

# FACULTAD DE INGENIERÍA



Carrera de Ingeniería Empresarial

“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 Y SU IMPACTO EN LOS PROCESOS DE SERVICIO DE UNA EMPRESA E-COMMERCE, AÑO 2020.”

Tesis para optar el título profesional de:

Ingeniero Empresarial

Autores:

Carlos Alonzo Alva Trelles  
Luis Renato Rios Espinoza

Asesor:

Ing. Mg. Deza Castillo Juan Miguel

Trujillo - Perú

2020

## DEDICATORIA

Esta tesis se la dedicamos a Dios por permitir la realización de esta tesis, por habernos dado la oportunidad de culminar esta etapa profesional con bien y por siempre acompañarnos en el logro de nuestros objetivos.

A nuestras familias, de manera especial a nuestros padres Ela, Ericka, Cristhian y Julio Abel, quienes a lo largo de nuestra formación personal y profesional nos han guiado e inculcado buenos valores, han depositado su confianza en nosotros y apoyándonos en cada meta propuesta, este logro es para ustedes.

A nuestros hermanos Julio Cesar y Cristhian, por enseñarnos la simpleza de la vida y la fortaleza de decisión.

Así mismo, se la dedicamos a nuestros abuelos, Carlos, Lupe, Elsa y Elidio por inculcarnos el amor, el espíritu de familia, la solidaridad y las ganas de salir a delante.

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos agradecer a todos los colaboradores de la empresa de estudio por el apoyo  
brindado.

Así mismo, agradecer a nuestro asesor Ing. Mg. Deza Castillo Juan Miguel y  
docentes, por estos cinco años de aprendizaje, fundamentales para el desarrollo de nuestra  
tesis y apoyo para culminarla.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>39</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>45</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>61</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>70</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Requisitos de la norma ISO 9001:2015.....	32
Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente.....	35
Tabla 3: Operacionalización de la variable dependiente.....	38
Tabla 4: Escala general.....	40
Tabla 5: Escala por dimensiones.....	40
Tabla 6: Nivel de asesoramiento en la e-commerce.....	45
Tabla 7: Nivel de seguimiento en la e-commerce.....	45
Tabla 8: Nivel de cotización en la e-commerce.....	46
Tabla 9: Nivel de notificación en la e-commerce.....	46
Tabla 10: Nivel de recepción en la e-commerce.....	46
Tabla 11: Nivel de entrega en la e-commerce.....	47
Tabla 12: Evaluación el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015.....	48
Tabla 13: Actividad económica.....	54
Tabla 14: Estado de los resultados.....	56
Tabla 15: Flujo de caja.....	57
Tabla 16: Indicadores de mejora de la utilidad para la empresa con SGC.....	58
Tabla 17: Indicadores de mejora proyectados de la utilidad de la empresa con SGC.....	59
Tabla 18: Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015.....	61
Tabla 19: Matriz de consistencia.....	72
Tabla 20: Matriz de consistencia.....	76
Tabla 21: Codificación resultados pre test – cuestionario – variable dependiente.....	87
Tabla 22: Codificación resultados pre test – check list – variable independiente.....	88
Tabla 23: Codificación resultados post test – cuestionario – variable dependiente.....	89
Tabla 24: Codificación resultados post test – check list – variable independiente.....	90
Tabla 25: Análisis PESTEL.....	95
Tabla 26: FODA.....	98
Tabla 27: Objetivos.....	101
Tabla 28: Expectativas del grupo de interés.....	104
Tabla 29: Matriz AMFE.....	112
Tabla 30: Objetivos y acciones.....	115
Tabla 31: Proceso de Mantenimiento correctivo y preventivo de equipos de cómputo de la E-Commerce..	154
Tabla 32: Encuesta de clima laboral.....	155
Tabla 33: Plan de capacitación.....	156
Tabla 34: Matriz de capacitaciones.....	160
Tabla 35: Matriz de comunicación interna.....	164
Tabla 36: Matriz de comunicación externa.....	166
Tabla 37: Formato de plan de respaldo de la información.....	172
Tabla 38: Identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos.....	175
Tabla 39: Reporte y tratamiento de salida no conforme.....	178
Tabla 40: Formato de tipificación de la salida no conforme.....	178

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ciclo de la calidad.....	25
Figura 2: Representación esquemática de los elementos de un proceso .....	29
Figura 3: Representación de la estructura de la norma ISO 9001:2015 con el ciclo PHVA .....	30
Figura 4: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk .....	49
Figura 5: Prueba de Wilcoxon .....	49
Figura 6: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk .....	49
Figura 7: Prueba de Wilcoxon .....	50
Figura 8: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk .....	50
Figura 9: Prueba de Wilcoxon .....	50
Figura 10: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk .....	51
Figura 11: Prueba de Wilcoxon .....	51
Figura 12: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk .....	52
Figura 13: Prueba de Wilcoxon .....	52
Figura 14: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk .....	52
Figura 15: Prueba de Wilcoxon .....	53
Figura 16: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk .....	59
Figura 17: Prueba de Wilcoxon .....	60
Figura 18: organigrama .....	92
Figura 19: Mapa estratégico.....	100
Figura 20: Grupos de interés.....	101
Figura 21: Mapa de procesos.....	104
Figura 22:ficha de proceso .....	105
Figura 23: Proceso de servicio.....	106
Figura 24:Política de calidad .....	108
Figura 25:Objetivos .....	112
Figura 26: Seguimiento y medición.....	125
Figura 27: Mejora continua .....	127
Figura 28: Plan de implementación .....	128
Figura 29: Organigrama .....	131
Figura 30: Proceso de Control de documentos y registros .....	148
Figura 29: Lista maestra de documentos y registros internos .....	149
Figura 32: información de cambios documentales .....	149
Figura 33:Proceso de Comunicación, participación y consulta.....	160
Figura 34: Proceso de selección y evaluación de proveedores .....	166
Figura 35: Proceso de Identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos .....	172
Figura 36: Proceso de Control de salidas no conformes .....	175
Figura 37: Proceso de Atención de reclamos.....	179
Figura 38: Proceso de Solicitud de acciones de mejora.....	181
Figura 39: formato de solicitud de acciones de mejora .....	183
Figura 40: Proceso de Auditoria interna.....	186
Figura 41: Formato de informe de auditoría interna .....	188
Figura 42: Formato de informe de auditoría interna .....	190
Figura 43: Formato de lista de verificación.....	191
Figura 44: Formato de plan de auditoria.....	192
Figura 45: Formato de programa de auditoria .....	193
Figura 46: Proceso de Revisión de la dirección .....	196
Figura 47: Formato de Información de entrada a la revisión.....	197
Figura 48: Formato de Seguimiento .....	198
Figura 49: Acta .....	199
Figura 50: Proceso de Administración de riesgos y oportunidades .....	201

## RESUMEN

La indagación pretende determinar el impacto de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicio de la empresa E-Commerce. El tipo de estudio fue aplicado, de grado experimental, con diseño pre experimental. Se realizó un diagnóstico integral de la organización para estudiar el entorno en que se halla respecto a sus procesos de servicios, que el punto más importante para el desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015. Para identificarlos se utilizó en análisis documental y un check list, dando como resultado que tiene 6 procesos que son asesoramiento, seguimiento, cotización, notificación, despacho y entrega, los cuales fueron impactados. Además, se analizó a la organización, utilizando la metodología de FODA, PESTEL y las 5 fuerzas de Porter (para luego adoptar las medidas de gestión y control necesarias a través de objetivos, metas y programas en concordancia con la política de calidad propuesta). Se concluye que, el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad tiene un impacto positivo en los métodos de servicio de la organización E-Commerce. Se evidencia que su aplicación genera un impacto positivo en los procesos de servicio de la organización.

**Palabras clave:** Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015, procesos de servicio.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

#### 1.1.1. Problema de investigación:

Para la actualidad, encontrándonos en una denominada ‘sociedad globalizada’, que según Guajardo (1996) apareció en los sesentas en el campo de comercio internacional, es el proceso donde la interdependencia y comunicación de los diferentes estados del mundo agrupa sociedades, culturas y mercados, mediante diferentes políticas, innovaciones sociales y bancarias, conjunto de actividades que determina el requerimiento de incluir en las distribuciones de labor organizacional, métodos de calidad, que otorga aún más competidores, fidelizar a consumidores, y certificar principalmente la permanencia en el mercado.

Por ello, el cliente desea que todo sea rápido, inmediato, debido a que conoce los beneficios que ofrece el internet en los procesos comunes del día. Luego, es el cliente quien comunica su opinión sobre la calidad. A raíz de esto, hablar de calidad del trabajo, proceso, sistemas, servicios, entre otros, se ha vuelto en un factor indispensable para gran número de empresas y/u organizaciones. Debido a estas circunstancias, el interés de abordar la calidad estratégicamente y como alternativa para dirigir adecuadamente las organizaciones, así como enfrentar el mercado actual más competitivo (Arango, Londoño & Zapata, 2010).

Además, se piensa que la gestión de calidad es un gasto infinito que las empresas deben realizar para asegurar que sus productos o servicios no presenten defectos y cumplan con requisitos básicos. Sin embargo, una apropiada ejecución de un sistema de gestión de calidad va más allá, pues ofrece un valor real y cuantiosos beneficios para la organización. Es un proceso formal que revisa operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que requieran mejoras de calidad. Este es demandado en la totalidad de áreas de actividad comercial, independiente del tamaño de la institución (Rocha, Gonçalves & Pérez, 2016).

Para el caso del E-Commerce, se considera como la compra, venta, marketing, distribución y suministro de información de servicios y/o productos mediante internet. Inicialmente el vocablo se empleaba a la efectuación de mercados a



través de electrónicos medios. No obstante, con la llegada del internet a mediados de los noventa, se estableció el concepto de venta de servicios por la red, empleando como medio de transacción las tarjetas de crédito. Desde entonces, las empresas se mantienen a la vanguardia y así ofrecer lo que sus clientes están demandando (BSM, 2015).

Por otro lado, Cabrera (2012) refiere que, aquellos que han visto en esta modalidad de hacer negocios una gran oportunidad para emprender y generar actividad comercial propia, entendiendo que en el E-Commerce no existen fronteras, y que el espacio geográfico no determina el target; que se deben tener presentes diferentes aspectos; que sin creatividad y sin ofrecer una propuesta de valor diferenciadora se complica surgir en este amplio mundo.

Sin embargo, todo comercio electrónico atraviesa por dificultades no solo mientras logra posicionarse, sino también en el transcurso de su crecimiento. El problema creciente del reparto urbano de las ventas realizadas por Internet y el aumento y concentración de las promociones que se producen a lo largo del año (tipo Black Friday, periodos de rebajas, campañas navideñas, etc.), unido a las crecientes dificultades de movilidad en las grandes ciudades, amenaza con colapsar los núcleos urbanos en determinados momentos del año y con bloquear el crecimiento acelerado que está teniendo el E-Commerce (Lever, 2015).

En Perú, el comercio electrónico crece a un ritmo vertiginoso, y esto representa una interesante proporción creciente del total de las ventas. Con una cantidad superior a dieciséis millones de peruanos conectados y casi un 20% comprando online, se afirma que existe una demanda lista, y lo que falta es una oferta local que efectúe buenas prácticas de los negocios online y genere una experiencia de compra positiva. El comercio electrónico encuentra en la automatización del proceso de pedidos una de sus grandes utilidades, pero los retrasos e innecesarios egresos en los procesos debido a deficiencias en el control están generando la poca satisfacción de los clientes en los diferentes canales de distribución (Diario El Comercio, 2014).

En relación con E-Commerce, esta es una empresa creada inicialmente en Chile, la cual tiene como actividad principal permitirle a cualquier persona traer sus compras desde cualquier parte del mundo, utilizando la maleta de un viajero. La empresa cuenta con el apoyo de la incubadora de negocios Imagine Lab de

Microsoft y Corfo, una alianza que les ha permitido transportar más de 60.000 productos desde diferentes partes del mundo hacia Chile y Perú, países donde actualmente operan.

Para satisfacer las necesidades de viajeros y clientes, se llevan a cabo diversos procesos. Para los viajeros: asesoramiento y seguimiento, validación de identidades, entre otros. Para los clientes: seguimiento de sus órdenes, notificación y entrega o despacho. La empresa cuenta con su propio sistema, el cual le permite realizar todos sus procesos dentro de él. Sin embargo, existen dificultades registradas en los procesos de servicio (Ver Anexo N° 2) como: desorden en la gestión de pedidos, tiempo de entrega, comunicación deficiente a los usuarios, falta de seguimiento y control de procesos, pérdida de productos, aspectos que se evalúan para su corrección, según check list y cuestionarios a los intervinientes del proceso dentro de la organización (Ver Anexo N ° 2 y 3). De allí que, establecer un sistema de gestión de calidad en los procesos de servicio de comercio electrónico hace posible la toma de decisiones y ofrece un perfeccionamiento en la organización del negocio.

La organización justifica la calidad como una necesidad para persistir en el contexto brindando a sus clientes un eficiente servicio, cual cumpla con sus requerimientos. De ello, la implementación de un sistema de gestión de calidad representará una importante ventaja competitiva en relación a las demás empresas del sector, ya que será un proceso innovador y pocas organizaciones relacionadas al core business se encuentran certificadas y con sistemas de gestión estructurados eficazmente, motivo por el cual la empresa alcanzaría un gran reconocimiento y acogida entre los clientes que soliciten sus servicios.

En cuanto a su justificación económica, es la de suministrar suficientes elementos, como documentación probatoria sobre los costos y beneficios que permita percibir la viabilidad del proyecto para llevar a cabo su ejecución.

Se justifica socialmente, debido a que, con la implementación de un sistema de gestión de calidad, estarán involucradas todas las partes en las acciones de la empresa, tanto colaboradores, como clientes y competidores, ya que esto significa el crecimiento de un sector económico que trae consigo beneficios directos para cubrir las demandas de la sociedad, presentes y futuras, con ello poder ser fuente

de una mejor calidad de vida para cada miembro que se vaya incluyendo en el rubro.

De ahí que, la implementación de la norma ISO 9001:2015 en la organización E-commerce, mejora los procesos de servicio de la empresa con la intención de dar una prestación mejorada a sus consumidores, lo que recaerá en la permanencia de la organización a un plazo largo, obteniendo rentabilidad y persistencia directa e indirecta.

## 1.1.2. Antecedentes

### 1.1.2.1. Internacionales

- Rodríguez (2010) en su investigación llamada: “Diseño de un Servicio de E-Commerce para la distribución de manualidades y otros productos relacionados en Colombia”, reconoce el diseño de una estructura de un planeamiento de mercados que proyecta realizar una estrategia de E-Commerce como vía alterna de comercialización de productos, representados por la Comercializadora JOSAK, tratando de expandir el negocio, con objetivo a mayor impacto en el target, tratando de mejorar la prestación del servicio y crecimiento en el mercado nacional. Por último, la ejecución del planeamiento de mercados neto con evaluación del entorno que impacta con oportunidades y amenazas en la determinación de los objetivos, de manera cuantitativa se estiman ingresos por ventas, y por cobro de comisión de ventas de \$139’800.000, que fueron estimados en el primer año y teniendo una proyección de \$853’492.980 en cinco años; mientras que cualitativamente se busca que el mercado objetivo posicione a la web site diseñado como el mejor en su categoría.
- Urquina (2012) en su investigación denominada “*Sistema de Gestión de Calidad para la Empresa ISSO LTDA según los Lineamientos de la Norma NTC ISO 9001:2008*”, define el proceso de documentación, diseño, implementación y evaluación del Sistema de Gestión de Calidad como describen los lineamientos de la norma ISO 9001:2008, donde se ejecutaron los procedimientos para realizar las diferentes etapas del proceso, iniciando con el diagnóstico, haciendo una evaluación inicial de la empresa ante a los requisitos de la norma y finalizando con dos auditorías internas ejecutadas, las cuales permitieron visualizar la eficacia del sistema. Concluyendo que, se determinó el estado de cumplimiento de los requisitos de la norma NTC ISO 9001:2008, el cual fue importante para iniciar la implementación del sistema de gestión de calidad, siendo que, los indicadores de gestión son claves para tener control del avance del sistema de gestión de calidad y así poder evaluar la eficacia del mismo.
- Fuentes (2012) en su trabajo de investigación denominado “*La Gestión de la Calidad Total en nuevas empresas de base tecnológica. Propuesta de modelo y validación en el Parque Científico de Madrid*”, indica que, hoy en día, el entorno

del mercado de bienes y servicios han inducido un aumento de variantes en las necesidades de los clientes, y por ello, en los requisitos de los productos. Para satisfacer esas necesidades y nuevos requisitos, los proveedores tienen que buscar nuevas respuestas; una de ellas relacionada con la creación continua de nuevas empresas basadas en la tecnología (NTBF). El propósito de esta investigación es diseñar y validar una Calidad Total Modelo de gestión (TQM) en los NTBFs del Parque Científico de Madrid (MSP), basado en los criterios de los modelos de excelencia de la EFQM y los criterios de los sistemas integrados de gestión de calidad, resultado de la integración de las normas de calidad ISO 9000: 2005, ISO 14000: 2004, ISO 18000: 2007 e ISO 19011: 2002. En resumen, concluye que, el modelo de gestión de la calidad total para las NEBTs que se propuso, es considerado como una solución oportuna al problema de investigación; esto permite que se cumpla el objetivo general de la investigación.

- Urbe (2013) en su artículo de investigación: *“Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies”*. Universidad Santo Tomas, Colombia; señala que, en Colombia, el 40% de las compras de bienes básicos se ejecutan en las grandes superficies. Incluso teniendo certificaciones de calidad, a diario los clientes continúan con inconformidades. Se tuvo que desarrollar un proyecto de investigación para conocer cómo perciben los clientes la calidad del servicio que recibieron, teniendo como resultado la importancia que tiene para los clientes presentar aspectos como accesibilidad al parqueo de autos, calidad de los productos, precios, variedad, amabilidad de los colaboradores, la ubicación del supermercado y facilidades de pago. Teniendo en cuenta la percepción de los clientes, proponen un modelo de gestión de calidad del servicio al cliente para esas superficies.
- Mauricio (2013) en su trabajo de investigación: *“Implementación de un sistema de gestión de la calidad para mejoras en la empresa”*. Corporación Allflex Inc. Québec, Canadá; indica que, la empresa A Canadá, empresa de producción y comercialización de identificadores de activos, enfrentó el reto de continuar con la reorganización de sus actividades empresariales al mismo tiempo que implementaba la norma ISO 9001. El minucioso análisis previo y la forma en que de adaptaron las herramientas y políticas de la norma para su caso en particular, tuvieron como resultado la mejora en el tiempo de respuesta para sus

consumidores. Luego, aumentó el nivel de producción al trasladarse de vuelta la producción realizada por diferentes plantas de la compañía. Se concluye que, en toda decisión de manera estratégica, al implementar un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001 debe incluir una estrategia relevante y acompañarse del apoyo de la alta dirección. En contraparte, la empresa tiene como responsabilidad cumplir con que los procedimientos determinados se ejecuten de manera correcta y buscar e identificar diferentes oportunidades de mejora continua.

- Argoti & Guadalupe (2014) en su trabajo de investigación: *“Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad para una Empresa de Servicios (Caso de una Empresa Consultora y de Servicios de Capacitación)”*. Escuela superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador; indican que, la empresa estudiada, enfrentaba diferentes dificultades en la gestión, es por ellos que se realizan diversos análisis, para reconocer los procesos internos que agregan valor, con lo que se emplearon distintas herramientas de análisis y diagnóstico como los gráficos de Ishikawa y Pareto. Teniendo mapeados los procesos principales, se desarrolló el plan de mejora, consistiendo en detectar los problemas críticos para reducirlos o erradicarlos. Concluye en que la organización se sitúa en un momento óptimo para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad. Se dan, las condiciones internas y externas; siendo importante mejorar el talento humano. Principalmente se entregó la recomendación a la Dirección, que, partiendo de las capacidades y la voluntad del personal, se forme un equipo de Implantación del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Gonzales (2015) en su trabajo de investigación denominado: *“El comercio electrónico: Diseño e implantación de una tienda online”*, en la investigación en mención se analizaron los aspectos relacionados al e-commerce, que debido al desarrollo de la tecnología se ha convertido en un canal económico mundial importante. Es imprescindible que, como se está dando la expansión y el uso masivo de nuevas tecnologías, las organizaciones aprovechen las oportunidades que les pueden aparecer al ampliar sus canales de venta y ofertar sus productos a través de internet. Concluyendo que, el e-commerce también ofrece una cartera grande de consumidores que con el pasar el tiempo y la evolución de la tecnología, ven al comercio electrónico como un lugar menos inseguro.

- Narváez (2016) en su tesis: *“Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) con la norma ISO 9001:2015 para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana”*. Para optar el título de Ingeniero de Sistemas. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador: tiene como objetivo diseñar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) que responda de manera eficiente a los objetivos estratégicos de la Universidad, satisfaciendo los requerimientos de la Norma ISO 9001:2015, teniendo como mejora la calidad del soporte y apoyo tecnológico mediante la buena gestión de los servicios de tecnología de información. Concluye que, la definición de procesos y procedimientos de trabajo facilitan al área de TI reducir exponencialmente la incertidumbre de las actividades e inversiones en materias de servicios informáticos en la Universidad.
- Sánchez (2016). En su tesis: *“Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L.”*. Para optar el Grado en Administración y Dirección de Empresas. Universidad politécnica de Cartagena, Colombia: indica que, lo que refiere a calidad se está convirtiendo día a día en un tema más importante para las organizaciones, ya que existen clientes cada vez con mayores exigencias que llevan a adaptarse a las exigencias del mercado implantando Sistemas de Gestión de Calidad que cubran las necesidades y expectativas de los clientes, además de los requerimientos reglamentarios y legales en relación a sus actividades. Cuando se logra la implantación del Sistema de Gestión de Calidad, las empresas buscan consolidar los procedimientos y procesos que comprenden sus actividades y mejorar su eficacia. Concluye que, en una organización, el objetivo de implantar un Sistema es obtener un aumento de rentabilidad económica como seguridad dentro de la organización.
- Cristóbal (2018) en su trabajo de investigación denominado: *“Conceptualización de la calidad de servicio al cliente, percibida en el Comercio Electrónico, evaluación y aplicación en el establecimiento virtual”*, pretendió determinar la manera en que la presentación de la información de proyecto influye en la decisión del consumidor final o cómo afecta a la proyección de los productos en la satisfacción del consumidor. Las conclusiones

principales fueron que la categorización de menús, la poca información y los procesos tediosos de las tiendas virtuales más importantes en el país no hacen fácil la navegación ni la compra de los clientes. El comercio electrónico tiene como pilar de éxito el interés de los usuarios antes que el diseño y una arquitectura de TI accesible. De esta manera, se concluye que es necesario utilizar la calidad como punto competitivo y diferenciador.

#### 1.1.2.2. Nacionales

- Villanueva (2012) en su trabajo de investigación titulado: *“Impacto del E-COMMERCE en la auditoría de la gestión empresarial en Organizaciones Comerciales de Lima Metropolitana”*, analizó los factores tecnológicos que participan en el proceso de ejecución de las actividades de e-commerce y las funciones de auditoría que ejecuta el área contable en las organizaciones, ya que gracias al rápido crecimiento del internet, las múltiples oportunidades de incorporar el e-commerce son cada vez más fáciles para cualquier empresa o persona con conexión a internet. El e-commerce requiere que el auditor haga uso recurrente de técnicas electrónicas de auditoría para poder percibir la efectividad de controles internos. Concluye que, buscando cumplir las expectativas, el auditor debe incluir las siguientes habilidades: experiencia en computación, manejo de red, conocimiento de ciclos del comercio electrónico y entender controles de seguridad y acceso.
- Saavedra (2016) en su tesis denominada: *“Análisis y diseño de un sistema E-Commerce para la gestión de ventas: caso empresa World of Cakes”*; son más las organizaciones que eligen optar por implementar sistemas de gestión de ventas utilizando nuevas tecnologías de información con el propósito de aumentar los potenciales clientes, además de las ventas. Tiene como objetivo analizar, diseñar y proponer la implementación de un sistema de comercio electrónico para la gestión de ventas, así se podrá ayudar a la organización con la organización, control y administración de los productos y las ventas de los mismos, así, brindando una mejor la interacción con los clientes que incrementan las ventas. Concluye que, para la organización, implementar un sistema de tienda virtual diversifica los beneficios como: manejar un registro de clientes, de



ventas, permitir emitir reportes que favorecen a la gerencia a la toma de decisiones de largo y corto plazo.

- Delgado & Segura (2016) en su trabajo de investigación: *“Gestión de Calidad y su Influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER” chiclayo-2015”*. Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas. Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Chiclayo; señala que, tuvo como objetivo definir la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER”. Para eso tuvo que realizar una investigación no experimental, cuantitativa, descriptiva y correlacional, donde la muestra estuvo conformada por 9 colaboradores y 32 clientes. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de preguntas con opción única y con calificación que miden los indicadores y variables, validado por algunos especialistas en el tema. Efectuado el estudio, la calidad en el servicio se caracteriza debido a que tiene un nivel medio superior, determinando que la gestión de calidad tiene influencia importante en la satisfacción del cliente en la organización.
- Coaguila (2017) en su tesis denominada: *“Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C.”*, tuvo como objetivo proponer la implementación de un modelo de sistema de gestión por procesos y calidad. El diagnóstico realizado al inicio del estudio arrojó que la mala gestión de los procesos, falta de normalización de procedimientos de trabajo y ausencia de indicadores de control, son los que causan errores de especificación y/o mala calidad del producto y retrasos de producción. Se concluye que con la verificación de propuestas a implementar en la empresa comparándolas con los causantes de los problemas, esto aportará de manera positiva al logro de los objetivos, tomando acciones que trasciendan a lo largo del tiempo.
- Carpio (2017) en tesis denominada: *“Implementación de la gestión por procesos para la mejora de la eficiencia y eficacia de la Unidad Gerencial de Emprendimiento Juvenil del programa Jóvenes Productivos”*, tuvo como finalidad la implementación y promoción de la Gestión por Procesos en el Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”, específicamente

en su Unidad Gerencial de Emprendimiento Juvenil en el marco de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública aprobado mediante D.S. N° 004-2013-PCM. En la aplicación de gestión por procesos se permitió modificar el tradicional modelo de organización funcional del Programa y cambiar hacia una moderna, con orientación a resultados, que brinda valor para sus jóvenes beneficiarios. Asimismo, ayuda a lograr resultados planificados diferentes planes operativos y estratégicos del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Cabrera & Olascoaga (2017). en su tesis: “Propuesta de un Plan de mejoras, basado en Gestión por Procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A & B”. Para poder optar por el título profesional de Ingeniería Industrial. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú: el objetivo fue elaborar la propuesta de un plan de mejoras basado en gestión por procesos para incrementar la productividad. El principal resultado fue que la empresa tendría mejoras en los procesos de producción, ventas y así incrementa también la satisfacción de los clientes y colaboradores. Respecto con la productividad se incrementaría significativamente superando el 20% de crecimiento y se daría de baja un puesto laboral que no crea valor. Con el análisis económico el costo-beneficio es de 1.39, con lo que es viable económicamente y se recupera inversión de manera rápida.
- Cadillo & Kauss (2018) en su trabajo de investigación “*Modelo de referencia para la implementación de una solución E-Commerce en PYMES peruana del Sector Retail*”, menciona que, el comercio electrónico es un modelo de negocio que permite a las empresas optimizar los procesos de compra, venta, transferencia de bienes e intercambio de servicios a través de redes de computadora o Internet. En este trabajo, se propone un modelo de referencia, para la implementación de una solución de E-Commerce en Pymes peruanas del Sector Retail, el cual se describe como un marco que abarca desde un inicio el conocimiento total de la actividad de la empresa, así como su entorno y objetivos. El presente modelo se validó en una Pyme del sector Retail peruano mediante una implementación de una plataforma de comercio electrónico, con la cual la empresa aumentó sus ventas a través del canal delivery en 10% en el primer mes de despliegue. Este resultado mostró que el modelo es fácil de

implementar, es económico y ágil. Además, permitió a la empresa aumentar su oferta de negocio, adaptarse al E-Commerce y fidelizar de una mejor forma a sus clientes.

- Sandoval (2018) en su tesis: *“El Sistema de Gestión de Calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de San Isidro, 2015”*. Buscando el grado académico de Maestría en Ciencias Gastronómicas. Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú: el objetivo en este artículo científico fue establecer la relación entre un Sistema de Gestión de Calidad y la atención al cliente en el Restaurant en estudio. En principio de la investigación se describe al personal del Restaurant en estudio. Siendo una investigación correlacional, de diseño no experimental, la población se conformó por 1160 colaboradores de la empresa obteniendo una muestra de 89 colaboradores y clientes. Se usaron encuestas como técnica y el cuestionario como instrumento. La relación entre el sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant fueron validados a través del juicio de expertos con un puntaje de 0.88 y 0.85 respectivamente mediante Alfa total de Cronbach. Se concluye que si el sistema de gestión de calidad no fuera empleado disminuye la atención al cliente.
- Benites (2018). En su tesis: *“Estudio de la Gestión por Procesos según los requerimientos de la norma ISO 9001:2015 para la empresa MERFRUT S.R.L de Lima-Perú en el periodo 2018”*. Para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Privada del Norte, Lima, Perú: efectuó una investigación asociado con la gestión por procesos de acorde a los requisitos de la normativa ISO 9001:2015 para la organización Merfrut S.R.L, en el que otorgue establecer los procesos, y en un horizonte temporal de mediano plazo, se logre implementar y obtener una constancia de certificación de calidad, basándose en el cumplimiento y la satisfacción de los requerimientos de los clientes y en la continua mejora para conservarse en la organización y en la distribución y posiblemente en un futuro, posicionarse en un mercado internacional. La realidad inicial de Merfrut, se evidenció que el cumplimiento de la norma era del 48,5%, viéndose afectada en la inexactitud de estándares que otorgan satisfacción en el requerimiento del cliente, dado que se contaba con una línea de trabajo estratégico definido, falta de responsabilidades detalladas en el manual de funciones, diagrama de procesos y mapa de procesos, entre otros. Por

ende, se visualizaron riesgos de alto nivel que impactaron negativamente. Por último, se alude que el eficaz funcionamiento de un sistema de gestión de calidad, está en base a una operación adecuada de la gestión por procesos, y para lograr ello, deben alinear los procesos y establecer los lineamientos mínimos requeridos.

- Paiva (2018) en su trabajo de investigación denominado: “*Implementación de una aplicación web de venta online para la empresa negocios Pequeñin Milky S.A.C. - Piura; 2018*”, tuvo como fin optimar el proceso de ventas. Teniendo como resultados: en la dimensión necesidad de mejorar las actividades del área de ventas, se pudo demostrar que el 95,45 % de colaboradores encuestados enunciaron que es indispensable la reestructuración y mejora de las actividades inmersas en el proceso de ventas; y alrededor el 4,55% señaló consideraban que ello no era necesario. Dichos efectos concuerdan con la suposición específica de la investigación y, por ende, con la hipótesis general, quedando aceptadas. Finalmente, concluye que, el artículo se justifica con el requerimiento de efectuar la aplicación web de venta online para la organización, con el fin de incrementar las ventas.

### 1.1.2.3. Locales

- Mariño (2016), en su trabajo de investigación denominado “*Mejoramiento de la calidad del servicio mediante la implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa MÍSTER DENT del distrito de Trujillo – La Libertad, año 2014*”, tuvo como objetivo establecer las mejoras de la calidad del servicio a través de la aplicación del sistema de calidad en la variable de satisfacción del cliente de la organización MÍSTER DENT de la ciudad y distrito de Trujillo, región La Libertad. Obtuvo como resultados en la muestra inicial y final: En la muestra inicial, estos son indiferentes al proceso del servicio de atención admitida con un 10% y 20%, sin embargo, se rescata que, al aplicar un sistema de gestión de calidad, los consumidores que se encontraban impasibles en el post – muestra, principiaron a considerar como opinión favorable acerca de la atención del servicio, en el mayor porcentaje se atribuye que la satisfacción y

conformidad era al 80%. Como resultado positivo de la labor, es que los consumidores se consideren ser un aliado estratégico en la mejora del proceso del servicio y con sus opiniones sean pieza importante para la organización. Concluyendo que, la característica de tener un cliente satisfecho y asociada con la pirámide de Maslow, poseen auto realización y expresión de felicidad plasmado mediante una sonrisa,

- Cruchaga (2016), en su trabajo de investigación denominado *“Implementación de un sistema de gestión de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa P&M SUPPORT – Trujillo, 2016”*, pretendía por finalidad aplicar el sistema de Gestión para incrementar la satisfacción de los clientes de la organización ubicado en la localidad de Trujillo P&M SUPPORT para el 2016, desempeñando con los lineamientos de la normativa versión 2008. Obtuvo como resultado que el 49.24 % afirmó que la organización efectúa con todos los requisitos de la normatividad, mientras el 25.76 % señala desconocimiento y el 25 % alude que no cumple. También, se empleó para la evaluación de requisitos de la norma, las técnicas e instrumentos como la revisión documentaria y observación (el check list), Cuyo porcentaje fue del 67.4% que indicaba que se incumplía en su totalidad. Con respecto a los consumidores, se empleó el instrumento del cuestionario, el cual se encontraba de acuerdo al modelo SERVQUAL, este con la finalidad de identificar el grado de satisfacción. En la evaluación inicial, se efectuó con el cumplimiento de los requisitos del sistema, alcanzando mejoras significativas en las puntuaciones de su satisfacción, tal como el incremento de un 27.44%, y llegando a obtener 84.58% del total de la satisfacción, ubicándose en un nivel “muy alto”. Con ello se concluye que, existe una relación estrecha y empírica de la satisfacción con la calidad, y que las mejoras que se efectúen en la calidad repercutirán en la satisfacción.
- Chávez & Martell (2016), desarrollando su investigación: *“Gestión de procesos para mejorar la eficiencia y eficacia de la administración de centros de educación técnica productiva en la provincia de Trujillo”*, los Centros de Educación Técnica Productiva (CETPRO), establecen una manera de enseñanza asociado hacia la mejora de competencias laborales y el aprendizaje, las cuales deben de ir asociados con el contexto actual, no obstante, dichas organizaciones,

todavía están en el proceso de adaptación y crecimiento. El final de la indagación fue lograr cumplir con los requisitos que el contexto educativo necesita en relación a las mejoras de las capacidades de administración del CETPRO de Trujillo. Los logros alcanzados son alentadores, la metodología propuesta otorga mejoras relevantes para el caso de estudio, y obtiene validez mediante la valoración de expertos. Por ende, se concluye que el desempeño de los ratios establecidos, son establecidos mediante el requerimiento de optimar la eficacia y eficiencia de su gestión en los CETPRO's.

- Incio & Rodríguez (2017) en su investigación: *“Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes en el servicio de ejecución de obras de la empresa CER EIRL”*. Para lograr el título de Ingeniero Industrial. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú; se ha desarrollado en la empresa CER EIRL. Una empresa local, del sector construcción, la cual brinda servicio tanto al sector privado como público. Aplicando el check list de cumplimiento de la norma, la empresa cumplió solo con un 33%. Es por ello que se propuso el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad asentado bajo la normatividad ISO 9001:2015, y así perfeccionar e incrementar el grado de clientes satisfechos del área de ejecución de obras de la empresa CER EIRL. Aplicó el check list de cumplimiento, en donde la compañía cumplió con el 100% lo que ayudó a mejorar la satisfacción de los clientes. Finalmente realizando el diagnóstico financiero se obtuvo un VAN S/. 950,321.15 y un TIR de 168%, lo que demuestra que el diseño del Sistema de Gestión de Calidad es rentable. Por lo que, se encomienda asegurar que se cumpla con los procedimientos establecidos en el Sistema de Gestión de Calidad por parte de todos los integrantes de la empresa, así como mantener la mejora continua del diseño del SGC lo que ayudará a fidelizar a los clientes y al incremento de estos.
- Asto & Pimentel (2019) desarrollando su investigación: *“Plan de negocios para el desarrollo de una empresa de E-Commerce de calzado femenino en la ciudad de Trujillo”*, muestra por finalidad general efectuar el modelo de negocio de Empresa a Consumidor denominado E2C, en la cual se englobe a las marcas de calzado reconocidas de Trujillo, e incluyendo a la marca Dimussa. El plan de

Negocios bajo el enfoque del comercio electrónico se desarrolla con el sistema Business to Consumer (B2C) demostrándose que el mercado online se encuentra en expansión ya que cada vez son más negocios quienes se suman e incursionan en este nuevo canal de venta. El estudio de mercado reveló que, en efecto los clientes desconocen la existencia del comercio electrónico en Trujillo, existe desconfianza por parte de ellos para poder realizar una compra vía online, fomentar una primera compra segura, amigable y confiable es importante para poder generar la recompra, en consecuencia, un Plan de Negocio es rentable y es factible económicamente, por ello es conveniente realizarlo, cuenta con un VANE de S/. 165,613 y una TIRE de 65%.

### 1.1.3. Definiciones conceptuales

#### 1.1.3.1. Sistema de gestión

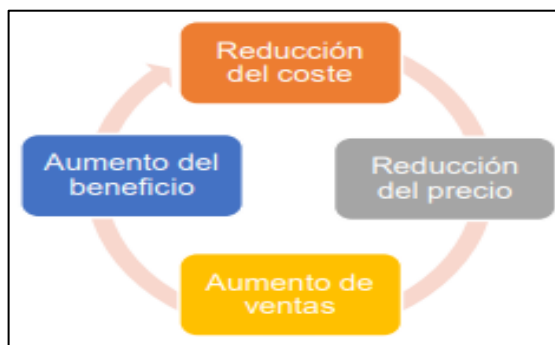
Naranjo (2015) determina que un Sistema de Gestión (SG) es una serie de procesos, acciones y tareas que se desarrollan sobre un grupo de elementos (personas, procedimientos, estrategias, recursos, etc.) para lograr el éxito vigente de una organización, es decir, poseer la aptitud para mejorar las expectativas, necesidades y/o requerimientos de sus consumidores o beneficiarios, colaboradores y demás partes involucradas o asociadas, en un horizonte temporal de largo plazo, de carácter sostenible y equilibrado.

#### 1.1.3.2. Calidad

Como Garvin (1988) se denomina bien de eficacia a aquello que cumple con las perspectivas de un consumidor a menor coste. En esta se involucran 3 puntos clave: Cliente, expectativas y mínimo coste.

- **Cliente:** un consumidor o cliente es cualquier individuo que mantenga alguna relación directa con la organización. Existen consumidores internos a la empresa, siendo los colaboradores, acreedores, proveedores, etc.; y clientes externos, siendo aquellos que compran nuestros productos.
- **Expectativas:** Un servicio/producto de calidad cumple con todos los requerimientos y expectativas del consumidor, satisfaciéndolos. De no cumplir con todo ello, el consumidor se encontrará satisfecho, dado que no cumpliría con los ítems tal y como lo deseaba. También, al superar las expectativas, se efectuaría funciones que el consumidor no las requería, pero esto no siempre suele ser un aspecto negativo.
- **Menor coste:** La excelencia empresarial brinda relevantes resultados para una organización y los cuales se deben considerar, puesto que el consumidor en su mayoría de veces siempre pretende que el bien cumpla con las expectativas a un precio reducido, sin embargo, el precio debe de formar parte en todo el ciclo de vida del producto.





*Figura 1: Ciclo de la calidad*

*Fuente: Sánchez, 2016.*

### **1.1.3.3. Sistema de gestión de calidad**

Un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) de acuerdo a López (2006) menciona que es una organizada estructura que acopla la conceptualización de procesos, procedimientos, responsabilidades y recursos que se requieren para su desarrollo.

También, los SGC se emplean en organizaciones de industrias o servicios, abarcando la micro empresa hasta una organización de elevada magnitud. Con la economía globalizada es constantemente más indispensable la implementación y la certificación, que para todas las organizaciones se ha transformado en un agregado valor muy indispensable en el contexto global actual.

Asimismo, trae una cantidad inmensa de beneficios primordiales, entre estas se tienen: alto grado de calidad del bien, reducción de rechazo y optimización de las actividades, minimización de costos, incremento de intervención de clientes, incremento de la satisfacción de los grupos de interés, mejoras en la competitividad y en la imagen de la organización y sobre todo el porcentaje de probabilidad de persistencia en el contexto empresarial.

Cuatrecasas (2001) precisa que el SGC es un conjunto de elementos recíprocamente relacionados e interactivos, con el objetivo de controlar y gestionar distintos factores para el logro de objetivos y políticas de calidad organizacional. La calidad es el nivel de conformidad del cliente ante los servicios o bienes recibidos, cumpliendo con sus expectativas. Además, son considerados indispensables para otorgar la confianza que una organización cumplirá con los requerimientos para la calidad (CVC, 2013).

#### **1.1.3.4. Normas ISO**

ISO (Organización Internacional de Normalización), es una confederación global de corporaciones nacionales de regulación. La labor de elaboración de las normativas internacionales se efectúa mediante comisiones de expertos de ISO, en donde todos los miembros interesados en un tema para lo cual se ha establecido una comisión de expertos, tiene la potestad de ser representado. ISO tiene la característica de ser internacional y no gubernamental que genera Normativas globales comerciales e industriales. Estas mismas, se las representan como ISO. (ICONTEC, 2010).

El fin de estas normativas es de mantener un orden y coordinación con las normas nacionales, en concordancia con el Acta Final de la Organización Mundial del Comercio, con la finalidad de mejorar el intercambio de datos, el comercio y apoyar en la transferencia de TI.

Lo establecido en la normativa ISO son facultativas, no requieren de requisitos legales que precisen a todos los países en adoptarlas o implementarlas. No obstante, las naciones y las industrias acoplan a las normas ISO como normatividad nacional. (ICONTEC, 2010).

#### **1.1.3.5. Familia ISO**

Monterroso (2005) la define como un conjunto de pautas ISO asociados con la calidad, denominándolas familias de normas, las mismas que incluyen distintos aspectos referentes con la eficacia de la calidad:

- ISO 9000: Manuales, vocablos, requerimientos, compendios del sistema de calidad, producción, calidad en diseño, supervisión, comercialización, servicio postventa, pautas para la optimización del desempeño.
- La Norma ISO 9001 define requerimientos para los sistemas de calidad adoptables a toda empresa que requiera señalar o manifestar la capacidad para suministrar bienes que efectúen con los requerimientos de los consumidores y los aspectos normativos reglamentarios que sean aplicables, con la finalidad es incrementar el grado de satisfacción del cliente. Es una de las normas que se encuentran certificables.

- La Norma ISO 9004 otorga el camino y rubo a las empresas para apoyar a obtener el éxito seguido a través de una orientación de calidad.
- La Norma ISO 19011 suministra disposición referente a evaluaciones o auditorias del sistema de calidad y gestión ambiental.
- ISO 10000: Incluyen las guías para efectuar el sistema de calidad, gestión de proyectos, documentación asociada al SGC, gerencia de bienes económicos de la calidad, uso de instrumentos estadísticos en las normativas ISO 9000.

Miranda et. al. (2007) indica que las normas ISO 9000 son estándares internacionales donde podemos encontrar recomendaciones y requerimientos para diseñar y valorar el sistema de gestión los que permitirán asegurar que los productos satisfagan los estándares específicos.

Según Matamoros (1999) la norma ISO tiene tres componentes:

- **Administración:** ISO 9000 otorga un sistema para lograr el avance de la empresa a través de la ejecución de objetivos estratégicos, perspicacia de requisitos de los clientes, efectividad, etc., mediante las acciones preventivas y/o correctivas.
- **Sistema de calidad:** ISO 9000 solicita que la empresa documente en informes los procedimientos y los ilustre y/o los ponga en práctica, de la misma manera, si se efectuase algún cambio, también debe de ir por escrito. Es recomendable poseer un documento de base que se alinee con la situación actual en un cien por ciento.
- **Aseguramiento de la calidad:** ISO 9000 es un proceso constante, dado que se encuentra involucrado en muchas faces de la empresa, tal como: por ejemplo, la documentación de las áreas como ventas, producción, compras, almacenamiento, etc.

#### **1.1.3.6. Sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015**

La incorporación de un sistema de calidad es una disposición estratégica para una empresa lleva consigo la mejora del desempeño general y global, con el objetivo de suministrar una sólida base para el sostenible desarrollo. Los potenciales beneficios se enuncian a continuación:

- a) Capacidad para otorgar normalmente bienes y servicios que cumplan con los requisitos legales, reglamentarios y del cliente.
- b) Proporcionar conformidades para incrementar la satisfacción del cliente.
- c) Tomar en cuenta las oportunidades y contrarrestar los riesgos involucrados en el contexto y en los objetivos de la organización.
- d) Medio por el cual se demuestra los requisitos del SGC de acuerdo a la conformidad especificadas en la misma norma.

La pauta ISO 9001:2015 utiliza el direccionado a procesos, siendo un período compuesto por cuatro pilares que rigen su metodología: Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA) y la posición del análisis en riesgos. Este direccionamiento otorga a una empresa que sus procesos sean planificados al igual que sus interacciones.

El PHVA otorga a una empresa que se asegure de que todos los procesos y actividades poseen todos los recursos y que se administren efectivamente. Asimismo, que todas oportunidades se establezcan y se determinen para un actuar en consecuencia oportuna.

La tendencia enfocada en riesgos otorga a una empresa establecer los lineamientos que ocasionarían en las actividades y procesos, y su sistema de gestión de calidad se descaminen de los efectos o resultados establecidos previamente, para implementar controles preventivos, reduciendo las consecuencias negativas y explotando el uso de oportunidades que surjan.

#### **1.1.3.7. Principios de la gestión de la calidad**

Se enfocan en los elementos de la gestión de calidad establecidos en la normatividad ISO 9000.

Abarca una afirmación de cada inicio, una plataforma racional del grado de importancia de una empresa. Unos ejemplos de los factores relacionados y de las actividades usuales para incrementar el desempeño de la empresa. Dichas políticas están orientadas hacia el consumidor final. Entre estas se tienen: liderazgo, enfoque al usuario, responsabilidad de las personas, basado en procesos, toma de decisiones enfocado en la evidencia, mejora y gestión de la relación.

### 1.1.3.8. Enfoque a procesos

Esta normatividad conlleva a la incorporación de un enfoque a procesos al analizar, implementar y efectuar las mejoras de la eficacia y eficiencia del sistema de gestión de calidad, para acrecentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento y logro de los requerimientos del mismo.

La interpretación y la administración de las actividades y procesos interrelacionados como un conjunto (Sistema), apoya a la eficiencia y eficacia de la empresa en el cumplimiento de los objetivos establecidos. Este enfoque otorga que las interrelaciones e interdependencia se encuentren controlados mediante los procesos, de forma tal, que se requiera mejorar el ejercicio global de la empresa. También, abarca la definición y administración sistemática de las actividades y su interacción, con el objetivo de lograr los resultados establecidos en base a la política de calidad y el direccionamiento estratégico.

La administración de los procesos y el todo el sistema en su totalidad se logra obtener empleando el ciclo PHVA con una orientación global de pensamiento enfocado en riesgos orientado a explotar las oportunidades y contrarrestar los resultados no deseados.

La implementación del enfoque por procesos en un sistema de calidad otorga el entendimiento y la relación con el desempeño de los requisitos; la deferencia de las actividades en base a los aspectos de valor adicional, el cumplimiento del desempeño eficiente del proceso y el mejoramiento de los mismos en cuanto a la evaluación de información y/o datos.

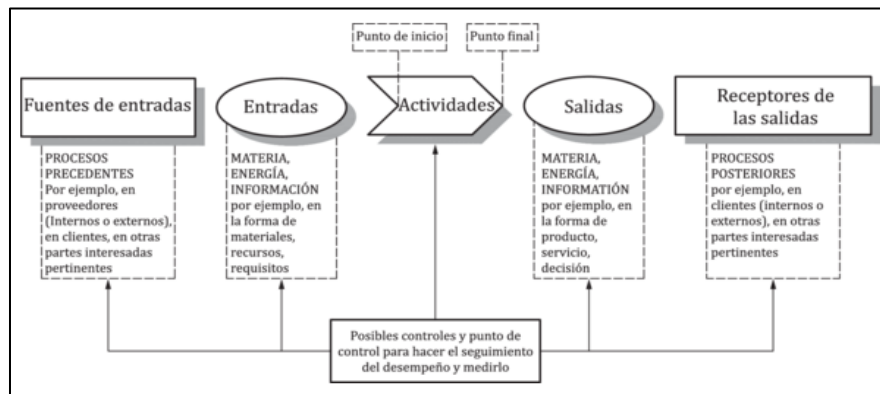


Figura 2: Representación esquemática de los elementos de un proceso

Fuente: ISO 9001:2015

### 1.1.3.9. Ciclo PHVA

Este ciclo es aplicable a la mayoría de las actividades y/o procesos y sobre todo al sistema de calidad.

El ciclo PHVA suele detallarse transitoriamente en las siguientes fases:

**Planificar:** determinar la finalidad del sistema, recursos y procesos indispensables para proporcionar y lograr los resultados en base a los requerimientos del cliente y políticas o normativas establecidas en la empresa y sobre todo en la identificación y abordaje de oportunidades y riesgos.

**Hacer:** Efectuar lo planeado.

**Verificar:** rastreo y cálculo de control de los productos, procesos y/o servicios obtenidos de acuerdo a los objetivos, políticas, requisitos y tareas establecidas e informar los resultados.

**Actuar:** Poner en práctica acciones para optimar el ejercicio, en el momento preciso.

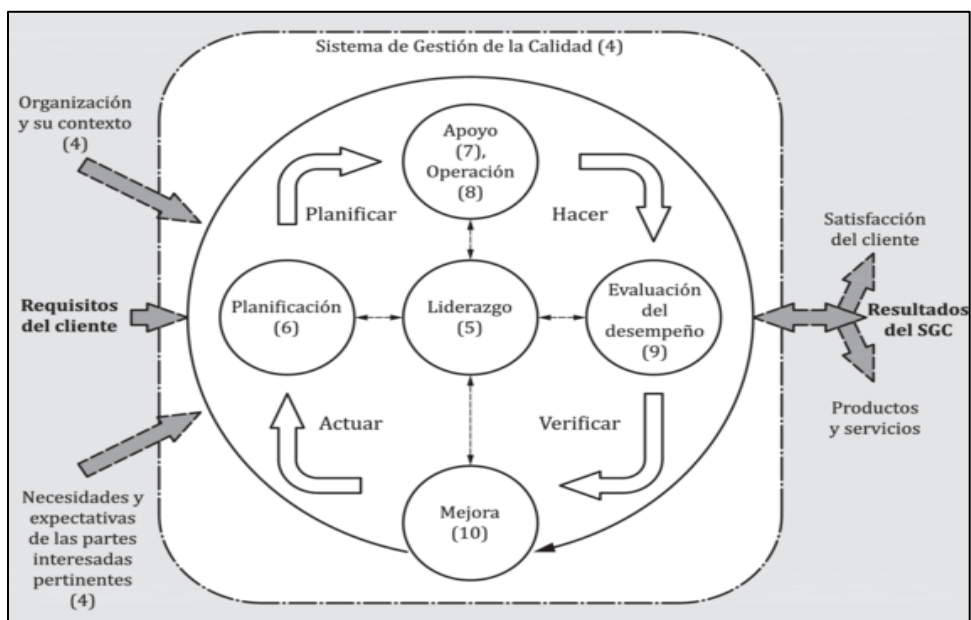


Figura 3: Representación de la estructura de la norma ISO 9001:2015 con el ciclo PHVA

Fuente: ISO 9001:2015

#### **1.1.3.10. Pensamiento basado en riesgos.**

Es primordial para obtener eficazmente un sistema de gestión de calidad. Se enfoca en realizar actividades preventivas para erradicar inconformidades viables, estudiar cualesquiera de las no conformidades que se suscite y tomar operaciones adecuadas para las consecuencias de las no conformidades y sobre todo prevenir su concurrencia.

Para lograr con los requerimientos de la normatividad, una empresa debe plantear e implementar actividades para contrarrestar las oportunidades y riesgos. Enfrentar de forma positiva las oportunidades como los riesgos y establecer una base para acrecentar la eficacia del SGC, obteniendo resultados mejores y previniendo los negativos efectos.

Las conformidades naces del resultado de cualesquiera de las situaciones favorables para conseguir un previsto resultado; por ejemplo, una diversidad de situaciones que otorgan la atracción de consumidores, desplegar bienes, minimizar residuos o incrementar productividad.

Las actividades del abordaje de oportunidades también se incluyen el involucramiento y análisis de riesgos asociados. Tomando en cuenta que riesgo es el efecto de la incertidumbre y suele tener resultados negativas o positivas. A raíz de tener una desviación positiva de un riesgo, se puede suministrar una conformidad, pero no eternamente.

### 1.1.3.11. Requisitos del sistema de gestión de calidad

#### DEFINIR CADA REQUISITO

Tabla 1: Requisitos de la norma ISO 9001:2015.

1. Objeto y campo de aplicación
2. Referencias normativas
3. Términos y definiciones
4. Contexto de la organización
4.1. Comprensión de la organización y de su contexto
4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas
4.3. Determinación del alcance del sistema de gestión
4.4. Sistema de gestión de calidad y sus procesos
5. Liderazgo
5.1. Liderazgo y compromiso
5.2. Política
5.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización
6. Planificación
6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades
6.2. Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos
6.3. Planificación de los cambios
7. Apoyo
7.1. Recursos
7.2. Competencia
7.3. Toma de conciencia
7.4. Comunicación
7.5. Información documentada
8. Operación
8.1. Planificación y control operacional
8.2. Requisitos para los productos y servicios
8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios
8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente
8.5. Producción y provisión del servicio
8.6. Liberación de los productos y servicios
8.7. Control de las salidas no conformes
9. Evaluación
9.1. Seguimientos, medición, análisis y evaluación
9.2. Auditoría interna
9.3. Revisión por la dirección
10. Mejora
10.1. Generalidades
10.2. No conformidad y acciones correctivas
10.3. Mejora continua

Fuente: ISO 9001:2015.



## 1.2. Formulación del problema

¿En qué medida un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 impacta en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce?

## 1.3. Objetivos

### 1.3.1. Objetivo general

Determinar el impacto de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar los procesos de servicio en una empresa E-Commerce para fines del 2019.
- Aplicar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en una empresa E-Commerce hasta febrero del 2020.
- Evaluar el impacto del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce en el primer periodo del 2020.
- Evaluar económicamente el sistema de gestión de calidad en el primer periodo del 2020.

## **1.4. Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis general**

El diseño de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 impacta positivamente en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce.

### **1.4.2. Hipótesis específicas**

- Los procesos de servicio en una empresa E-Commerce para fines del 2019 se encuentran en un nivel malo.
- La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en una empresa E-Commerce hasta febrero del 2020 se realizó de manera satisfactoria.
- El sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 impacta positivamente en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce en el primer periodo del 2020.
- Económicamente el sistema de gestión de calidad en el primer periodo del 2020 genera rentabilidad en la empresa.

## 1.5. Operacionalización de Variables

### 1.5.1. Variable Independiente

Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente

Variable independiente	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Periodicidad
<b>Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015</b>	Un sistema de gestión de calidad es una forma de trabajar mediante la cual una organización asegura que se conocen y satisfacen las necesidades de sus clientes, planificando, manteniendo, mejorando y controlando el desempeño de sus procesos de manera eficaz y eficiente, con objeto de lograr ventajas competitivas. El sistema de gestión de la calidad se compone de una serie de elementos como manual de la calidad, equipos de medición, carpetas de procedimientos, personal capacitado, entre otros. Todo funcionando en equipo para producir servicios de la calidad requerida por los clientes (Mejía, 2006)	<b>Contexto de la organización</b>	Análisis interno y externo de la organización	Check list	Mensual
			Determinación de las necesidades y expectativas de las partes interesadas		
			Cumplimiento del alcance		
			Diseño de procesos necesarios y su secuencia		
			Descripción de responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores.		
		<b>Liderazgo</b>	Responsabilidad de la eficacia del sistema de gestión de calidad		
			Política y objetivos alineados con la dirección estratégica		
			Establecimiento de objetivos		
			Integración del sistema de gestión de calidad en los procesos de negocio		
			Requisitos del cliente y legales		
Comunicación de los requisitos del cliente y legales					
Evaluación, determinación y gestión de los riesgos y las oportunidades					

	Comunicación de las responsabilidades
<b>Planificación</b>	Plan de mitigación de los riesgos y oportunidades
	Acciones para hacer frente a los riesgos y oportunidades
	Objetivos de calidad
	Plan para la determinación de la necesidad de los cambios
	Recursos necesarios para la operación de los procesos
<b>Apoyo</b>	Infraestructura necesaria para la operación de los procesos
	Conocimientos necesarios para la operación de los procesos
	Rendimiento y eficacia en relación con las competencias
	Medidas para garantizar las competencias
	Comunicaciones internas y externas
<b>Operación</b>	Identificación de los procesos necesarios
	Cambios sobre los procesos de forma controlada
	Comunicación con el cliente sobre los productos y servicios
	Diseñar y desarrollar productos o servicios
	Aseguramiento de los requisitos de los productos o servicios
	Criterios de evaluación para proveedores externos
	Información documentada con las características de los productos
Información documentada de los resultados	

	Actividades de seguimiento y medición
	Aseguramiento de las competencias de las personas que desarrollan los procesos
	Métodos apropiados de identificación y trazabilidad de los productos y servicios
	Gestión de salidas no conformes
<b>Evaluación del desempeño</b>	Determinación de que medir y analizar
	Determinación de cuando medir y analizar
	Existencia de métodos para medir percepciones de los clientes
	Programa para auditorías internas
	Determinación de las necesidades u oportunidades de mejora
<b>Mejora</b>	Determinación de las oportunidades de mejora
	Procesos adecuados para la gestión de no conformidades
	Hacer frente a los requisitos para mejorar continuamente.

*Fuente: Elaboración propia*

### 1.5.2. Variable Dependiente

Tabla 3: Operacionalización de la variable dependiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	PERIODICIDAD
<b>Variable dependiente:</b>  <b>Procesos de servicio</b>	<p>Es todo aquello que las organizaciones hacen orientadas al cliente y con el fin de conseguir sus objetivos. Es a través de los procesos que las empresas alcanzan sus objetivos y el talento humano se encamina para lograrlos. Los procesos de la empresa pueden servir para impulsar el talento humano, lo que derivará en una cultura del servicio que es vital para el desarrollo y competitividad de la organización. Para alcanzar esta meta, se debe mejorar los procesos y, sobre todo, dirigir a la empresa bajo este enfoque controlando las interacciones con los clientes (Jara, 2012).</p>	<b>Asesoramiento</b>	Asesoramiento por parte del personal de ventas	Cuestionario	Mensual
			Absuelve dudas y consultas de los clientes		
			El personal brinda confianza al expresar sus ideas		
			El personal conoce acerca del proceso de atención		
		<b>Seguimiento</b>	El tiempo de respuesta para el seguimiento es oportuno		
			Cumple con los requisitos del cliente		
		<b>Cotización</b>	Envío de cotización a tiempo		
			Precios justos		
		<b>Notificación</b>	Productos variados		
			El personal resuelve de manera rápida cualquier problema que se presente		
		<b>Recepción</b>	El personal envía correos a tiempo acerca del estado de su pedido		
			Recepción de pedidos a tiempo		
<b>Entrega</b>	Recepción de pedidos conformes				
	Entrega de pedido a tiempo				
			Entrega de pedido conforme		

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

La investigación según su propósito es aplicada y según el diseño es experimental de grado pre experimental.



Donde:

- G.E. : Procesos de servicio.
- O1 : Impacto en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce.
- X : Diseño de Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.
- O2 : Impacto en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce después de la aplicación del Sistema Gestión de Calidad ISO 9001:2015.

### 2.2.Población y muestra

**2.2.1. Población:** Para la presente investigación la población está conformada por todos los procesos de la empresa E-Commerce. Asimismo, estos procesos son ejecutados por 6 trabajadores.

**2.2.2. Muestra:** Para la presente investigación la muestra está compuesta por los procesos de servicio de asesoramiento, seguimiento, cotización, notificación, despacho y entrega de la empresa E-Commerce. Estos procesos de servicio son ejecutados por 6 trabajadores.

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

### 2.3.1. Recolección de datos

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

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

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

- **Instrumento: Cuestionario:** Es el conjunto de preguntas que beneficia a la medición de un conjunto de variables.

Para la investigación serán preguntas cerradas y con escala de Likert para analizar la variable de procesos de servicios.

El instrumento está conformado por 6 niveles: Asesoramiento, Seguimiento, Cotización, Notificación, Recepción y Entrega,

Cada nivel ha sido valorado en relación con los 5 ítems, donde el puntaje 1 tenía un calificativo de nunca, el puntaje 2 de casi nunca, el puntaje 3 de a veces, puntaje 4 de casi siempre y puntaje 5 de siempre.

*Tabla 4: Escala general*

ESCALA	INTERVALO
BUENA	55-75
REGULAR	36-54
MALA	15-35

*Fuente: Elaboración propia*

*Tabla 5: Escala por dimensiones*

DIMENSIONES	ITEMS	ESCALA	INTERVALO	VALORACIÓN
ASESORAMIENTO	Del 1 al 4	BUENA	15-20	Puntuación 1 calificativo nunca
		REGULAR	10-14	
		MALA	4-9	
SEGUIMIENTO	Del 5 al 6	BUENA	8-10	Puntuación 5 calificativo siempre
		REGULAR	5-7	



		MALA	2-4
		BUENA	11-15
COTIZACIÓN	Del 7 al 9	REGULAR	8-10
		MALA	3-7
		BUENA	8-10
NOTIFICACIÓN	Del 10 al 11	REGULAR	5-7
		MALA	2-4
		BUENA	8-10
RECEPCIÓN	Del 12 al 13	REGULAR	5-7
		MALA	2-4
		BUENA	8-10
ENTREGA	Del 14 al 15	REGULAR	5-7
		MALA	2-4

*Fuente: Elaboración propia*

### 2.3.2. Análisis de datos

Asimismo, se establece el **método de análisis de datos**:

Los datos fueron recogidos aplicando los instrumentos del cuestionario y del check list elaborados en base a los objetivos propuestos.

Luego, se analizó la fiabilidad del cuestionario, logrando obtener una fiabilidad del 93.2%, por encima al rango mínimo establecido. Esto fue analizado mediante el Alfa de Cronbach, utilizando el programa SPSS v26.

Luego de corroborar que el instrumento es confiable, se ingresó los resultados del cuestionario en la herramienta Excel 2016.

- **Estadística descriptiva**

Se utilizó las tablas de distribución de frecuencias absolutas simples y porcentuales para representar los niveles de la variable dependiente y sus factores en el programa Excel 2016.

- **Estadística inferencial**

Los datos fueron ejecutados utilizando el programa SPSS v26, previa análisis de la base de datos en el programa Excel 2016.

Se manejó la prueba Shapiro-Wilk para identificar si los datos son paramétricos o no. Asimismo, para establecer si existe un impacto entre el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y los procesos de servicios con sus dimensiones, se empleó la prueba de Wilcoxon.

## 2.4. Procedimiento

Para la consecución de la investigación, se efectuaron las siguientes actividades:

La realidad problemática es el estudio de las variables en distintos escenarios, ordenado de lo general a lo específico. Por ello, la averiguación fue indagada en revistas científicas y en noticias.

Seguido de la problemática reconocida en la E-Commerce, se procedió a establecer el enunciado del problema, la cual está conformada por una interrogante en donde debe de contener las dos variables de análisis.

En consecuencia, se deriva la justificación, donde es la representación del porque es significativo el progreso de la tesis, esto se compone de acuerdo con la justificación teórica, practica, metodológica, social y ambiental.

Se prosigue, a instituir los objetivos, y de acuerdo con esto, el progreso de la investigación debe lograr. Estos se conformaron en objetivo general y específico.

En base al problema determinado, la hipótesis es la supuesta respuesta a la problemática.

Asimismo, se describió los antecedentes, los cuales provienen de trabajos anteriormente desarrollados relacionadas con las dos variables, la estructura es de lo global a lo específico. Para obtener este tipo de información se realizó una búsqueda de tesis en repositorios de las distintas universidades. Tomando en recuento que los objetivos se interrelacionan con las metas de la investigación en proceso.

Para la consecución del marco teórico se encuentra dividido de acuerdo con las dos variables, seguidamente de su definición, las diferencias, beneficios, tipos e indicadores de medición. También, para la obtención de los datos se ejecutó la investigación en páginas académicas. libros físicos y virtuales.

Igualmente, para la definición de dimensiones de la operacionalización de las variables, provienen de la información de indicadores obtenidos en el marco conceptual. Al ser una tesis cuantitativa, se creó como instrumento de recolección de datos un

cuestionario con preguntas y escalas ordinales para la variable dependiente y un check list para la variable independiente.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1. ANALIZAR LOS PROCESOS DE SERVICIO EN UNA EMPRESA E-COMMERCE.

A continuación, se analiza mediante la **estadística descriptiva** los resultados los cuales serán mostrados según las dimensiones de la variable dependiente.

- **Determinar el nivel de asesoramiento**

*Tabla 6: Nivel de asesoramiento en la e-commerce*

NIVEL	RANGO		PRE TEST		POST TEST	
	DESDE	HASTA	Nº	%	Nº	%
BUENA	15	20	0	0%	6	100%
REGULAR	10	14	1	16.7%	0	0%
MALA	4	9	5	83.3%	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla N° 6 muestra que el nivel de asesoramiento antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, la opinión de los trabajadores en relación con el asesoramiento es mala en un 83.3% y regular en un 16.7%, Después de la aplicación, los porcentajes aumentaron a una opinión buena en un 100%.

- **Determinar el nivel de seguimiento**

*Tabla 7: Nivel de seguimiento en la e-commerce*

NIVEL	RANGO		PRE TEST		POST TEST	
	DESDE	HASTA	Nº	%	Nº	%
BUENA	8	10	0	0%	6	100%
REGULAR	5	7	1	16.7%	0	0%
MALA	2	4	5	83.3%	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla N° 7 muestra que el nivel de seguimiento antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, la opinión de los trabajadores en relación con el seguimiento es mala en un 83.3% y regular en un 16.7%, Después de la aplicación, los porcentajes aumentaron a una opinión buena en un 100%.

- **Determinar el nivel de cotización**

*Tabla 8: Nivel de cotización en la e-commerce*

NIVEL	RANGO		PRE TEST		POST TEST	
	DESDE	HASTA	Nº	%	Nº	%
BUENA	11	15	0	0%	6	100%
REGULAR	8	10	1	16.7%	0	0%
MALA	3	7	5	83.3%	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla N° 8 muestra que el nivel de cotización antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, la opinión de los trabajadores en relación con la cotización es mala en un 83.3% y regular en un 16.7%, Después de la aplicación, los porcentajes aumentaron a una opinión buena en un 100%.

- **Determinar el nivel de notificación**

*Tabla 9: Nivel de notificación en la e-commerce*

NIVEL	RANGO		PRE TEST		POST TEST	
	DESDE	HASTA	Nº	%	Nº	%
BUENA	8	10	0	0%	6	100%
REGULAR	5	7	1	16.7%	0	0%
MALA	2	4	5	83.3%	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla N° 9 muestra que el nivel de notificación antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, la opinión de los trabajadores en relación con la notificación es mala en un 83.3% y regular en un 16.7%, Después de la aplicación, los porcentajes aumentaron a una opinión buena en un 100%.

- **Determinar el nivel de recepción**

*Tabla 10: Nivel de recepción en la e-commerce*

NIVEL	RANGO		PRE TEST		POST TEST	
	DESDE	HASTA	Nº	%	Nº	%
BUENA	8	10	0	0%	6	100%
REGULAR	5	7	1	16.7%	0	0%
MALA	2	4	5	83.3%	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla N° 10 muestra que el nivel de recepción antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, la opinión de los trabajadores en relación con la recepción es mala en un 83.3% y regular en un 16.7%, Después de la aplicación, los porcentajes aumentaron a una opinión buena en un 100%.

- **Determinar el nivel de entrega**

*Tabla 11: Nivel de entrega en la e-commerce*

NIVEL	RANGO		PRE TEST		POST TEST	
	DESDE	HASTA	Nº	%	Nº	%
BUENA	8	10	0	0%	6	100%
REGULAR	5	7	1	16.7%	0	0%
MALA	2	4	5	83.3%	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla N° 11 muestra que el nivel de entrega antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, la opinión de los trabajadores en relación con la entrega es mala en un 83.3% y regular en un 16.7%, Después de la aplicación, los porcentajes aumentaron a una opinión buena en un 100%.

### 3.2. APLICAR EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 EN UNA EMPRESA E-COMMERCE HASTA FEBRERO DEL 2020.

La propuesta de aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en una e-commerce se encuentra detallada en el Manual de Calidad (Ver Anexo N° 12)

### 3.3. EVALUAR EL IMPACTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 EN LOS PROCESOS DE SERVICIO DE UNA EMPRESA E-COMMERCE EN EL PRIMER PERIODO DEL 2020.

A continuación, se analiza mediante la **estadística descriptiva** los resultados de la variable independiente.

- **Evaluar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015**

*Tabla 12: Evaluación el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015*

CUMPLIMIENTO	PRE TEST		POST TEST	
	Nº	%	Nº	%
SI	0	0%	1	100%
NO	1	100%	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla N° 12 muestra que el cumplimiento del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, no cumplía con todos los requisitos del sistema en un 100%, Después de la aplicación, aumentó el cumplimiento al 100%.

A continuación, se analiza mediante la **estadística inferencial** los resultados los cuales serán mostrados según la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 con cada dimensión de la variable dependiente.

- Determinar el impacto del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en el **asesoramiento** de la e-commerce.

Mediante la prueba de Shapiro Wilk permite identificar si se cuenta con datos paramétricos o no. Como resultado, en la investigación se obtuvo que tiene datos no paramétricos, por lo tanto, para la contratación se hará uso de la prueba de Wilcoxon.



**Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
ASESORAMIENTO	,492	6	,000	,496	6	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 4: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk

Fuente: Salida de SPSS v26.

Con el análisis de la prueba de wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menos al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo que si existe impacto positivo del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en el **asesoramiento** de la e-commerce.

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL ASESORAMIENTO<sup>a</sup>**

	POSTEST - PRETEST
Z	-2,333 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	,020

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon  
b. Se basa en rangos negativos.

Figura 5: Prueba de Wilcoxon

Fuente: Salida de SPSS v26.

- Determinar el impacto del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en el **seguimiento** de la e-commerce.

Mediante la prueba de Shapiro Wilk permite identificar si se cuenta con datos paramétricos o no. Como resultado, en la investigación se obtuvo que tiene datos no paramétricos, por lo tanto, para la contratación se hará uso de la prueba de Wilcoxon.

**Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
SEGUIMIENTO	,492	6	,000	,496	6	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 6: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk

Fuente: Salida de SPSS v26.

Con el análisis de la prueba de wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menos al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo

que si existe impacto positivo del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en el **seguimiento** de la e-commerce.

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SEGUIMIENTO<sup>a</sup>**

	POSTEST - PRETEST
Z	-2,333 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	<b>,020</b>

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon  
b. Se basa en rangos negativos.

*Figura 7: Prueba de Wilcoxon*

*Fuente: Salida de SPSS v26.*

- Determinar el impacto del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **cotización** de la e-commerce.

Mediante la prueba de Shapiro Wilk permite identificar si se cuenta con datos paramétricos o no. Como resultado, en la investigación se obtuvo que tiene datos no paramétricos, por lo tanto, para la contratación se hará uso de la prueba de Wilcoxon.

**Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COTIZACIÓN	,492	6	,000	,496	6	<b>,000</b>

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Figura 8: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk*

*Fuente: Salida de SPSS v26.*

Con el análisis de la prueba de wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menos al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo que si existe impacto positivo del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **cotización** de la e-commerce.

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA COTIZACIÓN<sup>a</sup>**

	POSTEST - PRETEST
Z	-2,333 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	<b>,020</b>

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon  
b. Se basa en rangos negativos.

*Figura 9: Prueba de Wilcoxon*

Fuente: Salida de SPSS v26.

- Determinar el impacto del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **notificación** de la e-commerce.

Mediante la prueba de Shapiro Wilk permite identificar si se cuenta con datos paramétricos o no. Como resultado, en la investigación se obtuvo que tiene datos no paramétricos, por lo tanto, para la contratación se hará uso de la prueba de Wilcoxon.

**Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
NOTIFICACIÓN	,302	6	,094	,775	6	<b>,035</b>

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 10: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk

Fuente: Salida de SPSS v26.

Con el análisis de la prueba de Wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menor al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo que sí existe impacto positivo del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **notificación** de la e-commerce.

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA NOTIFICACIÓN<sup>a</sup>**

	POSTEST - PRETEST
Z	-2,232 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	<b>,026</b>

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon  
b. Se basa en rangos negativos.

Figura 11: Prueba de Wilcoxon

Fuente: Salida de SPSS v26.

- Determinar el impacto del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **recepción** de la e-commerce.

Mediante la prueba de Shapiro Wilk permite identificar si se cuenta con datos paramétricos o no. Como resultado, en la investigación se obtuvo que tiene datos no paramétricos, por lo tanto, para la contratación se hará uso de la prueba de Wilcoxon.

### Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
RECEPCIÓN	,492	6	,000	,496	6	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 12: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk

Fuente: Salida de SPSS v26.

Con el análisis de la prueba de wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menos al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo que si existe impacto positivo del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **recepción** de la e-commerce.

### SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA RECEPCIÓN<sup>a</sup>

	POSTEST - PRETEST
Z	-2,333 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	,020

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Figura 13: Prueba de Wilcoxon

Fuente: Salida de SPSS v26.

- Determinar el impacto del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **entrega** de la e-commerce.

Mediante la prueba de Shapiro Wilk permite identificar si se cuenta con datos paramétricos o no. Como resultado, en la investigación se obtuvo que tiene datos no paramétricos, por lo tanto, para la contratación se hará uso de la prueba de Wilcoxon.

### Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
ENTREGA	,492	6	,000	,496	6	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 14: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk

Fuente: Salida de SPSS v26.

Con el análisis de la prueba de wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menos al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo

que si existe impacto positivo del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en la **entrega** de la e-commerce.

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ENTREGA<sup>a</sup>**

	POSTEST - PRETEST
▶ Z	-2,333 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	<span style="border: 1px solid red; padding: 2px;">,020</span>

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon  
b. Se basa en rangos negativos.

*Figura 15: Prueba de Wilcoxon*

*Fuente: Salida de SPSS v26.*

### 3.4. EVALUAR ECONÓMICAMENTE EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PRIMER PERIODO DEL 2020.

**Interpretación:** En la **tabla 31** se encuentra la actividad económica de la empresa (liquidaciones de la empresa). Donde se plasma el costo de la propuesta para implementación de del SGC. En este apartado de muestra el costo de inversión y los costos operativos de la empresa, siendo que, luego de la implementación se obtendría un mejor control, gestión y proyección de los procesos de servicio, lo que implica una reducción significativa de los gastos, esto permite garantizar el adecuado funcionamiento del negocio y que se incluyen en los presupuestos del ejercicio.

*Tabla 13: Actividad económica*

ACTIVIDAD ECONÓMICA	
Ingreso total	S/. 1,001,503.71
Ingresos por la propuesta:	Servicios
Egresos por la propuesta:	Costos operativos (Mat, MO, CI), Gastos administrativos y servicios
	Depreciación
	Interés
	Amortización capital
	Inversión inicial
	Costo oportunidad
Horizonte de evaluación	meses
	años
Inversión total	S/. 95,300.00
(Costo oportunidad) COK	<b>20%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

**Interpretación:** En la tabla 13, se encuentra la actividad económica de la empresa. Después de haber realizado el análisis del costo de implementación del SGC y la reducción de gastos se detallan los indicadores a tener en cuenta para la optimización de los procesos y consignar una mejora continua a todos los niveles y en todas las áreas de la organización.

A continuación, se procede a evaluar cuál sería el impacto económico de la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad en la mejora de los procesos de servicio dentro de la organización. Para lo cual, se realizará un análisis en base a los gastos, el ingreso neto percibido y la rentabilidad obtenida en base a las propuestas de mejora de proceso, de donde se obtiene el detalle de los resultados y el flujo de caja, en dónde se toma en cuenta la utilidad, depreciación e inversión que realiza la Empresa E-Commerce, siendo que estos resultados se obtuvieron luego de tabularlos en el programa Excel mediante fórmulas específicas.

Tabla 14: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA LIBRE INCREMENTAL							
DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5	
Ingresos		S/. 600.000,00	S/. 650.000,00	S/. 580.000,00	S/. 625.000,00	S/. 674.086,00	
Costos		S/. 200.000,00	S/. 185.000,00	S/. 261.400,00	S/. 257.700,00	S/. 229.500,00	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		S/. 400.000,00	S/. 465.000,00	318.600,00	367.300,00	444.586,00	
Gasto de Administración y Venta		<b>S/. 250.000,00</b>	<b>248.000,00</b>	<b>215.000,00</b>	<b>249.840,00</b>	<b>238.940,00</b>	
<b>UTILIDAD O PERDIDA OPERATIVA</b>		150.000,00	217.000,00	103.600,00	117.460,00	205.646,00	-
Impuesto a la Renta		27.000,00	39.060,00	18.648,00	21.142,80	37.016,28	
<b>Inversiones</b>	<b>S/. 7.359,80</b>	<b>S/. 2.702,70</b>	<b>S/. 2.656,51</b>	<b>S/. 2.614,94</b>	<b>S/. 2.577,53</b>	<b>S/. 2.295,85</b>	
Activo Fijo	S/. 7.359,80	S/. 7.359,80	S/. 7.359,80	S/. 7.359,80	S/. 7.359,80	S/. 7.359,80	
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>-7359,80</b>	<b>120.297,30</b>	<b>175.283,49</b>	<b>82.337,06</b>	<b>93.739,67</b>	<b>166.333,87</b>	<b>-</b>
		<b>108376</b>	<b>142264</b>	<b>60204</b>	<b>61749</b>	<b>98711</b>	<b>471304,4</b>
	<b>-7360</b>	<b>108376</b>	<b>142264</b>	<b>60204</b>	<b>61749</b>	<b>98711</b>	<b>463944,6</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 15 se encuentra el flujo de caja de la empresa con la implementación del SGC, donde se aprecia que la rentabilidad es alta y significativa. Por ello se demuestra que el proyecto del sistema de gestión de calidad es rentable y saludable para el desarrollo sostenible de la organización.



### Indicadores de mejora

En la siguiente tabla, se ha analizado los indicadores los cuales muestran el beneficio luego de haber realizado el diseño del Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 para mejorar los procesos de servicio en la empresa E-commerce

*Tabla 15: Indicadores de mejora de la utilidad para la empresa con SGC*

INDICADORES DE MEJORA						
Año	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Efectivo	S/. --7.360	S/. 400.000	S/. 465.000	S/. 318.600	S/. 367.300	S/. 444.586
VAN	S/. 463.944,59					
TIR	16,726					
PRI	<b>1.3</b>	<b>Años</b>				

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 16 se encuentra el indicador porcentual de del flujo neto de efectivo obtenido de dos obras de descolmatación de ríos por la empresa con la implementación del SGC, donde se aprecia que el valor actual neto y la tasa interna de retorno y teniendo un periodo de recuperación de 1,3 años. La utilidad es el retorno positivo de la inversión originada por la empresa.

### **VAN**

El valor actual neto de la inversión es igual a S/. 463.944,59 demuestra que el proyecto del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 en la organización, es rentable y saludable para el desarrollo sostenido de la organización. Por lo tanto, el proyecto es aceptado por la empresa. Se toma en cuenta la inversión para la implementación del diseño de Gestión de Calidad para la empresa E-commerce.

### **TIR**

La tasa interna de rentabilidad es igual a 16.726% por los flujos positivos, demostrando que cada sol invertido en el proyecto del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 en la organización, será rentable. Por lo tanto, la inversión es aceptada por la empresa. Se toma en cuenta la inversión para la implementación del diseño de Gestión de Calidad para la empresa E-commerce.

### **IR**

El índice de rentabilidad es mayor a la unidad, por lo tanto, se demuestra que el proyecto del Sistema de Gestión de Calidad es aceptable, esto demuestra que, se tendrá un retorno de S/. 3.70 Nuevos Soles.

### 3.5. DETERMINAR EL IMPACTO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 EN LOS PROCESOS DE SERVICIO DE UNA EMPRESA E-COMMERCE.

A continuación, se analiza mediante la **estadística descriptiva** los resultados de la variable independiente en la variable dependiente.

- **Evaluar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicios**

Tabla 16: Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015

NIVEL	RANGO		PRE TEST		POST TEST	
	DESDE	HASTA	Nº	%	Nº	%
BUENA	55	75	0	0%	6	100%
REGULAR	36	54	1	16.7%	0	0%
MALA	15	35	5	83.3%	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

La tabla N° 18 muestra el nivel de los procesos de servicios antes y después de la aplicación en la e-commerce. En el pre test, la opinión de los trabajadores en relación con los procesos de servicios es mala en un 83.3% y regular en un 16.7%, Después de la aplicación, los porcentajes aumentaron a una opinión buena en un 100%.

A continuación, se analiza mediante la **estadística inferencial** los resultados los cuales serán mostrados según la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicios.

- Determinar el impacto del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en los **procesos de servicios** de la e-commerce.

Mediante la prueba de Shapiro Wilk permite identificar si se cuenta con datos paramétricos o no. Como resultado, en la investigación se obtuvo que tiene datos no paramétricos, por lo tanto, para la contratación se hará uso de la prueba de Wilcoxon.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001: 2015 EN LOS PROCESOS DE SERVICIO	,386	6	,006	,701	6	,006

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 16: Prueba de normalización de datos en Shapiro Wilk

Fuente: Salida de SPSS v26.

Con el análisis de la prueba de wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menos al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo que si existe impacto positivo del **sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015** en los **procesos de servicios** de la e-commerce.

**SISTEMA DE GESTION DE  
CALIDAD ISO 9001:2015 EN  
LOS PROCESOS DE SERVICIO<sup>a</sup>**

	POSTEST - PRETEST
Z	-2,214 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	,027

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

*Figura 17: Prueba de Wilcoxon*

*Fuente: Salida de SPSS v26.*

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

En el presente capítulo se discutirán los antecedentes con los resultados obtenidos en la organización.

Para la variable independiente, en cuanto a lo que menciona Urquina (2012) en su investigación denominada “*Sistema de Gestión de Calidad para la Empresa ISSO LTDA según los Lineamientos de la Norma NTC ISO 9001:2008*”, implementa y evalúa el Sistema de Gestión de Calidad según los lineamientos de la norma ISO 9001:2008, sin embargo, en la investigación, los lineamientos utilizados para la E-Commerce es la ISO 9001:2015, dado que en esta versión de la ISO incorporan no solo a empresas que venden un producto, sino también a empresas que brindan un servicio, asimismo en esta, incorporan la mejora continua y eliminan la denominación de procesos claves, puesto que todos los procesos de la organización son claves. También, entre las limitaciones que contenía la ISO 9001:2008 es que no contemplaba la mejora continua como parte de los requisitos dentro de la implementación. Entre las implicancias como aporte práctico, son que permiten seguir un lineamiento desde el análisis de la organización, análisis del proceso de cómo se encuentra y el cómo debería ser, asimismo de contemplar los posibles riesgos que suelen tener en el proceso.

Entre las limitaciones para la implementación del estándar ISO 9001:2015 fue al momento de recabar información del proceso de servicio dado que no contaban con la información suficiente y algunos de los colaboradores desconocían de las actividades que se debían efectuar como función de su cargo.

Asimismo, Urbe (2013) en su trabajo de investigación: “*Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies*”. Universidad Santo Tomas, Colombia; señala que. en Colombia 40% de las compras de bienes básicos se hace en las grandes superficies. A pesar de que poseen certificaciones de calidad, día a día los clientes siguen presentando quejas. Esto coincide con los acontecimientos que sucede en la organización actualmente, por ello con la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 se busca estandarizar procesos, mejorar competencias, mejorar en la calidad del servicio y

administrar correctamente los riesgos y requisitos del cliente. Esto se ve evidenciado en los resultados obtenidos, mejorando la aplicación en un 100%.

Como implicancia se evidenciará una mejora de atención a los clientes, así como los procesos se efectuarán de forma eficiente y oportuna, reduciendo los riesgos y aprovechando las oportunidades.

Entre las limitaciones dentro del desarrollo fue la adopción del estándar de calidad dentro de la organización que durante años venían laborando de acuerdo a procesos distintos, sin control de cumplimiento de objetivos, indicadores y métricas de productividad, y para ello se establecieron capacitaciones para la sensibilización y adopción constante de la gestión por procesos y el enfoque en la calidad.

Por otro lado, Mauricio (2013) en su trabajo de investigación: *“Implementación de un sistema de gestión de la calidad para mejoras en la empresa”*. Concluye que, como toda decisión estratégica, la decisión de implementar un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001 debe ser parte de una estrategia de mayor envergadura y estar acompañada del apoyo de la alta dirección de la empresa. Esto coincide con la estrategia encontrada mediante el análisis FODA de la E-Commerce, en la cual, al fusionar tanto las debilidades como las oportunidades se propone aplicar la ISO 9001:2015 con la finalidad de dar un enfoque preventivo mediante la realización de un análisis de riesgos u oportunidades y mejorar el resultado de la organización con el aumento de las ventas, debido en gran medida a la mejora de la imagen de esta, y al aumento de la productividad.

Entre las limitaciones que se evidenció dentro del desarrollo de la organización es que no contaban con los análisis internos y externos, por lo que, fue lento el proceso de la obtención de información y del reconocimiento del mismo.

Para la variable dependiente, según lo que menciona Fuentes (2012) en su trabajo de investigación denominado *“La Gestión de la Calidad Total en nuevas empresas de base tecnológica. Propuesta de modelo y validación en el Parque Científico de Madrid”*, indica que, hoy en día, las condiciones del mercado de bienes y servicios han inducido un aumento de los cambios en las necesidades de los clientes, y por lo tanto en los requisitos de los productos. Esto coincide con los procesos de servicio que brinda la E-Commerce, la cual se ajusta a los requerimientos de los clientes, por

ello sus aliados son los viajeros, quienes adquieren los pedidos en las mejores tiendas del extranjero, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.

Por otro lado, Gonzales (2015) en su trabajo de investigación denominado: “*El comercio electrónico: Diseño e implantación de una tienda online*”, Concluye que, el comercio electrónico también ofrece un gran abanico de posibilidades para los consumidores, que poco a poco perciben la red como un medio menos inseguro, gracias a las distintas herramientas de protección citadas en el presente trabajo. Esto coincide con lo que sucede en la E-Commerce, dado que brindan servicios mediante su página web y cotizan con hasta 7 viajeros distintos, por lo que dentro del proceso de servicio la organización siempre busca mejorar y acoplarse a los requisitos que busca el cliente. Por ello con la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 los resultados en los niveles de los procesos de ser malos en un 83% aumentaron a un nivel bueno en un 100%. Asimismo, esto genera como implicancia práctica que todas las compras en los últimos tiempos se efectúen de forma virtual y mayor aun si se va a adquirir un producto de otro país. Sin embargo, también se tiene como limitación que gran parte de las organizaciones no cuentan con una página online en la cual ofrezcan sus productos y servicios.

## 4.2 Conclusiones

- Se logró identificar que el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad tendrá un impacto positivo en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce. Siendo que, se demuestra que su implementación desde un nivel estratégico proporciona un adecuado funcionamiento de los procesos encaminados al mejoramiento de los procesos de servicio de la empresa. Esto se evidencia en la contratación de hipótesis general donde indica que con el análisis de la prueba de wilcoxon se obtuvo un nivel de significancia menor al 5%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, concluyendo que si existe impacto positivo del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicios de la e-commerce, asimismo, esto es validado con los resultados descriptivos en donde se evidencia que en el pre test se encontraban en un nivel malo con 83.3% y en el pos test pasó a un nivel bueno con el 100%.
- Se realizó un diagnóstico inicial del Check List que evalúe y mida el cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, según ello actualmente el área encargada de los procesos de servicio de una empresa E-Commerce, no cumple los estándares establecidos de la Norma debido a que los procesos poseen graves deficiencias con un nivel actual de incumplimiento del 75% y de cumplimiento de solo el 25%.
- Se diseñó un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001:2015 logrando implementar y estandarizar los procesos de servicio, el cual aportará la eficacia en la gestión de los procesos de servicio de una empresa E-Commerce. Con la aplicación de esta propuesta se lograría cumplir los requerimientos del cliente al 100%, en cuanto a calidad intrínseca, disponibilidad y precio/coste.
- Se estableció la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015, optimizaría los procesos de servicio de la empresa, lo que indudablemente va a mejorar la imagen de la organización que le dará una ventaja competitiva sobre otras empresas



del mercado que no cuenten con dicho SGC. Asimismo, le permitirá expandir su mercado, pues en la actualidad se está exigiendo dentro de los requisitos contar con la certificación del SGC basado en la norma ISO 9001:2015.

- Se determinó que el impacto del sistema de gestión de calidad en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce, sería positivo, pues solucionaría problemática de la empresa proveyendo un ordenamiento a los procesos de servicio para una mejor gestión y enfoque de los mismos hacia la satisfacción del cliente (calidad).
- A partir del análisis económico se evaluó la propuesta concluyendo que es viable, pues se obtiene un VAN de S/. 463.944,59 y un TIR de 16.726%, asimismo el análisis costo-beneficio arrojó un índice de S/. 3.70, lo cual demuestra que la empresa se beneficiará con el desarrollo la implementación del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.

## REFERENCIAS

- Arango, M., Londoño, J. & Zapata, J. (2010). *Arquitectura Empresarial – Una Visión General*. Revista Ingenierías Universidad de Medellín. Colombia.
- Argoti & Guadalupe (2014). *Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad para una Empresa de Servicios (Caso de una Empresa Consultora y de Servicios de Capacitación)*. Escuela superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador.
- Asto, J. & Pimentel, J: (2019). *Plan de negocios para el desarrollo de una empresa de E-Commerce de calzado femenino en la ciudad de Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo. La libertad, Perú.
- Barlecona Schoo of Managenet (2015). *Marketing Digital*. España.
- Benites (2018). *Estudio de la Gestión por Procesos según los requerimientos de la norma ISO 9001:2015 para la empresa MERFRUT S.R.L de lima-Perú en el periodo 2018*. Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- Cabrera, Danny (2012) *Análisis y Aplicación de E-commerce en un Portal Web para PyMEs*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca. Recuperado el 18 de agosto del 2019 de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2065/15/UPSCT002377.pdf>, 187.
- Cabrera & Olascoaga (2017). *Propuesta de un Plan de mejoras, basado en Gestión por Procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A & B*. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo.
- Cadillo, M. & Kauss, J. (2018). *Modelo de referencia para la implementación de una solución E-Commerce en PYMES peruana del Sector Retail*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.
- Cámara Venezolana de la Construcción (2013). *Sistema de gestión de la calidad en empresas constructoras*. Venezuela.
- Carpio, L. (2017). *Implementación de la gestión por procesos para la mejora de la eficiencia y eficacia de la Unidad Gerencial de Emprendimiento Juvenil del*

- programa Jóvenes Productivos*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Chávez, L. & Martell, C. (2016). *Gestión de procesos para mejorar la eficiencia y eficacia de la administración de centros de educación técnica productiva en la provincia de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego. La libertad, Perú.
- Coaguila, A. (2017). *Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C*. Universidad Católica de San Pablo. Arequipa, Perú.
- Cristóbal, E. (2018) *Conceptualización de la calidad de servicio al cliente, percibida en el Comercio Electrónico, evaluación y aplicación en el establecimiento virtual*. Universidad de Lleida. España.
- Cruchaga, M. (2016). *Implementación de un sistema de gestión de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa P&M SUPPORT – Trujillo, 2016*. Universidad Cesar Vallejo. La libertad, Perú.
- Cuatrecasas, L. (2001). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación*. Segunda edición. Ed. Gestión 2000. Barcelona, España.
- Delgado & Segura (2016). *Gestión de Calidad y su Influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER” Chiclayo-2015*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Chiclayo.
- Diario El Comercio (2014). *Empresas ya se preocupan por fidelizar clientes del e-commerce*. Recuperado el 22 agosto de 2019: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/empresas-ya-se-preocupan-fidelizar-clientes-comerse-noticia-1744562>.
- Filipe, S., Rocha, A., Gonçalves, J. & Pérez, M. (2016). *Modelo para la Calidad de los Servicios en Línea del Gobierno Local*.
- Fuentes, V. (2012). *La Gestión de la Calidad Total en nuevas empresas de base tecnológica. Propuesta de modelo y validación en el Parque Científico de Madrid*. Universidad Autónoma de Madrid. España.
- Garvin, David. (1988). *Managing Quality. The Strategic and Competitive Edge*. THE FREE EXPRESS. Harvard.

- Gonzales, A. (2015). *El comercio electrónico: Diseño e implantación de una tienda online*. Universidad de Coruña. España.
- Guajardo, E (1996). *Administración de la Calidad Total, conceptos y enseñanzas de los grandes maestros de la calidad*. Ed. Pax México. Quinta Edición. México, D.F.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Educación.
- Incio & Rodríguez (2017). *Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes en el servicio de ejecución de obras de la empresa CER EIRL*. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (2010). *Norma Técnica Colombiana ISO 9004: Sistema de Gestión de la Calidad orientación a las organizaciones para ayudar a lograr el éxito sostenido mediante un enfoque de gestión de la calidad*. Bogotá D.C. ICONTEC.
- Jara, Gustavo (2012). *El concepto de los procesos en los servicios y las funciones de un responsable de procesos*. Universidad de Piura, Perú,
- Lever, George (2009). *Panorama del comercio electrónico - Chile. Nuevos horizontes del Retail - III Congreso Latinoamericano e-Commerce*. Santiago, Chile: s.n. Diciembre.
- López, S. (2006). *Implantación de un sistema de calidad. Los diferentes sistemas de calidad existen en la organización*, Vigo España, IDEASPROPIAS editorial.
- Mariño, E. (2016). *Mejoramiento de la calidad del servicio mediante la implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa MÍSTER DENT del distrito de Trujillo – la libertad, año 2014*. Universidad Nacional de Trujillo. La libertad, Perú.
- Mauricio (2013). *Implementación de un sistema de gestión de la calidad para mejoras en la empresa*. Corporación Allflex Inc. Québec, Canadá.
- Moreno, M. (2001). *Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones. Teoría y estudio de casos*, Capítulo 3. Ed. Prentice-Hall. Madrid. España.

- Narváez (2016). *Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) con la norma ISO 9001:2015 para el área de tecnologías de la información de la Universidad Politécnica Salesiana*. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador.
- Paiva, C. (2018). *Implementación de una aplicación web de venta online para la empresa negocios Pequeñin Milky S.A.C. - Piura; 2018*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Áncash, Perú.
- Rodríguez C. (2010). *Diseño de un Servicio de E-Commerce para la distribución de manualidades y otros productos relacionados en Colombia*. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.
- Romero, E., & Díaz, J. (2010). *El uso del diagrama causa-efecto en el análisis de casos*. Mexico, Mexico.
- Saavedra, A. (2016). *Análisis y diseño de un sistema E-Commerce para la gestión de ventas: caso empresa World of Cakes*. Universidad de Piura, Perú.
- Sánchez (2016). *Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L*. Universidad politécnica de Cartagena, Colombia.
- Sandoval (2018). *El Sistema de Gestión de Calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de San Isidro, 2015*. Universidad San Martin de Porres, Lima, Perú.
- Urbe (2013). *Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies*. Revista Le Bret. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, págs. 333 - 354.
- Urquina, D. (2012). *Sistema de Gestión de Calidad para la Empresa ISSO LTDA según los Lineamientos de la Norma NTC ISO 9001:2008*. Universidad de Santander. Colombia.
- Villanueva, C. (2012). *Impacto del E-COMMERCE en la auditoría de la gestión empresarial en Organizaciones Comerciales de Lima Metropolitana*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

## ANEXOS

### ANEXO N° I: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 17: Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipotesis	Variable independiente	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Periodicidad
¿En qué medida un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 impacta en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce?	<p><b>A. Objetivo general</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar el impacto de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce.</li> </ul>	El diseño de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 impacta positivamente en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce.	<p><b>Variable independiente:</b></p> <p><b>Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015</b></p>	Un sistema de gestión de calidad es una forma de trabajar mediante la cual una organización asegura que se conocen y satisfacen las necesidades de sus clientes, planificando, manteniendo, mejorando y controlando el desempeño de sus procesos de manera eficaz y eficiente, con objeto de lograr ventajas competitivas. El sistema de gestión de la calidad se compone de una serie de elementos como manual de la calidad, equipos de medición, carpetas de procedimientos, personal capacitado, entre otros. Todo funcionando en equipo para producir	<p><b>Contexto de la organización</b></p>	<p>Análisis interno y externo de la organización</p>	Check list	Mensual
	<p><b>B. Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar los procesos de servicio en una empresa E-Commerce para fines del 2019.</li> <li>Aplicar el sistema de</li> </ul>					<p>Determinación de las necesidades y expectativas de las partes interesadas</p> <p>Cumplimiento del alcance</p> <p>Diseño de procesos necesarios y su secuencia</p> <p>Descripción de responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores.</p> <p>Responsabilidad de la eficacia del sistema de gestión de calidad</p> <p>Política y objetivos alineados con la dirección estratégica</p> <p>Establecimiento de objetivos</p> <p>Integración del sistema de gestión de calidad en los procesos de negocio</p>		

<p>gestión de calidad ISO 9001:2015 en una empresa E-Commerce hasta febrero del 2020.</p>	<p>servicios de la calidad requerida por los clientes (Mejía, 2006)</p>	<p>Requisitos del cliente y legales</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar el impacto del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce en el primer periodo del 2020.</li> </ul>		<p>Comunicación de los requisitos del cliente y legales</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar económicament e el sistema de gestión de calidad en el primer periodo del 2020.</li> </ul>		<p>Evaluación, determinación y gestión de los riesgos y las oportunidades</p>
		<p>Comunicación de las responsabilidades</p>
		<p>Plan de mitigación de los riesgos y oportunidades</p>
		<p>Acciones para hacer frente a los riesgos y oportunidades</p>
		<p>Objetivos de calidad</p>
		<p>Plan para la determinación de la necesidad de los cambios</p>
		<p>Recursos necesarios para la operación de los procesos</p>
		<p>Infraestructura necesaria para la operación de los procesos</p>
		<p>Conocimientos necesarios para la operación de los procesos</p>
		<p>Rendimiento y eficacia en relación con las competencias</p>
		<p>Medidas para garantizar las competencias</p>

	Comunicaciones internas y externas
	Identificación de los procesos necesarios
	Cambios sobre los procesos de forma controlada
	Comunicación con el cliente sobre los productos y servicios
	Diseñar y desarrollar productos o servicios
	Aseguramiento de los requisitos de los productos o servicios
	Criterios de evaluación para proveedores externos
<b>Operación</b>	Información documentada con las características de los productos
	Información documentada de los resultados
	Actividades de seguimiento y medición
	Aseguramiento de las competencias de las personas que desarrollan los procesos
	Métodos apropiados de identificación y trazabilidad de los productos y servicios
	Gestión de salidas no conformes



	Determinación de que medir y analizar
	Determinación de cuando medir y analizar
<b>Evaluación del desempeño</b>	Existencia de métodos para medir percepciones de los clientes
	Programa para auditorías internas
	Determinación de las necesidades u oportunidades de mejora
<b>Mejora</b>	Determinación de las oportunidades de mejora
	Procesos adecuados para la gestión de no conformidades
	Hacer frente a los requisitos para mejorar continuamente.

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 18: Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipotesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Periodicidad
¿En qué medida un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 impacta en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce?	<p><b>C. Objetivo general</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar el impacto de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce.</li> </ul>	El diseño de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 impacta positivamente en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce.	<p><b>Variable dependiente:</b></p> <p><b>Procesos de servicio</b></p>	Es todo aquello que las organizaciones hacen orientadas al cliente y con el fin de conseguir sus objetivos. Es a través de los procesos que las empresas alcanzan sus objetivos y el talento humano se encamina para lograrlos. Los procesos de la empresa pueden servir para impulsar el talento humano, lo que derivará en una cultura del servicio que es vital para el desarrollo y competitividad de la organización. Para alcanzar esta meta, se debe mejorar los procesos y, sobre todo, dirigir a la empresa bajo este enfoque controlando las	<p><b>Asesoramiento</b></p> <hr/> <p><b>Seguimiento</b></p> <hr/> <p><b>Cotización</b></p> <hr/> <p><b>Notificación</b></p> <hr/> <p><b>Recepción</b></p>	<p>Asesoramiento por parte del personal de ventas</p> <hr/> <p>Absuelve dudas y consultas de los clientes</p> <hr/> <p>El personal brinda confianza al expresar sus ideas</p> <hr/> <p>El personal conoce acerca del proceso de atención</p>	Cuestionario	Mensual
	<p><b>D. Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar los procesos de servicio en una empresa E-Commerce para fines del 2019.</li> <li>Aplicar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en una empresa E-Commerce hasta febrero del 2020.</li> <li>Evaluar el impacto del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 en los procesos de servicio de una empresa E-Commerce</li> </ul>							
	<p>El tiempo de respuesta para el seguimiento es oportuno</p> <hr/> <p>Cumple con los requisitos del cliente</p>							
	<p>Envío de cotización a tiempo</p> <hr/> <p>Precios justos</p> <hr/> <p>Productos variados</p>							
	<p>El personal resuelve de manera rápida cualquier problema que se presente</p> <hr/> <p>El personal envía correos a tiempo acerca del estado de su pedido</p>							
	<p>Recepción de pedidos a tiempo</p> <hr/> <p>Recepción de pedidos conformes</p> <hr/> <p>Entrega de pedido a tiempo</p>							

en el primer periodo del 2020.

Evaluar económicamente el sistema de gestión de calidad en el primer periodo del 2020.

*Fuente: Elaboración propia*

interacciones con los clientes (Jara, 2012).

**Entrega**

Entrega de pedido conforme

## ANEXO N° 2: FORMATO DE CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE DEPENDIENTE

Buenos días estimado trabajador, la presente encuesta tiene por objetivo recopilar información en relación de los procesos de servicio de la e-commerce.

A continuación, se muestran preguntas relacionadas a la variable de estudio.

Marque con una equis (X) la característica de su elección y trate de contestar de acuerdo con el enunciado que mejor refleje su punto de vista. Las escalas de respuesta son las siguientes:

ESCALA	NUMERO
NUNCA	1
CASI NUNCA	2
A VECES	3
CASI SIEMPRE	4
SIEMPRE	5

N°	ITEM	ESCALA
<b>I</b>	<b>ASESORAMIENTO</b>	<b>1 2 3 4 5</b>
1	Se realiza el asesoramiento por parte del personal de ventas	
2	El personal absuelve dudas y consultas de los clientes	
3	El personal brinda confianza al expresar sus ideas	
4	El personal conoce acerca del proceso de atención	
<b>II</b>	<b>SEGUIMIENTO</b>	<b>1 2 3 4 5</b>
5	El tiempo de respuesta para el seguimiento es oportuno	
6	Se cumple con los requisitos del cliente	
<b>III</b>	<b>COTIZACIÓN</b>	<b>1 2 3 4 5</b>
7	Envío de cotización a tiempo	
8	Precios justos	
9	Productos variados	
<b>IV</b>	<b>NOTIFICACIÓN</b>	<b>1 2 3 4 5</b>

10	El personal resuelve de manera rápida cualquier problema que se presente					
11	El personal envía correos a tiempo acerca del estado de su pedido					
<b>V</b>	<b>RECEPCIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
12	Se realiza la recepción de pedidos a tiempo					
13	Se realiza la recepción de pedidos conformes					
<b>VI</b>	<b>ENTREGA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
14	Se realiza la entrega de pedidos a tiempo					
15	Se realiza la entrega de pedidos conformes					

### ANEXO N° 3: FORMATO DE CHECK LIST PARA MEDIR LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Fecha:.....

Responsable:.....

N°	ITEM	SI	NO
<b>I</b>	<b>CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
1	Se toma en cuenta los problemas internos y externos de la organización		
2	Se ha determinado las necesidades y expectativas de las partes interesadas		
3	El alcance tiene en cuenta los riesgos internos y externos		
4	Se ha diseñado los procesos necesarios y su secuencia e interacción		
5	Se ha establecido la descripción de responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores.		
<b>II</b>	<b>LIDERAZGO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
6	La alta dirección ha tomado la responsabilidad de la eficacia del sistema de gestión de calidad		
7	Esta la política y objetivos alineados con la dirección estratégica		
8	Se han establecido objetivos según las responsabilidades disponibles		
9	Se encuentra realmente integrado el sistema de gestión de calidad en los procesos de negocio		
10	Se tiene en cuenta los requisitos del cliente y legales		
11	Se ha comunicado los requisitos del cliente y legales		
12	Ha Evaluado, determinado y gestionado los riesgos y las oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos		
13	Se ha comunicado las responsabilidades		
<b>III</b>	<b>PLANIFICACIÓN</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>

14	Se ha establecido algún plan de mitigación de los riesgos y oportunidades		
15	Se ha implementado acciones para hacer frente a los riesgos y oportunidades		
16	Se ha establecido objetivos de calidad		
17	Existe un plan para la determinación de la necesidad de los cambios		
<b>IV</b>	<b>APOYO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
18	Se ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para la operación de los procesos		
19	Se ha determinado y mantenido la infraestructura necesaria para la operación de los procesos		
20	Se ha determinado los conocimientos necesarios para la operación de los procesos		
21	Se ha valorado como las personas integrantes de la empresa pueden efectuar el rendimiento y eficacia en relación con las competencias		
22	Se ha determinado las medidas para garantizar las competencias		
23	Se ha determinado cómo serán las comunicaciones internas y externas		
<b>V</b>	<b>OPERACIÓN</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
24	Se ha identificado los procesos necesarios		
25	Se han llevado los cambios sobre los procesos de forma controlada		
26	Comunicación con el cliente sobre los productos y servicios		
27	Existe un proceso para diseñar y desarrollar productos o servicios		
28	Te aseguras de que los procesos externos cumplan con los requisitos de los productos o servicios		
29	Existen criterios de evaluación para proveedores externos		
30	Disponibilidad de información documentada con las características de los productos		
31	Disponibilidad de información documentada de los resultados		

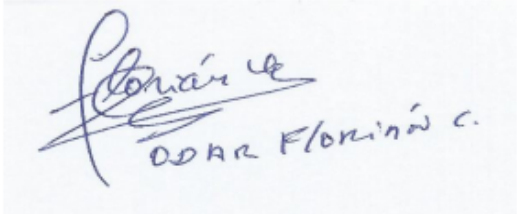
32	Actividades de seguimiento y medición		
33	Aseguramiento de las competencias de las personas que desarrollan los procesos		
34	Existen métodos apropiados de identificación y trazabilidad de los productos y servicios		
35	Se gestionan las salidas no conformes		
<b>VI</b>	<b>EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
36	Se ha determinado de que medir y analizar		
37	Se ha determinado de cuando medir y analizar		
38	Existen métodos para medir percepciones de los clientes		
39	Se ha determinado un programa para auditorías internas		
40	Se ha determinado las necesidades u oportunidades de mejora		
<b>VII</b>	<b>MEJORA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
41	Se ha determinado las oportunidades de mejora		
42	Se cuenta con procesos adecuados para la gestión de no conformidades		
43	Se ha decidido como hacer frente a los requisitos para mejorar continuamente.		




## ANEXO N° 4: VALIDACIÓN POR EXPERTO 1

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>				
<b>Título de la investigación:</b>	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 Y SU IMPACTO EN LOS PROCESOS DE SERVICIO DE UNA EMPRESA E-COMMERCE.			
<b>Línea de investigación:</b>	Experimental - Pre Experimental			
<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	BRAVO HUIVIN ELIZABETH KRISTINA			
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	CUESTIONARIO – PROCESOS DE SERVICIOS			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
<b>Sugerencias:</b>				
<b>Firma del experto:</b>				
 ----- <b>ELIZABETH KRISTINA BRAVO HUIVIN</b> Ingeniera Empresarial CIP N° 241108				

## ANEXO N° 5: VALIDACIÓN POR EXPERTO 2

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>				
<b>Título de la investigación:</b>	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 Y SU IMPACTO EN LOS PROCESOS DE SERVICIO DE UNA EMPRESA E-COMMERCE			
<b>Línea de investigación:</b>	Gestión de Pymes			
<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	Mg. Odar Florián Castillo			
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Procesos de servicio			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
<b>Sugerencias:</b>				
<b>Firma del experto:</b>				

### ANEXO N° 6: VALIDACIÓN POR EXPERTO 3

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>				
<b>Título de la investigación:</b>	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 Y SU IMPACTO EN LOS PROCESOS DE SERVICIO DE UNA EMPRESA E-COMMERCE.			
<b>Línea de investigación:</b>	GESTIÓN POR PROCESOS			
<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	Ing. Edward Alberto Vega Gavidia, Ms.			
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	PROCESOS DE SERVICIOS			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<b>Sugerencias:</b>				
<b>Firma del experto:</b>				
				

## ANEXO N° 7: ALFA DE CROMBACH DEL CUESTIONARIO

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,932	15

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	24,1667	44,967	,938	,918
VAR00002	24,1667	44,967	,938	,918
VAR00003	24,1667	44,967	,938	,918
VAR00004	23,5000	55,900	,000	,936
VAR00005	23,8333	53,367	,300	,935
VAR00006	24,1667	44,967	,938	,918
VAR00007	24,1667	44,967	,938	,918
VAR00008	24,0000	50,800	,615	,929
VAR00009	23,8333	46,167	,817	,922
VAR00010	23,3333	47,067	,583	,932
VAR00011	23,0000	50,400	,404	,936
VAR00012	23,5000	55,900	,000	,936
VAR00013	23,5000	48,700	,770	,924
VAR00014	23,5000	55,900	,000	,936
VAR00015	24,1667	44,967	,938	,918

## ANEXO N° 8: CODIFICACIÓN RESULTADOS PRE TEST – CUESTIONARIO – VARIABLE DEPENDIENTE

*Tabla 19: Codificación resultados pre test – cuestionario – variable dependiente*

N°	ASESORAMIENTO				SEGUIMIENTO			COTIZACIÓN			NOTIFICACIÓN		RECEPCIÓN		ENTREGA	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3	2	1	2	1	
2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	
3	1	1	1	2	1	1	1	2	2	3	3	2	2	2	1	
4	1	1	1	2	2	1	1	2	1	3	3	2	2	2	1	
5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	
6	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	

*Fuente: Elaboración propia*



## ANEXO N° 10: CODIFICACIÓN RESULTADOS POST TEST – CUESTIONARIO – VARIABLE DEPENDIENTE

*Tabla 21: Codificación resultados post test – cuestionario – variable dependiente*

N°	ASESORAMIENTO				SEGUIMIENTO			COTIZACIÓN			NOTIFICACIÓN		RECEPCIÓN		ENTREGA	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	
2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	
3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

*Fuente: Elaboración propia*

## ANEXO N° 11: CODIFICACIÓN RESULTADOS POST TEST – CHECK LIST – VARIABLE INDEPENDIENTE


Tabla 22: Codificación resultados post test – check list – variable independiente

N°	CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN				LIDERAZGO								PLANIFICACIÓN								APOYO								OPERACIÓN								EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO				MEJORA				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia

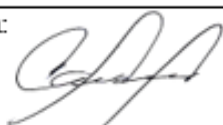
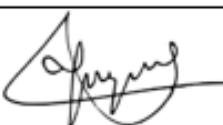
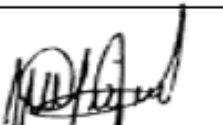


**ANEXO N° 12: PROPUESTA - MANUAL DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

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

# MANUAL DE GESTIÓN DE CALIDAD

FECHA DE VIGENCIA	01/08 /2019	VERSION:	00
-------------------	-------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## 1. OBJETIVO

El propósito del presente Manual de Calidad efectuado en la empresa E-commerce es realizar el cumplimiento de la normativa ISO 9001:2015, para declarar su administración y responsabilidad empresarial con la continua mejora.

## 2. ALCANCE

Se empleará el manual de calidad en todas las actividades especificadas para la ejecución de los procesos oportunos del servicio que efectúa la empresa.

## 3. DEFINICIONES

- a) **DOCUMENTO:** Indagación y la herramienta de soporte, tal como los procedimientos, políticas, registros, entre otros.
- b) **INFORMACIÓN DOCUMENTADA:** datos de una organización que emplea una empresa para su conservación e inspección.
- c) **REGISTRO:** Es un instrumento en el que se plasman resultados y proporciona una evidencia de las tareas asignadas.
- d) **RIESGO:** Es el grado de probabilidad que se efectúe algún evento, y que ocasiona un impacto en los objetivos del proceso o de la organización.
- e) **SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD:** Asociado con requisitos internacionales, para instituir políticas y objetivos con la finalidad de inspeccionar y regir una empresa.
- f) **CMM:** Empresa E-commerce
- g) **ORGANIZACIÓN:** persona o grupo de personas que tiene sus propias funciones con responsabilidades, autoridades y relaciones para lograr sus objetivos.
- h) **CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN:** combinación de cuestiones internas y externas que pueden tener un efecto en el enfoque de la organización para el desarrollo y logro de sus objetivos.
- i) **COMPROMISO:** participación en contribución a las actividades para lograr objetivos compartidos.
- j) **CLIENTE:** persona y organización que podría recibir un producto o un servicio destinado a esa persona u organización por ella.
- k) **VIAJERO:** persona que hace un viaje a otro lugar.
- l) **MEJORA:** actividad para mejorar el desempeño

- m) **MEJORA CONTINUA:** actividad recurrente para mejorar el desempeño.
- n) **GESTIÓN:** actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización.
- o) **GESTIÓN DE LA CALIDAD:** incluye las políticas de calidad, objetivos de la calidad y los procesos, para conseguirlos mediante la planificación, aseguramiento, control y mejora de la calidad.
- p) **PROCESO:** conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto.
- q) **POLÍTICA DE LA CALIDAD:** generalmente la política de la calidad es coherente con la política global de la organización, puede alinearse con la visión y la misión de la organización y proporciona un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad.

## 4. CONTEXTO DE LA EMPRESA

### CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN (REQUISITO 4)

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

##### 4.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La empresa E Commerce, es una empresa creada inicialmente en Chile, la cual tiene como actividad principal permitirle a cualquier persona traer sus compras desde cualquier parte del mundo, utilizando la maleta de un viajero. La empresa cuenta con el apoyo de la incubadora de negocios Imagine Lab de Microsoft y Corfo, una alianza que les ha permitido transportar más de 60.000 productos desde diferentes partes del mundo hacia Chile y Perú, países donde actualmente operan.

##### 4.1.2. ORGANIGRAMA



Figura 18: organigrama

Fuente: Elaboración propia

##### 4.1.3. MISIÓN

Somos una empresa con el objetivo de permitirle a cualquier persona, traer sus compras desde cualquier parte del mundo, de una manera rápida, segura y a las mejores tarifas, con un servicio al cliente excepcional.

#### 4.1.4. VISIÓN

Expandir nuestro modelo por Latinoamérica, y crear una plataforma cada día más cómoda y amigable con nuestros clientes y viajeros, siendo la empresa líder en el rubro.

#### 4.1.5. VALORES

##### a. Seguridad

Nuestro compromiso es crear un ambiente de trabajo seguro basándonos en la política de “0” incidentes.

##### b. Cumplimiento

Realizamos la entrega de los productos en el tiempo estipulado, cumpliendo altos estándares de calidad.

##### c. Mejora continua

Estamos comprometidos a darle un valor adicional a nuestro servicio, implementando nuevas ideas y tecnología.

##### d. Responsabilidad

Nuestros servicios se desarrollan en armonía con el medio ambiente y en conjunto y respeto de los clientes y viajeros.

#### 4.1.6. ANÁLISIS PESTEL

Tabla 23: Análisis PESTEL

MACROAMBIENTE			
	FACTORES	OPORTUNIDAD	AMENAZA
SOCIAL	- Cambios en la tendencia de compra.	X	
	- Adaptarse cada vez más a las necesidades del cliente	X	
	- Variedad de proveedores.	X	
	- Mercado en crecimiento.	X	
	- Retraso en vuelos de viajeros		


	- Mayor exigencia por parte del cliente.		<b>X</b>
<b>ECONÓMICO</b>	- Crecimiento del poder adquisitivo de las personas a través de medios digitales.	<b>X</b>	
	- Migración al mundo digital para la adquisición de mayores ventas.	<b>X</b>	
	- Empresas internacionales que ofrezcan delivery internacional gratuito y rápido		<b>X</b>
	- Poca capacidad de inversión		<b>X</b>
	- Abaratamientos de los precios del mercado .		<b>X</b>
	- Precios altos en el mercado.	<b>X</b>	
<b>POLÍTICO</b>	- Aumento de sueldo mínimo para los trabajadores.		<b>X</b>
	- Agilización de los procesos de trámites para las PYMES.	<b>X</b>	
<b>TECNOLÓGICO</b>	- Aumento de innovación tecnológica.	<b>X</b>	
	- Desarrollo de nuevas tecnologías para la optimización de procesos.	<b>X</b>	
	- Uso de medios virtuales para publicidad (Redes Sociales, Aplicaciones móviles, etc.)	<b>X</b>	
	- Crecimiento acelerado del mercado digital.	<b>X</b>	
<b>ECOLÓGICO</b>	- Ambiente de cultura ecológica en la elaboración de merchandising.	<b>X</b>	
<b>LEGAL</b>	- Ley de amparo a pequeñas empresas.	<b>X</b>	

Fuente: Elaboración propia

#### **4.1.7. FODA**

La E-commerce emplea como herramienta para el análisis el FODA, la cual permite la identificación de aspectos internos y externos, los que otorgaran una mayor optimización de los procesos de la organización y sobre todo realizar actividades que conllevan al cumplimiento de los requerimientos del Sistema de Gestión de Calidad a través de este instrumento. El responsable desarrolla la revisión y da el seguimiento de los cambios internos y externos de manera anual, y expone el instrumento al Gerente General durante las presentaciones en la cual se tiene por finalidad efectuar acciones de mejoras y ajustes.

Tabla 24: FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<p>F1: Posee un sistema con una interfaz cómoda y amigable.</p> <p>F2: El sistema cuenta con los requisitos indispensable para el desarrollo de la empresa.</p> <p>F3: Mejores tarifas del mercado.</p> <p>F4: Equipos modernos</p> <p>F5: Se cuenta con un equipo comprometido y altamente motivado.</p> <p>F6: Canales de marketing</p> <p>F7: Adecuada ubicación del local.</p> <p>F8: Amplia red de contactos.</p> <p>F9: Servicio personalizado.</p> <p>F10: Buen clima laboral.</p>	<p>D1: Habilidades deficientes de marketing.</p> <p>D2: Falta de estrategia para asegurar las pérdidas de productos.</p> <p>D3: Falta de cobertura a nivel mundial</p> <p>D4: Cartera de servicios limitada</p> <p>D5: Tamaño empresarial reducido</p> <p>D6: El congestionamiento de trabajo genera que se dé una deficiente atención al cliente.</p> <p>D7: No cuenta con procesos diseñados.</p> <p>D8: No cuenta con un sistema Integrado de Gestión</p> <p>D9: No cuenta con un plan de seguridad y salud en el trabajo.</p>
OPORTUNIDADES		MAXI MAXI	MINI MAXI
<p>O1: Mercado en desarrollo.</p> <p>O2: Organizaciones competidoras poco agresivas</p> <p>O3: Seguridad en la compra por internet</p> <p>O4: Emprendimiento e ideas nuevas de negocio.</p> <p>O5: Tiempo corto de entrega.</p> <p>O6: Marketing de boca a boca por parte de clientes fidelizados</p> <p>O7: Acrecentamiento de innovación tecnológica.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar las ventas con la estrategia de promocionar y difundir las ventajas que ofrece la empresa (O1, O3, O5, F1, F3, F5).</li> <li>Fortalecer las tarifas para que más personas se animen a usar el servicio</li> <li>Aprovechar el mercado en crecimiento para incrementar las ventas y ofrecer convenios con clientes frecuentes (O1, F3).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar una campaña de marketing digital estandarizada (O1, O3, O4, D1, D4).</li> <li>Sistematiza los procesos y definir una estrategia en la que la empresa no se vea en pérdida (O2, D2).</li> <li>Mayor cobertura a nivel internacional (O4, D3).</li> </ul>



O8: Incremento de áreas de trabajo, con buen ambiente laboral.  
 O9: Crecimiento acelerado del mercado digital.  
 O10: Variedad de proveedores.  
 O11: Adaptarse cada vez más a las necesidades del cliente.  
 O12: Aumento de clientes en el mercado que requieran realizar publicidad a sus empresas.  
 O13: Realización de alianzas estratégicas.  
 O14: Desarrollo de nuevas tecnologías para la optimización de procesos.  
 O15: Uso de medios virtuales para publicidad (Redes Sociales, Aplicaciones móviles, etc.)  
 O16: Crecimiento del poder adquisitivo de las personas a través de medios digitales.  
 O17: Ley de amparo a pequeñas empresas.  
 O18: Agilización de los procesos de trámites para las PYMES.  
 O19: Ambiente de cultura ecológica en la elaboración de merchandising

AMENAZAS	MAXI MINI	MINI MINI
A1: Retraso en vuelos de viajeros. A2: Apertura de nuevo competidores directos A3: Empresas internacionales que ofrezcan <u>delivery</u> internacional gratuito y rápido. A4: Poca capacidad de inversión A5: Políticas de concentración A6: Abaratamientos de los precios del mercado A7: Mayor requerimiento por parte del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar a los clientes la mejor calidad de trabajo posible gracias a la plataforma, brindándoles seguridad (F1, F4, F6, A2, A5).</li> <li>• Fortalecer la estrategia de entrega en un rango determinado para prevenir reclamos por la demora en entregas (A4, A1, F2, F3).</li> <li>• Brindar un servicio de calidad, de acorde a las necesidades del cliente, y tener como</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir una estrategia que incluya un asesoramiento a los clientes y viajero para evitar pérdidas, y los viajeros puedan responder por ellas (A1, A3, A5, D2, D4, D5, D6).</li> <li>• Idear una campaña de marketing y publicidad (A1, D1).</li> <li>• Desarrollar el reglamento de seguridad y salud en el trabajo y la Matriz IPER. Asimismo,</li> </ul>

A8: Acrecentamiento de sueldo mínimo para los trabajadores

prioridad la satisfacción de este (A5, F10, F5).

Implementar la señalización, planes y programas de seguridad y salud en el trabajo. (A7, D8, D9).

- Implementar el sistema de gestión de calidad 9001:2015 (A7, D7, D8).

*Fuente: Elaboración propia*

### 4.1.1. OBJETIVOS

Tabla 25: Objetivos

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

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.8. MAPA ESTRATÉGICO.

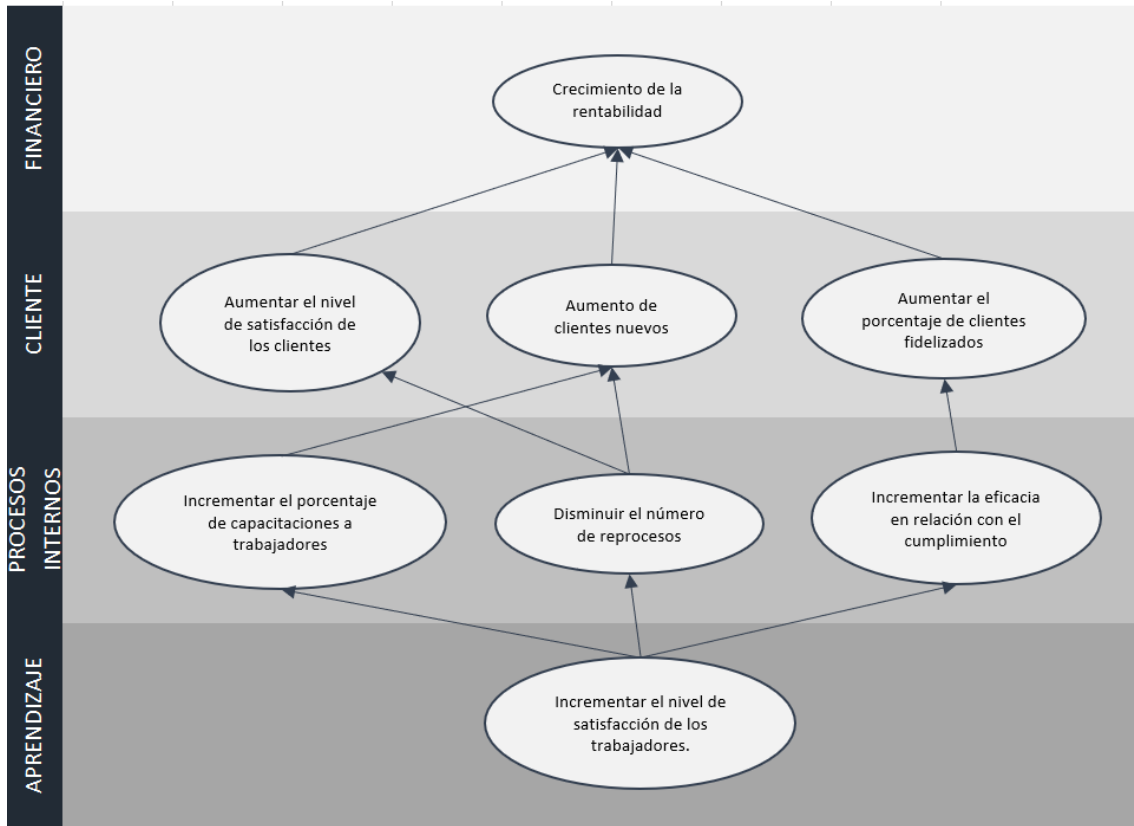


Figura 19: Mapa estratégico

Fuente: Elaboración propia

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

La E-commerce ha analizado e identificado los grupos de interés, para complementar el análisis de las necesidades y expectativas de los involucrados se empleó la Matriz de requisitos.

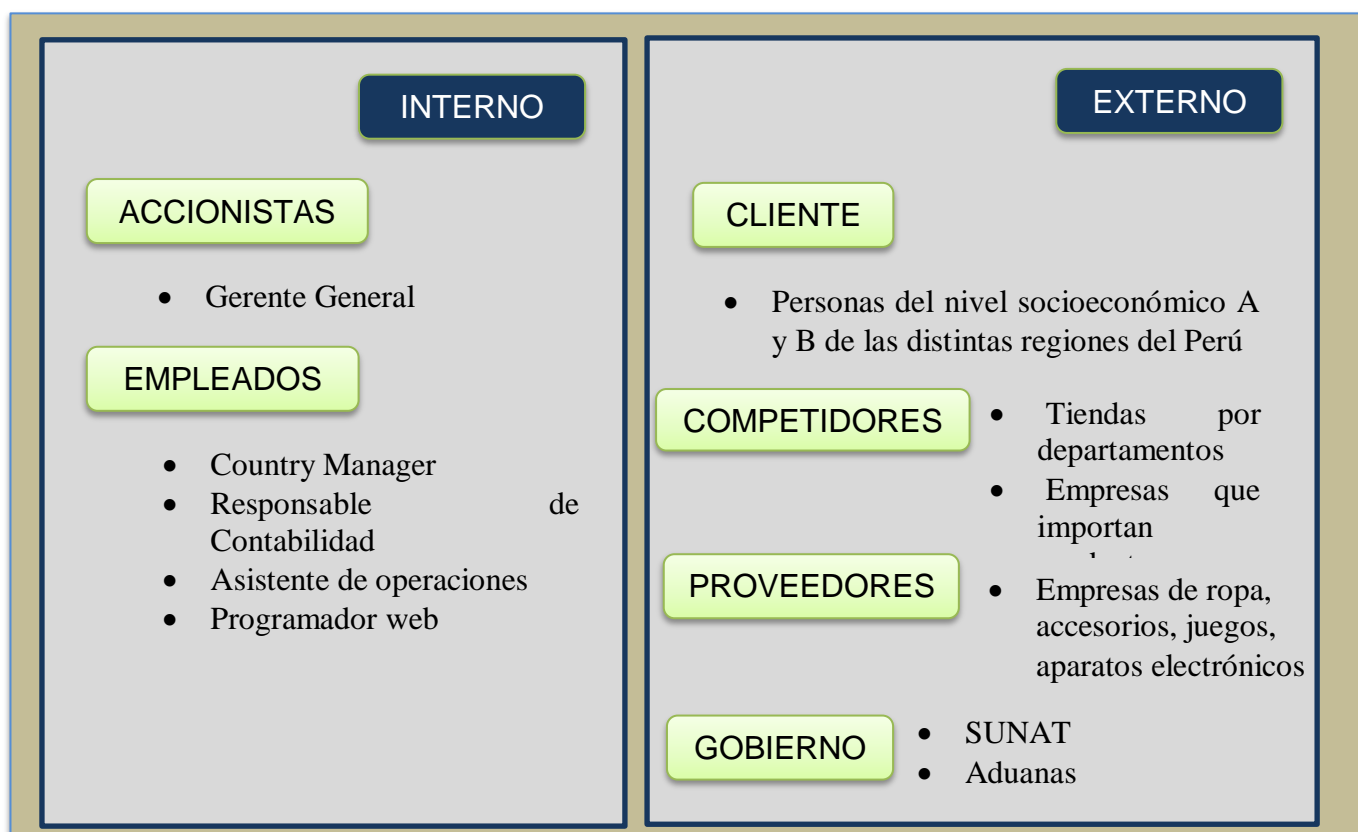


Figura 20: Grupos de interés

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: Expectativas del grupo de interés

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

Fuente: Elaboración propia

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

Para establecer el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad se consideró lo siguiente:

- 1) Los aspectos externos e internos, en este se mencionan el requerimiento de mantener niveles altos de gestión, con la finalidad de hacer frente a los aspectos externos (amenazas y oportunidades) y aspectos internos (debilidades y fortalezas).
- 2) Los requerimientos de los grupos interesados, engloban las tareas operacionales y de soporte.
- 3) La oferta del servicio y/o producto.

De acorde a lo mencionado anteriormente, estos poseen un impacto directo en el desempeño y desarrollo de la empresa. La E-Commerce ha tomado como decisión implementar su Sistema de Gestión de la Calidad los procesos comerciales en la sede de Lima, tal como se detalla a continuación:

“El Sistema de Gestión de Calidad aplica a los procesos de servicio de la organización E-Commerce brindado en la sede de Av. Mariscal La Mar Nro. 750”.

#### 4.4.MAPA DE PROCESOS (REQUISITO 4.4)

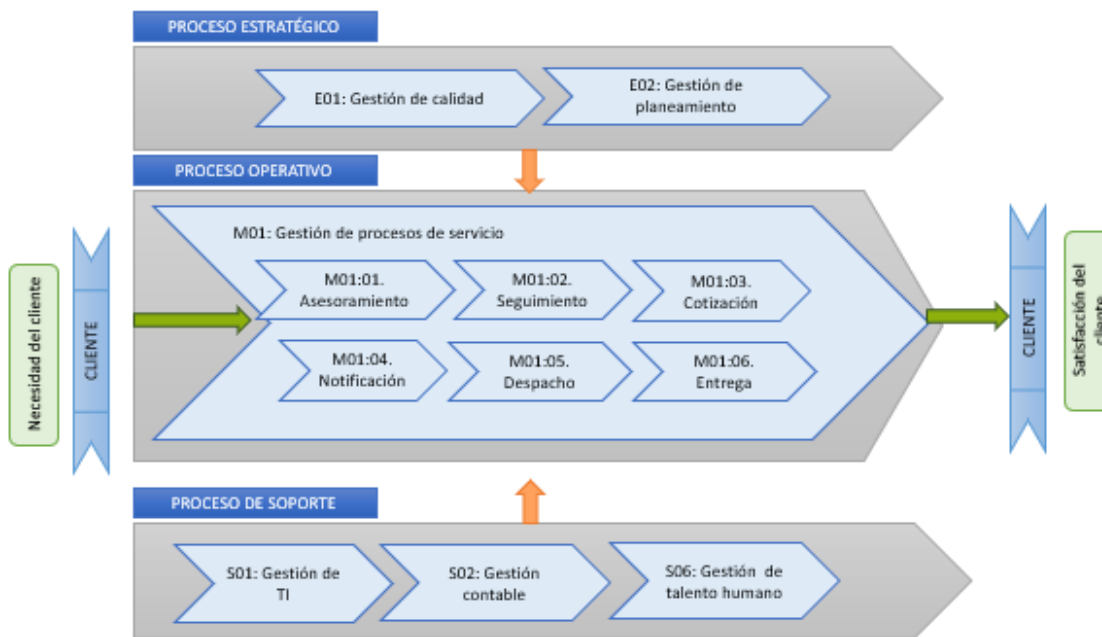


Figura 21: Mapa de procesos

Fuente: Elaboración propia



## I. DESCRIPCIONES DEL PROCESO DE SERVICIO

### B. PROCESOS DE SERVICIO

#### a. Ficha de los procesos

<b>1. NOMBRE DEL PROCESO</b>	PROCESOS DE SERVICIO					
<b>2. RESPONSABLE</b>	Country Manager					
<b>3. OBJETIVOS</b>	Realizar la venta a clientes que gustan de productos traídos del extranjero.					
<b>4. INSUMOS</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Cotización	Asesor de operaciones	Diaria			
<b>5. SALIDAS</b>	<b>SALIDA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>			
	Productos	Cliente	Diaria			
<b>6. PERSONAL Y RECURSOS</b>	Country Manager Asesor de operaciones Responsable de contabilidad					
<b>7. INDICADORES</b>						
<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Unidad</b>	<b>Meta</b>			<b>Resultado</b>
			<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>	
Porcentaje de clientes que aceptan el servicio	$\frac{\text{Total de clientes que aceptan el servicio}}{\text{Total de citas planificadas}} \times 100$	# de clientes	>50	Entre 30 y 50	<30	$= \frac{4}{8} \times 100$ $= 50\%$
El 50% de los clientes con citas planificadas aceptan el servicio.						
<b>8. PROCESOS O SUB PROCESOS</b>	Ninguno					

Figura 22: ficha de proceso

Fuente: Elaboración propia

**b. Diagrama**

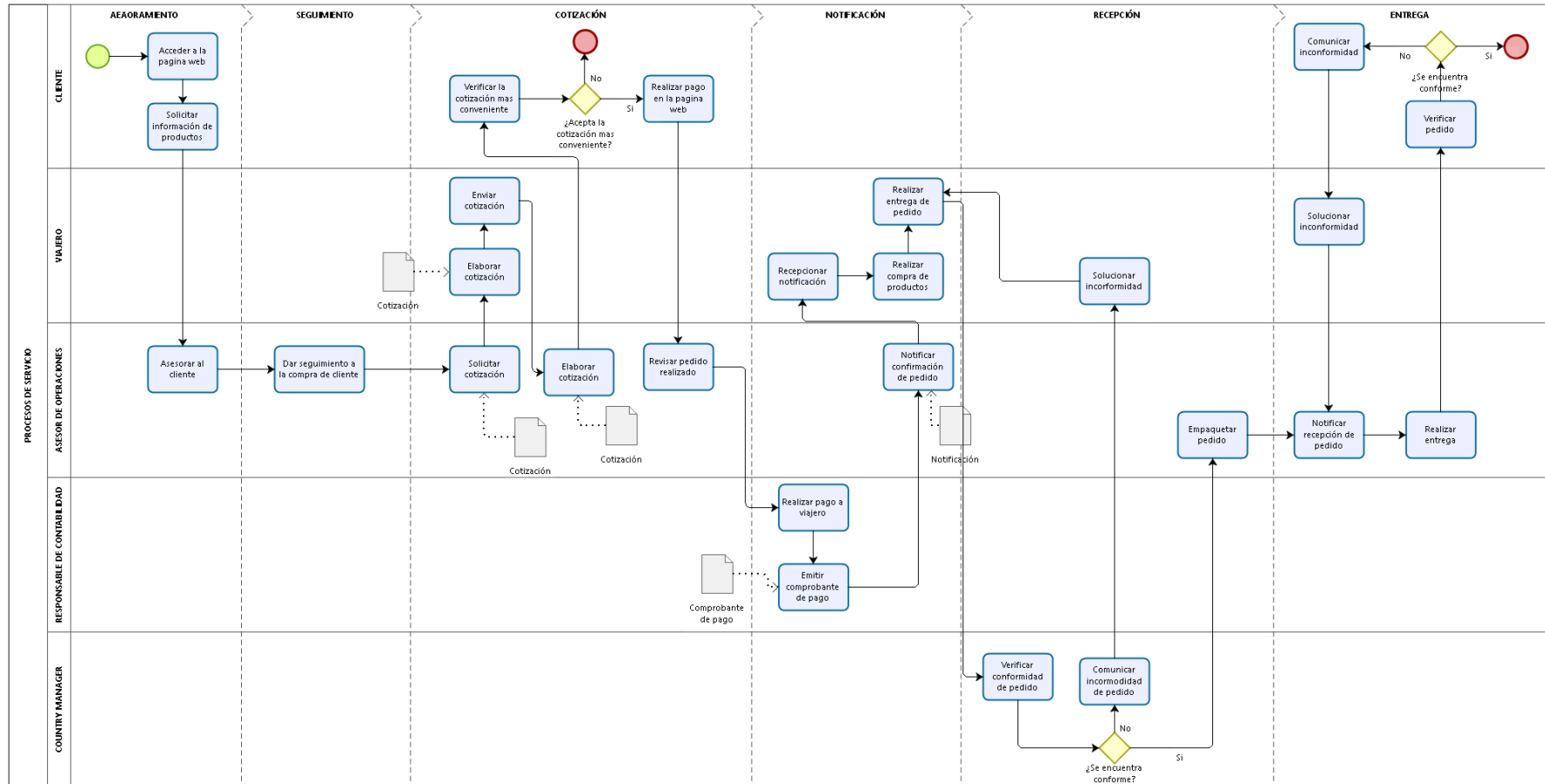


Figura 23: Proceso de servicio

Fuente: Elaboración propia

## 5. LIDERAZGO

### LIDERAZGO (REQUISITO 5)

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

La gerencia es uno de los pilares que también forma parte de la implementación, por ende, también se involucra y gestiona con la finalidad de otorgar a sus clientes y consumidores servicios de primera, se enfoca en todas las actividades asociadas a estas y las mejora constantemente. El responsable suministra y apoya con los medios indispensables (según requerimientos) y conserva el enfoque hacia el consumidor, asimismo, se compromete con el ajuste en los inconvenientes y los procesos.

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

La alta dirección de la E-Commerce tiene la potestad de: inspeccionar, conservar, instituir y modificar la Política de Calidad, la que se detalla a continuación:

La **política de calidad** refleja el **compromiso** de la Gerencia por guardar la calidad del servicio, dado que el sistema de calidad se ha orientado en obligaciones del cliente y al desarrollo continuo, todo lo inverso de los objetivos que lo que busca obtener a través el **compromiso** de los interesados.

También, la política será informado a cada colaborador al acceder a trabajar en la organización a través de un correo electrónico, tal como, en las capacitaciones o charlas con el objetivo de poseer sostenibilidad en la calidad del servicio.

## POLITICA DE CALIDAD

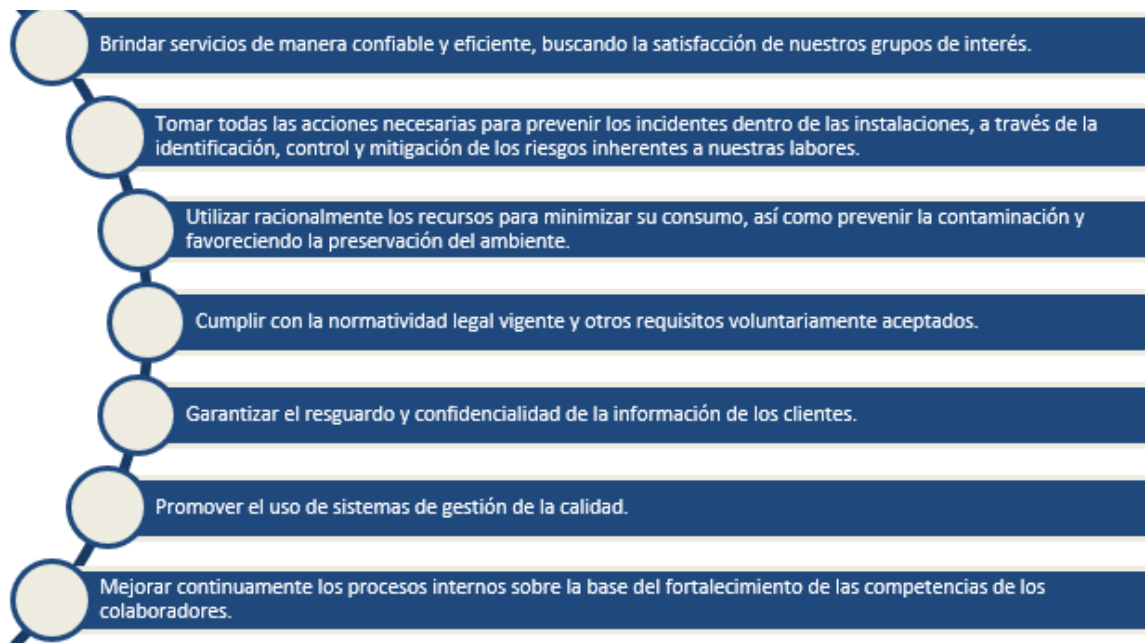


Figura 24: Política de calidad

Fuente: Elaboración propia

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

La E-Commerce instituye las capacidades y conocimientos de sus trabajadores mediante los requerimientos del perfil de puestos de cada área, el cual se encuentra detallado en el Manual de organización y funciones (MOF)

## 6. PLANIFICACIÓN

### PLANIFICACIÓN (REQUISITO 6)

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

Los riesgos de gestión que afectan al Sistema de Gestión de la Calidad u otras actividades de la E-Commerce son reconocidos, desarrollados, estimados e inspeccionados de acuerdo al procedimiento de Administración de Riesgos de Gestión.

Por otro lado, las oportunidades son reconocidas y controladas al momento de realizar la planificación estratégica. Comprensión de la organización y su contexto, y a través de los mecanismos determinados en el procedimiento de Administración de riesgos y oportunidades.

Tabla 27: Matriz AMFE

Modo/s potencial/es de fallo	Efecto/s potencial/es del fallo	Gravedad	Causa(s) potencial(es) del fallo(s)	Ocurrencia	Verificación(es) y/o control(es) actual(es)	Detección	NPR	Acción(es) recomendada(s)	Área(s) / persona(s) responsable(s) y fecha de realización
Gestionar labores administrativas - Atención e interacción con clientes, proveedores.	Insatisfacción del cliente.	9	Insatisfacción del trabajador. Falta de recursos para brindar el servicio conforme.	3	Ninguno	10	270	Promover hábitos saludables, actividades de recreación Establecer ficha de procesos para identificar los recursos.	Jefe de Planeamiento
Gestionar los procesos de servicio de la empresa.	No asesorar al cliente	9	Insatisfacción del cliente	2	Ninguno	10	180	Establecer un control de asesorías	Country Manager
	No dar seguimiento al proceso de compra del cliente	10	Perdida del servicio	2	Ninguno	10	200	Establecer un control de seguimiento	Country Manager
	No realizar la cotización del cliente	9	Insatisfacción del cliente	2	Ninguno	10	180	Establecer tiempos para la elaboración de cotizaciones	Country Manager
	No notificar al viajero sobre el pedido	10	Perdida del servicio	2	Ninguno	10	200	Enviar notificación oportuna al viajero elegido	Country Manager
	No recepcionar pedidos del cliente	1	Perdida del servicio	2	Ninguno	10	20	Establecer cronogramas para la ejecución de las actividades.	Country Manager
	No entregar pedidos del cliente	1	Perdida del servicio	2	Ninguno	10	20	Establecer cronogramas para la ejecución de las actividades.	Country Manager

Filtrado de datos por agentes externos	1	Gastos de materiales	2	Ninguno	10	20	Establecer un responsable para el control de las actividades.	Country Manager
Contratar personal no calificado	2	Descoordinación de labores	2	Ninguno	10	40	Realizar la estandarización de los procesos	Country Manager

*Fuente: Elaboración propia*

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

La E-Commerce instituye cada año Objetivos de calidad relacionados con su Estratégica Planificación, con su Sistema de Gestión de la Calidad, con su Política de Calidad y de acuerdo a la norma ISO 9001.

Dichos objetivos de calidad son validados por la comisión de la E-Commerce, planeados y realizados por los comprometidos determinados para cada uno de ellos.

### OBJETIVOS DE CALIDAD

#### OBJETIVO GENERAL

- Aumentar más del 80% el nivel de satisfacción del cliente en un periodo de 3 meses.

#### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Cumplir al 100% todas las necesidades en el servicio de atención al cliente.
- Aumentar el desarrollo de competencias del personal, a través del 70% de las capacitaciones para garantizar la calidad de los servicios.
- Disminuir al 80% el número de no conformidades del servicio.
- Asegurar al 90% que el sistema de gestión de la calidad se encuentra conforme con el cumplimiento de los requisitos de la Normal Técnica Peruana.
- Disminuir al 90% la ocurrencia de incidentes en el trabajo.
- Cumplimiento al 100% de todos los seguimientos programados.

*Figura 25:Objetivos*

*Fuente: Elaboración propia*



Tabla 28: Objetivos y acciones

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

Cumplimiento al 100% de todos los seguimientos programados.	Gerente General	Porcentaje de cumplimiento de los seguimientos	Bimestral	Número de seguimientos	%	$\frac{\text{Total de seguimientos realizados}}{\text{Total de seguimientos planificados}} \times 100$	<70	Entre 70 y 90	>90
-------------------------------------------------------------	-----------------	------------------------------------------------	-----------	------------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----	---------------	-----

Fuente: Elaboración propia

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

En caso se necesite efectuar modificaciones que involucran al Sistema de Gestión de  
Calidad de la E-Commerce, se fijó lo siguiente:

- La finalidad de la modificación y cualesquiera de sus consecuencias.
- La probidad del Sistema de Gestión de la Calidad.
- La inmediatez de recursos.
- La retribución y asignación de funciones y autoridades.

## 7. APOYO

### APOYO (REQUISITO 7)

#### 7.1.RECURSOS (REQUISITO 7.1)

##### 7.1.1. PERSONAS

El liderazgo de la Alta Dirección debe verse reflejado en la estructura jerárquica y su interrelación entre cada uno de los trabajadores de la E-Commerce, para lo cual se tomará como referencia al “Manual de organización y funciones”.

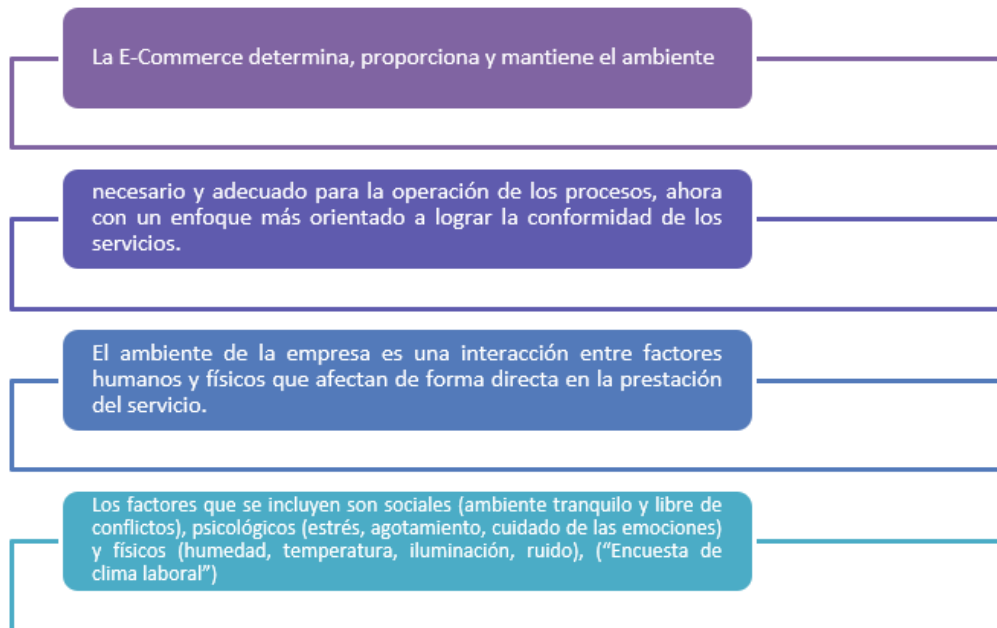
El personal de debe ser consciente de la importancia de su trabajo y los resultados del mismo que contribuyan a lograr los objetivos de calidad.

##### 7.1.2. INFRAESTRUCTURA

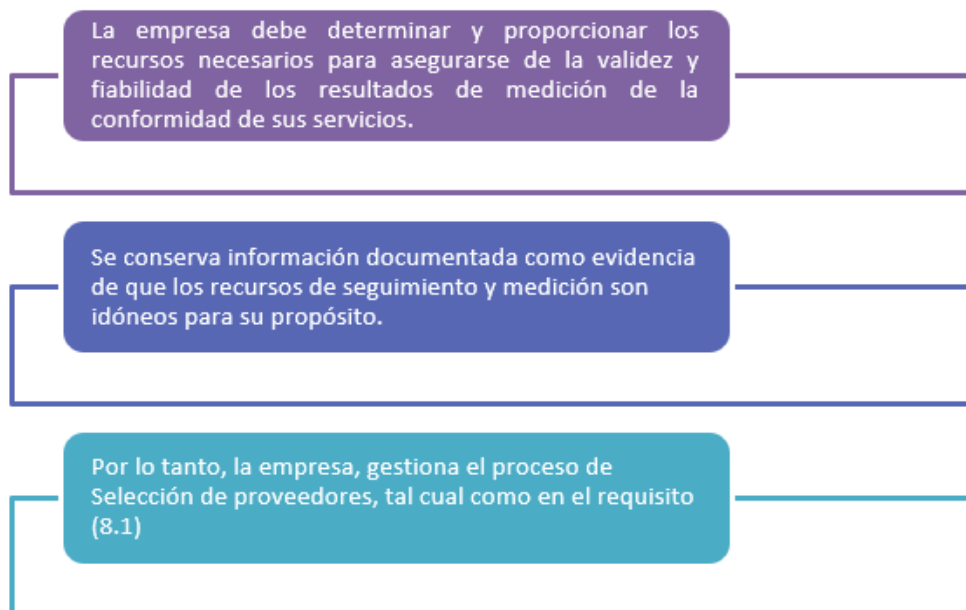
La E-Commerce debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los servicios que brinda a sus clientes.

La infraestructura está conformada por los espacios físicos de trabajo y servicios asociados, equipos, tanto hardware como software, medios de comunicación y tecnología informática “Mantenimiento de instalaciones de la E-Commerce” y “Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos de cómputo”).

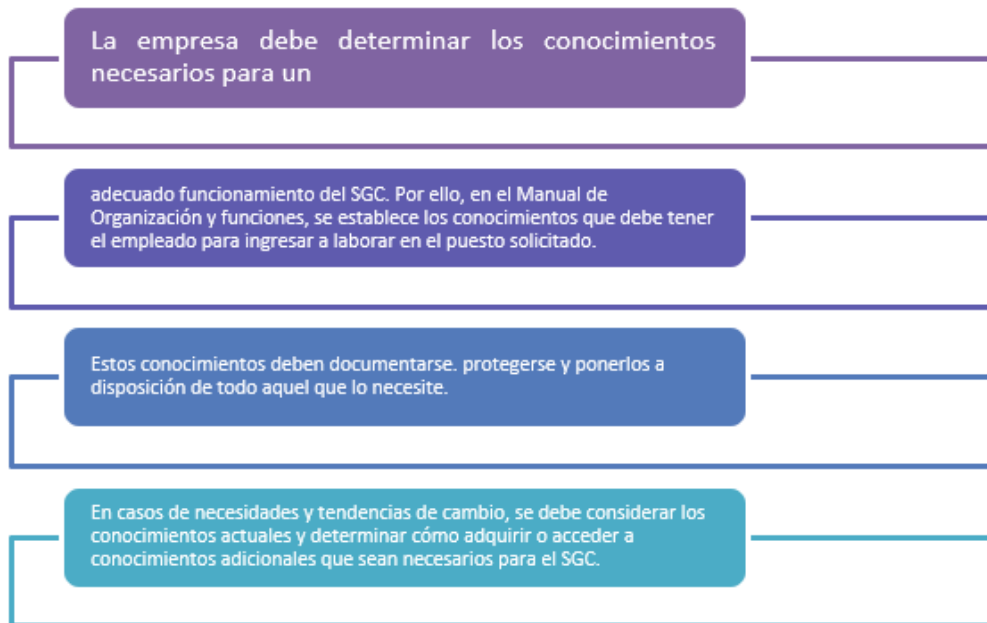
### 7.1.3. AMBIENTE DE TRABAJO



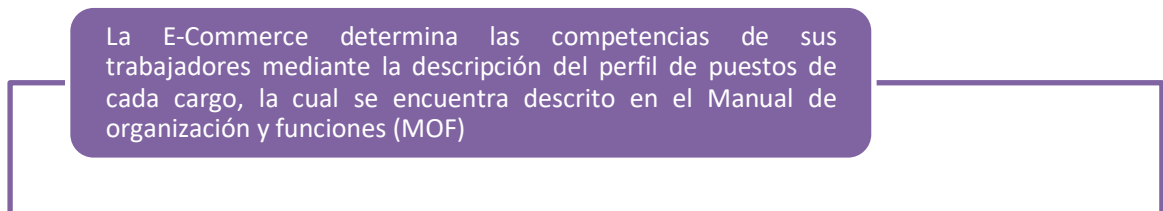
### 7.1.4. RECURSOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICION



### 7.1.5. CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

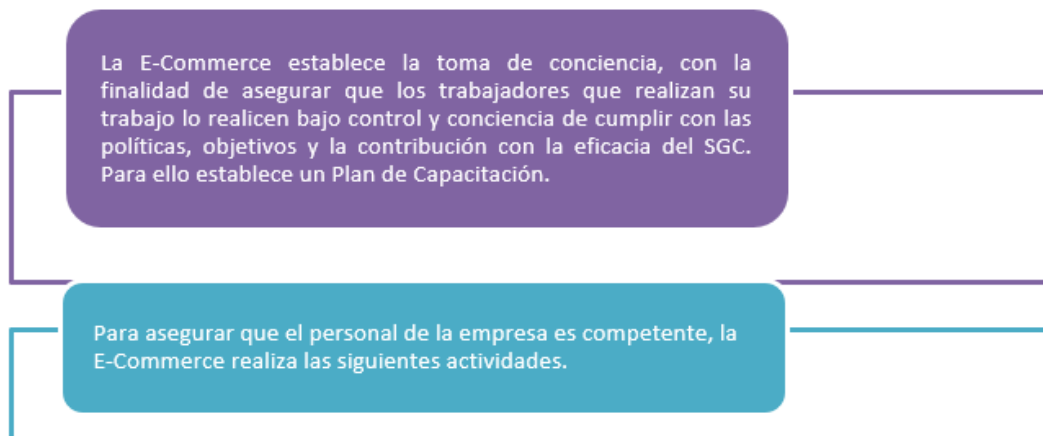


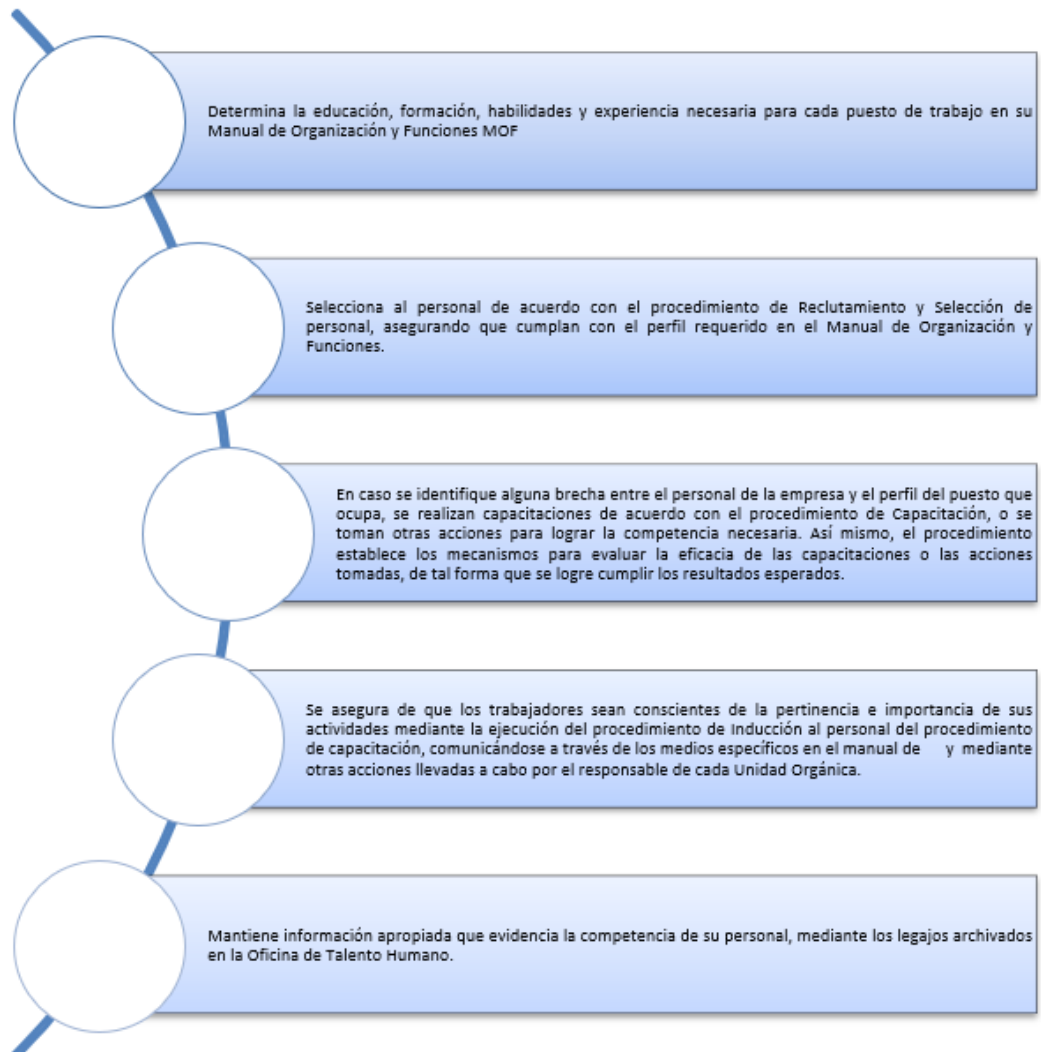
### 7.2. COMPETENCIA (REQUISITO 7.2)



La E-Commerce determina las competencias de sus trabajadores mediante la descripción del perfil de puestos de cada cargo, la cual se encuentra descrito en el Manual de organización y funciones (MOF)

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





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

La E-Commerce cuenta con un manual de Comunicación Interna y Externa que describe los medios de comunicación usados, así como: consideraciones sobre que comunicar, cuando comunicar, a quien comunicar, como comunicarse y quien comunica.

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

La información documentada requerida por la norma ISO 9001, así como la que la E-Commerce ha determinado que es necesaria para la eficacia de su sistema de gestión de la calidad, se encuentra registrada en la Lista maestra de Documentos y Registros internos.

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

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



## 8. OPERACIÓN

### OPERACIÓN (REQUISITO 8)

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

La E-Commerce para planificar eficientemente la satisfacción de los productos, planifica estrategias de cumplimiento de los lineamientos del sistema de gestión de calidad que garanticen la correcta ejecución de las actividades correspondientes a los servicios ofrecidos por la empresa, esto con el fin de garantizar altos estándares de calidad que se traducen en la satisfacción de los requerimientos y necesidad del cliente, por ello, mantiene un procedimiento para la selección y evaluación de sus proveedores.

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

##### 8.2.1. COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

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

Los principales medios de comunicación utilizados por la empresa son:

- Llamadas telefónicas
- Correo electrónico
- Presencial. visitas corporativas

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

- Información sobre el servicio ofrecido por la empresa

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

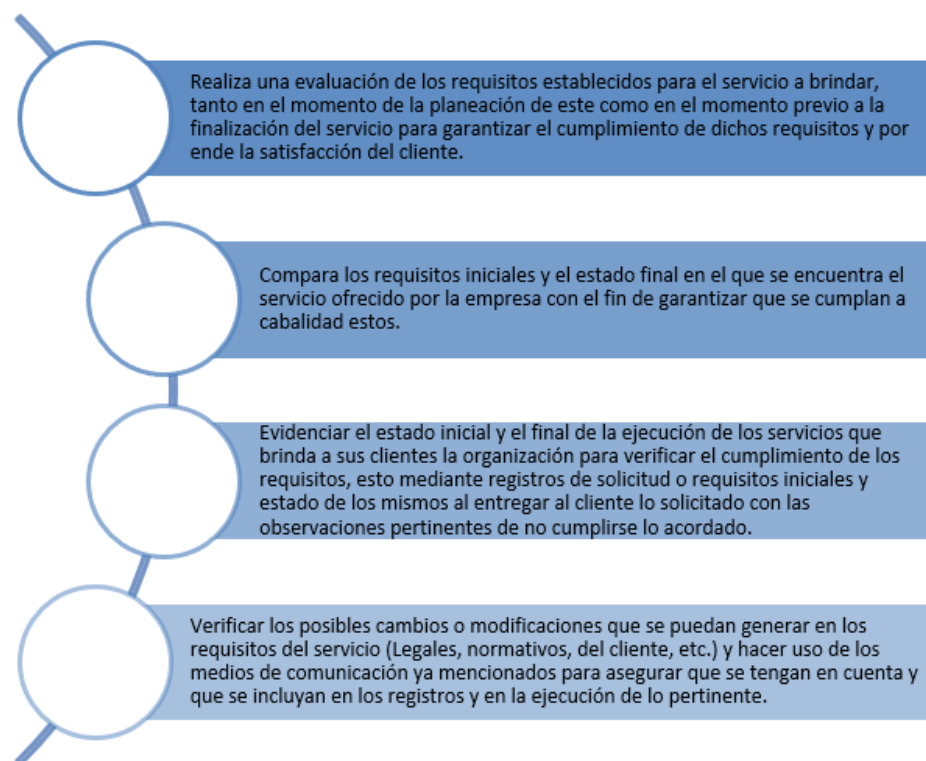
Los requisitos que tienen relación con el servicio ofrecido por la empresa la E-Commerce son establecidos principalmente por las necesidades y requerimientos del cliente, pero también se deben tener en cuenta otros aspectos.

A continuación, se detallan los requerimientos del servicio de la empresa:

Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidades y requerimientos del cliente (Publicidad)</li> <li>• Límites y requisitos legales y normativos según la razón social de la organización.</li> <li>• Requisitos del entorno.</li> </ul>

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

La E-Commerce para otorgar los servicios con niveles altos de calidad se esmera por efectuar una adecuada identificación de los requisitos y la consecución del logro de los mismos. Para ello la empresa efectúa:



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

El requisito 8.3 no aplica para el desarrollo, puesto que la organización no diseña ni desarrolla ningún producto.

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

El requisito 8.3 no aplica para el desarrollo, puesto que la organización no recibe ningún prototipo previo.

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

El encargado de administrar las mejoras y cambios del requisito del cliente es responsable de operación, puesto que es el que mantiene comunicación entre el cliente y los viajeros. de gestionar los cambios del requerimiento del cliente es el asesor de operaciones, dado que es el intermediario entre el cliente y los viajeros.

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

El Cliente es el encargado de aceptar la cotización, para que el viajero pueda adquirir el pedido.

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

Para administrar las no conformidades y sus salidas, se efectúa el proceso de salidas no conformes.

## 9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

### EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO (REQUISITO 9)

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

##### 9.1)

La E-Commerce ha establecido:

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



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



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



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



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



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

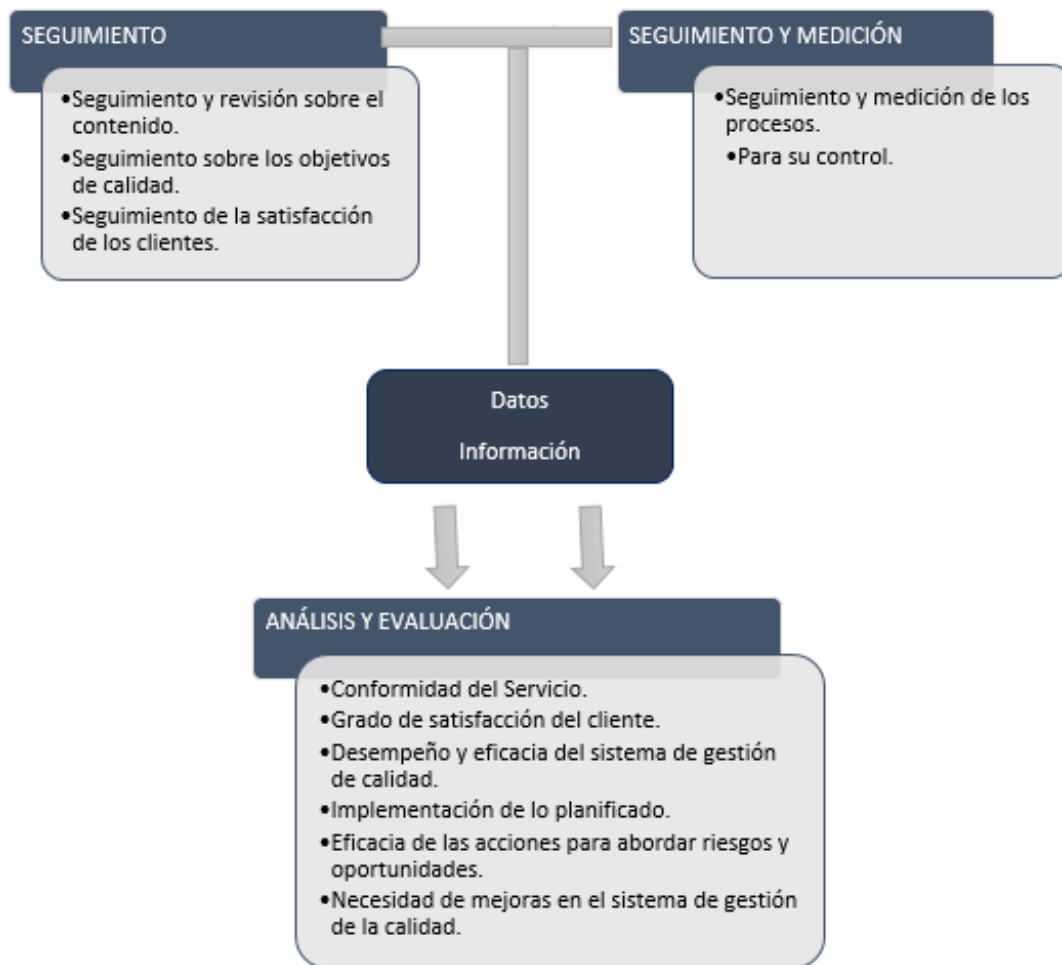


Figura 26: Seguimiento y medición

Fuente: Elaboración propia

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

La E-Commerce efectúa el control y evaluación de la información referente al discernimiento del consumidor en relación al desempeño de sus requerimientos, empleando las metodologías específicas en:

- a) El procedimiento de Medición de la satisfacción del cliente sobre la aplicación de encuestas de satisfacción por lo menos una vez al año.
- b) El procedimiento de Atención de reclamos del cliente.

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

En la E-Commerce se formalizan auditorías internas en lapsos de tiempos establecidos, para fortalecer que su sistema de gestión de la Calidad marche correctamente.

De acuerdo a los requisitos establecidos y disposiciones de la norma ISO 9001:2015 y normativas legales. es conforme su cumplimiento.

Se ha establecido y mantenido de forma eficaz.

Las auditorías internas se efectúan en base al proceso establecido por la E-Commerce.

- a. Posee un informe anual de auditorías, las cuales son desarrolladas tomando en consideración la finalidad de la calidad, los procesos involucrados con su debida importancia, mejoras del cliente, cambios que involucran a la empresa, así como el efecto de las previas auditorias.
- b. Establece una planificación de auditorias internas para cada vez que se efectúen cada una de ellas, tomando en consideración los aspectos de auditorías, metodologías, alcances, responsabilidades, requerimientos, sus asignados auditores, riesgos, entre otros.
- c. Posee información apropiada para los reportes de auditorías internas.
- d. Se cerciora que el encargado del proceso evaluado efectúe las mejoras y las acciones pertinentes de mejoras para reducir las no conformidades.

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

La organización efectúa tertulias en las que se revisa el Sistema de Gestión, el tiempo de estas revisiones se efectuar anualmente, con el objetivo de afirmar la continua eficiencia, conforme con el proceso de Investigación por la Dirección.

- a) Las acciones de mejoras del proceso y de sus servicios en cuanto a los requerimientos del cliente.
- b) Efectuar cambios ante cualquier requerimiento o necesidad del sistema, tomando en cuenta el requerimiento de recursos.

## 10. MEJORA

### MEJORA (REQUISITO 10)

#### 10.1. MEJORA (REQUISITO 10)

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

La organización realiza mejoras constantemente en cuanto al ajuste, la convivencia y la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad, efectuando sus actividades con apoyo de las siguientes herramientas.



*Figura 27: Mejora continua*

*Fuente: Elaboración propia*

## 10.2. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL SGC

Para elaborar la implementación, se especificarán cada una de las siguientes etapas:

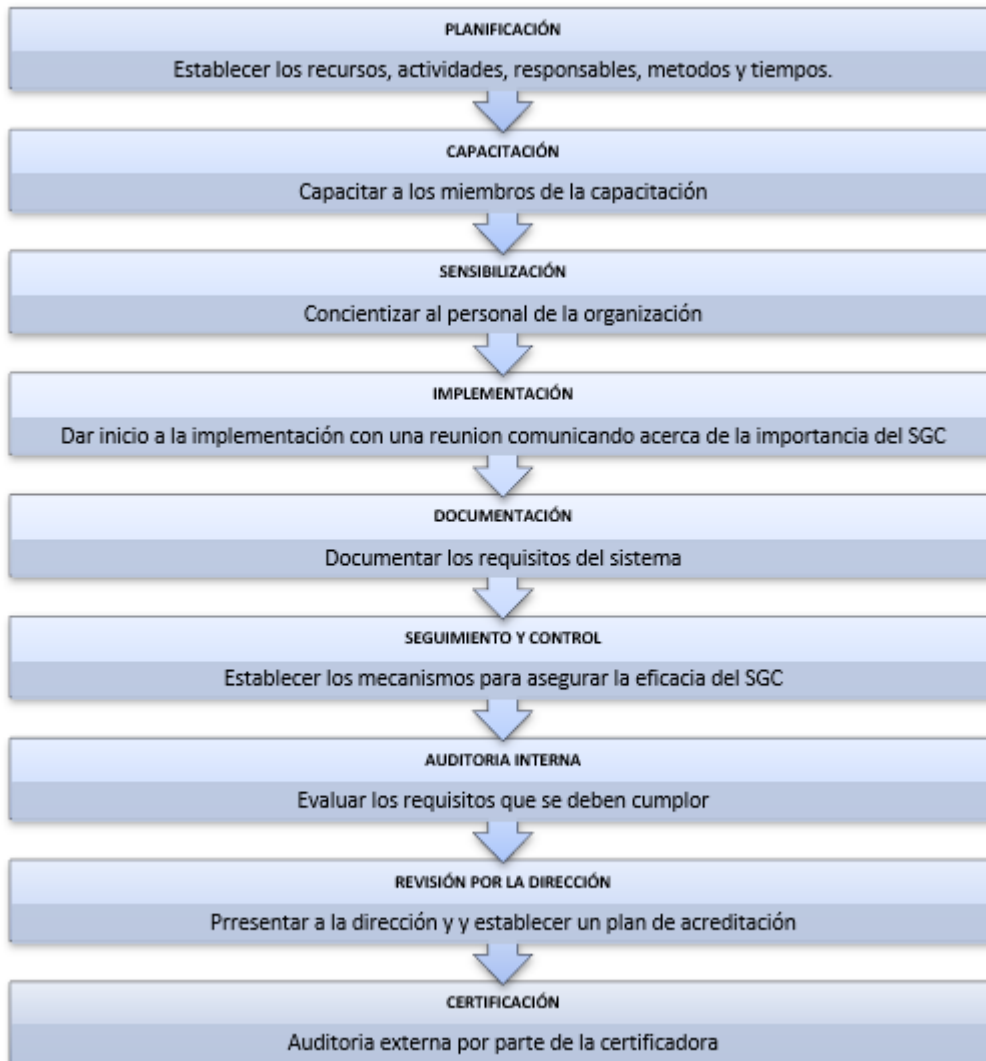



Figura 28: Plan de implementación

Fuente: Elaboración propia

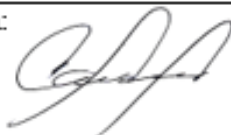
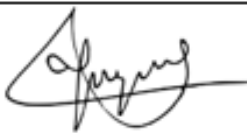
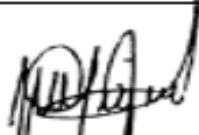


**ANEXO N° 13 MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES**

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

# MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

FECHA DE VIGENCIA	01/08 /2019	VERSION:	00
-------------------	-------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## **I. FINALIDAD DEL MANUAL**

El Manual de Organización y Funciones instituye la distribución armónica y práctica de la E-Commerce, precisa la autoridad, etapas de relación, así como las facultades y puestos de los comprometidos de cada área, con la finalidad de obtener un pertinente y eficientemente ejercicio de las diligencias que la organización realiza.

## **II. ALCANCE**

El manual es un documento que todo personal de la E-Commerce debe conocer para el desarrollo de sus actividades.

## **III. APROBACIÓN**

El responsable de la E-Commerce ratificó el Manual de Organización y Funciones a través del acuerdo efectuado por los responsables del mismo documento.

## **IV. FILOSOFIA DE LA EMPRESA**

### **A. OBJETO**

El objeto de la E-Commerce es dedicarse a las actividades de venta de productos traídos por viajeros.

### **B. MISIÓN**

Somos una empresa con el objetivo de permitirle a cualquier persona, traer sus compras desde cualquier parte del mundo, de una manera rápida, segura y a las mejores tarifas, con un servicio al cliente excepcional.

### **C. VISIÓN**

Expandir nuestro modelo por Latinoamérica, y crear una plataforma cada día más cómoda y amigable con nuestros clientes y viajeros, siendo la empresa líder en el rubro.

## V. ORGANIGRAMA



Figura 29: Organigrama

Fuente: Elaboración propia

## VI. FUNCIONES

### A: ORGANO DE DIRECCIÓN

#### 1. CONFORMADO POR:

Está conformado por el Gerente General.

#### 2. FUNCIONES

DESCRIPCION DEL PUESTO	
<b>A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	GG
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Gerente General
<b>B. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>a. Funciones generales:</b></p> <p>Administrar el control de conformidad de las tareas de la empresa, con el objetivo de lograr rentabilidad, provisionando eficazmente los recursos.</p> <p><b>b. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobar persistentemente el desarrollo de todos los colaboradores de la empresa.</li> <li>• Originar el respeto y espontaneidad con el colaborador y entre los mismos, con la finalidad de cautelar un apropiado clima laboral.</li> <li>• Dictaminar y administrar la política de administración que permita una atinada gestión de la entidad, para el lucro de sus fines y objetivos.</li> </ul>	

- Desempeñar la función administrativa, comercial y jurídico de la organización, representando alce toda categoría de autoridades.
- Administrar, controlar y valorar el plan fundamental y los planes operativos de las áreas organizacionales, al igual que de los presupuestos correspondientes.
- Certificar que se logren los objetivos trascendentales.
- Verificar la atracción de clientes.
- Fundar el planeamiento de tareas de realización.

#### c. LINEA DE AUTORIDAD

##### a. Reporta a:

No tiene supervisor

##### b. Supervisa a:

- Clientes
- Country Manager
- Proveedores

#### d. RELACIONES DEL CARGO:

##### a. Relación interna:

Con todos los trabajadores de la empresa.

##### b. Relación externa:

Proveedores  
Clientes

#### e. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

##### a. Formación académica

###### i. Educación

Título profesional en la carrera de Administración o carreras afines.

###### ii. Conocimientos y requisitos

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

###### iii. Experiencia

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

**b. Habilidades**

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

**c. Ámbito laboral**

**i. Condiciones de trabajo**

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

**ii. Uso de equipos y herramientas**

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

## B: ORGANO DE EJECUCIÓN

### 3. CONFORMADO POR:

Está conformado por el Country Manager

### 4. FUNCIONES

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar otras actividades que le sean asignadas por su <u>Jefe</u> inmediato.</li> </ul>
<p><b>a. LINEA DE AUTORIDAD</b></p>
<p><b>a. Reporta a:</b> Gerente General</p> <p><b>b. Supervisa a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente de operaciones</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Responsable de contabilidad</li> <li>• Programador web</li> </ul>
<p><b>b. RELACIONES DEL CARGO:</b></p>
<p><b>a. Relación interna:</b> Con todos los trabajadores de la empresa.</p> <p><b>b. Relación externa:</b> Proveedores Clientes</p>
<p><b>c. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b></p>
<p><b>a. Formación académica</b></p> <p><b>i. Educación</b> Título profesional en la carrera de Administración, Marketing o carreras afines.</p> <p><b>ii. Conocimientos y requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de Office a nivel avanzado.</li> <li>• Conocimientos de normativas y leyes tributarias.</li> <li>• Conocimiento en marketing</li> <li>• Planeamiento estratégico.</li> <li>• Gestión de la calidad.</li> </ul> <p><b>iii. Experiencia</b></p>

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

**b. Habilidades**

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

**c. Ámbito laboral**

**i. Condiciones de trabajo**

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

**ii. Uso de equipos y herramientas**

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



## C: ORGANO DE LINEA

### 5. CONFORMADO POR:

Está conformado por el Asesor de operaciones, Responsable de contabilidad y Programador web.

### 6. FUNCIONES

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

- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.
- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.

### C. LINEA DE AUTORIDAD

**a. Reporta a:**

Country Manager

**b. Supervisa a:**

- No tiene

### D. RELACIONES DEL CARGO:

**a. Relación interna:**

- Gerente General
- Country Manager
- Programador web
- Responsable de contabilidad

**b. Relación externa:**

Cliente

### E. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

**a. Formación académica**

**i. Educación**

Titulado en la carrera de Administración o Marketing.

**ii. Conocimientos y requisitos**

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

**iii. Experiencia**

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

**b. Habilidades**

- Proactivo

- Trabajo en equipo
- Habilidades comunicativas
- Orientación de servicio a clientes

**c. Ámbito laboral**

**i. Condiciones de trabajo**

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

**ii. Uso de equipos y herramientas**

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

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	RC
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Responsable de contabilidad
<b>B. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>a. Funciones generales:</b></p> <p>Gestionar las cuentas por cobrar, pagar, flujos de caja actual y proyectada, así como, controlar y administrar los contratos del personal de la empresa.</p> <p><b>b. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar declaraciones mensuales del PDT 621.</li> <li>• Realizar declaración de libros electrónicos.</li> <li>• Realizar declaraciones anuales, balance general, impuesto temporal a los activos netos.</li> <li>• Realizar estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.</li> <li>• Realizar bancarizaciones, registros contables y descargos.</li> <li>• Realizar elaboración de estados financieros.</li> <li>• Provisionar gastos mensuales de la empresa, en base al flujo de caja actual.</li> <li>• Mantener actualizado el registro de personal, administrativo y operativo.</li> <li>• Recepcionar, evaluar y distribuir requerimientos realizados por las áreas de la empresa.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>C. LINEA DE AUTORIDAD</b>	
<p><b>a. Reporta a:</b></p> <p style="padding-left: 40px;">Country Manager</p> <p><b>b. Supervisa a:</b></p>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene</li> </ul>
<p><b>D. RELACIONES DEL CARGO:</b></p>
<p><b>a. Relación interna:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> <li>• Country Manager</li> <li>• Programador web</li> <li>• Responsable de contabilidad</li> </ul> <p><b>b. Relación externa:</b></p> <p>Cliente</p>
<p><b>E. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO</b></p>
<p><b>a. Formación académica</b></p> <p><b>i. Educación</b></p> <p>Título profesional en la carrera de Administración, Contabilidad, Economía o carreras afines.</p> <p><b>ii. Conocimientos y requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de Office a nivel avanzado.</li> <li>• Conocimiento de Inglés a nivel intermedio.</li> <li>• Conocimientos de normas y leyes tributarias</li> <li>• Conocimientos en contabilidad</li> <li>• Control de caja chica</li> </ul> <p><b>iii. Experiencia</b></p> <p>Experiencia mínima de 2 años trabajando en puestos administrativos en el rubro contable.</p> <p>Experiencia en Administración de costos,</p> <p><b>b. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y organizar actividades en base a objetivos.</li> <li>• Capacidad de organización.</li> <li>• Adaptabilidad y flexibilidad.</li> <li>• Desarrollar métodos y procedimientos de trabajo.</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul> <p><b>c. Ámbito laboral</b></p> <p><b>i. Condiciones de trabajo</b></p>

Amplia área de trabajo y equipos de calidad.

**ii. Uso de equipos y herramientas**

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

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
<b>A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>CODIGO:</b>	PW
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Programador web
<b>B. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>	
<p><b>a. Funciones generales:</b></p> <p style="padding-left: 40px;">Diseñar, crear y dar mantenimiento a páginas y aplicaciones web de la empresa</p> <p><b>b. Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escribir el código en distintos lenguajes de programación, tales como HTML, XML PHP o JavaScript.</li> <li>• Diseñar nuevas aplicaciones o sitios de internet:</li> <li>• Diseñar la arquitectura de las aplicaciones o sitios de internet.</li> <li>• Seleccionar el mejor lenguaje de programación para las aplicaciones o sitios de internet.</li> <li>• Diseñar y desarrollar las aplicaciones o sitios de internet.</li> <li>• Integrar los gráficos, el audio y el video en la aplicación o sitio web.</li> <li>• Realizar pruebas para medir la calidad del sitio y detectar cualquier error presente en las aplicaciones o sitios de internet, utilizando para ello distintos exploradores.</li> <li>• Presentar el sitio web o aplicaciones a los clientes.</li> <li>• Solucionar errores o problemas en la ejecución de las aplicaciones o sitios web.</li> <li>• Agregar nuevas funciones a la ejecución de los sitios de internet y las aplicaciones:</li> <li>• Diseñar y desarrollar nuevas funciones.</li> <li>• Probar las nuevas funciones para verificar que funcionen correctamente.</li> <li>• Revisar el código elaborado por otros miembros del equipo para detectar errores.</li> <li>• Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> </ul>	

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

### C. LINEA DE AUTORIDAD

**a. Reporta a:**

Country Manager

**b. Supervisa a:**

- No tiene personal a su cargo

### D. RELACIONES DEL CARGO:

**a. Relación interna:**

- Todos de la organización

**b. Relación externa:**

Cliente

### E. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

**a. Formación académica**

**i. Educación**

Titulado en la carrera de sistemas o técnico en informática.

**ii. Conocimientos y requisitos**

- Instrucciones consistentes en métodos web.
- Dominio de programas informáticos.
- Conocimientos de diseño gráfico.
- Conocimientos en marketing.

**iii. Experiencia**

Experiencia mínima de 3 años.

**b. Habilidades**

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

**c. Ámbito laboral**

**i. Condiciones de trabajo**


Amplia área de trabajo y equipos de calidad.



**ii. Uso de equipos y herramientas**

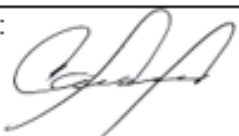
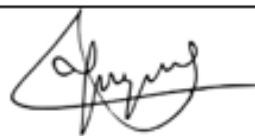
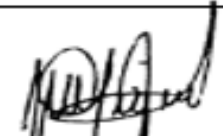
Tiene la responsabilidad de velar por la integridad de todo el equipo a su cargo.

## ANEXO N° 14 PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS

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

# CONTROL DE DOCUMENTOS

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	Maria Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## **1. NOMBRE DEL PROCESO**

Control de documentos y registros

## **2. OBJETIVO**

Determinar las tareas para la actualización, creación y control de los datos documentados en el Sistema de Gestión de Calidad de la E-Commerce, con la finalidad de establecer la distribución oportuna y el acceso a los documentos y cambios, manteniendo la preservación, el almacenamiento y evitando la pérdida de los documentos.

## **3. ALCANCE**

Se emplea a todos los datos documentados, ya sean internos o externos asociados a la E-Commerce.

Abarca desde el análisis de las necesidades hasta su gestión de cada documento.

## **4. RESPONSABILIDAD**

### **c. DUEÑO DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento

### **d. ACTORES DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento: Responsable de actualizar, modificar o realizar informes en base a los requisitos del colaborador.

Trabajadores: Analizar e identificar el requerimiento o necesidad para desarrollar o actualizar los documentos,

## **5. DOCUMENTOS APLICABLES**

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

## 6. PROCESO

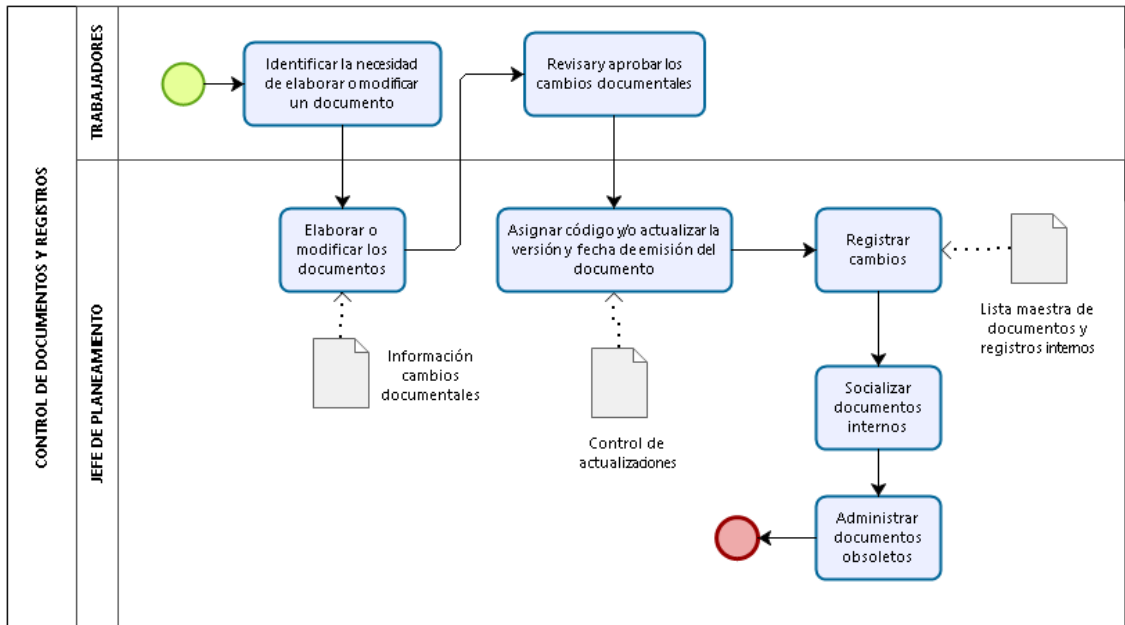


Figura 30: Proceso de Control de documentos y registros

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO

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

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

Figura 31: Lista maestra de documentos y registros internos

Fuente: Elaboración propia


### b. INFORMACIÓN DE CAMBIOS DOCUMENTALES

MACRO PROCESO	PROCESO	CODIGO DEL DOCUMENTO (si es doc nuevo, se coloca NA)	NOMBRE DEL DOCUMENTO	DOCUMENTOS EN DONDE SE REFERENCIA EL DOC SUJETO A CAMBIOS	DESCRIPCION DE LOS CAMBIOS				RUTA DE ARCHIVO
					TIPO DE SOLICITUD	CAMPO O TITULO EN EL DOCUMENTO	TIPO DE CAMBIO	DETALLE DE CAMBIO	

Figura 32: información de cambios documentales

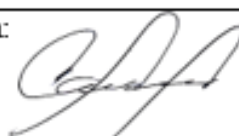
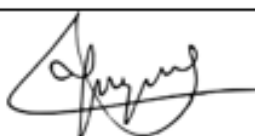
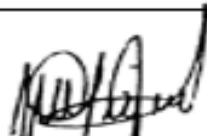
Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 15 PROCEDIMIENTO DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y PREVENTIVO DE EQUIPOS DE COMPUTO DE LA E-COMMERCE**

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

# MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y PREVENTIVO DE EQUIPOS DE COMPUTO

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

**1. NOMBRE DEL PROCESO**

Mantenimiento correctivo y preventivo de equipos de cómputo de la E-Commerce

**2. OBJETIVO**

Determinar el proceso a continuar para el desarrollo de la reparación preventiva y correctiva de los equipos,

**3. ALCANCE**

Abarca desde la planificación de la reparación preventiva y correctiva, hasta su conformidad.

**4. RESPONSABILIDAD**

**a. DUEÑO DEL PROCESO**

Jefe de Sistemas

**b. ACTORES DEL PROCESO**

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

**5. DOCUMENTOS APLICABLES**

Control de mantenimiento preventivo

Reporte de mantenimiento preventivo

Reporte de mantenimiento correctivo

**6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO**

Tabla 29: Proceso de Mantenimiento correctivo y preventivo de equipos de cómputo de la E-Commerce

Nº	ACTIVIDAD	ACTOR
1	<p>Realizar mantenimiento preventivo</p> <p>Nota: De acuerdo al control de mantenimiento preventivo establecido en el formato “Control de mantenimiento preventivo”, se debe efectuar periódicamente el mantenimiento de todos los equipos de cómputo.</p> <p>La ejecución del mantenimiento preventivo puede constar de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La actualización del software instalado y/o sistema operativo</li> <li>- Ejecución del antivirus y antispyware</li> <li>- Depuración de archivos</li> </ul>	Jefe de sistemas
2	<p>Realizar mantenimiento correctivo</p> <p>Nota: De producirse alguna falla en el funcionamiento de las computadoras, laptops, impresoras o servidores, el usuario debe comunicar el incidente.</p> <p>Una vez tomado conocimiento del incidente, el personal de Sistemas debe realizar el respectivo diagnóstico del funcionamiento del equipo; una vez determinadas las causas, se deben tomar medidas correctivas.</p>	Jefe de sistemas

Fuente: Elaboración propia



## ANEXO N° 17 ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

La E-Commerce, como organización se encuentra permanentemente preocupado por la satisfacción y progreso de los colaboradores. Por ello, ofrece la oportunidad de formular opiniones en relación a los aspectos condicionales de acuerdo al desempeño laboral.

A continuación, se presentan las afirmaciones, las que se recomiendan que se respondan con honestidad y sinceridad. Tener en cuenta que el cuestionario es anónimo.

Tabla 30: Encuesta de clima laboral

		CRITERIO DE CALIFICACIÓN				
		Nunca = 1	Casi nunca = 2	A veces = 3	Casi siempre = 4	Siempre = 5
N°	Aspectos Evaluados	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Considero que existe un buen ambiente de trabajo.					
2	La comunicación interna es una actividad permanente y planificada.					
3	Existe una buena comunicación entre jefes y colaboradores.					
4	Dispongo de los materiales y recursos necesarios para realizar mi trabajo.					
5	Los directivos siempre se preocupan por el bienestar de sus colaboradores.					
6	Tengo autonomía para llevar a cabo mi trabajo					
7	Recibo formación para actualizar los conocimientos de mi trabajo.					
8	Mi jefe inmediato me trata de manera justa y evita cualquier tipo de favoritismos.					
9	Mi jefe me proporciona periódicamente información sobre mi desempeño.					
10	Mi jefe se preocupa por transmitir los valores, misión y objetivos					
11	En la organización existe un nivel de liderazgo claro y definido.					
12	Tengo la información que necesito para realizar mi trabajo con excelencia					
13	Estoy satisfecho con las condiciones de trabajo que me ofrece la empresa.					
14	El trabajo que realizo me produce mucha satisfacción.					
15	Siento que mi aporte y mi trabajo son muy importantes para la empresa					
		<b>PUNTAJE</b>				
		<b>PUNTAJE TOTAL</b>				

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 18 PLAN DE CAPACITACIÓN

### OBJETIVO

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

### RESPONSABLE

Alva Trelles Carlos Alonzo

### TIEMPO

2 días

### LUGAR

Sala de reuniones de la E-Commerce

### INVERSIÓN

S/. 400.00

### TEMAS A TRATAR

*Tabla 31: Plan de capacitación*

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

---

Procesos que apoyan la calidad: tecnología, infraestructura y equipos, personas, otros necesarios.

---

La operación de la organización respecto de la calidad.

---

La evaluación del desempeño respecto de los requisitos de calidad.

---


La integración y la auditoría de un sistema de gestión de calidad y salud ocupacional. Técnicas de auditoría y herramientas para gestionar la auditoría.

---

Mejora continua.

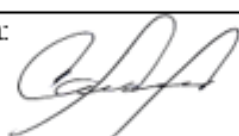
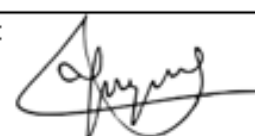
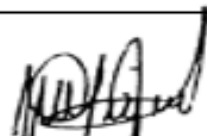
*Fuente: Elaboración propia*

## ANEXO N° 16 PROCEDIMIENTO DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL

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

# CAPACITACIÓN AL PERSONAL

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## **1. NOMBRE DEL PROCESO**

Capacitación al personal

## **2. OBJETIVO DEL PROCESO**

Efectuar entrenamiento al personal de la organización

## **3. ALCANCE**

Se emplea solo para el entrenamiento del colaborador asociado a los procesos corporativos.

Engloba todo el análisis organizacional, hasta el desarrollo de la capacitación.

## **4. RESPONSABILIDADES**

### **a. DUEÑO DEL PROCESO**

Country Manager

### **b. ACTORES DEL PROCESO**

Country Manager: Responsable de efectuar la identificación, análisis y el contenido de los temas fijados.

Trabajador: Responsable de tomar el control de asistencia en la reunión de capacitación.

## **5. DOCUMENTOS APLICABLES**

Formato de recojo de información

Cronograma de capacitaciones


Plan de capacitación

## **6. CONDICIONES BASICAS**

Para la ejecución del programa de entrenamiento, el Gerente deberá de identificar los temas principales a efectuarse.



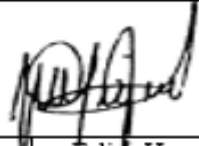


## ANEXO N° 18 PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

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

# COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Comunicación, participación y consulta

## 2. OBJETIVO

Desarrollar los aspectos para mejorar la comunicación interna de la empresa, tal como asegurando la comunicación hacia fuera de la organización, tanto con los proveedores como clientes y entre otros.

## 3. ALCANCE

Se emplea a la administración de tácticasales internas y externas a la empresa y entre colaboradores.

## 4. RESPONSABILIDAD

### A. DUEÑO DEL PROCESO

Gerente General

### B. ACTORES DEL PROCESO

Gerente General: Responsable de gestionar los medios de comunicación.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Matriz de comunicaciones

## 6. PROCESO

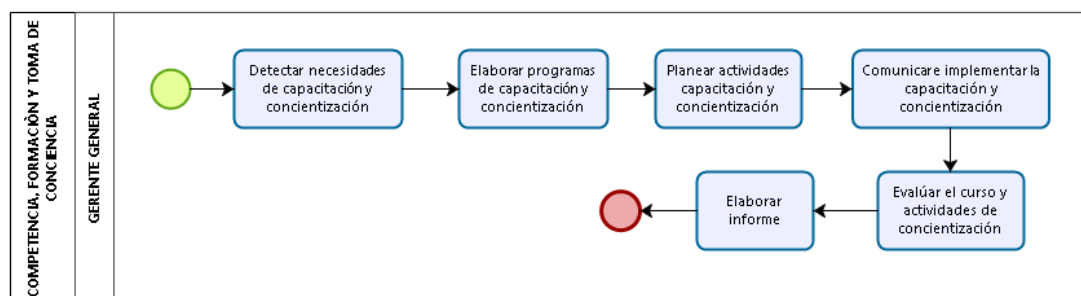



Figura 33:Proceso de Comunicación, participación y consulta

Fuente: Elaboración propia

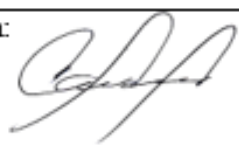
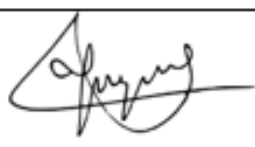
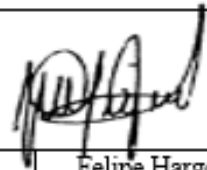


## ANEXO N° 19 MANUAL DE COMUNICACIÓN

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

# MANUAL DE COMUNICACIONES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## A. COMUNICACIÓN INTERNA SGC 9001

De acuerdo a lo asignado en la norma ISO 9001:2015, con la finalidad de instituir una comunicación eficiente, se asignan los canales como medios de comunicación y los personajes responsables del proceso.

Tabla 33: Matriz de comunicación interna

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

Fuente: Elaboración propia

## **B. COMUNICACIÓN EXTERNA**

### **i.SISTEMA WEB**

Es un medio electrónico que permite la divulgación de un servicio, también, permite fomentar la interacción y participación por parte del cliente, en la que puede enviar quejas, peticiones o reclamos. Sin embargo, en este también puede efectuar una comunicación directa entre empresa y cliente.

### **ii.REDES SOCIALES**

Se emplea de forma institucional, mediante esta, se publican los anuncios de reclutamiento de profesionales.

Permite el acceso mediante el uso del internet.

El contenido es de forma interna y externa.

### **iii.CHAT**

Es una aplicación que permite tener mensajería en la que se pueden efectuar consultas o absolver dudas.

Normalmente el chat dentro de la organización es dirigido por el Gerente.

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


De acuerdo a lo indicado en la normativa, se identifican y señalan los canales de comunicación, tal como los personajes involucrados en las actividades. Las cuales se describen a continuación.

Tabla 34: Matriz de comunicación externa

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

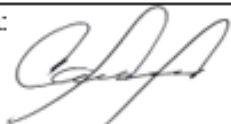
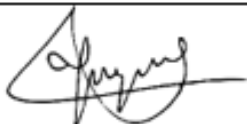
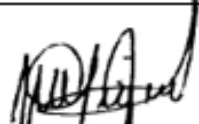
Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 20 PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES

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

# SELECCIÓN DE PROVEEDORES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Evaluación y selección de proveedores

## 2. OBJETIVO

Definir los aspectos evaluativos para los proveedores de acorde a una serie de criterios establecidos, verificando el logro del cumplimiento por parte de los mismos, en base a los requerimientos establecidos anteriormente.

## 3. ALCANCE

Se emplea para la valoración de proveedores que recién ingresaran a la organización.

## 4. RESPONSABILIDAD

### 4.1. DUEÑO DEL PROCESO

Community Manager

### 4.2 ACTORES DEL PROCESO

Community Manager: Responsable de evaluar, cotizar y seleccionar el proveedor idóneo y de negociar con el mismo.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Valoración de proveedores

## 6. PROCESO

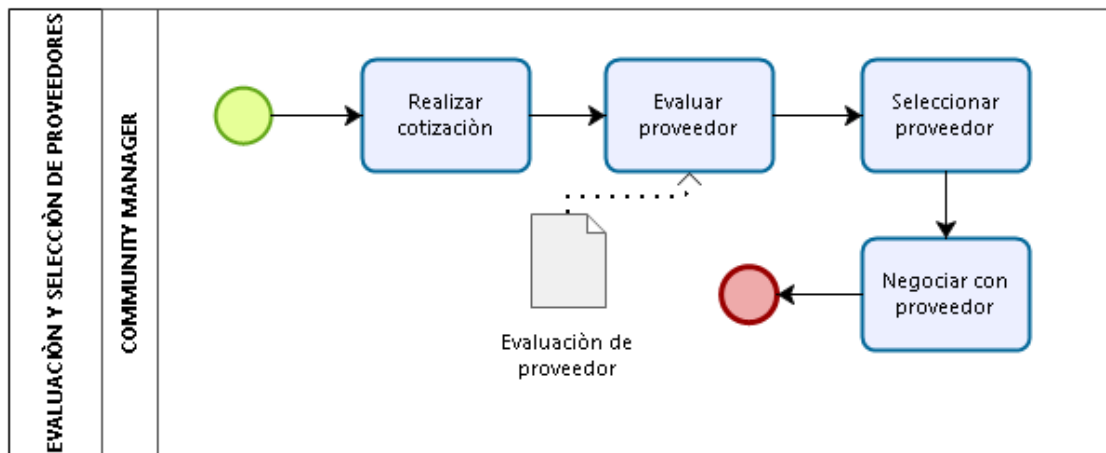


Figura 34: Proceso de selección y evaluación de proveedores

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO

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

EVALUACION DEL **TOTAL DE PUNTOS OBTENIDOS** \_\_\_\_\_ X 100 = **0**  
**PROVEEDOR=** **TOTAL DE PUNTOS POSIBLES**

<b>EXCELENTE</b>	<b>76 - 100</b>
<b>BUENO</b>	<b>51 - 75</b>
<b>REGULAR</b>	<b>26 - 50</b>
<b>MALO</b>	<b>0 - 25</b>

**CANTIDAD DE PREGUNTAS APLICABLES** ( 6 )

**CALIFICACION**


**OBSERVACIONES**

---

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


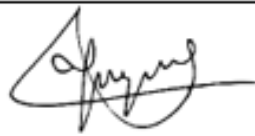
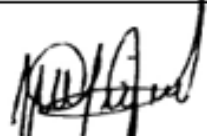


## ANEXO N° 21 RESPALDO DE LA INFORMACIÓN

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

# RESPALDO DE LA INFORMACIÓN

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Respaldo de la información

## 2. OBJETIVO

Certificar la disponibilidad e integridad de los datos contenidos en la organización, los mismos que estarán disponibles en caso de alguna contingencia.

## 3. ALCANCE

Se emplea solo para el respaldo de los datos, los mismos que se afectaran al finalizar la semana.

## 4. RESPONSABILIDAD

### 4.1. DUEÑO DEL PROCESO

Community Manager

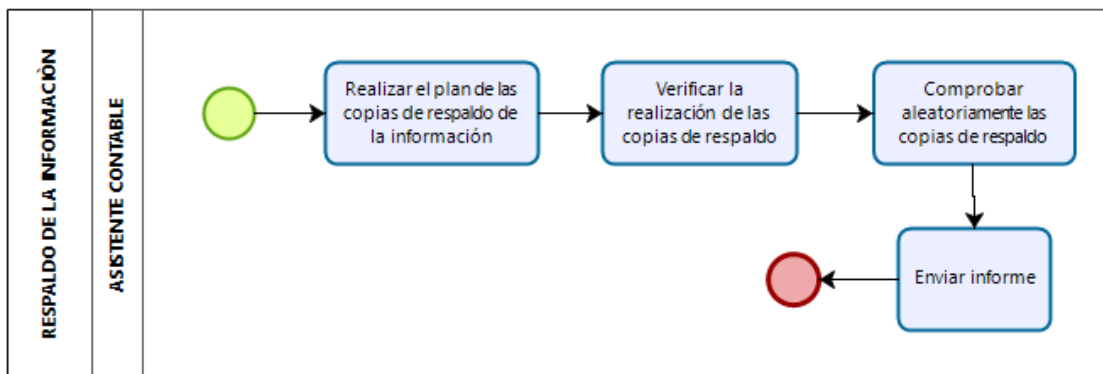
### 4.2. ACTORES DEL PROCESO

Programador Web

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Planificación de las copias de la información

## 6. PROCESO




## 7. FORMATOS DEL PROCESO

Tabla 35: Formato de plan de respaldo de la información

DIRECCIÓN IP	SERVICIO	DATOS A RESPALDAR	FRECUENCIA			
			DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL

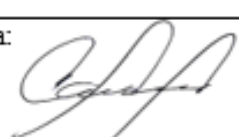
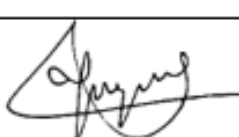
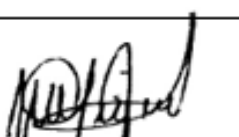
Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 22 PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN, ACCESO Y EVALUACIÓN DE REQUISITOS LEGALES Y OTROS REQUISITOS**

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

# IDENTIFICACION, ACCESO Y EVALUACION DE REQUISITOS LEGALES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos

## 2. OBJETIVO

Definir parámetros y lineamientos para el acceso, identificación, y evaluación de requerimientos legales asociados a las actividades efectuadas en la organización.

## 3. ALCANCE

Se emplea para la evaluación de requerimientos legales, los cuales serán manipulados para la elaboración de una matriz.

## 4 RESPONSABILIDAD

### A. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de Planeamiento

### B. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de Planeamiento: Responsable de la validación del planeamiento de acciones.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Plan de acción

## 6. CONDICIONES BASICAS

Al establecer requerimientos legales, estas, deben ser en base a las tareas que efectúa la organización.

Rutinariamente, la matriz es restablecida con la finalidad de reforzar el logro de todos los requerimientos legales.

## 7. PROCESO

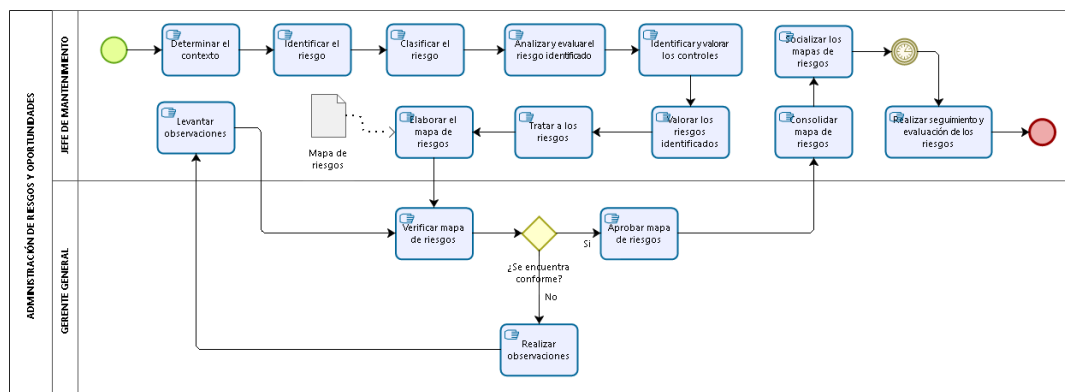


Figura 35: Proceso de Identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos

Fuente: Elaboración propia

## 8. FORMATOS DEL PROCESO


### A. FORMATO DE IDENTIFICACIÓN, ACCESO Y EVALUACIÓN DE REQUISITOS LEGALES Y OTROS REQUISITOS

Tabla 36: Identificación, acceso y evaluación de requisitos legales y otros requisitos

N°	TIPO DE NORMA	NUMERO / FECHA	TITULO	ARTICULOS QUE APLICAN	DESCRIPCIÓN DEL ARTICULO	STATUS	REGION	RESPONSABLE DE LA EVALUACION	FECHA DE EVALUACION	CUMPLIMIENTO			RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO	EVIDENCIA DEL CUMPLIMIENTO	DOCUMENTOS RELACIONADOS
										IDENTIFICACION	IMPLEMENTACION	RESULTADO DE CUMPLIMIENTO			

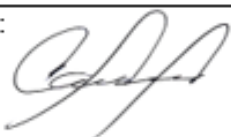
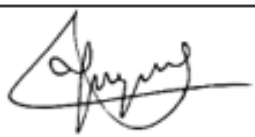
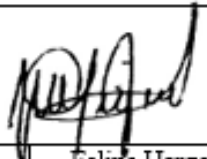
Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 23 PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE SALIDA NO CONFORME

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

# CONTROL DE SALIDA NO CONFORME

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Control de salidas no conformes

## 2. OBJETIVO

Identificar las salidas no conformes, estableciendo su tratamiento y forma de mejora.

## 3. ALCANCE

Se aplica para definir las salidas no conformes, su identificación, hasta su tratamiento de las mismas.

## 2. RESPONSABILIDAD

### e. DUEÑO DEL PROCESO

Community Manager

### f. ACTORES DEL PROCESO

Community Manager: Responsable de administrar las salidas no conformes.

## 8. DOCUMENTOS APLICABLES

Reporte y Tratamiento de Salidas No Conformes

Tipificación de Salidas No Conformes

## 9. PROCESO

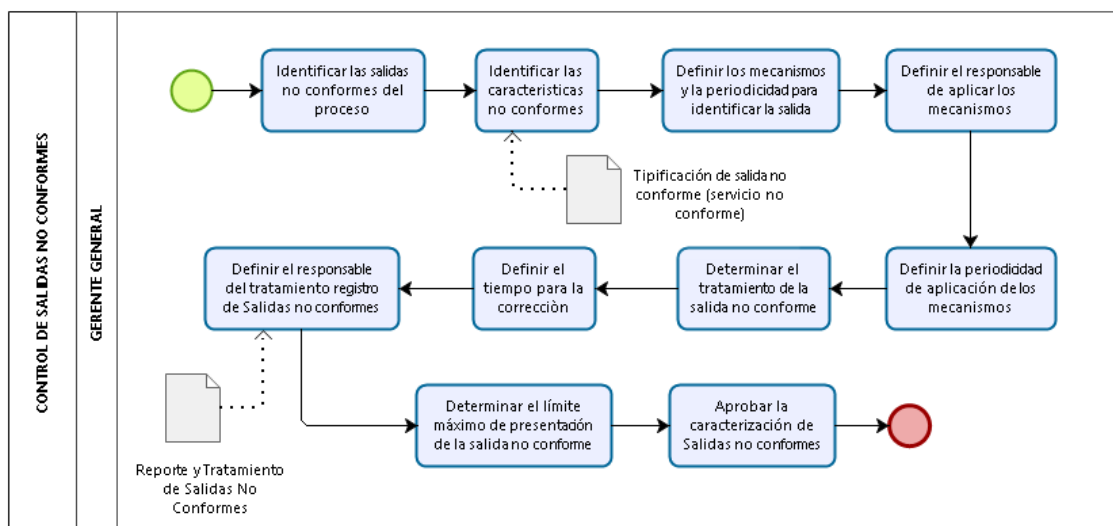


Figura 36: Proceso de Control de salidas no conformes

Fuente: Elaboración propia

## 10. FORMATOS DEL PROCESO

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

Proceso: .....

Servicio no conforme:.....

Tabla 37: Reporte y tratamiento de salida no conforme

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

Fuente: Elaboración propia

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

Proceso: .....

Fecha de actualización: .....

Responsables de actualización:

NOMBRE	CARGO

Responsable de aprobación: .....

Servicio no conforme.....


Tabla 38: Formato de tipificación de la salida no conforme

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

Fuente: Elaboración propia

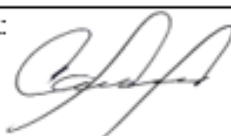
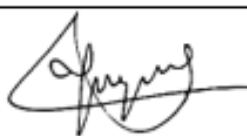
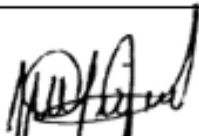
## ANEXO N° 24 PROCEDIMIENTO ATENCION DE RECLAMOS



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

# ATENCIÓN DE RECLAMOS

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

**1. NOMBRE DEL PROCESO**

Atención de reclamos

**2. OBJETIVO**

Definir las acciones para la prestación oportuna del servicio de cuidado de reclamos.

**3. ALCANCE**

Se emplea para cualquier tipo de reclamo, consulta o queja.

Se aborda desde la recepción del reclamo hasta su comunicación de finalización del mismo.

**4. RESPONSABILIDAD**

**c. DUEÑO DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento

**d. ACTORES DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento: Responsable de identificar y encontrar los reclamos y su origen raíz, para posteriormente, identificar un programa de mejoras.

Community Manager: Responsable de aprobar y validar los programas de mejoras.

**5. DOCUMENTOS APLICABLES**

Libro de reclamaciones

**6. CONDICIONES BASICAS**

Para implementar dicha propuesta, el gerente debe de haber evaluado el documento previamente.

## 7. PROCESO

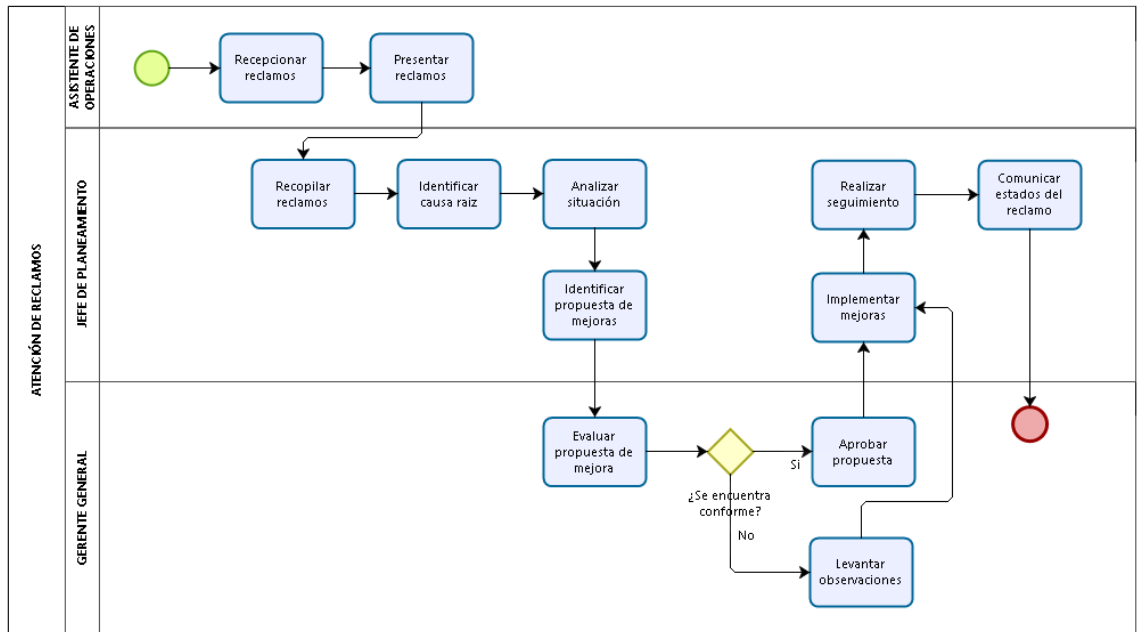



Figura 37: Proceso de Atención de reclamos


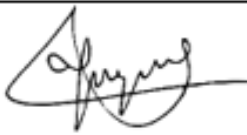
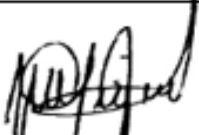
Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 25 PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD DE ACCIONES  
CORRECTIVAS**

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

# SOLICITUD DE ACCIONES CORRECTIVAS

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Solicitud de acciones de mejora

## 2. OBJETIVO

Efectuar las actividades de perfeccionamientos, mediante el diseño de actividades, encargados y de los controles específicos para incrementar los estándares de calidad.

## 3. ALCANCE

Se emplea para todas las actividades de la E-Commerce y aquellas tareas incluidas e identificadas en la mejora de las mismas.

## 4. RESPONSABILIDAD

### b. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de planeamiento

### c. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de planeamiento: Representante de analizar, identificar y desarrollar el planeamiento de las no conformidades.

Gerente General: delegado de certificar y verificar el planeamiento de acciones.

## 7. DOCUMENTOS APLICABLES

Procedimiento de acción

## 8. PROCESO

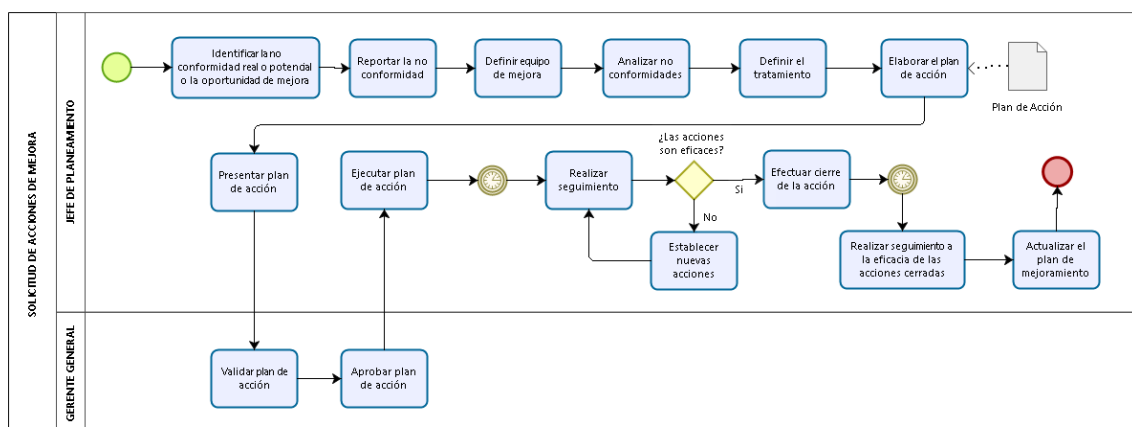


Figura 38: Proceso de Solicitud de acciones de mejora

Fuente: Elaboración propia

## 9. FORMATOS DEL PROCESO

### A. FORMATO DE SOLICITUD DE ACCIONES DE MEJORA

DATOS GENERALES					
Fecha de identificación y reporte:		Código:			
Macroproceso:		Oficina donde se evidencia la no conformidad:			
Proceso		Grupo donde se evidencia el hallazgo:			
Reportado por:		Cargo / Rol:			
Tipo de hallazgo:		Tipo de acción requerida:		Fuente de hallazgo:	
				Tipo de riesgo:	
				Código del riesgo:	
				Organismo auditor:	
Hallazgo:	Evidencias:				
Sistema de gestión involucrado:		Norma involucrada:		Principal requisito involucrado:	
Otras normas, leyes, decretos o procedimientos involucrados:					

EQUIPO DE MEJORA			
Rol	nombre	cargo	Área
Dueño del macroproceso:			
Chief Quality Officer			
Participante 1			
Participante 1			
Participante 1			

TRATAMIENTO			
Requiere corrección:	Fecha de realización de la corrección	Responsable de realizar la corrección	Corrección realizada
		Nombre: cargo	

ANÁLISIS DE CAUSAS:			
Fecha análisis del hallazgo:		Análisis de causas:	Cusas raíz identificadas:
Requiere análisis de causas:			
Método de análisis utilizado:			

PLANEACIÓN				PLAN DE ACCIÓN Y SEGUIMIENTO				
				SEGUIMIENTO A LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN				


No.	Actividad	Responsable de ejecución	Fecha esperada de ejecución	Novedades	Ejecutada	Fecha de seguimiento	Observaciones y evidencias	Responsable del seguimiento
Resumen del plan de acción		Aprobación del plan de acción						
		Nombre			Cargo			
		Control de fechas						
		Inicio planeada	Inicio real	Final planeada	Final real			

CIERRE DE LA ACCIÓN				
Fecha de cierre		Realizado por		Cargo / Rol
Resultado obtenido				
La acción implementada fue eficaz		Código de la nueva acción implementada		
SEGUIMIENTO A LA EFICACIA DE LA ACCIÓN				
Fecha seguimiento		Realizado por		Cargo / Rol
Observaciones al seguimiento:				

Figura 39: formato de solicitud de acciones de mejora



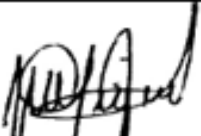
Fuente: Elaboración propia

**ANEXO N° 26 PROCEDIMIENTO DE AUDITORIA INTERNA**

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

# AUDITORIA INTERNA

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	Maria Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General



## **1. NOMBRE DEL PROCESO**

Auditoría interna del Sistema de Gestión de la Calidad

## **2. OBJETIVO**

Alinear los aspectos ligados con la planeación, ejecución y control de las Auditorías Internas, mediante la valoración del cumplimiento de aprobación de los requerimientos de la normativa establecida, con la finalidad de cumplir con el Sistema de Gestión de Calidad.

## **3. ALCANCE**

Emplea para las evaluaciones internas efectuadas por el auditor interno o externo a la organización.

## **4. RESPONSABILIDAD**

### **a. DUEÑO DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento

### **b. ACTORES DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento: Encargado de regularizar las acciones de las evaluaciones auditadas.

Gerente General: Validación del cumplimiento con los métodos, en base a la caracterización de congruencias de mejora.

Equipo auditor: Responsable de realizar el planeamiento, coordinación de tareas, preparación y realización de auditorías internas.

## **5. DOCUMENTOS APLICABLES**

Procedimiento anual de auditorias

Informe de Evaluación interna

Relación de control

Programa de auditoria

## 6. PROCESO

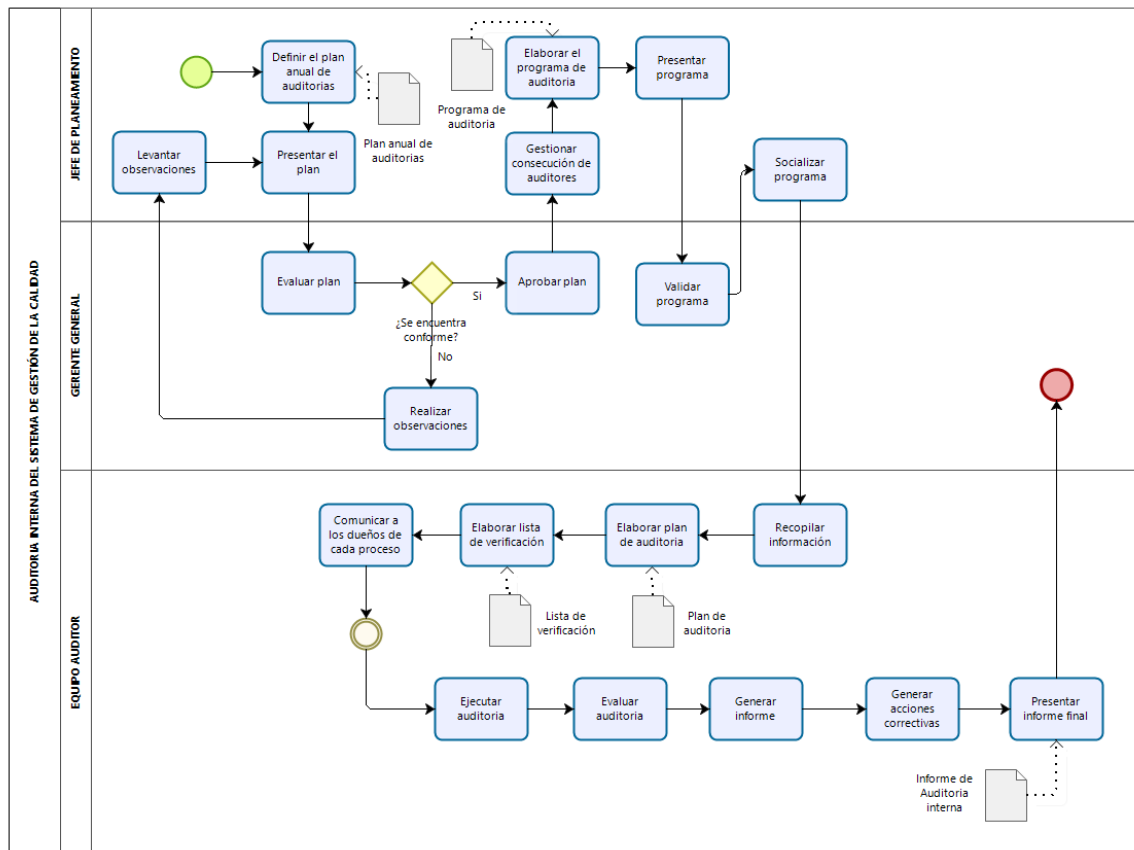


Figura 40: Proceso de Auditoria interna

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS DEL PROCESO

### A. FORMATO DE INFORME DE AUDITORIA INTERNA

<b>Fecha Reunión de Apertura:</b>	<input type="text"/>	<b>Fecha Reunión de Cierre:</b>	<input type="text"/>
<b><u>Macroproceso:</u></b>	<input type="text"/>	<b>Proceso:</b>	<input type="text"/>
<b>Dirección / Oficina:</b>	<input type="text"/>	<b>Grupo:</b>	<input type="text"/>
<b>Procedimientos:</b>	<input type="text"/>		
<b>Objetivo:</b>	<input type="text"/>		
<b>Alcance:</b>	<input type="text"/>		
<b>Criterios:</b>	<input type="text"/>		

#### EQUIPO AUDITOR

Nombre del Auditor	Rol
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

**REUNIÓN DE APERTURA**

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

Novedades al Plan de Auditoría

Observaciones Realizadas en Reunión de Apertura

**REUNIÓN DE CIERRE**

Actividades Realizadas en la Auditoría

Aspectos que Apoyan la Conformidad y Eficacia del Sistema de Gestión

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

Figura 41: Formato de informe de auditoría interna

Fuente: Elaboración propia

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

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

Observaciones Realizadas en Reunión de cierre

CONCLUSIONES DE LA AUDITORÍA			
Total de Oportunidades de Mejora		Proceso Auditado	
		Otros Procesos	
		Compartidas	
Total de No Conformidades		Proceso Auditado	
		Otros Procesos	
		Compartidas	

#### ACEPTACIÓN DEL ACTA

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

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

Figura 42: Formato de informe de auditoría interna

Fuente: Elaboración propia

## B. FORMATO DE LISTA DE VERIFICACIÓN

Macroproceso:  Proceso:

Dirección / Oficina:  Grupo:

Fecha Inicio Auditoría:  Fecha Fin Auditoría:

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

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

### ACEPTACIÓN LISTA DE VERIFICACIÓN

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

OBSERVACIONES:

Nombre:

Cargo / Rol:

Fecha Recibido Lista de Verificación:

Figura 43: Formato de lista de verificación

Fuente: Elaboración propia

### C. FORMATO DE PLAN DE AUDITORIA

Fecha de Elaboración: \_\_\_\_\_

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

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

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

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

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

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

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

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

**EQUIPO AUDITOR**

Nombre del Auditor	Rol

**PLAN DE ACTIVIDADES**

Fecha	Hora	Actividades

**ACEPTACIÓN PLAN DE AUDITORÍA**

<b>Observaciones:</b> ACEPTO <b>Nombre:</b> _____ <b>Cargo / Rol:</b> _____ <b>Fecha Recibido Plan:</b> _____	<b>Observaciones:</b> ACEPTO <b>Nombre:</b> _____ <b>Cargo / Rol:</b> _____ <b>Fecha Envío Plan:</b> _____
<b>Observaciones:</b> ACEPTO <b>Nombre:</b> _____ <b>Cargo / Rol:</b> _____ <b>Fecha Aceptado Plan:</b> _____	

Figura 44: Formato de plan de auditoria



Fuente: Elaboración propia

### D. FORMATO DE PROGRAMA DE AUDITORIA

<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	
<b>OBJETIVO</b>	
<b>ALCANCE</b>	
<b>RESPONSABLE (S)</b>	
<b>CRITERIO</b>	<i>NTP ISO / IEC 9001</i>

ÍTEM	CRITERIO	AUDITORES	MACROPROCESO/PROCESO/ DEPENDENCIA/PROYECTO O PROGRAMA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9															
10															

**RIESGOS:**


**ACCION PREVENTIVA:**

**RECURSOS:**

Figura 45: Formato de programa de auditoria

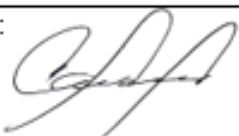
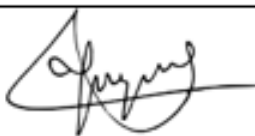
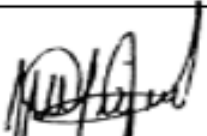
Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 27 PROCEDIMIENTO DE REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

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

# REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSION:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General

## **1. NOMBRE DEL PROCESO**

Revisión de la dirección del Sistema de Gestión de la Calidad

## **2. OBJETIVO**

Instituir las pautas para la ejecución y planeación de las evaluaciones periódicas del sistema de gestión de calidad, con la finalidad de asegurar sus eficacia, eficiencia, adecuación y certeza.

## **3. ALCANCE**

Es para la investigación de los datos generados en todo el Sistema de Gestión de Calidad.

Se encuentra enmarcada entre el establecimiento de la metodología y la coordinación de la revisión, hasta su búsqueda.

## **4. RESPONSABILIDAD**

### **4.1. DUEÑO DEL PROCESO**

Jefe de planeamiento

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

Jefe de planeamiento: Responsable de fijar la sistemática, establecer reuniones e investigaciones, requerir datos, realizar relaciones de exámenes y seguimientos.

Responsable del área: Encargado de elaborar la pesquisa requerida por su jefe inmediato.

Gerente General: Responsable de aprobar y validar la relación de revisiones.

## **5. DOCUMENTOS APLICABLES**

Datos de ingreso a la revisión

Acta de revisiones

Control y seguimiento

## 6. PROCESO

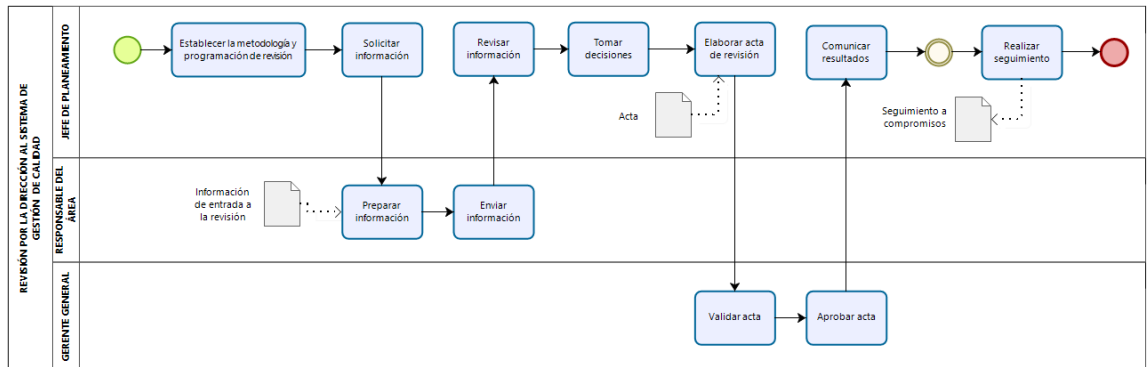


Figura 46: Proceso de Revisión de la dirección

Fuente: Elaboración propia

## 7. FORMATOS

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

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

Figura 47: Formato de Información de entrada a la revisión

Fuente: Elaboración propia

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

C. N°	1	2	3	4
COMPROMISO ADQUIRIDO				
SISTEMA QUE LA ACOGE				
TIPO DE ACCIÓN PROPUESTA				
CÓDIGO DE LA ACCIÓN				
RESUMEN DE LA ACCIÓN				
RESPONSABLE DE VERIFICAR QUE LA ACCIÓN SE IMPLEMENTE Y SEA EFICAZ				
FECHA DE FINALIZACIÓN DE LA ACCIÓN				
PRIMER SEGUIMIENTO REALIZADO POR				
FECHA DEL PRIMER SEGUIMIENTO				
RESULTADOS Y EVIDENCIAS DEL PRIMER SEGUIMIENTO				
SEGUNDO SEGUIMIENTO REALIZADO POR				
FECHA DEL SEGUNDO SEGUIMIENTO				
RESULTADOS Y EVIDENCIAS DEL SEGUNDO SEGUIMIENTO				
TERCER SEGUIMIENTO REALIZADO POR				
FECHA DEL TERCER SEGUIMIENTO				
RESULTADOS Y EVIDENCIAS DEL TERCER SEGUIMIENTO				
ESTADO DEL COMPROMISO				

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

Figura 48: Formato de Seguimiento

Fuente: Elaboración propia


### C. ACTA

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

Figura 49: Acta

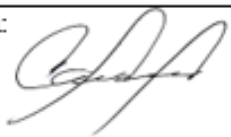
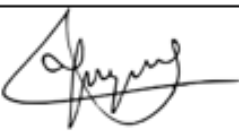
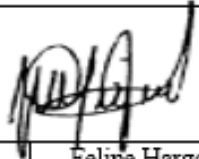
Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 28 ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

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

# ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

FECHA DE VIGENCIA	01/08/2019	VERSIÓN:	00
-------------------	------------	----------	----

ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR	
Firma:		Firma:		Firma:	
Nombre:	Carlos Alonso Alva Trelles	Nombre:	María Fernanda Ocampo Requena	Nombre:	Felipe Hargous Pretel
Cargo:	Jefe de Planeamiento	Cargo:	Community Manager	Cargo:	Gerente General



## 1. NOMBRE DEL PROCESO

Administración de riesgos y oportunidades

## 2. OBJETIVO

Fortificar la implementación de tácticas que otorguen el aprovechar las oportunidades y un adecuado tratamiento de los riesgos.

## 3. ALCANCE

Se desarrolla el análisis, identificación y verificación de oportunidades y riesgos del sistema de calidad.

## 4. RESPONSABILIDAD

### e. DUEÑO DEL PROCESO

Jefe de planeamiento

### f. ACTORES DEL PROCESO

Jefe de planeamiento: Cumplir con la inspección de peligros, los que han sido identificados como los más elevados, reduciendo la probabilidad de escasez de calidad del servicio o bien, asignándolo como no acorde.

Gerente General: Validación del desempeño, acorde a los riesgos y oportunidades de perfeccionamiento.

## 5. DOCUMENTOS APLICABLES

Proyección de riesgos

## 6. CONDICIONES BASICAS

Se requiere identificar los aspectos a considerar en la evaluación de riesgos, estableciendo requerimientos reglamentarios, legales y/o de otro aspecto que afecten al proceso de la empresa.

## 7. PROCESO

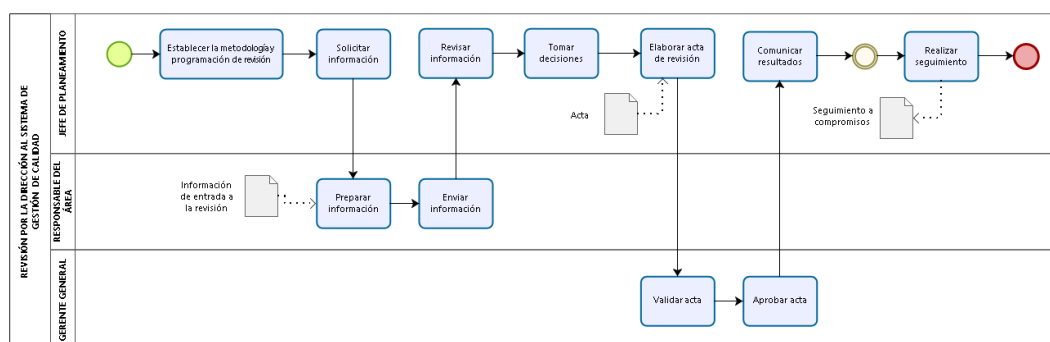


Figura 50: Proceso de Administración de riesgos y oportunidades

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N° 29 ASPECTOS ETICOS

### A. Aspectos éticos que deben cumplir los viajeros:

Según Decreto Supremo N° 16-2006-EF

**CONTROL DE EQUIPAJES Y VEHÍCULOS EN FRONTERAS TERRESTRES** Establecer las pautas a seguir para el ingreso, salida y despacho aduanero de los envíos de entrega rápida, con la finalidad de lograr el cumplimiento de las normas que los regulan.

- los viajeros no podrán ingresar bienes adquiridos en el exterior que constituyan mercancías prohibidas tales como ropa y calzado usado ni bienes de importación restringida que no cuenten con la autorización del sector competente. Las mercancías cuya importación está prohibida o restringida se encuentran contenidas en el Procedimiento INTA-PE.00.06 - Procedimiento Específico: Control de Mercancías Restringidas

Según Resolución de Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas N° 467-2011-SUNAT/A se aprobó el procedimiento general “Envíos de entrega rápida” INTA-PG.28 (versión 2) y con Resolución de Intendencia Nacional N° 07-2017-SUNAT/5F0000

Resolución de Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas N° 467-2011-SUNAT/A se aprobó el procedimiento general “Envíos de entrega rápida” INTA-PG.28 (versión 2) y con Resolución de Intendencia Nacional N° 07-2017-SUNAT/5F0000

- Establecer las pautas a seguir para el ingreso, salida y despacho aduanero de los envíos de entrega rápida, con la finalidad de lograr el cumplimiento de las normas que los regulan.

### B. Aspectos éticos que deben cumplir los colaboradores dentro de la organización, los viajeros y los clientes:

Según ISO 31001 se establece la siguiente normativa.

#### SOBORNO

- En cualquier contexto y sea cual fuere la situación, en la E-Commerce sus colaboradores o representantes NO darán, recibirán, pedirán, u ofrecerán ningún tipo de soborno, favor económico o de cualquier índole a funcionarios públicos, proveedores, clientes o cualquier otra persona natural o jurídica que de una u otra manera tenga o pueda tener relación con la empresa, familiares o allegados a ellos.

#### CUSTODIA Y SALVAGUARDA DE ACTIVOS

- Cada uno de los colaboradores es responsable de la custodia y salvaguarda de los activos que se encuentran bajo su control. En ningún caso se debe participar, influir o permitir situaciones o acciones que se vinculen con el robo, mal uso, préstamo, desecho o venta de activos, en forma no autorizada. Uso de activos para beneficio personal y otros fines distintos a los establecidos en las políticas

#### CONFLICTO DE INTERESES

- Es importante que los empleados eviten o informen cualquier situación en la que los intereses personales estén en conflicto con las obligaciones frente a la empresa; estas situaciones deberán reportarse a la Línea Ética.

#### OBSEQUIOS

- La E-Commerce tiene como política que sus colaboradores no acepten ni entreguen regalos, obsequios, prestamos, invitaciones de diversa índole u otros beneficios a clientes, proveedores, competidores u otros con los que estemos haciendo negocios, a menos que estos se informen en el formato respectivo y el cual será informado a las áreas de Recursos Humanos y Compras para las autorizaciones y evaluaciones correspondientes.

#### DISCRIMINACIÓN Y ACOSO

- La compañía propicia un ambiente de trabajo enmarcado en el respeto absoluto por las diferencias de edad, origen, raza, género, orientación sexual, religión, cultura, capacidades físicas y opiniones de los demás, encontrándose prohibido cualquier tipo de acoso y discriminación.

#### CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

- Producto de las labores diarias el personal puede tener acceso por diversos medios a información confidencial acerca de clientes, proveedores y de la propia empresa; por lo que dicha información deberá ser mantenida en la más estricta confidencialidad y solo podrá ser utilizada para fines de la empresa y nunca para beneficio propio.

#### LIBROS, DOCUMENTOS Y REGISTROS

- Los libros, documentos, registros o cualquier otro entregable que elaboren los colaboradores de la empresa deberán reflejar de manera exacta y oportuna todas las operaciones y actividades realizadas por la empresa.

### C. Aspectos éticos que deben cumplir para el cumplimiento del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015:

Según ISO 9001:2015 se establece la siguiente normativa.

#### Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015

- El cumplimiento permanente de los requisitos y la consideración constante de las necesidades y expectativas futuras, representa un desafío para las organizaciones en un entorno cada vez más dinámico y complejo.

### D. Aspectos éticos que establece la empresa:

#### Cómo funciona Comparto Mi Maleta

- El cliente compra los productos y los envía al hotel, departamento, casa o domicilio que indique el Viajero para que él los traiga. Comparto Mi Maleta no fija el precio por usar la maleta de un Viajero para traer un producto, sino que cada Viajero decide cuánto quiere cobrar. Esto permite que exista competencia y puedas acceder a las mejores tarifas.
- Por la labor de intermediación que hace Comparto Mi Maleta entre el Cliente y el Viajero, se cobrará una comisión.

#### Pago del precio y comisiones

- El pago de la comisión del Viajero, de la comisión de Comparto Mi Maleta, y en caso de que aplique el envío y el costo de los productos, deberá ser pagado previamente mediante los medios de pagos disponibles en la Plataforma.

#### Entrega, Despacho y costos de envío de los productos

- Si eres Viajero, deberás entregar los productos en nuestra oficina en Miraflores cumpliendo la fecha de entrega que registraste.
- Si eres Cliente, cuando solicitas una cotización puedes elegir entre las siguientes opciones de entrega del producto:
  - Retirar tus productos en nuestra oficina
  - Que te lo enviemos por correo.

#### Responsabilidad de los productos

- El Viajero es el único responsable del traslado de los productos desde su lugar de origen hasta la entrega en Perú, y no somos responsables ante el Cliente por el no cumplimiento de esta obligación por parte del Viajero.
- El Viajero es el responsable de conocer, aceptar y cumplir las políticas de las aerolíneas - u otros medios de transporte, según corresponda - en las traerá los productos, además de cumplir con las normas y recomendaciones relativas al equipaje (por ejemplo, que artículos electrónicos sean llevados en la cabina junto al equipaje de mano).
- Comparto Mi Maleta no será responsable de la pérdida, extravío, demora, daño o cualquier otro problema que puedan experimentar los productos durante su traslado por el Viajero. Tampoco será responsable de los defectos de fábrica que puedan tener los productos.
- Comparto Mi Maleta no será responsable por la naturaleza de los productos que el Cliente encargue trasladar al Viajero, siendo obligación del Viajero el verificar la idoneidad y legalidad de los mismos para ser ingresados al país.