar riesgos y oportunidades, pero si realizan reuniones recurrentes para conversar el estado del negocio, al ser productos importados o traídos de Lima existe una confianza ciega de que el producto ya cumple los estándares de calidad necesarios por lo que no se realiza una revisión extensiva, de ahí la razón que no se planteen objetivos de calidad claros y que tengan problemas en la calidad de su servicio.

Apoyo

Obtuvo una calificación del 28% en cumplimiento, en temas de Apoyo, no proporciona recursos para asegurar la calidad, no realizan un seguimiento específico, pero tienen en claro como es el procedimiento ya que la mayoría es personal con más de 10 años en la empresa, en el 2019 se realizaban capacitaciones sin embargo ante la pandemia se dejaron de realizar, pero en los últimos meses se ha ido retomando; mantienen información documentada pero no es formal, se podría mejorar.

Operación

En esta dimensión tuvo una calificación de 59% del cumplimiento, en temas de planificación y control operacional están en un punto intermedio, al ser un tipo de negocio en el que se repite la misma operación, los trabajadores ya se conocen bien el proceso pero estos podrían cambiar y mejorar, los controles son mínimos pero se aseguran de cumplir los requisitos del cliente, sin embargo, no se realizan estudios de satisfacción del cliente, ni tampoco se tiene planes de contingencia ante problemas, solo se resuelven en cuanto sucede. En temas de proveedores de la empresa, lo maneja el mismo Gerente, se suele comunicar con ellos y tiene planes de aprovisionamiento para todos los meses, la mayoría de estos son marcas exclusivas de la empresa. Los procedimientos que se realizan para la venta de productos y provisión de servicios son correctos, al tener trabajadores con experiencia estos no suelen fallar sin embargo existe un gran déficit en temas de controles, ya que no existe un seguimiento detallado, por lo que es posible que haya fallos o problemas que no se hayan detectado.

Desempeño

En la dimensión de Desempeño se evaluó y se obtuvo un 10% de cumplimiento de la norma, como se había mencionado la empresa no tiene muchos controles, sin embargo, el gerente se encarga de ver principalmente el tema de las finanzas por lo que el seguimiento de las ventas y las mediciones sobre la rentabilidad de la empresa, lo tiene presente en su trabajo, a pesar que lo conoce, la documentación es simple por lo que tiene puntos por mejorar. No tiene auditoria interna y al no tener un sistema de gestión no trabajan con indicadores de producción, calidad, satisfacción, etc.

Mejora Continua

Como séptimo y último punto analizado es la mejora continua con un porcentaje de cumplimiento del 33%, la empresa tiene conocimientos de las oportunidades de mejoras, pero no han realizado ningún tipo de estudio para determinar otras, por lo que tampoco se

ha realizado un plan para ello, sin embargo, ante situaciones como por ejemplo no conformidades, al momento de enterarse la alta dirección, que no es inmediato, se busca un acción correctiva, pero no se deja documentación de cómo se resolvió ni qué proceso se siguió, existen mejoras en la empresa, pero no se le puede considerar una mejora continua.

Como se pueden observar en los resultados la gestión de calidad de la empresa Distribuidora Wineysosa es baja, en las diferentes dimensiones que da la Norma ISO 9001:2015 ha obtenido un porcentaje de cumplimiento de 10% como mínimo y 59% como máximo en las dimensiones analizadas, dándonos como promedio un 30% de cumplimiento de la norma; teniendo que realizar la acción de implementar y mejorar sus procesos y controles para obtener mejoras a largo plazo.

Esta calificación de la empresa se debe a que ellos no consideran que los controles o el tema de calidad son necesarios para la empresa ya que solo recibe los productos y se encargan de distribuir, lo cual es erróneo ya que descuidan la parte más importante que es la calidad del servicio, cualquier empresa de comercio pueden vender los productos, pero el cliente solo se quedará en la que mejor le hayan atendido, pero esto solo significa que tiene bastantes puntos por mejorar si quieren que crezca la empresa.

Después de realizar el diagnóstico de la Norma ISO 9001:2015, se pudo observar que en casi todas las dimensiones estaban muy bajas en temas de calidad, al realizar el Check List y ver que había tantas cosas que faltaban, se decidió analizar los puntos con mayores problemas, la herramienta se tuvo realizar en cada uno de los locales para obtener toda la información. Se realizó un proceso similar a la de una auditoria, porque se revisó sus documentos, como realiza los procesos cada trabajador y como se realizaban todas las actividades en cada uno de los locales.

Se visitó los 3 locales de la Distribuidora Winesyosa, que se encontraban en Trujillo uno en la Esperanza, otro en Túpac Amaru y otro en la Avenida Villareal, todos estos locales

servían como punto de venta y de distribución de los productos que eran lubricantes y sus respectivos filtros para autos. En cada uno de ellos a excepción de la tienda en Túpac Amaru operaban con un solo trabajador, en el local de Túpac Amaru, habían más trabajadores al ser el punto donde llegaba toda la mercadería por parte de los proveedores ya desde allí se encargaban de distribuirlo a los clientes y a las demás tiendas, todos los locales están ubicados en puntos donde hay bastante afluencia de autos y se encuentran a la vista de los clientes, sin embargo el espacio para almacenar y atender son pequeños ante las cantidades de mercadería que venden.

El primer problema que se ha podido observar es el tema de los precios y las ventas, como bien se sabe, a mitades del 2021 la pandemia y la situación política del Perú han sido un tema trágico, lo cual les ha afectado en gran medida a la economía del país, causando un desvalorización de la moneda ante el dólar, y el problema afecta en gran medida a la empresa ya que, todos los productos que ellos venden son importados de Estados Unidos y China, por lo tanto los costos de productos, costos por envió y costos por vender, han aumentado de manera muy rápida en los últimos meses del año, esto ha generado una alza de como mínimo un 30% en los productos que venden y hasta un máximo del 70%. Esta situación es bastante similar para cualquier lubricentro, pero la diferencia es que la mayoría de la competencia tiene una diversificación de productos mayor a la de Distribuidoras Winesyosa, por lo que ellos pueden vender productos más baratos; este problema genera que en la empresa hayan estado perdiendo conforme el pasar de los meses a la clientela, si bien comentaba el Gerente que la principal fuente de ingresos para la empresa son las ventas al por mayor, no se puede desestimar las ventas en todos los locales, se ha podido observar como clientes se iban porque los precios a los que vendían eran demasiado altos y ante trabajadores que no conocen sobre técnicas para vender, sus actividades se han visto complicadas. El tema de cómo lo venden los productos, es un problema en la empresa, la

mayoría de trabajadores creen que es necesario aprender sobre estos temas, pero no tiene ni el dinero ni las herramientas para aprender, es por ello que recurren a las capacitaciones por parte de la empresa como una necesidad para su formación.

Tabla 2
Aumento de Precios en los Productos

AUMENTO DE PRECIOS					
PRODUCTOS	PRECIO 2021		PRECIO 2020		AUMENTO
GP 28113-2W100	S/.	9.80	S/.	7.26	34.99%
PL FCO-519	S/.	36.22	S/.	27.45	31.95%
PL FCO-553	S/.	99.61	S/.	68.72	44.95%
Purolator F55175	S/.	30.19	S/.	18.37	64.34%
ACEITE XCEL SUPER TURBO 20W50 1G	S/.	119.00	S/.	74.95	58.77%
ACEITE ELIXIR FULL SINT 75W90 1L	S/.	75.00	S/.	44.22	69.61%
ACEITE XLO HD FLEET 15W40 1L	S/.	30.00	S/.	21.98	36.49%
ACEITE XCEL SUPER DUTY 15W40 5G	S/.	367.00	S/.	241.99	51.66%

El otro problema es relacionado al espacio en almacén, por lo que comento el Gerente es que al ser gran parte de las ganancias de la empresa gracias a la distribución lo que el suele hacer es que todo lo que gana lo invierte en más mercadería, pero el problema es que los actuales 3 locales que funcionan, todos están llenos de mercadería. La situación es bastante extrema tienen que colocar cajas por todos lados de la tienda lo cual dificulta a la vista de los productos que venden, y el espacio es un problema crítico, en todos los almacenes es muy dificultoso pasar los pequeños pasadizos y se debe tener cuidado de no pisar las cajas, todos mencionan que ya tienen una idea de donde esta que productos, ya que ellos mismos los colocan, pero igualmente se tardan bastante en poder sacarlos.

Tabla 3
Inventarios en Distribuidora Winesyosa

Inventarios en Distribuidora Winesyosa					
	2019	2020	2021	Relación 2019-2021	Relación 2020-2021
Inventarios	S/ 782,166.00	S/ 855,907.00	S/ 996,707.00	27.43%	16.45%
Costos de los productos	S/ 1,557,245.00	S/ 820,466.00	S/ 1,313,920.50	-15.63%	60.14%

Rotación de Inventarios	1.99	0.96	1.32	-33.79%	37.52%
--------------------------------	------	------	------	---------	--------

Como se puede observar en la tabla 3, los inventarios han seguido creciendo año a año, sin embargo, en relación con los costos no ha sido lo mismo y como se puede observar la rotación de inventarios ha ido disminuyendo, cabe resaltar que en el 2020 hubo paros de la empresa por la pandemia y por ello su rotación es aún más baja, sin embargo, ya para 2021 que se había regularizado el negocio aún podemos ver que ha habido una baja en la rotación de inventarios, esto demuestra que la empresa no tiene un control en el tema de inventarios y sus almacenes, ya que como hemos podido ver en la dimensión de evaluación de desempeño, la empresa no trabaja con indicadores que no sean financieros. Se hace la comparación con 2019, para que se observe que hace dos años la empresa tenía una mejor rotación de inventarios, sin embargo, en una situación ya normalizada ha perdido esa rotación de inventarios que se tenía y esto debido a la mala gestión y falta de controles de calidad.

Por otro lado, se ha observado que los trabajadores pierden clientes por demorarse demasiado buscando el producto que han solicitado, lo que suelen hacer es revisar el stock por tienda en el sistema, pero ahí ocurre el otro problema, al estar tan lleno el local de cajas y productos, dificulta realizar un inventario concurrente, la empresa actualmente hace inventarios dos veces al año por local, e informan de que ya ha habido discrepancias entre lo que hay en el sistema por local y lo que hay realmente en el local, sin embargo como esa información no ha sido documentada no ha existido planes de acción para resolverlo.

Tabla 4
Ventas en Distribuidora Winesyosa

Ventas en Winesyosa				
2019	2020	2021	Relación 2019- 2021	Relación 2020- 2021

Ventas en soles	S/ 1,819,100.00	S/ 1,027,637.00	S/ 1,568,311.50	-13.79%	52.61%
Ventas en cantidad de clientes	4516	2005	2641	-41.53%	31.71%
Costos en soles	S/ 1,557,245.00	S/ 820,466.00	S/ 1,313,920.50	-15.63%	60.14%
Ganancias en soles	S/ 261,855.00	S/ 207,171.00	S/ 254,391.00	-2.85%	22.79%

Como se puede ver entre 2020 y 2021 hubo un aumento, lo cual demuestra que ha habido un aumento frente a todos los meses que se mantuvo inactivo el negocio por la pandemia, sin embargo, si lo comparamos con 2019, que es el año anterior, podemos observar que no se han podido recuperar y que en temas de ventas a clientes ha bajado en gran escala, esto por los dos problemas mencionados anteriormente y esos mismo derivan de una mala gestión de calidad, al no cumplir los estándares en sus servicios.

Estos dos problemas afectan a la rentabilidad de la empresa, ya que evita que los procesos se realicen de manera correcta y eficaz, por lo que incurre en mayores costos y en pérdidas de ventas; esta situación se evidencia si miramos en el diagnóstico de la Norma ISO 9001, en el contexto de la organización, se muestra que la empresa no trabaja ni se plantea objetivos de calidad lo cual al final termina afectando al tema de ventas, ya que al no mantener estándares no capacita en las cosas que deberían a los trabajadores; esto viene de la mano con el liderazgo, como la misma gerencia no considera importante los temas de calidad, no se tiene una política de la misma por lo que los trabajadores no conocen como deberían mantener estándares de calidad a la hora de brindar sus servicios; y además al no tener una política y no tomar en cuenta la calidad en si no se pueden planificar acciones u objetivos que ayuden a mantenerla y por lo tanto tampoco se determinan recursos por parte de la empresa deberían destinar a asegurar la calidad de la misma, al dejar de lado estas 4 dimensiones, el problema de la ventas se vuelve lógico, ya que la empresa al brindar un servicio si no se asegura que sea de calidad como se va a diferenciar de otras tiendas, y encima sus precios son más altos que la competencia.

Por otro lado, si observamos las dimensiones de Operación, Evaluación de Desempeño y Mejora Continua, se puede entender porque los almacenes están de esa forma, la empresa no tiene control ni forma de proceder ante servicios inconformes, tampoco tienen un procedimiento para informar a la gerencia que hubo una queja o reclamo por parte de los clientes, además rara vez trabaja con controles y no suele hacer auditorías internas para hallar estas situaciones, por lo que, no existe un tercero o una herramienta lógica que pueda decir que problemas está presentando la empresa, esto también genera que no pueda haber una mejora continua en la empresa, sin controles o indicadores que demuestren un progreso o un deterioro en los procesos, la empresa no puede crear planes de acción o corregir estos problemas, es por ello que el problema de los almacenes pasa por desapercibido por la gerencia y al parecer por parte de los trabajadores este es un problema que ya lleva mucho tiempo afectando a la empresa, a pesar de las advertencias por parte de ellos, sino hay herramientas que demuestren las pérdidas generadas a la Gerencia no tomará acciones.

Como segundo objetivo se decidió diseñar propuestas de mejora en la gestión de calidad de la empresa Distribuidora Winesyosa, para resolver las problemáticas mencionadas.

En las tres primeras dimensiones de Gestión de Calidad, siendo estos Contexto de la Organización, Liderazgo y Planificación, se determinó que se propondría una política para la revisión y seguimiento de la Gestión de Calidad en la empresa, es decir, una política de Calidad, con ello lograr que todos los trabajadores de la empresa tengan en claro sus funciones y actividades en orden a brindar la mejor calidad de productos y servicios a los clientes. Esto plantara una base para poder lograr servicios de calidad para la empresa y con ello poder lograr una ventaja competitiva contra otras empresas, esto gradualmente se convertirán en nuevos clientes y mayores ingresos para los clientes, como también mayor fidelidad.

- **Política de Calidad:**



POLÍTICA DE CALIDAD DISTRIBUIDORA

WINESYOSA S.A.C

GERENCIA GENERAL

WINESYOSA S.A.C

ENERO DEL 2021

Índice

1.Introducción	34
2.Alcance.....	34
3.Misión y Visión	34
4.Objetivos de Calidad	35
5.Procesos de Gestión	36

1.- Introducción:

En este documento se busca anunciar los propósitos globales y específicos de la empresa Distribuidora Winesyosa, en temas de calidad, para tener un marco de referencia con el cual determinar los objetivos y necesidades relacionadas a la calidad de los procesos de la empresa. Para ello se buscó determinar los objetivos de calidad que la empresa deberá cumplir, así como también los procesos de gestión que deberán seguir para lograr una correcta gestión de Calidad. Cabe resaltar que se deberá tomar en cuenta este documento a la hora de realizar todos los planes estratégicos de la empresa, con el fin de asegurar el cumplimiento de las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas en la empresa.

2.- Alcance:

La siguiente política tiene de alcance todas las actividades administrativas y del ciclo productivo de la empresa, eso quiere decir que se debe tener presente esta política en todos los ámbitos de la empresa.

3.- Misión y Visión:

3.1. Misión:

Ser una empresa de confianza en la distribución y venta de lubricantes, dándoles la seguridad a nuestros clientes del producto que han obtenido, además de ofrecerles un servicio de calidad que los deje totalmente satisfechos de su compra.

3.2. Visión:

Crecer para ser una empresa TOP en la distribución y venta de lubricantes y filtros para autos en todo el Perú, siendo una marca confiable para todos los clientes y socios que trabajen con nosotros.

4.-Objetivos de Calidad:

Aquí se detallará los objetivos que la empresa se compromete a cumplir con el fin de tener una clara y buena gestión de calidad, estos se tomaran en cuenta en toda decisión estratégica que se realice dentro de la empresa.

- Cumplir con la normativa de gestión de Calidad, ISO 9001:2015, para lograr una mejora continua dentro de la empresa.
- Mejorar y mantener los conocimientos y habilidades de todos los trabajadores para el correcto desarrollo de todos los procesos de la empresa.
- Tener toda la información en relación a los procesos de la empresa, para poder llevar a cabo planes de mejora o resolver conflictos que se puedan generar.
- Cumplir con las necesidades y expectativas de cada cliente, mediante una atención y servicio de calidad, asegurando el desempeño de cada uno de los procesos de la empresa.
- Asegurar y mantener todo tipo de relación con los proveedores y clientes, para que sean socios estratégicos que acompañen en la empresa y puedan apoyar en la mejora continua de la misma.
- Atender toda inquietud, disconformidad o reclamación que cualquier parte interesada de la empresa realice, analizando y tomando planes de acción adecuados para obtener una solución que pueda satisfacer a todos.
- Difundir la política de calidad de la empresa a todas las partes interesadas, para dar a conocer los compromisos y objetivos de la empresa.
- Alentar y recompensar el compromiso del personal en el cumplimiento de los objetivos de calidad, mediante su participación en la toma de decisiones en su respectivo nivel de responsabilidad.

- Buscar la mejora continua en la empresa aumentando los indicadores de gestión, productividad y rentabilidad.
- Controlar y medir todos los procesos de la empresa, para poder llevar un seguimiento donde se pueda tomar acción ante cualquier problema que pueda suceder.
- Mantener una conexión con los clientes, para poder tener una clara idea de sus necesidades y expectativas que tienen para la empresa.
- Lograr un ambiente de trabajo sano y satisfactorio para todos los empleados de la empresa, con el fin de tener trabajadores motivados en el cumplimiento de las metas de la empresa.

5.-Procesos de Gestión:

- Toda la información recolectada de las partes interesadas debe ser documentada y revisada por la Gerencia, con el fin de tener antecedentes y un marco referencial para realizar posibles acciones en el futuro.
- Se debe asegurar que todo accionar este en base a los objetivos estratégicos de la empresa como también a los objetivos de calidad que la misma busca lograr.
- Los planes de acción deben tener en cuentas los riesgos y oportunidades que pueden generar, por ello deberán revisar todo marco referencial relacionado al problema, mejora u otro caso que se presente en la empresa.
- Es importante establecer y comunicar las responsabilidades y autoridades de cada trabajador en la empresa, para que no exista confusión en la toma de decisiones y en el modo de accionar.
- De ser necesario, los cambios que se realicen en la política de la empresa, deberán ser debidamente documentados, como también justificados con la gerencia, además de acordar la gestión para su implementación.

Para las dimensiones de Apoyo y Operación, el problema en general es que no tienen ningún tipo de herramienta para obtener retroalimentación por parte de los clientes, ni tampoco un procedimiento para actuar ante inconformidades de los clientes, esto genera que la gerencia no tenga conocimiento de los problemas del día a día que tiene cada uno de los locales y al no conocerlos tampoco puede realizar planes correctivos o preventivos, afectan directamente a los clientes y poco a poco perdiendo la confianza de ellos, lo que genera una baja de clientes y de ventas.

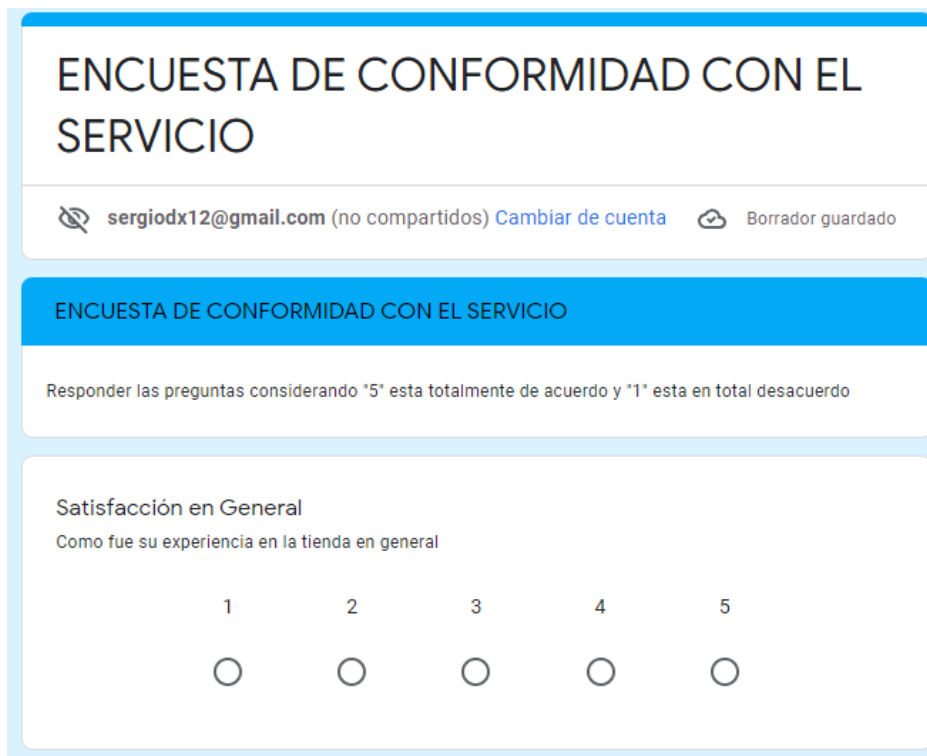
- **Retroalimentación:**

Primero la empresa con su actual sistema de gestión, guardan información de los clientes, sus compras, fechas y DNI; sin embargo, a esta información le falta una forma de comunicación con los clientes, es por ello que se debería buscar obtener dos datos cruciales para poder tener una comunicación más eficiente con los clientes, estos deben ser su número telefónico o dirección de correo, estos dos datos se pueden agregar al sistema de gestión y con ello tener una herramienta que se encargue de la recolección de datos de los clientes. A continuación, se presentará una Figura en Excel de como los vendedores deberían tener los datos de los clientes.

INFORMACIÓN DE CLIENTE						
FECHA	NOMBRE COMPLETO	DNI	NUMERO CELULAR	CORREO ELECTRONICO	PRODUCTO	VENTA
28/11/2022	INGRID ABARCA	42929440	996167036	iabarcae@outlook.es	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1/4	S/. 51.00
28/11/2022	JOEL VASQUEZ	31820942	992326946	Joquez23@hotmail.com	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 5G	S/. 385.00
28/11/2022	OSCAR VALDERRAMA	63435465	999162217	osabarca@hotmail.com	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W40 1G	S/. 160.00
28/11/2022	CAMILA ALCANTARA	54004081	997737074	cabrigo@hotmail.com	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1G	S/. 199.00
28/11/2022	IGNACIO LEYVA	69216021	999830905	Sb.nashxo.sk8@hotmail.com	ACEITE XCEL SUPER DUTY 15W40 5G	S/. 367.00
28/11/2022	FRANCISCO SALAZAR	31973931	991557365	fran.afull@outlook.com	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W30 1L	S/. 41.00
28/11/2022	CARLOS MENDOZA	36733627	999211973	carlosm1126@hotmail.com	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W40 1G	S/. 214.00
28/11/2022	MIGUEL CARVALLO	57825907	998893385	ikis_rojo@hotmail.com	ACEITE XLO 5W40 FULL SYN 1G	S/. 210.00
28/11/2022	DANIELA VILLARAN	67749846	996723531	daniela_m500@hotmail.com	ACEITE PRO HP SYN BLEND 20W50 1G	S/. 160.00
28/11/2022	AGUILERA FRANCISCA	41878434	993380953	vizkala@hotmail.com	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W30 1G	S/. 160.00
28/11/2022	ALEX RIVIERA	53806308	993611602	alexus3@hotmail.com	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 1L	S/. 30.00
28/11/2022	JUAN AGUILERA	69982814	994316115	capitanaguilera@hotmail.com	ACEITE PRO HP SYN BLEND 5W30 1L	S/. 41.00
28/11/2022	ANDRES ALAMOS	49177389	998195724	apalamosg@hotmail.com	ACEITE XLO ULTMT SYN BLEND 1G 15W40	S/. 165.00
28/11/2022	IRWIN CASTILLO	35516024	994009980	niikhox_@hotmail.com	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W40 1L	S/. 41.00
28/11/2022	LUCILA CABREJOS	31281184	999429131	luuuuuuci@hotmail.com	ACEITE IMPERIAL 20W50 1G	S/. 115.00

Figura 1. Ejemplo de Información de Cliente (Piloto)

Con esta figura los vendedores aplican filtros para que les sea más fácil encontrar las fechas en la que un cliente en específico ha hecho compras para así dar un seguimiento y poder ofrecerle ofertas; también podrían determinar si es un cliente habitual, o según el tiempo que se debe cambiar aceite y filtros, ya podrán saber si les toca un cambio de aceites, y claro lo más importante con esa información, podrán contactarse con los clientes para ofrecerles todas estas ideas. Al tener estos medios de comunicación les será mucho más fácil poder enviar la siguiente herramienta para obtener retroalimentación por parte del cliente.



The image shows a screenshot of a Google Forms survey. At the top, the title is "ENCUESTA DE CONFORMIDAD CON EL SERVICIO". Below the title, the user's email is "sergiidx12@gmail.com" with options to "Cambiar de cuenta" and "Borrador guardado". The survey content includes a blue header with the title, a subtitle "ENCUESTA DE CONFORMIDAD CON EL SERVICIO", and instructions: "Responder las preguntas considerando '5' esta totalmente de acuerdo y '1' esta en total desacuerdo". The first question is "Satisfacción en General" with the subtext "Como fue su experiencia en la tienda en general". Below the question is a 5-point Likert scale with radio buttons labeled 1, 2, 3, 4, and 5.

Figura 2. Encuesta de Conformidad con el Servicio

En el Anexo N°12 se puede visualizar la encuesta de conformidad con el servicio completa, esta fue realizada en Formularios aplicación de Google, es una herramienta que permite recopilar información, hacer preguntas a un grupo de gente o realizar cuestionarios con la facilidad de hacerlo via web, pero lo más importante es que con solo un link se puede

acceder a esta encuesta y se puede realizar ya sea en teléfono celular o en computadora, lo cual facilita su envío gracias a la información previamente dada por los clientes. La encuesta consta de 5 preguntas:

- Satisfacción en General
- Atención del Vendedor
- Presentación del Producto
- Tiempo de Espera
- Recomendaciones y Observaciones

Se hizo una encuesta corta para no tomar mucho tiempo del cliente y pueda responder fácilmente, las respuestas a excepción de la última se relacionan a la escala de Likert, es decir se le da a escoger al cliente del 1 al 5, donde 1 representa a que está totalmente en desacuerdo y el 5 que está totalmente acuerdo; en nuestro caso es para saber si está satisfecho con el servicio en general; las recomendaciones y observaciones, se colocó para tener conocimiento de si hubo un problema o el cliente considera que la empresa necesita algo en específico.

El uso de esta herramienta debería ser la siguiente, los vendedores al concretar una venta y luego de haber pedido los datos que se mencionaron anteriormente, deberán preguntar al cliente si podrían contestar una encuesta de conformidad y dar sus respectivas recomendaciones, los encargados de tienda deberán tener acceso a la encuesta mediante sus correos y gracias a la facilidad de la aplicación podrán generar un Excel con la información dada.

Tabla 5

Respuestas de Encuesta de Conformidad con el Servicio (Piloto)

RESPUESTA DE ENCUESTA DE CONFORMIDAD CON EL SERVICIO (PILOTO)

Nombre Completo	Satisfacción en General	Atención del Vendedor	Presentación del Producto	Tiempo de Espera	Recomendaciones y Observaciones
Ingrid Abarca	3	4	3	3	Mucho se tardaban en atender pero el trato fue bueno Todo correcto
Joel Vásquez	4	4	4	4	pero se demoraron un poco
Oscar Valderrama	3	4	5	2	Se tardaron en traer el producto y cambiar el aceite La atención muy buena pero no me explicaron muy bien como era el producto
Camila Alcántara	4	5	5	4	Se demoraron 20 minutos en traer el producto y aún más en el cambio de filtro
Ignacio Leyva	3	3	4	2	Todo bastante bien deberían tener un local más amplio
Francisco Salazar	4	4	4	4	El producto parecía viejo y se demoraron en traerlo
Carlos Mendoza	3	5	2	2	Me pareció todo bien talvez limpiar más el local
Miguel Carvallo	5	5	5	5	La atención pésima, no tenían los productos que quería y se demoraron bastante en el cambio de aceite
Daniela Villarán	2	2	2	2	Mejorar el tiempo de atención y como entregan los productos
Aguilera Francisca	3	3	3	3	Muy buen servicio
Alex Riviera	5	5	5	5	

Juan Aguilera Solano	4	4	3	3	Se demoraron mucho
Andrés Álamos	3	3	3	3	Regular el servicio no me respondía mis preguntas
Irwin Castillo Bazán	5	5	5	5	Todo bien con el servicio no tengo quejas
Lucila Cabrejos	3	5	3	2	Me atendieron bien pero se tardaron mucho encontrar el producto que quería

Como se puede observar en la tabla 5 estos serían los datos que se obtendrían y como se verían, también hay la opción de verlo por el día que se ha mandado la encuesta, con ello poder revisar ya sea por semana, por mes o al año, con los números se pueden sacar un promedio y revisar según el tiempo como ha ido avanzando la tienda, se crean formularios para cada tienda para poder evaluar en que tienda se necesita trabajar atención o tiempos o en general que es lo que el cliente busca en la tienda.

Flujograma:

De la siguiente manera los trabajadores deberían realizar sus actividades para asegurar que la retroalimentación sea exitosa.

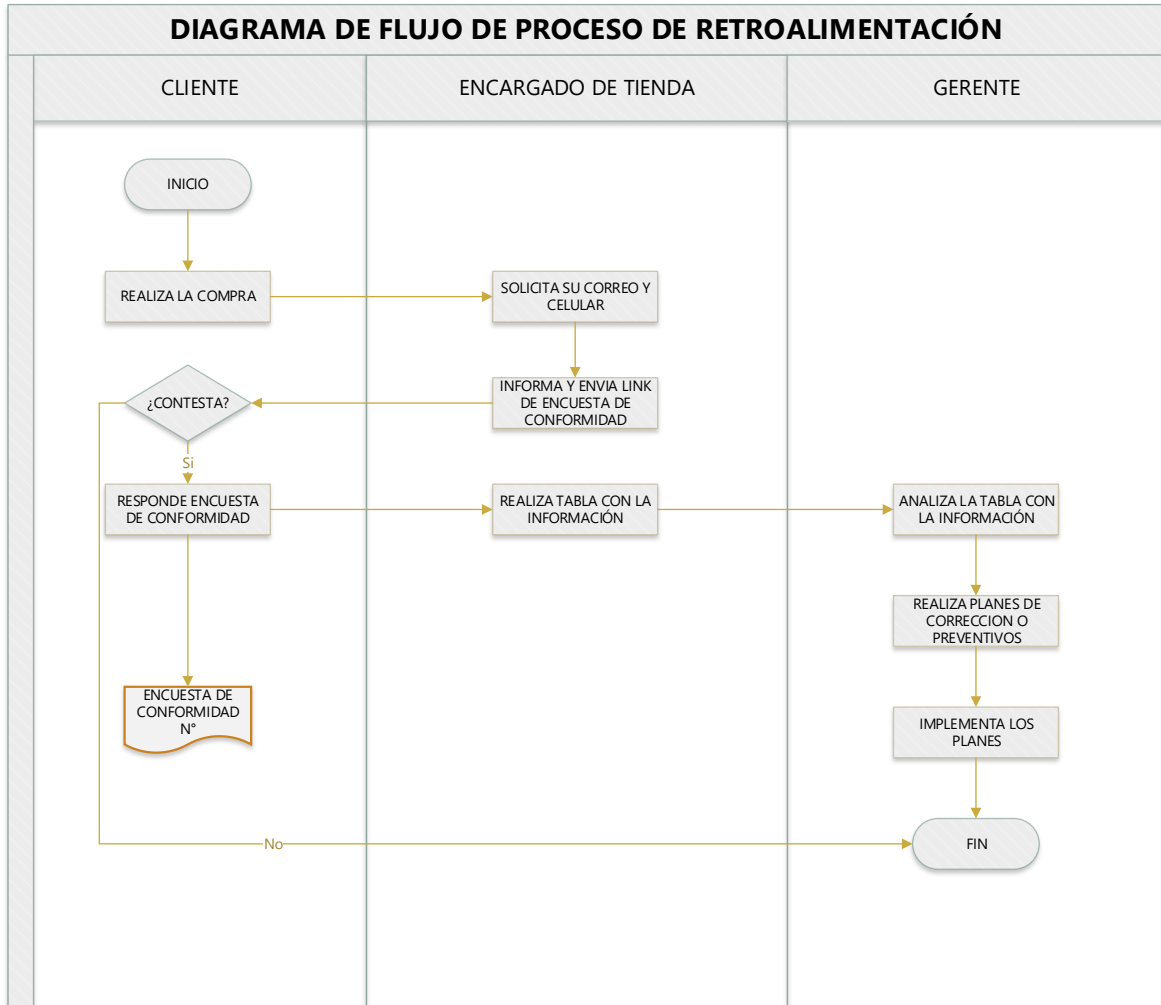


Figura 3. Diagrama de Flujo de Proceso de Retroalimentación

Indicadores:

Igualmente se trabajarán con indicadores para observar el progreso en los diferentes aspectos que conforman la encuesta, estos serían los siguientes. Cabe resaltar que los datos de las siguientes figuras son solo para mostrar como funcionaria los indicadores.


		INDICADOR DE SATISFACCIÓN EN GENERAL		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar la satisfacción en general de los clientes			
INDICADOR	(Suma de Puntaje de los tres locales)/3			
META	>=4			
MES	Tupac Amaru	Arcoiris	Villareal	Promedio
ENERO	3.00	5.00	4.00	4.00
FEBRERO	4.00	3.00	5.00	4.00
MARZO	3.00	5.00	3.00	3.67
ABRIL	3.00	4.00	3.00	3.33
MAYO	5.00	3.00	3.00	3.67
JUNIO	4.00	5.00	3.00	4.00
JULIO	3.00	4.00	4.00	3.67
AGOSTO	4.00	3.00	5.00	4.00
SETIEMBRE	5.00	3.00	5.00	4.33
OCTUBRE	5.00	4.00	3.00	4.00
NOVIEMBRE	4.00	4.00	5.00	4.33
DICIEMBRE	5.00	3.00	3.00	3.67

Figura 4. Indicador de Satisfacción en General

		INDICADOR DE SATISFACCIÓN DE LA ATENCIÓN DEL VENDEDOR		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar la satisfacción de la atención del vendedor en los clientes			
INDICADOR	(Suma de Puntaje de los tres locales)/3			
META	>=9%			
MES	Tupac Amaru	Arcoiris	Villareal	Promedio
ENERO	3.00	3.00	5.00	3.67
FEBRERO	3.00	5.00	5.00	4.33
MARZO	5.00	3.00	4.00	4.00
ABRIL	5.00	4.00	3.00	4.00
MAYO	4.00	3.00	5.00	4.00
JUNIO	4.00	3.00	3.00	3.33
JULIO	3.00	3.00	5.00	3.67
AGOSTO	5.00	3.00	3.00	3.67
SETIEMBRE	5.00	5.00	3.00	4.33
OCTUBRE	4.00	5.00	4.00	4.33
NOVIEMBRE	3.00	4.00	4.00	3.67
DICIEMBRE	3.00	5.00	4.00	4.00

Figura 5. Indicador de Satisfacción de la Atención del Vendedor

		INDICADOR DE SATISFACCIÓN DE LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar la satisfacción de la presentación del producto en los clientes			
INDICADOR	(Suma de Puntaje de los tres locales)/3			
META	>=4			
MES	Tupac Amaru	Arcoiris	Villareal	Promedio
ENERO	4.00	4.00	4.00	4.00
FEBRERO	5.00	4.00	3.00	4.00
MARZO	4.00	3.00	3.00	3.33
ABRIL	3.00	3.00	4.00	3.33
MAYO	3.00	3.00	4.00	3.33
JUNIO	4.00	4.00	4.00	4.00
JULIO	5.00	4.00	5.00	4.67
AGOSTO	5.00	4.00	5.00	4.67
SETIEMBRE	5.00	5.00	5.00	5.00
OCTUBRE	3.00	4.00	4.00	3.67
NOVIEMBRE	3.00	4.00	5.00	4.00
DICIEMBRE	3.00	4.00	4.00	3.67

Figura 6. Indicador de Satisfacción de la Presentación del Producto

		INDICADOR DE SATISFACCIÓN DEL TIEMPO DE ESPERA		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar la satisfacción del tiempo de espera en los clientes			
INDICADOR	(Suma de Puntaje de los tres locales)/3			
META	>=4			
MES	Tupac Amaru	Arcoiris	Villareal	Promedio
ENERO	4.00	4.00	5.00	4.33
FEBRERO	5.00	3.00	4.00	4.00
MARZO	4.00	4.00	5.00	4.33
ABRIL	5.00	4.00	5.00	4.67
MAYO	5.00	3.00	3.00	3.67
JUNIO	4.00	4.00	3.00	3.67
JULIO	4.00	5.00	4.00	4.33
AGOSTO	5.00	5.00	3.00	4.33
SETIEMBRE	4.00	5.00	3.00	4.00
OCTUBRE	3.00	3.00	4.00	3.33
NOVIEMBRE	5.00	4.00	4.00	4.33
DICIEMBRE	3.00	3.00	5.00	3.67

Figura 7. Indicador de Satisfacción de la Presentación del Producto

- Procedimiento ante no conformidades

La empresa Distribuidora Winesyosa, resuelve sus problemas conforme van llegando, si un cliente se queja de un producto o mal servicio intentan compensar sus errores en el momento, sin embargo, no tienen ningún procedimiento a seguir, ni tampoco se guarda esta información del problema para situaciones futuras o para que el gerente tome algún plan de acción, esta situación hace que los procesos de la empresa y las cosas que deberían solucionar nunca mejoren. Es por ello que a continuación se planteara un manual de procedimientos ante no conformidades en base al Sistema PQRS (Petición, Queja, Reclamo y Sugerencia).



PROCEDIMIENTO ANTE NO
CONFORMIDADES

GERENCIA GENERAL

WINESYOSA S.A.C

ENERO DEL 2021

ÍNDICE

1.Introducción	48
2.Objetivos.....	48
3.Alcance.....	48
4.Responsables	49
5.Definiciones Generales	49
6.Procedimiento	49
7.Recursos.....	51
8.Flujograma	52
9.Recomendaciones.....	52

1.-Introducción:

Como empresa comercial que somos hay que tener en claro que nuestros éxitos se los debemos a los clientes, es por ello que es importante mantener a nuestros clientes ya sean habituales o nuevos, totalmente satisfechos ya sea con los productos que ofrecemos o con el servicio quedamos; con este fin en el presente documento se estará describiendo e informando los procedimientos a tomar en cuenta para atender cualquier no conformidad de los clientes, estos procesos serán una guía y apoyo para poder resolver cualquier duda del cliente y que pueda retirarse lo más satisfecho posible del establecimiento. Como empresa debemos velar por la mejora de todos nuestros procesos para evitar fallas o problemas con los clientes es por ello que este procedimiento nos ayudara a lograr la mejora continua dentro de la empresa.

2.-Objetivos:

- Plantear el procedimiento a seguir ante las no conformidades de los clientes.
- Determinar las actitudes y formas de tratar a los clientes.
- Establecer los recursos necesarios para el funcionamiento de este proceso.
- Realizar un flujograma con el cual los trabajadores puedan guiarse y sepan cuáles son sus responsabilidades.

3.-Alcance:

El alcance de este procedimiento es específicamente en el área de Ventas hasta la Gerencia, comienza con la información de no conformidad por parte del cliente y termina en la entrega del reporte al gerente de la empresa.

4.-Responsables:

- **Gerente General:** Vilmer Salinas
- **Encargado de Tienda:** Joel Salinas, Renato Valdivieso, Freddy León

5.-Definiciones Generales:

- **Sistema PQRS:** Es una herramienta que permite tener conocimiento de las no conformidades de los clientes, para tener la oportunidad de subsanar cualquier fallo cometido en el proceso y así poder fortalecer el servicio brindado.
- **Petición:** Es la manifestación de manera respetuosa que realiza el cliente, con la finalidad de obtener información sobre un producto o el servicio brindado.
- **Queja:** Es la forma en la que el cliente manifiesta una inconformidad con los servicios brindados por la empresa.
- **Reclamo:** Es la comunicación por parte del cliente de una oposición o problemas presentado en el servicio brindando, con el fin de que la empresa actúe y resuelva este problema.
- **Sugerencia:** Es la manifestación por parte del cliente sobre acciones a realizar para la mejora de los servicios.

6.-Procedimiento:

A continuación, se procederá a explicar cada uno de los pasos que el cliente y el trabajador deberán seguir para tratar cualquier no conformidad con el servicio:

- a) En primera instancia, el vendedor recibirá la queja, reclamo, sugerencia o petición.

Cabe resaltar que la actitud del vendedor en todo momento debe ser empático, escucharlo sin interrumpirlo y ser asertivo, se debe intentar calmar al cliente si se llega a molestar.

b) Luego se pasa a informar que se deberá llenar el formulario de manejo de quejas, en el que se le deberá pedir la información del cliente y su firma, además el vendedor deberá determinar el accionar inmediato, esto dependerá de que trate la queja y si se puede solucionar en el mismo momento, el fin es que por el momento el cliente tenga una solución o exista la posibilidad de resolverse en el corto plazo. A continuación, se muestra como debería ser el formulario:


 Formulario de Queja o Inconformidad	
Nombre del Cliente:	Numero de Queja:
Celular:	
DNI:	Fecha:
Nombre del Trabajador:	Local:
Actividad o Proceso:	
Descripción PQRS:	
Descripción de la Inconformidad:	
Acción Inmediata realizada:	
Observaciones:	Firma y DNI:

Figura 8. Modelo de Formulario de Queja o Inconformidad

c) Luego de llenar el formulario y habiendo realizado la acción inmediata, se pasa a realizar un reporte de la situación y junto al formulario que deberá ser escaneado, se envía a la gerencia.

d) Ya en la gerencia, se deberán de encargar de analizar la información dada por el formulario y el reporte, para dar con la causa raíz.

e) La gerencia deberá diseñar acciones correctivas y preventivas, para solucionar el problema en cuestión.

f) Finalmente toda la información recolectada se pasa a documentar y guardar, estas deben ser los formularios, los reportes, el análisis y las acciones correctivas.

7.-Recursos:

Los recursos a utilizar son pocos, y en general no significa más gastos en la empresa, pero se debe tener conocimiento de cuales son:

- Formularios de Quejas o Inconformidades impresos
- Impresora con Escáner
- Computadora

8.-Flujograma:

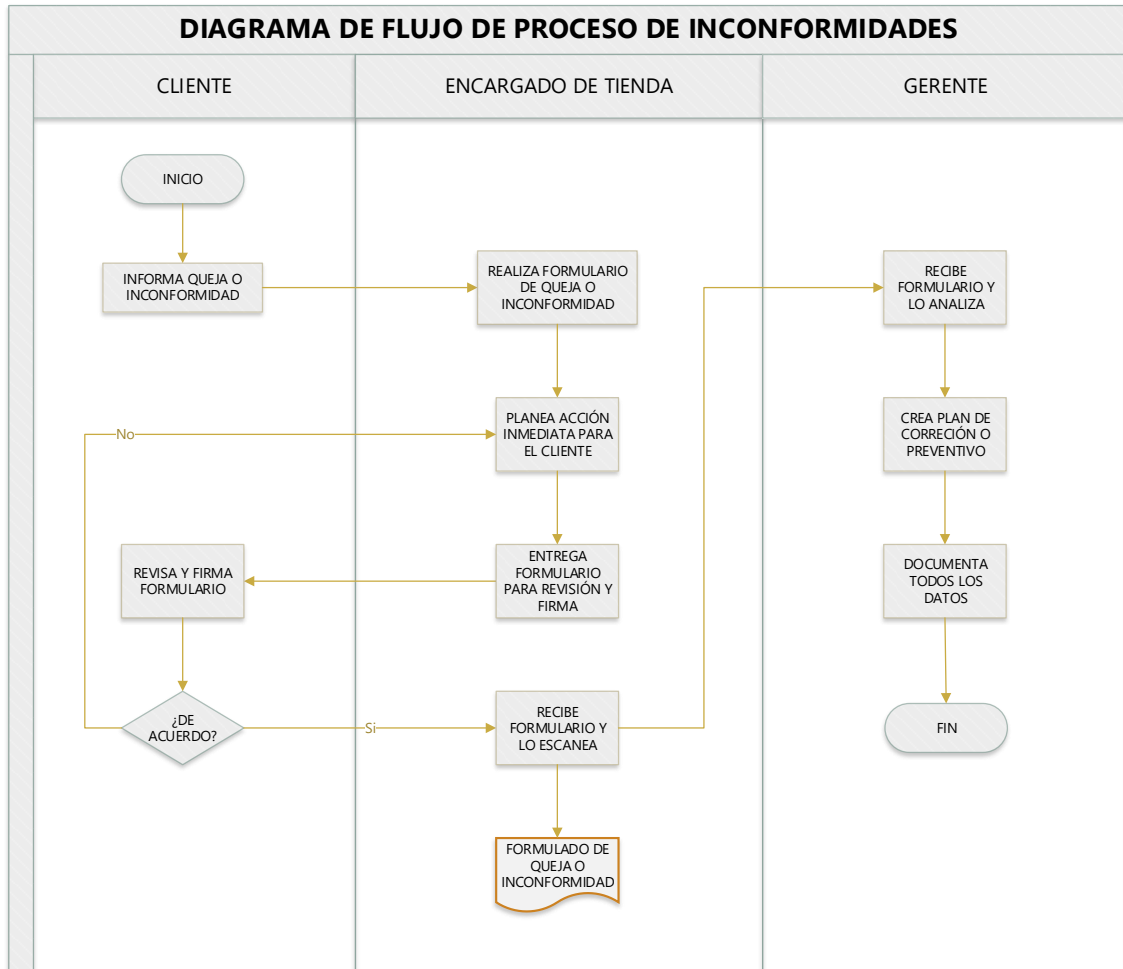


Figura 9. Diagrama de Flujo de Proceso de Inconformidades

9.-Recomendaciones:

-Este proceso se deberá seguir para tener un marco de referencia para posibles cambios en el futuro de la empresa, es por ello que es muy importante que se mantenga todo documentado.

-Si es que la Gerencia considera realizar cambios con el fin de obtener mayor información o que considera que necesita cubrir este proceso, deberá ser documentado y planeado para su correcta implementación.

Con los dos problemas mencionados anteriormente se piensa realizar propuestas que puedan ayudar a la empresa, no solo resolver esos problemas sino a como darles un seguimiento, mostrándoles las herramientas necesarias y con ello lograr una mejora continua, estas propuestas planteadas se les dará indicadores para poder medir el éxito de las propuestas como también tener en cuenta las mejoras que generara en la empresa. Todos estos procesos deben de ser revisado y aceptados por la gerencia general, como también deberá observar los resultados y plantear acciones ya sea de mejora o de seguimiento. Además, estas propuestas mejoraran en general varios aspectos de las dimensiones propuestas por la Norma ISO 9001:2015, pero principalmente se busca corregir el problema de los controles para asegurar una rotación de inventarios mayor para el almacén como también como organizarlo, y además asegurar que los trabajadores aprendan como realizar ventas asegurando la calidad del servicio en el proceso.

Para el problema que afecta a los trabajadores y a la empresa que son las ventas bajas que ha habido en estos últimos meses se propone realizar capacitación con un experto en tema de ventas, los trabajadores no tienen mucho conocimiento de técnicas de ventas, ni cómo convencer al cliente por lo que la capacitación les debería ayudar a lograr estas ventas pese a los incrementos de precios.

- **Capacitaciones de Ventas:**



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DE
VENTAS

GERENCIA GENERAL

WINESYOSA S.A.C

ENERO DEL 2021

ÍNDICE

1.Introducción	56
2.Objetivos.....	56
3.Alcance.....	56
4.Responsables	56
5.Fines de la Capacitación	56
6.Metas.....	57
7.Tipo y Modalidad de la Capacitacion	57
8.Recursos.....	57
9.Actividades	58
10.Evaluación	59
11.Cronograma	59
12.Indicadores.....	60
13.Recomendaciones.....	62

1.Introducción:

La capacitación de Ventas, es la enseñanza por parte de un experto a los trabajadores de la empresa en temas relacionados a la venta de productos a los clientes, utilizando técnicas y métodos para lograr convencer al consumidor de comprar en el local.

El presente programa busca dar a conocer a los trabajadores de la empresa, de las actividades y capacitación que se estarán realizando, con el objetivo de tener conocimientos en temas de ventas, que pueda ayudar al cumplimiento de los objetivos de la empresa, como también lograr un crecimiento profesional en todos los trabajadores de la empresa.

Actualmente en el mundo laboral es importante contar con muchas competencias y habilidades para poder ser competitivo con las demás personas, es por ello que las empresas actualmente invierten en los programas de capacitación para lograr que todos sus trabajadores se han aptos de competir en el rubro en el que trabajan.

2.Objetivos:

- Informar sobre la importancia de la capacitación de ventas en la empresa
- Detallar contenidos de la capacitación y su cronograma de actividades
- Instruir a los trabajadores en una metodología profesional
- Fortalecer y mejorar el conocimiento para mejorar el desempeño de sus actividades

3.Alcance:

El presente programa de capacitación es de aplicación para todos los trabajadores dentro de la empresa Distribuidores Winesyosa S.A.C

4.Responsables:

- Gerencia General- Vilmer Salinas

5.Fines de la Capacitación:

El propósito general de esta capacitación es mejorar la eficacia en temas de ventas dentro de la organización, específicamente se busca lograr:

- Elevar el nivel de ventas de cada uno de los locales de empresa, con ello un incremento en la rentabilidad y en la productividad de la misma.
- Satisfacer las necesidades y requerimientos que buscan los clientes, ya sea en temas de calidad, tiempos y servicio.
- Elevar el interés en las actividades económicas del negocio, como también una mejorar en la conducta de los trabajadores.

6. Metas:

- Lograr capacitar al 100% de los trabajadores en temas relacionados a ventas.
- Realizar el 100% de las actividades establecidas dentro del cronograma.
- Lograr un incremento en los indicadores propuestos en la evaluación.

7. Tipo y modalidad de capacitación

El tipo de capacitación que se realizara, es una capacitación correctiva, ya que se está realizando por el desempeño bajo que se ha estado teniendo en los últimos meses; este tipo de capacitación tiene como objetivo aprender de los errores realizados y buscan nuevos métodos y técnicas para poder superar los problemas que han estado afectando al desempeño.

La modalidad que se estará utilizando es el de especialización, ya que se busca que se profundice y domine los conocimientos en métodos y técnicas para poder convencer al cliente de comprar los productos.

8. Recursos

Los siguientes recursos se necesitarán para poder realizar correctamente la capacitación:

- Pizarra
- Marcadores
- Laptop

- Proyector

9.Actividades

La capacitación se brindarán los siguientes temas 4 por sesión:

a) Análisis de la Situación Inicial

En este tema se buscará que el trabajador comprenda que tipo de vendedor es, como es el proceso en el que realiza las ventas, y realizar un autodiagnóstico de los problemas que pueda tener como vendedor

b) Vendedor Profesional

En este tema se ejemplificará como debería ser el vendedor profesional, que cualidades, actitudes, competencias y habilidades debería tener.

c) La Visión del Cliente y del Vendedor

Aquí se buscará que los trabajadores comprendan cual es la visión del Cliente con la empresa y cuál es la visión de ellos mismos, para poder tener un panorama más amplio de entendimiento.

d) Orientación a Resultados

Aquí se explicará que es lo que se busca lograr con las metas impuestas y como el trabajador debería prepararse y actuar para lograr estas metas.

e) Aspectos Bloqueantes de la Venta

En este tema se comentará las principales razones, por la que un cliente puede no interesarse en comprar en la empresa, se hará una lluvia de idea y se determinaran puntos para mejorar y sobrellevar el problema.

f) La Fórmula de la Venta

En el siguiente tema, se explicará a detalle cada fase de la venta y que técnicas o métodos utilizar en diferentes situaciones, con el fin de que cada trabajador tenga un modus operandi para realizar una venta.

g) Conectar con Cliente

En este tema se concientizará la importancia de empatizar con el cliente, de qué forma construir una relación profesional con tus clientes habituales.

h) Seguimiento de la Actividad Comercial

El último tema será sobre dar seguimiento a tus clientes, se buscará concientizar a los trabajadores que lo ideal para la empresa es tener clientes satisfechos que busquen la empresa para obtener ese servicio de calidad.

10.Evaluación

Toda la capacitación será evaluada, desde el mismo orador, a los trabajadores y el uso de los recursos, para obtener datos e indicadores confiables que se puedan usar en próximas capacitaciones, esto es sobre la capacitación. También se evaluará los conocimientos adquiridos en cada sesión, siendo un examen con preguntas sobre los temas aprendidos, esto también servirá de documentación para saber en qué puntos de cada trabajador se buscaría mejorar.

11.Cronograma

	Fechas	
	Sesión 01 (21/08/21)	Sesión 02 (28/08/21)
Temas	Análisis de la Situación Inicial	
	Vendedor Profesional	
	La Visión del Cliente y del Vendedor	
	Orientación a Resultados	
	Aspectos Bloqueantes de la Venta	
	La Fórmula de la Venta	
	Conectar con el Cliente	
	Seguimiento de la actividad Comercial	

Figura 10. Cronograma de Sesiones de Capacitación de Ventas

12. Indicadores:

La forma en la que se determinará si el Programa de Capacitaciones en Ventas fue un éxito será mediante los siguientes indicadores con sus respectivas metas. Cabe resaltar que los datos en cada figura son solamente para mostrar la función del indicador.

		INDICADOR DE APRENDIZAJE LOGRADO		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Lograr que el 100% de trabajadores aprendan técnicas de venta			
INDICADOR	(Nota Sesión 1 + Nota Sesión 2)/2			
META	>= 18			
Trabajador	Nota Sesión N°1	Nota Sesión N°2	Indicador de cumplimiento	Meta >= 18
Yoel	19.00	18.00	18.50	APROBADO
Renato	18.00	18.00	18.00	APROBADO
David	17.00	20.00	18.50	APROBADO
Wilmer	19.00	17.00	18.00	APROBADO
Freddy	20.00	18.00	19.00	APROBADO
Manuel	16.00	20.00	18.00	APROBADO
Cecilia	20.00	17.00	18.50	APROBADO
Ricardo	20.00	18.00	19.00	APROBADO
Alan	19.00	17.00	18.00	APROBADO
Marisol	19.00	20.00	19.50	APROBADO
Julia	19.00	18.00	18.50	APROBADO
Rosa	18.00	20.00	19.00	APROBADO

Figura 11. Indicador de aprendizaje Logrado.


		INDICADOR DE APLICACIÓN DE TÉCNICAS	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Hacer uso de las técnicas de ventas aprendidas en la capacitación		
INDICADOR	$(\text{Total de Ventas utilizando las técnicas} / \text{Total de Ventas}) * 100$		
META	"≥ 70%"		
MES	Ventas con Técnicas	Ventas Total	Indicador de cumplimiento
ENERO	149.00	150.00	99.33%
FEBRERO	132.00	148.00	89.19%
MARZO	141.00	153.00	92.16%
ABRIL	122.00	152.00	80.26%
MAYO	138.00	147.00	93.88%
JUNIO	146.00	150.00	97.33%
JULIO	129.00	151.00	85.43%
AGOSTO	130.00	148.00	87.84%
SETIEMBRE	121.00	156.00	77.56%
OCTUBRE	143.00	153.00	93.46%
NOVIEMBRE	148.00	149.00	99.33%
DICIEMBRE	150.00	150.00	100.00%

Figura 12. Indicador de Aplicación de Técnicas.

		INDICADOR DE VENTAS		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar las ventas en un 9% cada mes			
INDICADOR	$(\text{Ventas del mes} / \text{Ventas del mes del año pasado}) - 1$			
META	≥ 9%			
MES	Ventas 2021	Ventas 2020	Indicador de Cumplimiento	Meta ≥ 9%
ENERO	150.00	132.00	14%	9%
FEBRERO	148.00	135.00	10%	9%
MARZO	153.00	141.00	9%	9%
ABRIL	152.00	136.00	12%	9%
MAYO	147.00	133.00	11%	9%
JUNIO	150.00	140.00	7%	9%
JULIO	151.00	129.00	17%	9%
AGOSTO	148.00	131.00	13%	9%
SETIEMBRE	156.00	143.00	9%	9%
OCTUBRE	153.00	137.00	12%	9%
NOVIEMBRE	149.00	142.00	5%	9%
DICIEMBRE	150.00	125.00	20%	9%

Figura 13. Indicador de Ventas Anuales.

13.Recomendaciones:

El programa de capacitaciones en venta es una base, por lo que se puede utilizar para planear otras ventas, ya sea agregando métodos de enseñanzas, de evaluación o incluyendo otros temas de ventas. Por lo que si el gerente ve necesario puede incluirle más cosas al programa.

Conseguir un profesor especialista en ventas con metodologías dinámicas que facilite el entendimiento a los trabajadores, ya que serán pocas sesiones tiene que lograr que cada uno de los capacitados entienda y practique la forma de vender los productos.

Los indicadores propuestos, son para determinar si hubo una mejora notable en el tema de las ventas y de la organización del almacén, sin embargo, si se ve necesario tener conocimiento de otras variables, la empresa puede agregar más indicadores con el fin de tener información más específica.

La empresa tiene que considerar que todas las herramientas como los resultados tienen que ser documentados correctamente, para el uso de las mismas a largo plazo, si se ve necesario realizar cambios o dar observaciones, todo debería ser documentado con el fin de servir como antecedentes ante posibles problemas en el futuro.

Para la segunda causa raíz que afecta a la rentabilidad siendo los problemas con el almacén se ha determinado que se realizaría un control de inventarios para solucionar este problema, esto sumado a las capacitaciones de ventas deberían lograr una rotación de inventarios más eficientes.

- **Control de Inventarios:**

Actualmente el almacén se encuentra completamente lleno de mercadería, se va a acomodando conforme llegan los proveedores, por lo que no tienen un método para ordenar y esto causa que se demoren más en atender a los clientes, además los vendedores no conocen

cual es el producto que hay más en stock y generaría mayor ingreso a la empresa es por ello que se plantea el siguiente método.

El método con el que se trabajará el control de inventarios será con el método ABC, con el fin de ordenar su mercadería por el orden de importancia de sus productos y se tendrá como criterio el valor total del producto, esto debido a que la finalidad es liberar la mercadería que se está llenando en los almacenes, esto logrando una mayor rotación de inventarios, los productos con mayor valor se deberá poner mayor énfasis en su cuidado y determinar mayores estrategias de ventas para que roten y así en el almacén haya espacio y genere mayores beneficios a la empresa. Para ello se realizó la siguiente tabla que se puede ver completo en el ANEXO N°11:

Tabla 6
Tabla de Clasificación ABC

N°	PRODUCTO	PRECIO	COSTO	STOCK	Valor
1	ACEITE PRO HP SYN BLEND 5W30 1G	S/ 160.00	S/ 109.90	576	S/ 63,302.40
2	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1/4	S/ 51.00	S/ 37.47	1448	S/ 54,256.56
3	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 5G	S/ 385.00	S/ 39.40	156	S/ 52,946.40
4	ACEITE PRO HP SYN BLEND10W40 1G	S/ 160.00	S/ 109.90	478	S/ 52,532.20
5	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1G	S/ 199.00	S/ 149.80	323	S/ 48,385.40
6	ACEITE XCEL SUPER DUTY 15W40 5G	S/ 367.00	S/ 309.90	155	S/ 48,034.50
7	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W30 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	1642	S/ 45,138.58
8	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W40 1G	S/ 214.00	S/ 156.70	245	S/ 38,391.50
9	ACEITE XLO 5W40 FULL SYN 1G	S/ 210.00	S/ 159.80	222	S/ 35,475.60
10	ACEITE PRO HP SYN BLEND 20W50 1G	S/ 160.00	S/ 109.99	277	S/ 30,467.23
11	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W30 1G	S/ 160.00	S/ 109.99	270	S/ 29,697.30
12	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 1L	S/ 30.00	S/ 23.49	1141	S/ 26,802.09
13	ACEITE PRO HP SYN BLEND 5W30 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	955	S/ 26,252.95
14	ACEITE XLO ULTMT SYN BLEND 1G 15W40	S/ 165.00	S/ 114.90	201	S/ 23,094.90
15	ACEITE PRO HP SYN BLEND10W40 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	831	S/ 22,844.19
16	ACEITE IMPERIAL 20W50 1G	S/ 115.00	S/ 81.96	259	S/ 21,227.64
17	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W40 1L	S/ 55.00	S/ 39.19	507	S/ 19,869.33
18	ACEITE XLO ULTMT SYN BLEND 5G 15W40	S/ 525.00	S/ 429.90	41	S/ 17,625.90
19	ACEITE XCEL 15W40 55G	S/3,370.00	S/3,099.99	5	S/ 15,499.95
20	ACEITE PRO HP SYN BLEND 20W50 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	506	S/ 13,909.94
21	ACEITE X-TREME 4T MAX 10W40 1L	S/ 37.00	S/ 23.89	552	S/ 13,187.28

22	ACEITE IMPERIAL TURBO 10W30 1G	S/ 125.00	S/ 85.96	151	S/ 12,979.96
23	ACEITE XLO 5W40 FULL SYN 5G	S/ 895.00	S/ 679.00	19	S/ 12,901.00
24	ACEITE X-TREME 4T MAX 20W50 1L	S/ 29.00	S/ 22.79	514	S/ 11,714.06
25	ACEITE ELIXIR FULL SINT 75W90 1L	S/ 75.00	S/ 56.89	205	S/ 11,662.45
26	ACEITE XCEL MP HIGH 80W90 5G	S/ 410.00	S/ 359.90	31	S/ 11,156.90
27	ACEITE XCEL 85W140 5G	S/ 410.00	S/ 359.99	29	S/ 10,439.71
28	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 1G	S/ 120.00	S/ 93.96	104	S/ 9,771.84
29	ACEITE LIMITED SLIP 80W90 1L	S/ 48.00	S/ 33.99	266	S/ 9,041.34
30	MERCON V ATF SYN BLEND 1L	S/ 48.00	S/ 35.89	228	S/ 8,182.92

En la tabla se detalló los productos, sus costos promedio unitarios, su precio promedio unitario, su cantidad en stock y el valor total del producto, el cual es resultado de la multiplicación del costo promedio unitario y la cantidad en stock que hay del producto. Se procedió a ordenar la lista de producto de mayor a menor dependiendo de su valor total y en el cuadro realizado solo se ha colocado los 30 primeros.

Luego de ya tener los productos ordenados por su valor total se procedió a dividir en zonas. Para ello primero se tuvo que obtener el total de productos en stock siendo 25588, esto se obtuvo con la suma de las cantidades en stock de cada producto. Con esos datos se realizó la siguiente tabla:

Tabla 7
Método ABC

MÉTODO ABC		
ZONA A	5117.6	N°(1-8)
ZONA B	7676.4	N°(9-31)
ZONA C	12794	N°(32-140)

Se dividió en Zona A, Zona B y Zona C, según las teorías encontrados el método ABC busca dividir en estas 3 zonas, dependiendo el criterio que se escoja, siendo este criterio el valor total de producto. En la zona A el porcentaje de productos que debería haber son 20%, siendo esta cantidad 5118 de productos, estos están divididos además entre los productos que alcanzarían en este total siendo los productos del N°1 al N°8, de la misma

manera fue con la zona B que representaba el 30%, siendo la cantidad de 7676 productos y conformado por los productos del N°9 al N°31; finalmente con la zona C que representaba al 50% siendo la cantidad de 12794 productos, estaba conformado por los productos del N°32 al N°140.

Con esto se concluye la forma de ordenar los productos, dando un método de orden para los almacenes, como deberían distribuirlo en cada tienda para evitar estar gastando en el traslado de mercadería entre tiendas y además de minimizar los tiempos en la búsqueda de estos productos, ya que los trabajadores tendrán conocimiento de en qué zona esta cada producto, además de cuáles son los productos que se les debería dar más importancia a la hora de vender ya que al ser su valor más alto, entre más de estos se venda, la empresa obtendrá mayores beneficios.

La idea para resolver los problemas en la empresa es que se implementen estas dos propuestas, ya que se complementan, teniendo a los trabajadores capacitados en técnicas de mercadeo y ventas, les ayudaran a vender los productos que quieren, y estos productos deben ser los que hay más en stock y aportan más valor a la empresa, según el método ABC. Todo esto con el fin de que haya mayor rotación de inventarios, así la empresa lograría recuperar esas ventas que han bajado en el último año, se cumplen los pedidos de parte de los trabajadores para que se capaciten en temas de ventas, ya no habría exceso de mercadería en los locales, mantendrían sus almacenes ordenados por zonas, lo cual mejorara el tiempo de atención y la satisfacción del cliente.

Indicadores:

Para supervisar y controlar la eficacia del servicio, se decidió trabajar con los siguientes indicadores, estos reflejaran si la herramienta utilizada tuvo buenos resultados en la empresa.


		INDICADOR DE EFICIENCIA EN PICKING	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Lograr buscar y preparar los pedidos en la menor cantidad de tiempo		
INDICADOR	$(\text{Tiempo de Picking actual} / \text{Tiempo de Picking antes}) * 100$		
META	"≥ 30%"		
Tienda	Tiempo de Picking Actual(min)	Tiempo de Picking Antes(Min)	Indicador de cumplimiento
America Sur	7.00	15.00	46.67%
Tupac Amaru	8.00	13.00	61.54%
Arcoiris	7.00	12.00	58.33%

Figura 14. Indicador de Eficiencia en Picking.


		INDICADOR DE ROTACIÓN DE INVENTARIOS		
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Elevar la rotación de Inventarios de la Zona A en la empresa			
INDICADOR	$(\text{Costo de los productos vendidos} / \text{Inventario Promedio}) * 100$			
META	≤ 2			
Productos Zona A	Costo de los productos vendidos	Inventario promedio	Rotación de Inventarios	Meta ≤ 2
ACEITE PRO HP SYN BLEND 5W30 1G	S/ 109.90	576	0.19	2.00
ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1/4	S/ 37.47	1448	0.03	2.00
ACEITE XLO HD FLEET 15W40 5G	S/ 339.40	156	2.18	2.00
ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W40 1G	S/ 109.90	478	0.23	2.00
ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1G	S/ 149.80	323	0.46	2.00
ACEITE XCEL SUPER DUTY 15W40 5G	S/ 309.90	155	2.00	2.00
ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W30 1L	S/ 27.49	1642	0.02	2.00
ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W40 1G	S/ 156.70	245	0.64	2.00

Figura 15. Indicador de Rotación de Inventarios.

Recomendaciones

- Para el uso del método ABC, se le adjuntó el Excel con los productos de la empresa, por lo que si es que se planea utilizar más adelante solo debe actualizar los valores de los productos. Además, cuando realice la reorganización de los almacenes, busque que los trabajadores de cada local sean apoyados para así agilizar el proceso y además poder reabrir la tienda con mayor rapidez.

- Los indicadores propuestos, son para determinar si hubo una mejora notable en el tema de las ventas y de la organización del almacén, sin embargo, si se ve necesario tener conocimiento de otras variables, la empresa puede agregar más indicadores con el fin de tener información más específica.
- La empresa tiene que considerar que todas las herramientas como los resultados tienen que ser documentados correctamente, para el uso de las mismas a largo plazo, si se ve necesario realizar cambios o dar observaciones, todo debería ser documentado con el fin de servir como antecedentes ante posibles problemas en el futuro.

Como tercer objetivo se planteó determinar las mejoras en la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa debido a la aplicación de mejoras en la gestión de la calidad, por ello se obtuvo los costos por implementación de las propuestas, los beneficios que se obtendrían de las mismas y como estos afectarían al balance general y estados de resultados de la empresa.

Costos por Implementación

De las 4 propuestas planteadas para corregir los problemas de la empresa y poder lograr una cultura de calidad dentro de la misma, solo la del método ABC y la capacitación en ventas significarían un gasto para la empresa, ya que la política de calidad, al estar redactada solo faltaría que la empresa lo publicara para la empresa; el procedimiento de retroalimentación, solo significaría tiempo de analizar las respuestas de los clientes, los planes que se realicen a partir del conocimiento que brinda la herramienta dependerá de la empresa; y el procedimiento ante las no conformidades, al ser de forma similar que la anterior solo los planes creados posteriormente con la información generada de estos procedimientos significarían un gasto.

Los costos por la propuesta del uso del método ABC para organizar los almacenes, es principalmente por el tiempo que demandaría el reorganizar todos los productos, el gerente mencionó que el realizar inventario en la empresa le toma una semana en todos los locales, ya que se obtuvo cuantas son las ventas a la semana de cada tienda en promedio se podría decir que:

Tabla 8
Pérdidas en cada local por una semana de inactividad

LOCAL		PÉRDIDA
Villareal	S/	1,126.30
Túpac Amaru	S/	8,350.91
Arcoíris	S/	1,221.52
Total	S/	10,698.73
Coste de Ventas	S/	8963.32
Pérdida Real	S/	1,735.41

Aquí podemos observar que se perdería S/ 10698.73, en toda la reorganización de los locales, estos es un promedio de las ventas de una semana que hay en cada local y al estar inactivos los 6 días se perdería esa cantidad. A ello quitándole los costos de ventas quedarían 1735.41

Ahora los costos por el programa de capacitación en Ventas, se ven reflejados principalmente en el alquiler del local y el pago al profesor que enseñara las técnicas de ventas, no se perderían horas de trabajo ya que se buscaría que fuera luego del horario de trabajo. En la siguiente tabla se detallará los costos presupuestados:

Tabla 9
Presupuesto para Programa de Capacitación en Ventas

COSTOS	
Pago de Local	S/ 2,000.00
Pago a Profesor	S/ 1,600.00
Pago en materiales	S/ 200.00
Total	S/ 3,800.00

Beneficios

Aquí se detallará todos los beneficios que se obtendrán del uso de las propuestas mencionadas anteriormente, muchos de estos beneficios es lo que se espera que se logre con la correcta implementación y uso de la información generada por las propuestas. A continuación, se mostrará la tabla:

Tabla 10
Beneficios de la Propuesta

BENEFICIOS	
Recuperar Clientes	S/ 50,293.78
Ahorro en traslado de Mercadería	S/ 10,932.48
Total	S/ 61,226.26

Comenzamos con la recuperación de Clientes en la siguiente tabla se muestra cuantos clientes pierden al mes por tienda.

Tabla 11
Tabla de Pérdida de Clientes

TABLA DE PERDIDA DE CLIENTES				
MES	Túpac Amaru	Arcoíris	Villareal	Total
Enero	86	33	37	156
Febrero	72	39	41	152
Marzo	81	43	36	160
Abril	72	41	38	151
Mayo	76	38	38	152
Junio	73	31	44	148
Julio	86	35	37	158
Agosto	74	39	40	153
Setiembre	81	43	39	163
Octubre	83	40	31	154
Noviembre	86	36	37	159
Diciembre	93	42	33	168
PROMEDIO	80	39	37	156

Para obtener los datos de la tabla la gerencia mostro la cartera de clientes mensual con la que ha trabajado y se obtenido estas pérdidas comparándolo al 2019, no se tomó en cuenta el 2020 porque la información no es exacta ante los meses de inactividad. Los

promedios que muestra la tabla son las cantidades de clientes que pierde la empresa en cada mes siendo un total de 156, las principales razones son por los precios que la tienda tiene y por la demora en la atención, es por ello que, al resolver estos dos problemas con las propuestas, se podrá recuperar los clientes perdidos. Además, se sabe que en promedio los clientes gastan entre el filtro y el cambio de aceite unos 165.63 soles como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 12
Gastos Promedio por Clientes

GASTOS PROMEDIO POR CLIENTES			
CLIENTE		GASTO	N° DE PRODUCTOS
Cliente N°1	S/	137.00	3
Cliente N°2	S/	213.00	2
Cliente N°3	S/	182.00	3
Cliente N°4	S/	149.00	2
Cliente N°5	S/	127.00	1
Cliente N°6	S/	183.50	2
Cliente N°7	S/	196.00	3
Cliente N°8	S/	151.00	3
Cliente N°9	S/	130.90	2
Cliente N°10	S/	207.00	3
Cliente N°11	S/	201.00	2
Cliente N°12	S/	149.00	1
Cliente N°13	S/	158.00	1
Cliente N°14	S/	142.90	3
Cliente N°15	S/	154.00	2
Cliente N°16	S/	164.00	3
Cliente N°17	S/	183.30	2
Cliente N°18	S/	179.00	1
Cliente N°19	S/	148.00	2
Cliente N°20	S/	157.00	3
PROMEDIO	S/	165.63	2

En esta tabla se tomó los gastos de 20 clientes entre las 3 tiendas, la empresa los tiene identificados por nombre, pero por confidencialidad con el cliente no se ha podido colocar. Como se observa en promedio se gasta 165.63 soles y en promedio se compra 2 productos, aquí cabe aclarar que son ventas en tienda, muy aparte de las ventas al por mayor que se

suelen realizar con el mismo gerente, son a este tipo de clientes a los cuales afecta los problemas de la empresa, por lo que haciendo multiplicaciones entre los clientes perdidos al mes con el gasto promedio de ese cliente y lo pasamos a anual la empresa al año estaría perdiendo 310059.36 soles en estos clientes, pero con las dos propuestas que están destinadas a corregir esos dos errores, es decir a utilizar técnicas de ventas y un almacén más ordenado y con fácil acceso, esa cantidad de dinero perdida se volverá un beneficio, sin embargo se debe contar que como estas son ventas se le deberá restar por el costo de los productos para obtener realmente cuanto ha sido el beneficio, tomando así el múltiplo entre costos y ventas, con ello dándonos un total de 50293.78 soles. En la siguiente tabla se muestra cuanto se espera que se reduzca el tiempo de atención al cliente:

Tabla 13
Tiempo de Atención al Cliente

TIEMPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE		
LOCAL	TIEMPO DE ATENCIÓN	TIEMPO DE ATENCIÓN ESPERADO
Túpac Amaru	16 min	6 min
Arcoíris	18 min	7 min
Villareal	20 min	5 min

El tiempo de atención se tomó de un promedio de cuanto se suelen demorar entre el tiempo que van a buscar los productos al almacén y regresan, como se puede ver es un tiempo bastante largo considerando que el almacén está a espaldas de donde atienden, como se ha mencionado antes la situación de desorden en el almacén es bastante mala, sin embargo con la organización mediante el ABC se espera que se reduzca al tiempo que se ve en la tabla, este tiempo, es lo que se suele demorar cuando conocen exactamente donde está el producto, puede suceder en ese almacén ya que pueden conocer donde han dejado la última mercadería pero cuando son productos que tienen guardados por mucho tiempo y no recuerdan su

paradero, es ahí donde se genera el problema y como se ha podido ver en el anexo N° 11, hay una gran cantidad de productos en los almacenes, por lo que se debe mantener su sistema actualizado.

El ahorro en traslado de la mercadería es un beneficio, que nace a partir de que como habrá una mejor organización de los productos, ya no ocurrirá los problemas de que en una tienda estén faltos de stock, por lo que se estima que el gasto en gasolina por trasladar la mercadería se reduzca a la mitad, siendo 10932.48 soles. En la siguiente tabla se explica a detalle:

Tabla 14

Costo de Transporte de Mercadería

COSTO DE TRANSPORTE DE MERCADERIA		
Gasto Promedio (Galones) por día		4
Costo de Galón 95 (Primax)	S/	17.52
Costo de Transporte por día	S/	70.08
Costo de Transporte al año	S/	21,864.96
Reducción de Costo de Transporte	S/	10,932.48

En promedio luego de conversar con los conductores que transportar la mercadería entre tiendas, que son dos personas, ellos gastan 15 galones a la semana al ser dos serian un total de 30 galones, es por ello que al día gastan 4 galones en promedio, el costo del grifo PRIMAX de la gasolina 95 por galón es 17.52, si se multiplica por los galones promedio que gastan es un total de 70.08 soles al día y esto al año seria 21864.96 soles y como se espera que ante la organización de productos ya no exista el problema que se crea que no hay de un producto en la tienda o que no haya existencias de un producto cuando sea necesario, la movilización de estos transportes se reducirá a la mitad dándonos un ahorro de 10932.48 soles.

Tabla 15

Beneficio/Costo

Beneficio/Costo

Beneficios	S/	61,226.26
Costo Implementación	S/	5,535.41
B/C Total		11.06

Para obtener la relación entre el costo y el beneficio se dividieron los beneficios obtenido y los costos de implementación, dando una relación de 11.06, es decir los beneficios son mayores que los costos.

Tabla 16

Estado de Ganancias y Pérdidas 2021 con Propuesta y sin Propuesta

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS 2021 CON PROPUESTA Y SIN PROPUESTA					
	Con Propuesta		Sin Propuesta		Relación
Ingreso	S/	1,616,869.87	S/	1,568,311.50	3.10%
Costo	S/	1,302,988.02	S/	1,313,920.50	-0.83%
Utilidad Bruta	S/	313,881.85	S/	254,391.00	23.39%
Gastos Administrativos	S/	32,985.50	S/	29,185.50	13.02%
Gastos de Ventas	S/	32,935.50	S/	32,935.50	0.00%
Utilidad Operativa	S/	247,960.85	S/	192,270.00	28.96%
Gastos Financieros	S/	46,867.50	S/	46,867.50	0.00%
Cargas Excepcionales	S/	5,217.00	S/	5,217.00	0.00%
Descuentos	-S/	7,536.00	-S/	7,536.00	0.00%
UAI	S/	203,412.35	S/	147,721.50	37.70%
Impuesto a la Renta	S/	33,088.23	S/	24,029.24	37.70%
Utilidad Neta	S/	170,324.12	S/	123,692.27	37.70%

En esta tabla se puede observar más detalladamente cuales han sido los cambios gracias a la propuesta. Comenzando por los ingresos ese 3.10% de aumento se debe a los ingresos obtenido por los clientes recuperados mencionados anteriormente sin embargo aquí también se resta los ingresos perdidos por el tiempo que las tiendas no atenderán por la reestructuración de su almacén, además se ve una disminución de 0.83% en los costos debido al ahorro en el traslado de la mercadería, esto afectando a la utilidad Bruta se observa que estas diferencias causaron que haya un aumento de 23.39%. Luego se observa un aumento en los gastos administrativos y esto se debe a que se le ha agregado los gastos que serían por

las capacitaciones propuestas, por ello hubo un aumento del 13.02%, y por eso los mayores ingresos la utilidad operativa aumento en un 28.96%. Concluyendo ante los cambios en ventas el UAII aumento en un 37.70 y como los impuestos siempre son los mismos porcentajes al UAII se mantuvo el aumento de la misma manera con la utilidad neta.

Tabla 17

Balance General 2021 con Propuesta y sin Propuesta

BALANCE GENERAL 2021 CON PROPUESTA Y SIN PROPUESTA					
	Sin Propuesta		Con Propuesta		Relación
Activo Corriente					
Caja y Bancos	S/	53,878.00	S/	100,510.00	86.55%
Cuentas por Cobrar	S/	795,477.00	S/	795,477.00	0.00%
Mercaderías	S/	996,707.00	S/	996,707.00	0.00%
Total Activo Corriente	S/	1,846,062.00	S/	1,892,694.00	2.53%
Activo No Corriente					
Inmueble, Maquinaria y Equipo	S/	617,511.00	S/	617,511.00	0.00%
Total Activo No Corriente	S/	617,511.00	S/	617,511.00	0.00%
Total Activo	S/	2,463,573.00	S/	2,510,205.00	1.89%
Pasivo Corriente					
Tributos por Pagar	S/	28,467.00	S/	28,467.00	0.00%
Cuentas por Pagar Comerciales	S/	124,978.00	S/	124,978.00	0.00%
Total Pasivo Corriente	S/	153,445.00	S/	153,445.00	0.00%
Cuentas por Pagar a largo Plazo	S/	1,460,676.00	S/	1,460,676.00	0.00%
Beneficios Sociales de Trabajadores	S/	675.00	S/	675.00	0.00%
Total No Pasivo Corriente	S/	1,461,351.00	S/	1,461,351.00	0.00%
Total Pasivo	S/	1,614,796.00	S/	1,614,796.00	0.00%
Patrimonio					
Capital	S/	336,500.00	S/	336,500.00	0.00%
Resultados Acumulados	S/	388,585.00	S/	388,585.00	0.00%
Resultados del Ejercicio	S/	123,692.00	S/	170,324.00	37.70%
Total Patrimonio	S/	848,777.00	S/	895,409.00	5.49%
Total Pasivo y Patrimonio	S/	2,463,573.00	S/	2,510,205.00	1.89%

En la tabla muestra el balance general de la empresa con y sin propuesta, ahora pasaremos a analizar los puntos que han cambiado gracias a las propuestas. En primera instancia podemos ver un aumento en la caja y bancos, esto debido a que, ante mayor utilidad obtenida en estados de resultados, ese dinero pasa a caja es por ello que aumentó un 86.55%,

esto en el supuesto que esa utilidad que aumentado no se haya destinado a comprar más mercadería o inmuebles, gracias a este aumento hubo un aumento en el total de activos corrientes y en el total de activos de 2.53% y 1.89% respectivamente. En los pasivos no hubo un aumento en ninguna cuenta, pero se espera que con la implementación haya una mayor rotación y por lo tanto mayores ventas y con ello poder para las deudas en los bancos que tienen, estas son principalmente por compra de mercadería. Finalmente deforma similar por el aumento de las utilidades, hubo un aumento en los resultados del ejercicio, que es una cuenta en donde se destina las utilidades netas de estado de ganancias y pérdidas, es por ello que hubo un aumento del 37.70% y ante este aumento, el total de patrimonio y el total de pasivo y patrimonio aumento en 5.49% y 1.89% respectivamente.

Para tener claro cómo afecta estos costos de implementación y beneficios se analizó la rentabilidad de la empresa en el 2021 y cuanto se espera que aumente con los cambios en el mismo año.

Tabla 18
Rentabilidad 2021

Rentabilidad		2021	
ROA	$\frac{Utilidad\ Neta}{Activos\ Totales} \times 100$	$\frac{123692.27}{2463573.00} \times 100$	5.02
ROE	$\frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio} \times 100$	$\frac{123692.27}{848777.00} \times 100$	14.57
Margen de Utilidad Bruta	$\frac{Utilidad\ Bruta}{Ventas\ Netas} \times 100$	$\frac{254391.00}{1568311.50} \times 100$	16.22
Rentabilidad Operativa	$\frac{Utilidad\ Operativa}{Ventas\ Netas} \times 100$	$\frac{192270.00}{1568311.50} \times 100$	12.26
Rentabilidad Neta	$\frac{Utilidad\ Neta}{Ventas\ Netas} \times 100$	$\frac{123692.27}{1568311.50} \times 100$	7.89

Tabla 19
Rentabilidad 2021 con propuesta

Rentabilidad		2021 con Propuesta	
ROA	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} \times 100$	$\frac{170324.12}{2510205.00} \times 100$	6.79
ROE	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$	$\frac{170324.12}{895409.00} \times 100$	19.02
Margen de Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$	$\frac{313881.85}{1616869.87} \times 100$	19.41
Rentabilidad Operativa	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$	$\frac{247960.85}{1616869.87} \times 100$	15.34
Rentabilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$	$\frac{170324.12}{1616869.87} \times 100$	10.53

Se ha realizado una comparación entre los indicadores de rentabilidad de 2021 y como serían con los ahorros de costos y beneficios generados gracias a las propuestas. En general lo que ha cambiado es aumento en ventas, aumento en gastos administrativos y ahorro en gastos de ventas, todos estos derivados de la implementación de las propuestas y sus propios beneficios. Con la explicación de manera general de las diferencias que hubo gracias a la propuesta, se realizó el gráfico para mostrar una comparativa en cómo ha mejorado los indicadores de rentabilidad de la empresa, a grandes rasgos se puede observar que hubo una mejoraría, sin embargo, a continuación, se explicará a detalle cómo ha aumentado en cada uno de los indicadores.

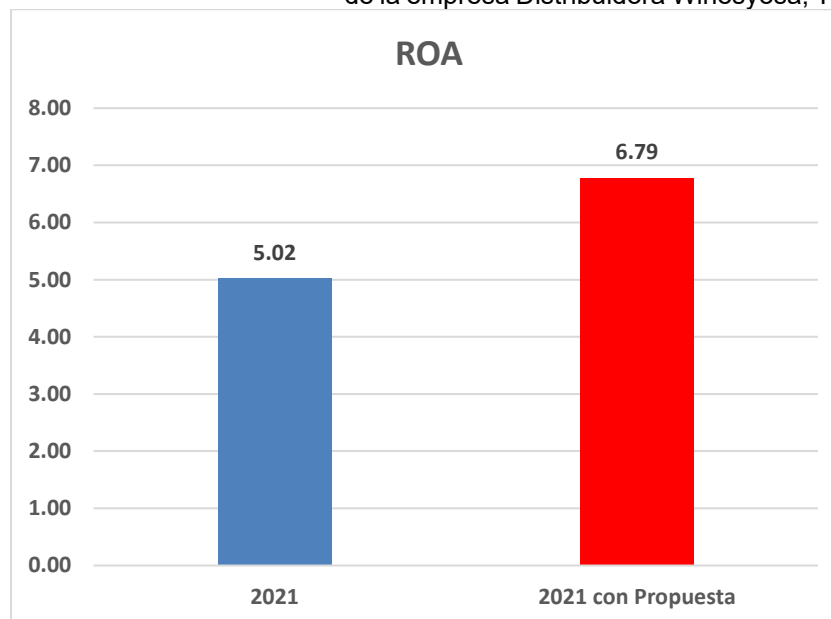


Figura 16. Comparativa entre el indicador ROA de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.

En el indicador de ROA o retorno sobre los activos totales, este se constituye por la división entre la utilidad neta y los activos totales; por lo que podemos observar que en el 2021 se empieza con un ROA de 5.02 y luego de la implementación del uso del método ABC y la capacitación en ventas se espera que aumente a 6.79, es decir un incremento del 35.14%, esto se debe principalmente al crecimiento de la utilidad neta por el aumento en las ventas y los ahorros en gastos de ventas, resaltando un aumento en los activos totales, resultado de un aumento en la liquidez de la empresa, ante un incremento en la utilidad neta.

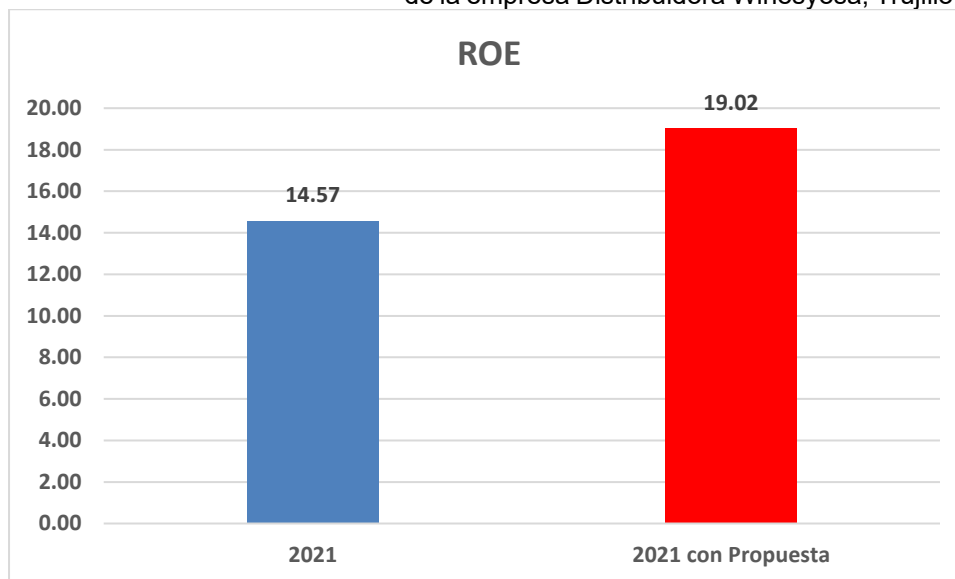


Figura 17. Comparativa entre el indicador ROE de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.

En el indicador ROE o retorno sobre el patrimonio, este se constituye por la división entre la utilidad neta y el patrimonio, comenzamos el 2021 con un ROE de 14.57 en primera instancia podemos decir que ante un ROE mayor al ROA significa que los activos se están financiando en gran medida con deuda, con esto dicho pasamos a cuanto hubiera aumentado con la propuesta siendo esto un 19.02, hubo un incremento del 30.53%, esto se debe solamente al incremento de la utilidad neta que se mencionó en el ROA, el patrimonio consta de capital, resultados acumulados y resultados del ejercicio, en el último va la utilidad neta completa, por lo que esto también generó un aumento en el patrimonio.

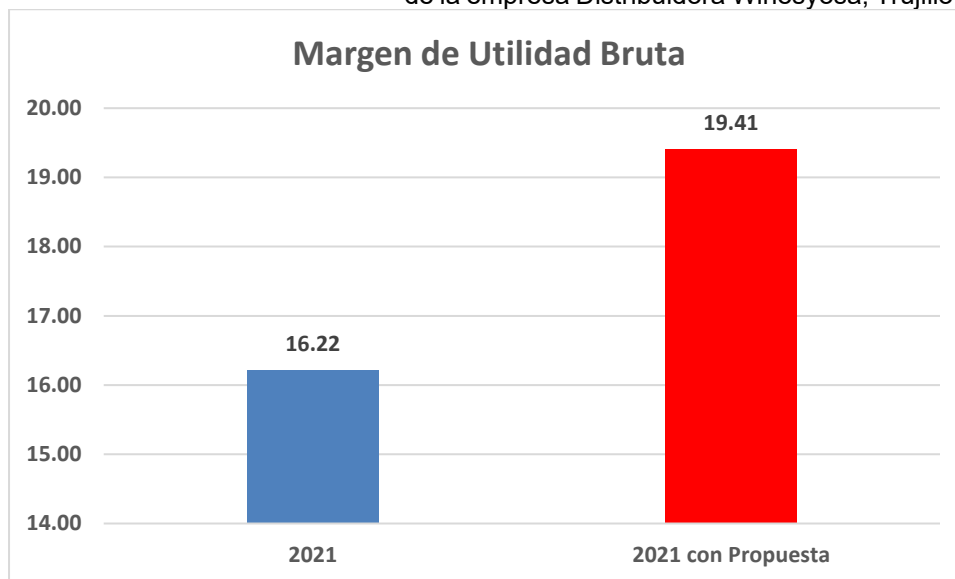


Figura 18. Comparativa entre el indicador de Margen de Utilidad Bruta de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.

Ahora compararemos el indicador de margen de utilidad bruta, siendo constituido por la división de la utilidad bruta con las ventas netas, en el 2021 comenzamos con un margen de utilidad bruta del 16.22, con las propuestas implementadas se estima que debería haber aumentado a 19.41, es decir un incremento del 19.68%, este incremento se debe al aumento en ventas gracias a las propuestas, esto genero una mayor utilidad bruta.

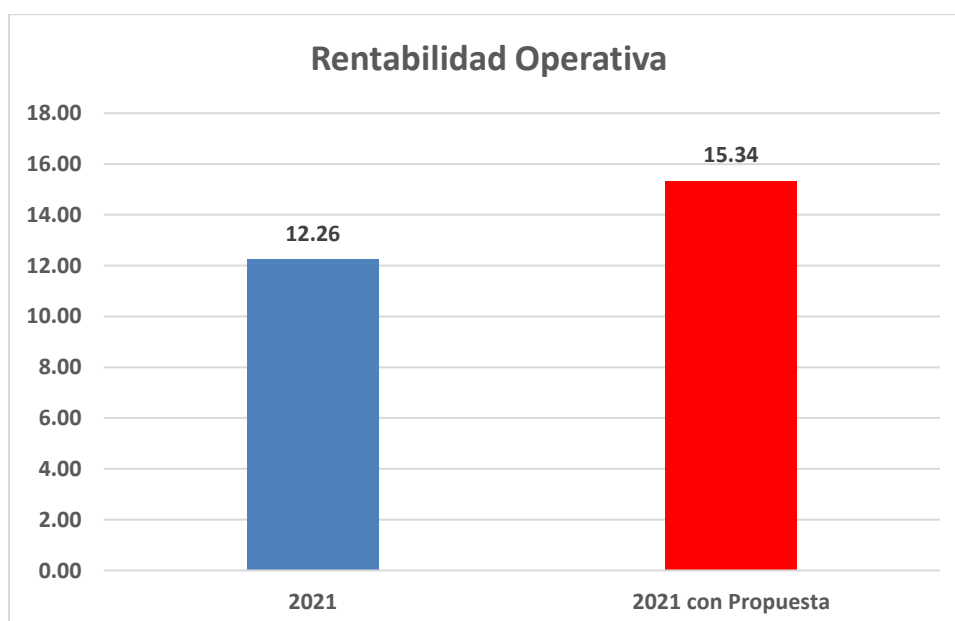


Figura 19. Comparativa entre el indicador de Rentabilidad Operativa de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.

En el indicador de rentabilidad operativa, que se constituye por la división entre la utilidad operativa y las ventas netas, se pudo ver que en el 2021 obtuvo un 12.26 y con las propuestas se espera un porcentaje de 15.34, teniendo un aumento del 25.09%, este incremento es gracias al aumento en los ingresos y los beneficios por las propuestas, pero cabe resaltar que se está tomando los costos por la implementación del programa de capacitación por lo tanto hay un aumento en gastos administrativos, pero también hubo un ahorro en gastos de ventas ya que se gastaría menos en traslados entre tiendas.

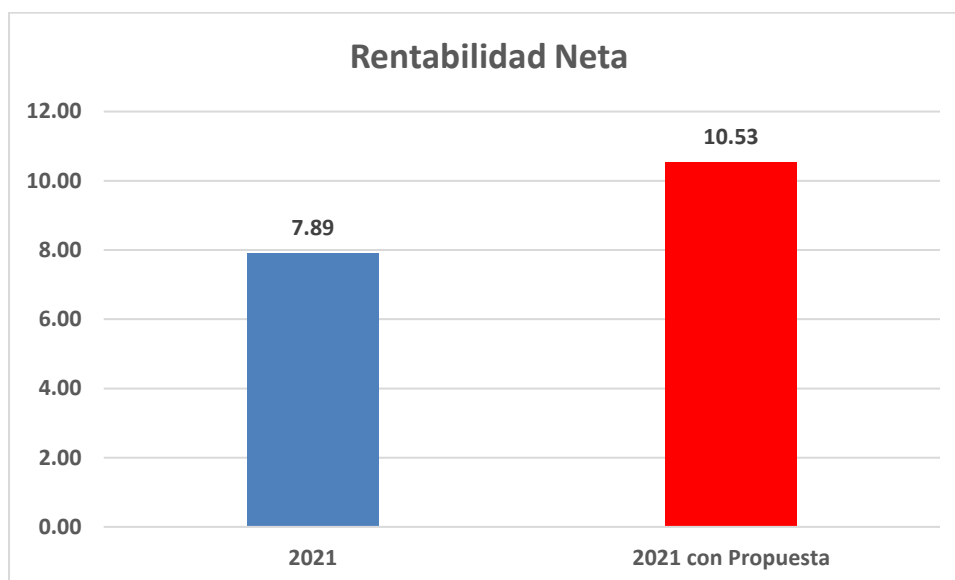


Figura 20. Comparativa entre el indicador de Rentabilidad Neta de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021 con y sin propuesta.

En el indicador de rentabilidad neta, que se constituye por la división entre la utilidad neta y las ventas netas, se obtuvo como resultado en el 2021 un 7.89 siendo el porcentaje que entro de forma líquida de las ventas a la empresa con las propuestas implementadas se espera que este porcentaje crezca a un total de 10.53, es decir un incremento del 33.56%, principalmente este aumento viene del aumento en ventas gracias a la implementación de las propuestas.

Promediando los indicadores de rentabilidad de la empresa podemos decir que gracias a las propuestas hubo un aumento del 28.80% en promedio en los indicadores de rentabilidad, lo cual supera con creces la hipótesis planteada en esta tesis.

Aparte de estos beneficios financieros, al aplicar las propuestas, conseguirán otro tipo de beneficios, como por ejemplo, mayor satisfacción laboral y del cliente, el tener conocimiento de ventas y un almacén más ordenado para poder atender, subirá la moral y la satisfacción de los trabajadores, ya que no perderán tanto tiempo buscando un producto y no tendrán que ver como cada cliente que llega al local se va; además por parte del cliente sentirá que es una empresa más profesional y eficiente, actualmente los clientes se deben estar yendo por la ineficiencia del servicio, por lo tanto da una mala imagen de la empresa, si se evita perder a estos clientes, en vez de ser detractores se volverán promotores de la empresa.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Luego de que se analizó la información, se ha obtenido que la empresa Distribuidora Winesyosa tiene un grado de gestión de calidad bajo, con una calificación del 30% de cumplimiento de la norma ISO 9001:2015, comparando con la investigación hecha por Abate (2014), quien también uso de herramienta un modelo similar al Check List para verificar el estado de la Gestión de Calidad en su empresa, donde pudo concluir que la empresa en la que trabajaba si cumplía la normativa, de una forma muy similar en la investigación de Cruchaga (2017) se utilizó un Check List de las Norma ISO 9001 solo que en este caso lo hizo de la versión 2008 obtuvo un 32.6% de cumplimiento de la norma por lo que determino que había la necesidad de la implementación de un sistema de gestión de calidad; sin embargo en otras investigaciones implementaron la gestión de calidad de forma diferente, esto lo demuestra Coaguila (2017) en su investigación utilizo un cuestionario en base a la norma ISO 9001:2015, para descubrir los problemas y causas de la empresa, para así con ellos crear un sistema de gestión de procesos que le apoyara a cumplir la normativa, cosa similar que sucede en la Distribuidora Wineysosa, solo que a pesar de tener un sistema donde tienen una amplia base de datos en temas de sus procesos, no lo utilizan para crear planes u otras herramientas para mejorar la calidad de la empresa, así mismo en la investigación de Valle (2020) Se concluyó que la gestión de calidad definido como la garantía, estabilidad y consistencia en el buen accionar para satisfacer las expectativas de sus clientes tuvo una relación positiva perfecta con la Rentabilidad demostrando al igual que esta tesis que existe una relación positiva entre la implementación de la normativa ISO 9001:2015 y la rentabilidad.

A partir de los hallazgos encontrados, se acepta la hipótesis planteada en la investigación siendo esta que la Gestión de Calidad mejoraría significativamente la

rentabilidad de la empresa, esto ante los resultados positivos obtenidos por las propuestas, de forma similar Vargas (2015), en su investigación también planteo mejoras en un sistema para los procesos de logística y obtuvo un aumento en su rentabilidad cumpliendo con su hipótesis; además en la investigación de Quispe (2017) también propuso en su hipótesis que la implementación de un sistema de gestión de calidad reduciría los costos de producción, lo cual también mejoraría la rentabilidad, y aceptó la hipótesis.

Gracias al análisis de la variable rentabilidad se pudo observar que al implementar la gestión de calidad mejoro en un 28.80% en promedio de los indicadores de la rentabilidad de la empresa, esto se obtuvo mediante el análisis de los indicadores ROA en donde hubo un aumento del 35.55%, ROE en donde hubo un aumento del 31.63%, Margen de utilidad bruta donde aumento un 15.51%, rentabilidad operativa que aumento 25.09% y en la rentabilidad neta que aumento 33.56%, situación que se asemeja a la investigación de Delgado, L (2019) en la que su ratio de rentabilidad aumento de 0.82 a 1.15, es decir un aumento del 40.24%, esto se logró con el mejoramiento de la rotación de inventarios en la empresa de lubricantes y filtros con la que trabajo, de misma forma en la investigación de Pando, M (2018) da a conocer que la implementación de la norma ISO 9001:2015, les ha generado un ahorro en temas de devoluciones y ahorro de tiempos para cumplir con los requisitos de los cliente en la tienda comercial en donde trabajo, esto generando una mejora financiera a la empresa, también se observó en la investigación Aguilar (2018), que al proponer un sistema de gestión de calidad obtendrían beneficios económicos demostrándolo con sus con la posibilidad de obtener un TIR de entre 30% a 102% dependiendo del escenario, es decir uno positivo, neutral y negativo; finalmente se confirma con lo que concluye Lizarzaburu (2015) en su investigación, sobre los beneficios de la gestión de calidad en el Perú, que para empresas de servicios y de producción los beneficios financieros obtenidos son los mejoramientos en los indicadores financieros de la empresa ya que la

gestión de calidad mejora el desempeño, procesos y gestión administrativa, los cuales inciden de manera positiva en las ventas y la atención de los clientes, situación que se dio en la empresa WINESYOSA al aumentar la cantidad de ingreso obtenido específicamente atrayendo a más clientes.

Las implicaciones que ha permitido el estudio desde un punto de vista académico son la de un precedente de un estudio entre las variables rentabilidad y gestión de calidad en una empresa de limpieza y saneamiento, la investigación podrá servir como marco teórico para personas que estudien las mismas variables, además de la demostración del funcionamiento de los Check List de Norma ISO 9001, siendo un instrumento fácil de usar y que ayuda a obtener la información necesaria para saber el estado actual de la gestión de calidad en una empresa. Desde un punto de vista práctico, este estudio concluye que la gestión de calidad si da una mejora a la rentabilidad de la empresa, por lo que, permitirá a otras empresa y lectores tomar decisiones empresariales teniendo en cuenta que beneficios les traerá la gestión de calidad, siendo este estudio un marco de referencia.

Las principales limitaciones que se tuvo en el trabajo fueron dos; la primera fue los pocos trabajos de investigación sobre las dos variables analizadas que se hayan realizado en una empresa de lubricantes y filtros, ante ello se tuvo que tomar en cuenta empresas similar de servicios; la segunda fue el instrumento usado para el análisis de la Gestión de calidad, el Check List de la Norma ISO 9001:2015, al ser una herramienta para un sistema de gestión de calidad si la empresa no conoce o no tiene implementado procesos para asegurar la calidad de sus servicios, la información recolectada será escasa.

Para concluir con esta investigación, se hablará sobre lo que se logró y que relación se encontró con las dos variables.

Se logró analizar cómo funciona la gestión de calidad de la empresa Distribuidora

Winesyosa y que mejoras trae en la rentabilidad de la misma, esto se obtuvo gracias a la utilización de instrumentos como el Check List de la Norma ISO 9001:2015 y la comparativa de los indicadores de rentabilidad de la empresa.

Al realizar el diagnóstico de la gestión de calidad se pudo observar que el cumplimiento de la Norma fue de un 30%, siendo esta una calificación baja, mostrando la carencia de estos temas en la empresa, en todas las dimensiones analizadas se debe mejorar diferentes aspectos de la empresa por ello se recomienda a la empresa revisar el Check List e ir creando planes para poder cumplir con la normativa, en esta ocasión se hizo propuestas para poder cubrir todos los puntos de la norma a nivel básico sin embargo, aún hay espacio para mejorar otros aspectos de la empresa. Los problemas principales que afectaban a la empresa eran una carencia de políticas de calidad que asegurara que la empresa trabajará con los estándares necesarios; una falta de procesos de retroalimentación y el trato a las no conformidades, con ello poder lograr una mejora continua en la empresa y asegurar que sus procesos cumplan con lo que requiere el cliente; y métodos de control y organización en lo que respecta a los procesos del área de almacén, esto causaba problemas a los clientes y a los trabajadores no permitiendo dar un servicio de calidad.

Para los problemas mencionados anteriormente se diseñó una política de calidad que permitiera resolver las carencias en las dimensiones de contexto de la organización, liderazgo y planificación de la norma ISO 9001; se especificó y creo un flujograma para guiar y enseñar el uso de herramientas para asegurar una retroalimentación por parte de los clientes, como también como tratar las no conformidades realizadas por los mismos; y para resolver los problemas que generaban los almacenes se planteó el uso del Método ABC, para poder organizar los almacenes y tener conocimiento de la ubicación de los productos,

además del uso de los indicadores para todas las propuestas, con el fin de poder llevar un gestión de los mismos y generar planes de acción según los resultados.

Se determinó los beneficios y costos de implementación de las propuestas y esto se pasó unir con los estados financieros de la empresa, a partir de allí se analizó la rentabilidad de la empresa en un periodo siendo 2021 y como sería con la implementación de las propuestas realizadas, para poder observar en que indicadores mejoró, se utilizó los indicadores financieros que más utiliza la empresa para determinar su rentabilidad y los datos se obtuvieron gracias al balance general y estados de pérdidas y ganancias del 2021. Finalmente, con los resultados de la comparativa se pudo determinar que mejoras tuvo la rentabilidad gracias a la gestión de calidad, se obtuvo un aumento de un 28.80% promediando los indicadores utilizados, aceptando la primera hipótesis que se planteó que mejoraba la rentabilidad, pero aquí se tiene que aclarar que las mejoras vinieron gracias al aumento de la ventas previsto que resultó al hacer las propuestas de mejora y estas se hallaron gracias al seguir el proceso de seguimiento y control de los problemas en la empresa, esto incidió en un aumento en sus indicadores de rentabilidad.

REFERENCIAS

- Abad, M y Pincay, D (2014). Análisis de Calidad del Servicio al Cliente Interno y Externo para Propuesta de Modelo de Gestión de Calidad en una Empresa de Seguros de Guayaquil (Tesis de Pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7451>
- Abate, L (2018). Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2015 orientado en la Productividad de una Empresa Dedicada a la Elaboración de Productos y Servicios de Limpieza para Industrias de Consumo Masivo (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11753>
- Abreu, J (2012). “Hipótesis, Método & Diseño de Investigación”. Daena: International Journal of Good Conscience. 7(2) 187-197. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- Aguilar, L (2018). “Propuesta de Diseño e Implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001: 2015 para obtener beneficios económicos en la empresa Grupo Transpesa S.A.C. –Sede Trujillo”. Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11069/AGUILAR%20RODRIGUEZ%20LOURDES%20ESPERANZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anaya, J (2015). Logística integral. La gestión operativa de la empresa. 5ta Edición. Madrid.

ESIC Editorial. 2015. Recuperado de: <https://pdfcoffee.com/logistica-integral-5ta-edicion-julio-anaya-tejero-5-pdf-free.html>

Benzaquende, J y Convers, J (2015). El ISO 9001 y TQM en las empresas de Colombia/ISO 9001 and TQM in companies in Colombia/ISO 9001 e TQM em empresas na Colombia: GCG. Revista De Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, 9(3), 107-128. doi:<http://dx.doi.org/10.3232/GCG.2015.V9.N3.05>

Beheshtinia, M. y Vaziri, J. (2016). A holistic fuzzy approach to create competitive advantage via quality management in services industry (case study: Life-insurance services). Management Decision, 54(8), 2035-2062. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1826809519/fulltextPDF/BF0A651BE2B448BAPQ/1?accountid=36937>

Borja, S. y Jijón, J. (2014). Propuesta de un Modelo de Gestión en Calidad de Servicio, basado en la Norma Internacional ISO 9001: 2008, en Empresas de Comercialización de Productos de Consumo Masivo, Caso: Almacenes La Rebaja (Tesis de Pregrado). Universidad Internacional del Ecuador. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>

Coaguila, A (2017). Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica San Pablo, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/UCSP/15240>

Cruchaga, S (2017). “Implementación De Un Sistema De Gestión De Calidad Para Mejorar La Satisfacción De Los Clientes De La Empresa P&M Support – Trujillo, 2016”

(Tesis de Pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperado de:

<https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/cientifi-k/article/view/1276>

Dávila, M (2017). Gestión de calidad para incrementar la rentabilidad en la empresa GM Fiori Industrial SRL, 2017 (Tesis de Pregrado). Universidad Norbert Wiener, Perú.

Recuperado de: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/xmlui/handle/123456789/1160>

Delgado, L (2019). Mejora de la gestión de inventarios para el incremento de la rentabilidad en la empresa Filtros y Lubricantes Víctor Hugo E.I.R.L. (Tesis de Pregrado).

Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/20.500.12423/2344>

Dymedics LTDA (2018). Programa de Capacitación a la Gestión Comercial. Recuperado de:

<https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/handle/001/927/PROGRAMA%20DE%20CAPACITACION%20A%20LA%20GESTION%20COMERCIAL%20ADE%200323.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Evans, J y Lindsay, W (2008). Administración y control de calidad 7ª edición. México:

Ceneage Learning. Recuperado de:

https://www.academia.edu/10999715/Administracion_y_Control_de_Calidad_Evans_7ma

Ferrón, V. F., Ruiz, J., y Correa, J. A. A. (2010). Calidad y algo más: El efecto conjunto de la gestión de la calidad y medioambiental en la rentabilidad de la empresa.

Revista Española De Financiación y Contabilidad, 39(148), 655-675.

Recuperado de:

<https://search.proquest.com/docview/921238661?accountid=36937>

Gómez, J. M., Fontalvo, T. J. y Vergara, J. C. (2013). Incidencia de la certificación ISO 9001

en los indicadores de productividad y utilidad financiera de empresas de la zona

industrial de Mamonal en Cartagena. *Estudios Gerenciales*, 29(126), 99-109.

Retrieved

from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592313700251>

Hernández, R., Fernandez, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* 6ta

Edición. México. MacGraw-Hill/Interamericana. Recuperado de:

[http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-](http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf)

[de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf](http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf)

ISO (2015). ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de la Calidad. Recuperado de :

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Lizarzaburu, E. R (2015). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001,

sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*,

18(30),

33-54.

Recuperado:

<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/viewFile/4604/3278>

Lizcano, J y Castelló, E (2004). *Rentabilidad Empresarial Propuesta Practica de Análisis y*

Evaluación. España: Cámaras de Comercio. Servicios de Estudios. Recuperado de:

https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf

Munizu, M (2013): The impact of total quality management practices towards competitive

advantage and organizational performance: Case of fishery industry in South

Sulawesi Province of Indonesia, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*

(PJCSS), ISSN 2309-8619, Johar Education Society, Pakistan (JESPK), Lahore, Vol.

7, Iss. 1, pp. 184-197 Recuperado de: <https://www.econstor.eu/handle/10419/188084>

Pando, M (2018). *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 de

Pregrado). Universidad Privada del Norte, Perú. Recuperado de:
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21170>

Quispe, S (2017). Propuesta de Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 para la Reducción de Costos en la Línea de Producción de Plataformas de la empresa Consermet S.A.C (Tesis de Pregrado). Universidad Privada del Norte, Perú. Recuperado de:
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11564/Quispe%20Loyola%20Sofia%20Cristina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Serrano, C (2015). La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Ferreterías En El Distrito De Santa, 2015 (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16456>

Valdivia, S (2014). Retroalimentación Efectiva en la Enseñanza Universitaria. En Blanco y Negro Vol. 5 N°2. Lima, Perú. Recuperado de:
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/enblancoynegro/article/download/11388/11901/0>

Valle, E (2020). La gestión de calidad y la rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro boticas del distrito de Satipo, 2019 (Tesis de Postgrado). Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Perú. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19098/GESTION_D E_CALIDAD_Y_RENTABILIDAD_VALLE_ROJAS_ELVIS_YAKOV.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas, G (2015). Implementación de un sistema de gestión de riesgos en el proceso de logística y la mejora en la rentabilidad de Disvar Lubricantes SAC (Tesis de Pregrado). Universidad Privada del Norte, Perú. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/6482>

ANEXO 01. Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Gestión de Calidad	La gestión de calidad tiene como principal objetivo cumplir y exceder los requisitos y expectativas del cliente, mediante líderes que puedan crear las condiciones para lograr los objetivos en calidad, con colaboradores competentes capaces de crear y brindar valor, y concentrándose en la mejora continua de la empresa. (ISO, 2015)	La gestión de calidad es la capacidad de una empresa de poder gestionar y transformar todas las rasgos de la empresa en lo que concierne a calidad, lográndolo con el compromiso de toda la empresa; todo esto con la finalidad de satisfacer al cliente	Contexto de la Organización	Entendimiento de la Organización
			Liderazgo	Compromiso Autoridad
			Planificación	Objetivos Acciones Control
			Soporte	Recursos Comunicación Competencia
			Operación	Diseño y Desarrollo Control de los Procesos Producción
			Evaluación del Desempeño	Seguimiento Auditorías Internas
			Mejora	Generalidades Mejora Continua

ANEXO 02.Matriz de Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Rentabilidad	Se entiende como la capacidad de un negocio para generar beneficios mediante un conjunto de inversiones hechas. Su medición tiene relevancia cuando se compara con los indicadores que se usan para obtenerlo siendo estos recursos económicos y los recursos financieros, es por ello que para analizar se deben tener en cuenta la rentabilidad financiera y la económica. (Lizcano & Castelló, 2004)	La rentabilidad es como la empresa logra generar utilidad mediante el uso de sus activos e inversiones, obteniendo un crecimiento en la empresa. Esta define la situación actual de la empresa económica y financieramente	Rentabilidad Económica	ROA EVA
			Rentabilidad Financiera	ROE Grado de Independencia Financiera Política Financiera
			Riesgo Económicos	Tasas de Intereses Crecimiento del PBI Variabilidad del rendimiento económico
			Riesgos Financieros	Ahorro Bruto Obligaciones Financieras Endeudamiento a corto y largo plazo

ANEXO 03. Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>¿Cómo la Gestión de Calidad mejora la Rentabilidad en la empresa Distribuidora WINESYOSA en el 2021?</p>	<p>Determinar la gestión de calidad y cómo su aplicación mejora la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa en el 2021.</p>	<p>ANTECEDENTES: A nivel internacional: Ferrón, V (2010) en su investigación titulada "Calidad y algo más: el efecto conjunto de la gestión de la calidad y medioambiental en la rentabilidad de la empresa" A nivel nacional: Serrano, C (2017) en la tesis: “La Gestión de Calidad en las Micro y</p>	<p>La aplicación de la Gestión de Calidad mejoraría significativamente la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa</p>	<p>VARIABLE 1 Gestión de Calidad DIMENSIONES: Contexto de la Organización Liderazgo Planificación Soporte Operación Evaluación de Desempeño Mejora VARIABLE 2 Rentabilidad</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Propositiva MÉTODO: Propositiva DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No experimental- Transversal POBLACIÓN Y MUESTRA Población: 8 trabajadores de Distribuidora Winesyosa S.A.C. Muestra: 8 trabajadores de Distribuidora Winesyosa S.A.C. TECNICAS E INSTRUMENTOS Revisión de Norma ISO 9001:2015 Revisión Documentaria</p>

“Gestión de Calidad y su mejora en la Rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa, Trujillo 2021”

	<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar un diagnóstico de la aplicación de la gestión de calidad de la empresa Distribuidora Winesyosa. • Diseñar una propuesta de mejora en la gestión de calidad de la empresa Distribuidora Winesyosa • Determinar las mejoras en la rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa debido a la aplicación de mejoras en la gestión de la calidad 	<p>Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Ferreterías en el Distrito de Santa, 2015”</p> <p>A nivel local: Crucharga, M (2017) en su tesis "Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad para mejorar la Satisfacción de los Clientes de la empresa P&M Support – Trujillo, 2016"</p>	<p>DIMENSIONES: Rentabilidad Económica Rentabilidad Financiera Riesgo Económico Riesgo Financiero</p>	<p>TECNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS Gráficos y Estadísticos Indicadores</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

“Gestión de Calidad y su mejora en la Rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa, Trujillo 2021”
ANEXO 04. Cronograma de Actividades

Nº	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Elaboración de la metodología	■	■	■	■											
2	Elaboración de los resultados					■	■	■								
3	Elaboración de la discusión y resultados								■	■	■	■	■			
4	Presentación de la tesis													■	■	■

Matriz de Validación de Instrumento

Título de Investigación:	"Gestión de Calidad y su mejora en la Rentabilidad de la empresa Distribuidora Winesyosa, Trujillo 2021"				
Tipo de Instrumento:	Cuestionario:	Guía de Entrevistas:	Guía de Observación: X	Ficha de Análisis Documental:	Otro Instrumento:
Mediante la Matriz de Evaluación de Instrumentos tiene la facultad de evaluar cada pregunta colocando "X" en la Casilla de SI o NO. Además se le pide responder las observaciones o recomendaciones que tenga por cada ítem					

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de Evaluación						Observaciones y Recomendaciones
				Relación entre el Ítem y la Variable		Relación entre el Ítem y la Dimensión		Relación entre el Ítem y el Indicador		
				SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
GESTIÓN DE CALIDAD	ORGANIZACIÓN CONTEXTO DE LA	Comprensión de la Organización y su Contexto	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.	X		X		X		
			Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.	X		X		X		
		Comprensión de las Necesidades y Expectativas de las Partes Interesadas	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.	X		X		X		
			Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.	X		X		X		

	Determinación del Alcance del Sistema de Gestión de Calidad	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica	X		X		X			
		El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?	X		X		X			
		Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.	X		X		X			
		Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?	X		X		X			
	Sistema de Gestión de la Calidad y sus Procesos	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización	X		X		X			
		Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.	X		X		X			
		Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.	X		X		X			
	LIDERAZGO	Liderazgo y Compromiso Gerencial	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	X		X		X		
			La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes se determinan y se cumplen.	X		X		X		
			Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.	X		X		X		

	Política	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.	X		X		X			
		Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.	X		X		X			
		Roles, Responsabilidades y Autoridades en la Organización	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.	X		X		X		
			Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.	X		X		X		
	PLANIFICACIÓN	Acciones para Abordar Riesgos y Oportunidades	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.	X		X		X		
			La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.	X		X		X		
		Objetivos de la Calidad y Planificación para Lograrlos	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SIG-HSQ, programas de gestión?	X		X		X		
			Se mantiene información documentada sobre estos objetivos	X		X		X		
		Planificación de los Cambios	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?	X		X		X		
	APOYO	Recurso	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC	X		X		X		

		En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?	X		X		X		
		Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.	X		X		X		
		Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.	X		X		X		
	Competencia	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria	X		X		X		
	Toma de Conciencia	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.	X		X		X		
	Comunicación	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.	X		X		X		
	Información Documentada	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.	X		X		X		
		Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.	X		X		X		

		Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.	X		X		X		
OPERACIÓN	Planificación y Control Operacional	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.	X		X		X		
		La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.	X		X		X		
		Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.	X		X		X		
		Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.	X		X		X		
	Requisitos para los Productos y Servicios	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	X		X		X		
		Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	X		X		X		
		Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.	X		X		X		
		Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.	X		X		X		
		La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	X		X		X		
		La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	X		X		X		

		Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	X		X		X		
		Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	X		X		X		
		Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.	X		X		X		
		Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.	X		X		X		
	Diseño y Desarrollo de los Productos y Servicios	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.	X		X		X		
		La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.	X		X		X		
		Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.	X		X		X		
		Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.	X		X		X		
		Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.	X		X		X		
		Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.	X		X		X		

		Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.	X		X		X		
		Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.	X		X		X		
		Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación	X		X		X		
		Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.	X		X		X		
		Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas	X		X		X		
		Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios	X		X		X		
		Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación	X		X		X		
		Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.	X		X		X		
		Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.	X		X		X		
		Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios	X		X		X		

		Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.	X		X		X		
	Control de los Procesos, Productos y Servicios Suministrados Externamente	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	X		X		X		
		Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.	X		X		X		
		Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.	X		X		X		
		Se conserva información documentada de estas actividades	X		X		X		
		La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.	X		X		X		
		Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.	X		X		X		
		Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.	X		X		X		
		Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.	X		X		X		

		Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.	X		X		X		
		La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	X		X		X		
		Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.	X		X		X		
		Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.	X		X		X		
		Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.	X		X		X		
		Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.	X		X		X		
	Producción y Provisión del Servicio	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.	X		X		X		
		Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.	X		X		X		
		Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.	X		X		X		
		Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados	X		X		X		
		Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.	X		X		X		
		Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.	X		X		X		

	Se controla la designación de personas competentes.	X		X		X		
	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.	X		X		X		
	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.	X		X		X		
	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.	X		X		X		
	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.	X		X		X		
	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.	X		X		X		
	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.	X		X		X		
	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	X		X		X		
	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.	X		X		X		
	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.	X		X		X		
	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.	X		X		X		

		Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	X		X		X		
		Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	X		X		X		
		Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.	X		X		X		
		Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	X		X		X		
		Considera los requisitos del cliente.	X		X		X		
		Considera la retroalimentación del cliente.	X		X		X		
		La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.	X		X		X		
		Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.	X		X		X		
	Liberación de los Productos y Servicios	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.	X		X		X		
		Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.	X		X		X		
		Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.	X		X		X		
		Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.	X		X		X		

	Control de las Salidas No Conformes	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	X		X		X			
		La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	X		X		X			
		Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	X		X		X			
		La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras	X		X		X			
		La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.	X		X		X			
	DESEMPEÑO EVALUACIÓN DEL	Seguimiento, Medición, Análisis y Evaluación	La organización determina que necesita seguimiento y medición.	X		X		X		
			Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.	X		X		X		
			Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.	X		X		X		
			Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.	X		X		X		
			Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.	X		X		X		
			Conserva información documentada como evidencia de los resultados.	X		X		X		

		La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.	X		X		X		
		Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.	X		X		X		
		La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.	X		X		X		
	Auditoria Interna	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.	X		X		X		
		Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.	X		X		X		
		La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.	X		X		X		
		Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.	X		X		X		
		Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.	X		X		X		
		Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.	X		X		X		
		Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.	X		X		X		
		Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.	X		X		X		

	Revisión por la Dirección	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.	X		X		X		
		La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.	X		X		X		
		Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.	X		X		X		
		Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.	X		X		X		
		Considera los resultados de las auditorías.	X		X		X		
		Considera el desempeño de los proveedores externos.	X		X		X		
		Considera la adecuación de los recursos.	X		X		X		
		Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.	X		X		X		
		Se considera las oportunidades de mejora.	X		X		X		
		Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.	X		X		X		
		Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.	X		X		X		
		Incluye las necesidades de recursos.	X		X		X		
		Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.	X		X		X		
		CONTINUA MEJORA	Generalidades	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	X		X		X
No Conformidad y	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.		X		X		X		

Acción Correctiva	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.	X		X		X			
	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.	X		X		X			
	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.	X		X		X			
	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.	X		X		X			
	Hace cambios al SGC si fuera necesario.	X		X		X			
	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.	X		X		X			
	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.	X		X		X			
	Mejora Continua	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.	X		X		X		
		Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.	X		X		X		

Nombre: Arlene Aracely Muñoz Zavaleta

DNI: 70408363

Especialidad y Grado: Ing. Industrial, especialista en Sistemas Integrado de Gestión ISO 9001, 14001 y 45001.

Arlene Muñoz Zavaleta
CIP: 181823
Firma del Experto

**ANEXO 06 .DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN NTC ISO 9001-2015
ANTES DE LAS PROPUESTAS**

CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).

No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.		5		
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.			3	
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.				0
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.				0
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica				0
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?				0
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			3	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.				0
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			3	
SUBTOTAL		0	5	9	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		13%			
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
		A	B	C	D
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.		5		

2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.		5		
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.			3	
5.2 POLÍTICA					
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			3	
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			3	
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN					
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.		5		
SUBTOTAL		0	15	9	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		40%			
6. PLANIFICACION		A	B	C	D
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			3	
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			3	
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS					
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SIG-HSQ, programas de gestión?			3	
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			3	
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS					
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			3	
SUBTOTAL		0	0	15	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		30%			
7. APOYO		A	B	C	D
7.1 RECURSOS					
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)				0
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?			3	
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.			3	

4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.		5		
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria		5		
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.			3	
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0
7.5 INFORMACION DOCUMENTADA					
7.5.1 Generalidades					
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.				0
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			3	
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.				0
SUBTOTAL		0	10	12	0
Valor Estructura: % Obtenido		22%			
8. OPERACIÓN		A	B	C	D
8.1 PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL					
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		5		
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.		5		
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.	10			
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			3	
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10			
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.			3	
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.			3	
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.		5		
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10			
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	10			

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	10			
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.		5		
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.		5		

8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.		5		
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.		5		
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.		5		
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.		5		
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.		5		
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.		5		
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.		5		
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.			3	
23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación			3	
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.		5		
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas		5		
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios		5		
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación			3	
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.		5		
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.		5		
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios			3	
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.			3	

8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE

32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	10			
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.		5		
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.		5		
35	Se conserva información documentada de estas actividades	10			
36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.		5		
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.	10			
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10			
42	Se comunica la aprobación de productos servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.	10			
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.	10			
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.	10			
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.		5		
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.	10			
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.	10			
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.		5		
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados		5		
50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.			3	
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.		5		
52	Se controla la designación de personas competentes.		5		
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.			3	
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.			3	
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.		5		

56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.		5		
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.	10			
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.			3	
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.		5		
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.		5		
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.	10			
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			
64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	10			
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.		5		
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.			3	
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.		5		
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		5		
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.		5		
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.		5		
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.		5		
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.			3	
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.			3	

77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.		5		
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras			3	
79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.		5		
SUBTOTAL		210	205	51	0
Valor Estructura: % Obtenido		59%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO		A	B	C	D
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.			3	
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.			3	
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.			3	
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.		5		
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.		5		
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.			3	
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.			3	
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.			3	
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.				0
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0
12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					

18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.				0
24	Considera la adecuación de los recursos.				0
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0
26	Se considera las oportunidades de mejora.				0
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.				0
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.				0
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		0	10	21	0
Valor Estructura: % Obtenido		10%			
10. MEJORA		A	B	C	D
10.1 GENERALIDADES					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.			3	
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.		5		
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.		5		
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.			3	
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.			3	
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.			3	
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.		5		
10.3 MEJORA CONTINUA					
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			3	

11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			3	
SUBTOTAL		0	15	21	0
Valor Estructura: % Obtenido		33%			
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD					
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO	ACCIONES POR REALIZAR			
1. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	13%	IMPLEMENTAR			
2. LIDERAZGO	40%	IMPLEMENTAR			
3. PLANIFICACION	30%	IMPLEMENTAR			
4. APOYO	22%	IMPLEMENTAR			
5. OPERACIÓN	59%	MEJORAR			
6. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	10%	IMPLEMENTAR			
7. MEJORA	33%	IMPLEMENTAR			
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		30%			
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO			

Nombre: Arlene Aracely Muñoz Zavaleta

DNI: 70408363

Especialidad y Grado: Ing. Industrial, especialista en Sistemas Integrado de Gestión ISO 9001, 14001 y 45001.



Arlene Muñoz Zavaleta
CIP: 181823
Firma del Experto

ANEXO 07. BALANCE GENERAL Y ESTADOS DE RESULTADOS 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Balance General

Balance General (Valor Histórico al 31 de dic. 2019)					
ACTIVO			PASIVO		
Caja y bancos	359	19355	Sobregiros bancarios	401	
Inv valor razonable y disp para la vta	360		Trib y aport sist pens y salud p pagar	402	25147
Clas por cobrar comerciales - terc	361	515948	Remuneraciones y particip por pagar	403	4679
Clas por cobrar comerciales - relac	362		Clas por pagar comerciales - terceros	404	281207
Clas por cob per, acc, soc, dir y ger	363		Clas por pagar comerciales -relac	405	
Clas por cobrar diversas - terceros	364		Clas por pagar acción, directores y ger	406	
Clas por cobrar diversas - relacionados	365		Clas por pagar diversas - terceros	407	
Serv y otros contratados por anticipado	366		Clas por pagar diversas - relacionadas	408	
Estimación clas de cobranza dudosa	367		Obligaciones financieras	409	977000
Mercaderías	368	782166	Provisiones	410	
Productos terminados	369		Pasivo diferido	411	
Subproductos, desechos y desperdicios	370		TOTAL PASIVO	412	1288033
Productos en proceso	371		PATRIMONIO		
Minorías primas	372		Capital	414	338500
Materiales aux, suministros y repuestos	373		Acciones de inversión	415	
Envases y embalajes	374		Capital adicional positivo	416	
Existencias por recibir	375		Capital adicional negativo	417	
Desvalorización de existencias	376		Resultados no realizados	418	
Activos no clas mantenidos para la vta	377		Excedente de revaluación	419	
Otros activos corrientes	378		Reservas	420	
Inversiones mobiliarias	379		Resultados acumulados positivos	421	263374
Inversiones inmobiliarias (1)	380		Resultados acumulados negativos	422	
Activ adiq en arrendamiento finan. (2)	381		Utilidad del ejercicio	423	71559
Inmuebles, maquinaria y equipo	382	764394	Pérdida del ejercicio	424	
Depreciación de 1,2 e IME acumulados	383	122397	TOTAL PATRIMONIO	425	671433
Intangibles	384		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		
Activos biológicos	385			426	1959466
Daprec act biol, amort y agota acum	386				
Desvalorización de activo inmovilizado	387				
Activo diferido	388				
Otros activos no corrientes	389				
TOTAL ACTIVO NETO	390	1959466			



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	1819100
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	1819100
Costo de ventas	464	1557245
Resultado bruto Utilidad	466	261855
Resultado bruto Pérdida	467	0
Gastos de ventas	468	76248
Gastos de administración	469	45697
Resultado de operación utilidad	470	139910
Resultado de operación pérdida	471	0
Gastos financieros	472	56478
Ingresos financieros gravados	473	
Otros ingresos gravados	475	6552
Otros ingresos no gravados	476	
Enajen. de val. y bienes del act. F	477	
Costo enajen. de val. y bienes a.f.	478	
Gastos diversos	480	5908
Resultado antes de part. - Utilidad	484	84076
Resultado antes de part. - Pérdida	485	0
Distribución legal de la renta	486	
Resultado antes del imp - Utilidad	487	84076
Resultado antes del imp - Pérdida	489	0
Impuesto a la renta	490	12517
Resultado del ejercicio - Utilidad	492	71559
Resultado del ejercicio - Pérdida	493	0

ANEXO 08. BALANCE GENERAL Y ESTADOS DE RESULTADOS 2020



REPORTE DEFINITIVO

FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORÍA - ITF

ESTADOS FINANCIEROS

Número de RUC:	20482689273	Razón Social :	DISTRIBUIDORA WINESYOSA S.A.C.
Periodo Tributario :	202013	Número de Orden:	1000939679
Número de Formulario	0710	Fecha Presentación:	25/03/2021

Estados Financieros

Estado de Situación Financiera (Valor historico al 31 de diciembre 2020)					
ACTIVO			PASIVO		
Caja y bancos	359	18624	Sobregiros bancarios	401	0
Inv. valor razonable y disp. valor para la venta	360	0	Trib. y aport. sist. pens. y salud por pagar	402	16947
Clas. por cobrar comerciales - ter.	361	1060193	Remuneraciones y particip. por pagar	403	2947
Clas. por cobrar comerciales - relac.	362	0	Clas. por pagar comerciales - terceros	404	326847
Clas. por cobrar per. aoc. soc. dir. y ger.	363	0	Clas. por pagar comerciales - relac.	405	0
Clas. por cobrar diversas - terceros	364	0	Clas. por pagar accion, directores y ger.	406	0
Clas. por cobrar diversas - relacionados	365	0	Clas. por pagar diversas - terceros	407	0
Serv. y otros contratados por anticipado	366	0	Clas. por pagar diversas - relacionadas	408	0
Estimado de clas. de cobranza dudosa	367	(0)	Obligaciones financieras	409	1488571
Mercaderías	368	855907	Provisiones:	410	0
Productos terminados	369	0	Pago diferido	411	0
Subproductos, desechos y desperdicios	370	0	TOTAL PASIVO	412	1635312
Productos en proceso	371	0	PATRIMONIO		
Materias primas	372	0			
Materias aux, suministros y repuestos	373	0	Capital	414	336500
Envases y embalajes	374	0	Acciones de inversión	415	0
Existencias por recibir	375	0	Capital adicional positivo	416	0
Desvalorización de existencias	376	(0)	Capital adicional negativos	417	(0)
Activos no clas. mantenidos por la vta	377	0	Resultados no realizados	418	0
Otros activos corrientes	378	0	Excedentes de evaluación	419	0
Inversiones mobiliarias	379	0	Reservas	420	0
Inversiones inmobiliarias (1)	380	0	Resultados acumulados positivos	421	304033
Activ. adq. en Arrendamiento finan. (2)	381	0	Resultados acumulados negativos	422	(0)
Inmuebles, maquinarias y equipos	382	658321	Utilidad del ejercicio	423	53652
Depreciación de 1, 2 e INE acumulados	383	(32648)	Pérdida del ejercicio	424	(0)
Intangibles	384	0	TOTAL PATRIMONIO	425	725085
Activos biológicos	385	0	TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	426	2560397
Deprec. act. biol. amort. y agota acum.	386	(0)			
Desvalorización de activo inmovilizado	387	(0)			
Activo diferido	388	0			
Otros activos no corrientes	389	0			
TOTAL ACTIVO NETO	390	2560397			



REPORTE DEFINITIVO

FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORÍA - ITF

Estado de Resultados

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 del2020		
Ventas netas o Ing. por servicios	461	1027637
Desc. rebajas y bonif. concedidas	462	(0)
Ventas netas	463	1027637
Costo de ventas	464	(820486)
Resultado bruto de utilidad	466	207171
Resultado bruto de pérdida	467	(0)
Gasto de ventas	468	(85974)
Gasto de administración	469	(35974)
Resultado de operación utilidad	470	105223
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(46254)
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	475	6552
Otros ingresos no gravados	476	0
Enaj. de val. y bienes del act. F.	477	0
Costo enajen. de val y bienes a. f.	478	(0)
Gastos diversos	480	(5908)
REI del ejercicio positivo	481	0
Resultado antes de part. Utilidad	484	59613
Resultado antes de part. Pérdida	485	(0)
Distribución legal de la renta	486	(0)
Resultado antes del imp. - Utilidad	487	59613
Resultado antes del imp. - Pérdida	489	(0)
Impuesto a la renta	490	(5961)
Resultado de ejercicio - Utilidad	492	53652
Resultado de ejercicio - Pérdida	493	(0)

ANEXO 09. BALANCE GENERAL Y ESTADOS DE RESULTADOS 2021

BALANCE GENERAL AL
31 DE DICIEMBRE DE 2021

<u>ACTIVO</u>	
ACTIVO CORRIENTE	
CAJA Y BANCOS	53,878.00
CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES	795,477.00
MERCADERIAS	996,707.00
OTRAS CTAS DEL ACTIVO	0.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,846,062.00
ACTIVO NO CORRIENTE	
INMUEBLE, MAQUINARIA Y EQUIPO (NETO)	617,511.00
TOTAL NO ACTIVO CORRIENTE	617,511.00
TOTAL ACTIVO	S/. 2,463,573.00
<hr/>	
<u>PASIVO</u>	
PASIVO CORRIENTE	
TRIBUTOS POR PAGAR	28,467.00
CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES	124,978.00
CUENTAS POR PAGAR	0.00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	153,445.00
PASIVO NO CORRIENTE	
CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO	1,460,676.00
BENEFICIOS SOCIALES DE TRABAJADORES	675.00
TOTAL NO PASIVO CORRIENTE	1,461,351.00
TOTAL PASIVO	1,614,796.00
PATRIMONIO	
CAPITAL	336,500.00
RESULTADOS ACUMULADOS	388,585.00
RESULTADOS DEL EJERCICIO	123,692.00
TOTAL PATRIMONIO	848,777.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 2,463,573.00

Trujillo, 31 de Diciembre de 2021



DISTRIBUIDORA WINESYOSA S.A.C.
EDUARDO VILMER SALINAS PONCE
SUB GERENTE


CPC. MARLENY ARTEAGA RODRIGUEZ
N° MAT. 02-3653

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021

	S/.	
VENTAS		1,568,311.50
COSTO DE VENTAS		<u>1,313,920.50</u>
<u>UTILIDAD BRUTA</u>		254,391.00
<u>GASTOS OPERATIVOS</u>		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	29,185.00	
GASTOS DE VENTAS	32,935.00	
<u>UTILIDAD DE OPERACIÓN</u>		192,270.00
<u>OTRO INGRESOS Y EGRESOS</u>		
GASTOS FINANCIEROS	46,867.50	
(-) CARGAS EXCEPCIONALES	5,217.00	
(+) DESCUENTOS, REB. Y BONIF.	<u>7,536.00</u>	44,548.50
<u>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</u>	S/.	147,721.50
IMPUESTO A LA RENTA		<u>24,029.23</u>
<u>UTILIDAD NETA</u>		<u>123,692.27</u>

Trujillo, 31 de Diciembre de 2021


 DISTRIBUIDORA WINESYOSA S.A.C.
 EDUARDO VILMER SALINAS PÉREZ
 SUB GERENTE


 CPC. MARLENY ARTEAGA RODRIGUEZ
 N° MAT. 02-3653

ANEXO 10. MODELO DE ENTREVISTA A GERENTE GENERAL

MODELO DE ENTREVISTA A GERENTE GENERAL

Nombre:

Fecha:

Entrevistado:

- **Información de la Empresa**

- 1.-Nombre completo de la empresa y breve resumen de la historia de la empresa
- 2.-Misión y Visión de la empresa
- 3.-Tipos de productos y/o servicios que se brindan
- 4.- ¿Con que áreas cuenta la empresa?
- 5.- ¿Cantidad de trabajadores?

- **Procedimientos**

- 6.- ¿Cómo distribuyen sus productos y cual es procedimiento que siguen?
- 7.- ¿Se realiza planes estratégicos? ¿Con que clientes trabajaran, cuanta mercadería piensan vender o distribuir?
- 8.- ¿Qué tipo de controles realiza la empresa, a la hora de recibir y distribuir los productos?
- 9.- ¿Cómo encuentran problemas y como los resuelven? Ejemplo
- 10.- ¿La empresa se autoevalúa ante problemas que puedan haber?
- 11.- ¿Trabajan con indicadores para determinar su rentabilidad, producción o situaciones como productos defectuosos, clientes insatisfechos, quejas, etc.?

- **Cultura Empresarial**

- 12.- ¿Tienen algún tipo de manual para realizar sus labores o algún tipo de política que sigan?
- 13.- ¿La empresa tiene reglas de atención de vestimenta o de organización?
- 14.- ¿Se documentan los procesos realizados? ¿Ventas, envíos, pedidos?
- 15.- ¿Actualmente que oportunidades de mejora cree que pueda tener la empresa?

ANEXO N°11 MODELO DE ENTREVISTA SOBRE TRASLADO DE LA MERCADERIA ENTRE TIENDAS

MODELO DE ENTREVISTA SOBRE TRASLADO DE LA MERCADERIA ENTRE TIENDAS

Nombre:

Fecha:

Entrevistado:

- 1.- ¿Cuánto tiempo trabaja en la empresa?
- 2.- ¿Los vehículos dados por la empresa, que tiempo tienen?
- 3.- ¿Ha tenido problemas con este vehículo?
- 4.- ¿Cuántos traslados realiza al día?
- 5.- ¿Aproximadamente cuantos galones de gasolina utiliza al día?
- 6.- ¿Cuánto suele gastar por galón de gasolina?
- 7.- ¿Cuánto tiempo te sueles demorar de ir de tienda a tienda?
- 8.- ¿Cuál es el procedimiento para cargar la mercadería y descargarla?
- 9.- ¿Ha tenido problemas al realizar estos procedimientos?
- 10.- ¿Qué considera que necesita para mejorar las cosas en su trabajo?

ANEXO 12. TABLA DE CLASIFICACIÓN ABC

N°	PRODUCTO	PRECIO	COSTO	STOCK	Valor de Inventario
1	ACEITE PRO HP SYN BLEND 5W30 1G	S/ 160.00	S/ 109.90	576	S/ 63,302.40
2	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1/4	S/ 51.00	S/ 37.47	1448	S/ 54,256.56
3	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 5G	S/ 385.00	S/ 339.40	156	S/ 52,946.40
4	ACEITE PRO HP SYN BLEND10W40 1G	S/ 160.00	S/ 109.90	478	S/ 52,532.20
5	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W30 1G	S/ 199.00	S/ 149.80	323	S/ 48,385.40
6	ACEITE XCEL SUPER DUTY 15W40 5G	S/ 367.00	S/ 309.90	155	S/ 48,034.50
7	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W30 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	1642	S/ 45,138.58
8	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W40 1G	S/ 214.00	S/ 156.70	245	S/ 38,391.50
9	ACEITE XLO 5W40 FULL SYN 1G	S/ 210.00	S/ 159.80	222	S/ 35,475.60
10	ACEITE PRO HP SYN BLEND 20W50 1G	S/ 160.00	S/ 109.99	277	S/ 30,467.23
11	ACEITE PRO HP SYN BLEND 10W30 1G	S/ 160.00	S/ 109.99	270	S/ 29,697.30
12	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 1L	S/ 30.00	S/ 23.49	1141	S/ 26,802.09
13	ACEITE PRO HP SYN BLEND 5W30 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	955	S/ 26,252.95
14	ACEITE XLO ULTMT SYN BLEND 1G 15W40	S/ 165.00	S/ 114.90	201	S/ 23,094.90
15	ACEITE PRO HP SYN BLEND10W40 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	831	S/ 22,844.19
16	ACEITE IMPERIAL 20W50 1G	S/ 115.00	S/ 81.96	259	S/ 21,227.64
17	ACEITE ELIXIR FULL SINT 5W40 1L	S/ 55.00	S/ 39.19	507	S/ 19,869.33
18	ACEITE XLO ULTMT SYN BLEND 5G 15W40	S/ 525.00	S/ 429.90	41	S/ 17,625.90
19	ACEITE XCEL 15W40 55G	S/ 3,370.00	S/ 3,099.99	5	S/ 15,499.95
20	ACEITE PRO HP SYN BLEND 20W50 1L	S/ 41.00	S/ 27.49	506	S/ 13,909.94
21	ACEITE X-TREME 4T MAX 10W40 1L	S/ 37.00	S/ 23.89	552	S/ 13,187.28
22	ACEITE IMPERIAL TURBO 10W30 1G	S/ 125.00	S/ 85.96	151	S/ 12,979.96
23	ACEITE XLO 5W40 FULL SYN 5G	S/ 895.00	S/ 679.00	19	S/ 12,901.00
24	ACEITE X-TREME 4T MAX 20W50 1L	S/ 29.00	S/ 22.79	514	S/ 11,714.06
25	ACEITE ELIXIR FULL SINT 75W90 1L	S/ 75.00	S/ 56.89	205	S/ 11,662.45
26	ACEITE XCEL MP HIGH 80W90 5G	S/ 410.00	S/ 359.90	31	S/ 11,156.90
27	ACEITE XCEL 85W140 5G	S/ 410.00	S/ 359.99	29	S/ 10,439.71
28	ACEITE XLO HD FLEET 15W40 1G	S/ 120.00	S/ 93.96	104	S/ 9,771.84
29	ACEITE LIMITED SLIP 80W90 1L	S/ 48.00	S/ 33.99	266	S/ 9,041.34
30	MERCON V ATF SYN BLEND 1L	S/ 48.00	S/ 35.89	228	S/ 8,182.92
31	ACEITE IMPERIAL TURBO 10W30 1L	S/ 31.00	S/ 21.49	343	S/ 7,371.07
32	ACEITE XCEL SUPER TURBO 20W50 1G	S/ 119.00	S/ 77.56	91	S/ 7,057.96
33	HYPOID GEAR MP LUBRI 85W140 1L	S/ 37.00	S/ 24.99	256	S/ 6,397.44
34	HYPOID GEAR MP LUBRI 80W90 5G	S/ 448.00	S/ 399.40	16	S/ 6,390.40
35	ACEITE HIDROLINA DX III-H/M ATF 1L	S/ 29.00	S/ 22.79	260	S/ 5,925.40
36	ACEITE XLO ULTMT SYN BLEND 1L 15W40	S/ 42.00	S/ 28.74	200	S/ 5,748.00
37	PL FCO-553A-F	S/ 87.54	S/ 66.38	84	S/ 5,575.92
38	ACEITE XCEL 85W140 1L	S/ 35.00	S/ 21.99	247	S/ 5,431.53



39	ACEITE IMPERIAL 20W50 1L	S/	29.00	S/	20.49	265	S/	5,429.85
40	UNIVERSAL SYNTHETIC CVT 1L	S/	51.00	S/	38.99	138	S/	5,380.62
41	PL PC-101	S/	67.92	S/	55.83	92	S/	5,136.36
42	HYPOID GEAR MP LUBRI 75W90 1L	S/	50.00	S/	36.69	134	S/	4,916.46
43	HYPOID GEAR MP LUBRI 85W140 1G	S/	130.00	S/	99.96	48	S/	4,798.08
44	Purolator F55175	S/	30.19	S/	14.37	333	S/	4,785.21
45	WB BLS-3007	S/	18.72	S/	8.18	584	S/	4,777.12
46	ACEITE XCEL MP HIGH 80W90 1L	S/	35.00	S/	21.99	205	S/	4,507.95
47	General Parts 90915-YZZB3	S/	8.05	S/	3.77	1016	S/	3,830.32
48	HYPOID GEAR MP LUBRI 80W90 1L	S/	37.00	S/	24.99	142	S/	3,548.58
49	PL PER-28	S/	30.19	S/	14.01	251	S/	3,516.51
50	ACEITE XCEL DX III-H/M ATF 1L	S/	28.00	S/	20.99	158	S/	3,316.42
51	PL FCO-521	S/	49.81	S/	30.00	110	S/	3,300.00
52	PL PC-211	S/	36.22	S/	17.54	188	S/	3,297.52
53	PL PC-42	S/	24.15	S/	12.29	265	S/	3,256.85
54	HYPOID GEAR MP LUBRI 85W140 5G	S/	448.00	S/	399.48	8	S/	3,195.84
55	Purolator FCO-525	S/	52.83	S/	37.02	86	S/	3,183.72
56	PL FCO-553	S/	99.61	S/	78.72	40	S/	3,148.80
57	PL PC-43-A	S/	72.45	S/	54.12	54	S/	2,922.48
58	ACEITE XCEL SUPER TURBO 20W50 1L	S/	28.00	S/	19.39	149	S/	2,889.11
59	PL PER-4476	S/	24.15	S/	11.58	238	S/	2,756.04
60	GP 23390-0L070	S/	13.30	S/	8.04	327	S/	2,629.08
61	PL PER-1A	S/	25.66	S/	11.95	212	S/	2,533.40
62	HYPOID GEAR MP LUBRI 80W90 1G	S/	125.00	S/	99.96	25	S/	2,499.00
63	ACEITE XCEL 4T PLUS 20W50 1L	S/	28.00	S/	21.99	113	S/	2,484.87
64	PL FCO-194	S/	28.68	S/	15.23	161	S/	2,452.03
65	ACEITE SYNTHETIC BLEND 10W40 1G	S/	155.00	S/	105.80	23	S/	2,433.40
66	ACEITE XCEL 15W40 1G	S/	116.00	S/	89.96	23	S/	2,069.08
67	PL PER-751	S/	96.60	S/	82.69	25	S/	2,067.25
68	WB BPS-1332	S/	24.45	S/	12.24	159	S/	1,946.32
69	Willy Busch BLS-63	S/	34.75	S/	25.73	73	S/	1,878.29
70	PL PER-4459	S/	25.66	S/	13.93	131	S/	1,824.83
71	PL FCO-519	S/	36.22	S/	21.12	83	S/	1,752.96
72	WB BPS-68	S/	21.88	S/	11.57	151	S/	1,747.07
73	WB BLS-3011	S/	21.88	S/	10.50	166	S/	1,743.00
74	PL PER-5403	S/	67.92	S/	44.96	35	S/	1,573.60
75	PL FCO-19	S/	25.66	S/	12.59	118	S/	1,485.62
76	Willy Busch BLS-916	S/	18.72	S/	10.28	141	S/	1,449.48
77	WB BLS-833N	S/	29.60	S/	16.72	81	S/	1,354.32
78	TFCA FA-50100	S/	50.31	S/	25.16	48	S/	1,207.68
79	PL L34750	S/	45.21	S/	26.00	45	S/	1,170.00
80	ACEITE XCEL MP HIGH 80W90 1G	S/	125.00	S/	93.88	12	S/	1,126.56
81	General Parts 15600-41010	S/	6.90	S/	2.63	395	S/	1,038.85
82	GP 15600-41010	S/	6.90	S/	2.63	395	S/	1,038.85

83	WB BLS-1A	S/	19.89	S/	10.51	93	S/	977.43
84	GP 9041833	S/	8.05	S/	5.16	185	S/	954.60
85	WB BLS-1446	S/	32.18	S/	18.00	53	S/	954.00
86	GP 28113-1G000	S/	8.05	S/	5.14	180	S/	925.20
87	WB FCO-521	S/	33.46	S/	20.24	45	S/	910.80
88	WB BPS-355	S/	41.18	S/	19.29	47	S/	906.63
89	General Parts 90915-30001A	S/	5.95	S/	3.00	285	S/	855.00
90	GP 1109101xs16xb	S/	10.35	S/	5.74	145	S/	832.30
91	PL PER-54	S/	33.20	S/	18.31	45	S/	823.95
92	GP 28113-D3300	S/	14.95	S/	6.89	115	S/	792.35
93	GP 28113-3s800	S/	10.50	S/	6.89	114	S/	785.46
94	GP 1500A190	S/	12.65	S/	8.04	97	S/	779.88
95	GP ME006066	S/	6.30	S/	2.86	268	S/	766.48
96	WB BPS-571	S/	43.29	S/	28.30	25	S/	707.50
97	PL FCO-530-A	S/	30.19	S/	14.26	49	S/	698.74
98	WB BLS-54	S/	25.74	S/	13.89	50	S/	694.50
99	General Parts 16405-v5710	S/	12.25	S/	6.77	99	S/	670.23
100	General Parts 9091510001	S/	5.25	S/	2.29	284	S/	650.36
101	GP ME035829	S/	7.70	S/	4.59	138	S/	633.42
102	GP BLS-604	S/	9.20	S/	5.16	121	S/	624.36
103	GP 28113-3x000	S/	10.35	S/	6.89	90	S/	620.10
104	GP 28113-2H000	S/	10.35	S/	6.31	96	S/	605.76
105	GP 1500A687	S/	9.20	S/	5.16	117	S/	603.72
106	PL PER-41B	S/	37.73	S/	17.86	33	S/	589.38
107	GP 16546-4BA1B	S/	9.20	S/	5.74	93	S/	533.82
108	GP 16546-4BA1B	S/	9.20	S/	5.74	93	S/	533.82
109	WB BPS-796	S/	28.31	S/	18.31	27	S/	494.37
110	GP 28113-2W100	S/	9.80	S/	5.51	89	S/	490.39
111	GP 28113-04000	S/	8.62	S/	4.46	108	S/	481.68
112	GP 28113-37101	S/	7.70	S/	4.13	110	S/	454.30
113	WB BLS-19N	S/	41.18	S/	28.30	16	S/	452.80
114	GP 16546-1HK0A	S/	9.20	S/	4.59	94	S/	431.46
115	GP MR968274	S/	10.35	S/	6.89	56	S/	385.84
116	GP J61-1189111	S/	10.50	S/	5.74	67	S/	384.58
117	GP 13780-71L00	S/	8.62	S/	5.16	71	S/	366.36
118	GP 28113-F2000	S/	8.75	S/	4.82	66	S/	318.12
119	WB LF-111	S/	9.19	S/	5.40	58	S/	313.20
120	GP 8121123-sa01	S/	9.20	S/	5.16	59	S/	304.44
121	WB BLS-506	S/	45.04	S/	27.40	11	S/	301.40
122	WB BLS-3005	S/	25.74	S/	11.57	26	S/	300.82
123	GP 28113-0X00	S/	9.20	S/	4.59	65	S/	298.35
124	LYS LF-838	S/	7.67	S/	4.37	68	S/	297.16
125	GP 95021102	S/	10.00	S/	6.99	40	S/	279.60
126	WB BPS-8193841	S/	37.32	S/	30.88	9	S/	277.92

127	GP 16546-77A10	S/	9.20	S/	5.16	49	S/	252.84
128	GP 28113-22051	S/	8.62	S/	4.59	43	S/	197.37
129	WB BPS-877	S/	34.75	S/	22.99	8	S/	183.92
130	WB LF-784	S/	20.40	S/	13.19	11	S/	145.09
131	WB LF-3001	S/	6.94	S/	3.29	42	S/	138.18
132	GP 16546-EB70A	S/	9.80	S/	5.74	21	S/	120.54
133	GP 97133-2E200	S/	8.05	S/	4.82	23	S/	110.86
134	General Parts 25181616	S/	7.00	S/	2.29	43	S/	98.47
135	WB LF-32	S/	15.34	S/	9.50	10	S/	95.00
136	General Parts 15208-31U00	S/	6.90	S/	2.29	38	S/	87.02
137	WB LF-8	S/	9.13	S/	5.39	6	S/	32.34
138	GP 13780-75F00	S/	6.90	S/	4.59	7	S/	32.13
139	GP 13780-78B00	S/	5.75	S/	3.23	4	S/	12.92
140	GP 16546-VO100	S/	7.70	S/	3.76	3	S/	11.28

ANEXO 13. ENCUESTA DE CONFORMIDAD CON EL SERVICIO

ENCUESTA DE CONFORMIDAD CON EL SERVICIO

 [sergiodx12@gmail.com](#) (no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)  Borrador guardado

ENCUESTA DE CONFORMIDAD CON EL SERVICIO

Responder las preguntas considerando "5" esta totalmente de acuerdo y "1" esta en total desacuerdo

Satisfacción en General
Como fue su experiencia en la tienda en general

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Atención del Vendedor
El Vendedor fue capaz de resolver todas sus dudas y tratarlo con amabilidad

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Presentación del Producto
El Vendedor le presento el producto en buenas condiciones y le explico su utilidad

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tiempo de Espera

El tiempo en el que se le atendió fue el correcto o cree que se demoro demasiado

1 2 3 4 5

Recomendaciones y Observaciones

Cualquier inconformidad o cosas que crea que le falta a la empresa

Tu respuesta

ANEXO N°14 INFORMACIÓN DE CANTIDAD DE TRABAJADORES

CANTIDAD DE TRABAJADORES Y/O PRESTADORES DE SERVICIO DE 20482689273 - DISTRIBUIDORA WINESYOSA S.A.C.

Información de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio

La información mostrada a continuación corresponde a lo declarado por el contribuyente en la Planilla Electrónica o PLAME ante la SUNAT. La información presentada corresponde a los 12 últimos períodos vencidos al mes anterior al día de la consulta.

Período	N° de Trabajadores	N° de Pensionistas	N° de Prestadores de Servicio
2020-12	7	0	0
2021-01	7	0	0
2021-02	8	0	0
2021-03	8	0	0
2021-04	8	0	0
2021-05	8	0	0
2021-06	8	0	0
2021-07	8	0	0
2021-08	8	0	0
2021-09	8	0	0
2021-10	8	0	0
2021-11	8	0	0