



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL PERIODO 2016
Y 2017 DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L,
CHIMBOTE.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORA:

HERRERA RODRÍGUEZ, Keila Sofía

ASESORA TEMÁTICA

Mg. RIVERA TEJADA VDA. DE MATIENZO, Laura Deisi

ASESOR METODOLÓGICO:

Dr. MUCHA PAITAN, Ángel Javier

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

AUDITORÍA Y PERITAJE

CHIMBOTE - PERÚ

2018

ACTA DE APROBACIÓN DE TESIS



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) HERRERA RODRÍGUEZ KEILA SOFÍA, cuyo título es:

EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL PERIODO 2016 Y 2017 DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., CHIMBOTE.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de16.....
(Número)..... Dieciséis(Letras).

Nuevo Chimbote, 03 de diciembre del 2018

MG. AMPARO RAQUEL JIMENEZ DUVAL
PRESIDENTA

MG. LAURA DEISI RIVERA TEJADA
VDA. MATIENZO
SECRETARIA

DR. ÁNGEL JAVIER MUCHA PAITÁN
VOCAL

DEDICATORIA

Principalmente dedico con orgullo y mucho amor a mi Madre y Padre por todos los esfuerzos y sacrificios que hicieron en todo momento y sobre en el ámbito de mi carrera, siempre me alentaban, para seguir adelante y así poder lograr mis objetivos

A mis hermanos que a pesar de la distancia, nunca faltaban palabras de aliento y apoyo incondicional de poder salir adelante, y así demostrarle que todos los retos que tenga, siempre los cumpliré y todo lo que uno se propone, lo puede desarrollar con mucho esfuerzo.

A mi Tío que actualmente no se encuentra conmigo, pero que siempre tuvo la esperanza de que yo sea alguien en la vida, por las hermosas palabras que me hacía ver el mundo desde otra perspectiva.

Keila Sofía Herrera Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Principalmente se lo agradezco a Dios, por permitirme llegar hasta aquí y así poder cumplir con unos de mis objetivos y principalmente por siempre darme salud y sabiduría.

A mis familiares, en especial a mi Madre y Padre por haberme apoyado en todo momento, por brindarme los recursos necesarios para poder cumplir con mi propósito de ser una gran profesional y por el sacrificio que hace hasta el día hoy, y a mis hermanos que siempre están conmigo motivándome para ser una mejor persona a pesar que la distancia.

A mi Tío por fue como mi segunda padre y a verme enseñado lo bueno y lo malo de la vida, y sobre todo ser una mujer luchadora.

Al Dr. Ángel Mucha Paitán por su dedicación constante, por sus sabias asesorías y por todas las enseñanzas brindadas a lo largo de este último año, las cuales me ayudaron mucho a formarme como profesional.

Agradezco además a mis asesores Mg. Laura Deisi Rivera Tejada Vda. De Matienzo, por toda su paciencia, su tiempo, sus conocimientos para la elaboración de este trabajo de investigación.

A la Universidad Cesar Vallejo mi alma mater, por haberme permitido lograr uno de mis objetivos y brindarme la oportunidad de ser parte de ella.

A mis amigas, con las cuales fueron un soporte de apoyo en todo el transcurso de toda la carrea, compartiendo experiencias, y sobre todo por una sincera amistad.

Muchas gracias de todo corazón.

Keila Sofia Herrera Rodriguez

DECLARATORÍA DE AUTENTICIDAD

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Herrera Rodríguez Keila Sofía con DNI N° 75168662, con mi trabajo de investigación titulado: “Evaluación de la Gestión Comercial del periodo 2016 y 2017 de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote”.

A efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Metodología de la Investigación Científica, declaro bajo juramento que este proyecto de investigación es auténtico, siendo resultado de mi propia investigación, ya que fui recopilando la información necesaria a través de la investigación.

Así mismo utilicé información las cuales han sido debidamente citadas ya sean de otras tesis, informes, artículos, etc. mencionando de forma clara y exacta su origen o autor.

En este sentido, somos conscientes de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, son objeto de sanciones de la universidad cesar vallejo y/o legales.

Nuevo Chimbote, 03 de diciembre del 2018



HERRERA RODRÍGUEZ KEILA SOFÍA

DNI: 75168662

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Presentamos ante ustedes la tesis titulada: **EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL PERIÓDO 2016 Y 2017 DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L CHIMBOTE**, con la finalidad de realizar una evaluación y plantear una Elaboración de Instrumentos de Gestión para la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote. En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Contador Público.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación, luego de ser evaluada, merezca su aprobación.

Atentamente.

La Autora

INDICE

ACTA DE APROBACIÓN DE TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORÍA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	11
1.2. TRABAJOS PREVIOS	15
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	21
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	44
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	44
1.6. HIPÓTESIS	45
1.7. OBJETIVOS	45
II. MÉTODO	46
2.1. Diseño de Investigación.....	47
2.2. Variables, Operacionalización	48
2.3. Población y muestra	49
2.3.1. Población.....	49
2.3.2. Muestra.....	49
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	50
2.5. Métodos de Análisis de datos	51
2.6. Aspectos éticos.....	51
III. RESULTADOS	52
IV. DISCUSIÓN	82
V. CONCLUSIONES	87
VI. RECOMENDACIONES	90
VII. PROPUESTA	92
VIII. REFERENCIAS	198
ANEXOS	203

RESUMEN

La investigación titulada “EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL PERIODO 2016 Y 2017 DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L, CHIMBOTE”, tuvo como objetivo principal evaluar la gestión comercial y elaborar instrumentos de gestión para la Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote, y como objetivos específicos describir y analizar la gestión comercial para finalmente poder elaborar Instrumentos de gestión.

El tipo de investigación es descriptivo con variante propositiva. Se tomó como población a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L, y la muestra fueron los 27 trabajadores de la empresa. Las técnicas que fueron utilizadas fueron observación y el cuestionario; el instrumento de recolección fue la ficha de observación y el cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa. Para la validez de los instrumentos se utilizó el juicio de experto, los cuales fueron 03 especialistas conocedores del tema.

Finalmente, después de haber evaluado y analizado la gestión comercial a través de la aplicación del cuestionario, se llegó a las siguientes conclusiones que la empresa Distribuidora Marisa S.R.L, no cuenta con una gestión comercial realmente efectivo, ya que no se realiza un seguimiento para ver cómo está funcionando la gestión comercial en la empresa. Asimismo no cuenta con los instrumentos de gestión adecuadas que le permitirían poder detectar posibles deficiencias y orientar a la empresa hacia el cumplimiento de sus objetivos, además de permitirle llevar una mejor orientación hacia el comercio e internamente hacia la organización en cuanto a las labores que ejecutan para finalmente obtener mejores resultados beneficiando tanto a los trabajadores como a la empresa misma.

Palabras clave: Gestión Comercial, Descripción, Evaluación, Análisis, Instrumentos de Gestión.

ABSTRACT

The research entitled "EVALUATION OF THE COMMERCIAL MANAGEMENT OF THE 2016 AND 2017 PERIOD OF THE DISTRIBUTING COMPANY MARISA SRL, CHIMBOTE", had as main objective to evaluate the commercial management and elaborate management tools for the Distribuidora Marisa SRL, Chimbote, and as specific objectives to describe and analyze the commercial management to finally be able to elaborate Management Instruments.

The type of research is descriptive with a propositional variant. The workers of the Distribuidora Marisa S.R.L were taken as a population, and the sample was the 27 workers of the company. The techniques that were used were observation and the questionnaire; the collection instrument was the observation form and the questionnaire applied to the workers of the company. Expert judgment was used for the validity of the instruments, which were 03 knowledgeable experts on the subject.

Finally, after having evaluated and analyzed the commercial management through the application of the questionnaire, the following conclusions were reached that the company Distribuidora Marisa SRL, does not have a really effective commercial management, since it is not followed up to see how business management is working in the company. It also does not have the appropriate management tools that would allow it to detect possible deficiencies and guide the company towards the fulfillment of its objectives, in addition to allowing it to take a better orientation towards trade and internally towards the organization in terms of the tasks performed to finally obtain better results benefiting both the workers and the company itself.

Keywords: Commercial Management, Description, Evaluation, Analysis, Management Instruments.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la actualidad, hay muchas empresas que tienen la capacidad de afrontar riesgos y desafíos en la cual deben de adecuarse a la realidad y a las diferentes reglas, exigencias, deberes y derechos que existe en un mundo globalizado, en el que nos encontramos, y si hablamos de nuestro país hay muchas exigencias por diferentes razones que se detalla día a día, sobre todo cuando hablamos de lo que se debe de tener en cuenta siempre los derechos que posee una empresa y/o ser humano. Muchas empresas tienen limitación de progreso debido a que no miden las consecuencias de una acción, que se establece directamente en la falta de responsabilidad al no contribuir con el estado, esto se refiere a que hay acciones que se deben de pagar en un plazo establecido para no ser partícipe de la evasión de impuesto.

En muchos casos, no hay un buen manejo en el área de los Recursos Humanos que al parecer es un problema interno, pero refleja mucho lo que se ve en la imagen externa de la empresa, debido a que estas personas contribuyen en las actividades laborales de esta, entonces hay razones en las cuales ellos merecen ser capacitados y tener un debido respeto.

Sin embargo, hay empresas que lo toman como un antecedente de riesgo leve, de tal forma que perjudica a los movimientos económicos del ente, de tal modo que debería de existir un orden en todo el personal, debemos de tener en cuenta que así como contribuyen y realizan sus diferentes actividades, ellos merecen tener una relación de confianza y así ambas partes, es decir, gerentes con personas que son empleados, lograr una buena comunicación, que corresponde a una ilimitada ventaja de que si no actuamos, nadie crecerá en los términos de tener buenos principios.

Al parecer la conducta del personal, se considera términos insignificantes porque los hechos se realizan en el interior de la empresa, pero siempre refleja en muchas ocasiones, como; robos, mentiras, y lo más importante la imagen de la empresa, de tal modo que para evitar estas consecuencias, debemos de evitar y actuar de manera inmediata.

Por otro lado, también nos dirigimos a no practicar al deber de cumplir con todas las obligaciones que tenemos de una empresa de manera externa o interna, como el retraso de los pagos que trae consecuencias multas ya sean tributarias o laborales. Debido a estas faltas problemáticas, proviene las diversas tomas de medida, como demandas, denuncias, etc. Y esto se refleja mucho en lo que la empresa tiene como objetivos la planificación de urbe, estableciendo pautas al retroceder por una falta de gestión al no evaluarse las fuerzas, debilidades de una organización, equipo, directivo y sobre todo dar espacio al espíritu corporativo.

A NIVEL INTERNACIONAL

En la Empresa Distribuidora Comercial “Luna” de Ecuador, carece de funciones que se realizan de acuerdo a la evolución de sus objetivos, planes y políticas que se encuentran establecidos en el plan de desarrollo estratégico, mediante diversos procesos para el desarrollo de sus indicadores de rentabilidad y desempeño. Es por ello que esta empresa no tiene mucha productividad de acuerdo a los niveles de responsabilidad. (Luna y Morocho, 2014, p.5).

Por otro lado, esta empresa tiene muchas carencias de gastos que lo utilizan en lo necesario o innecesario, y no evita el mal manejo económico que se destaca en cada operación, de tal modo que el personal es uno de los principales afectados con los pagos, beneficios que cada empleado tiene al estar prestando su servicio y contribuyendo a la empresa en donde desarrolle sus correspondientes actividades y de ello hablamos de la ética.

Es por ello, que esta entidad se ve afectada directamente con la gestión interna y externa en el ambiente en el que se ejecuta al realizar sus actividades laborales, donde podemos encontrar que tiene carencias de recursos económicos, tanto como en la administración como en los recursos humanos, debido a que no tiene un orden específico y no hay oportunidades de expresar la adecuada eficiencia de cada trabajador.

La empresa “Álvaro S.A.C” de Quito, tiene problemas de gestión, debido a que los gerentes no se preocupan por la estabilidad interna en los funcionarios, personal y contribuyentes, en lo que estas personas son parte del crecimiento del ente, claro está; que subordinan su gestión de acuerdo a las actividades que realizan, que son primordiales al momento de obrar; hay reglamentos que no se cumplen en la administración como aceptar

la equidad y la probidad en ambas áreas, como administrativa y recursos humanos. (López, 2014, p. 16)

Debido a ello, encontramos muchas causas de principios riesgosos en el conjunto de áreas que se establecen como parte de la empresa, es decir, funcionarios que solo contribuyen para su propio bienestar, en tener muchos términos sociable y económicos. Es por ello que hay grandes problemas que se determinan con las actividades laborales en la que se realizan ambas partes ya sean en el área administrativo y/o Recursos Humanos, y empieza a tener una escasa relación con los miembros al realizar y conseguir las metas empresariales del ente.

A NIVEL NACIONAL

En la Empresa Distribuidora Norte S.A.C de Trujillo, tiene carencia al no existir una cultura de control y de gestión y más en el área de almacenamiento y recursos humanos, de tal manera que nos referimos a una actitud ya sea subconsciente, consciente e inconsciente propia de cada trabajador que solo actúa, sin tener conocimientos de afectar de alguna manera u otra a las herramientas de control de una empresa y al gestionar las condiciones de desarrollo, sociales y económicas, que debido a no tener un buen control de gestión, nos demuestra que hay una falta de actitudes de rechazo al contribuir con el ente. (Fernández y Lázaro, 2016, p.11).

Sin embargo, lo toman como un antecedente de riesgo leve, de tal forma que perjudica a los movimientos económicos del ente, de tal modo que debería de existir un orden en todo el personal, debemos de tener en cuenta que así como contribuyen y realizan sus diferentes actividades, ellos merecen tener una relación de confianza y así ambas partes, es decir, gerentes con personas que son empleados, lograr una buena comunicación, que corresponde a una ilimitada ventaja de que si no actuamos, nadie crecerá en los términos de tener buenos principios.

En la empresa Distribuidora Comercial Santa Rita de Lima, radican problemas de gestión a pesar de estar en un crecimiento de alto rango, no alcanza sus metas, objetivos que se plantearon al inicio del año, lo cual esto genera una descoordinación en todo la entidad, mayormente afecta a la estabilidad de todo el personal que labora, no se da ningún análisis de todo lo que entra y sale en cuanto nos regimos a las mercaderías que se encuentran en almacén, no llevan un control determinado en el personal que es indispensable para identificar la evaluación de cada parámetro y el desenvolvimiento de la actividad, esto

genera tener problemas de liquidez en el corto y/o largo plazo, porque no se mide la eficiencia y la eficacia en el control interno de cada área, mayormente en el de ventas, que es el área que continuamente se da a diario.(Huacha, 2016, p.1-2)

Por otra parte, encontramos que existe una ausencia de integración por parte del personal, debido a que los gerentes no se preocupan por tener una buena relación ya sea económica o laboral con éstos; además, que se convierte en un ambiente no íntegro, también carece de similitudes de estrategias por parte del personal, ya que no se sienten con la adecuada seguridad de explotar sus conocimientos y esto puede afectar el equilibrio y generar una ineficiencia en el crecimiento de la empresa, porque no tiene ningún aporte para la entidad y eso perjudicaría netamente a la imagen de la empresa ya que no innovan pensamientos para la mejora del ente.

A NIVEL LOCAL

En la empresa Distribuidora Marisa S.R.L de Chimbote, carece de gestión al tener una mala imagen que ocasionan los malos manejos de organización y ética, por lo que hay puntos diversos que no se dan con la buena iniciativa del espejo interior y/o exterior debido a la falta de implantación de gestión de calidad y organización, por otro lado también tiene problemas de gastos innecesarios que se da por la acumulación de contratación de personal es decir; personal contratado mediante el pase de otra, y de otro lado también si hay más personal, habrá que liquidar más las remuneraciones mensuales, sus beneficios y lo que varía mediante las capacitaciones en cada área dirigida, por lo que se dirige a un gasto de recursos humanos que se refleja en cómo mantener decisiones de parte de todo el personal, si existe o no, un buen ambiente y si hay un espíritu de superación en ellos, todo eso contribuye a una mala gestión en cuanto a los trabajadores y directivos.

Sin embargo, se muestra y observa en la empresa, son los gastos personales que tiene los socios, directores y/o gerentes que tiene un mal equilibrio en todos los estados financieros, los gastos con alto termino son los personales que se ven de manera clara, como los cuentas y/o efectivos van disminuyendo por una mala dirección, que se establece en el control de presupuestos que va reduciendo por el mal hábito de los representantes. A ello también lo agrupamos los préstamos bancarios, que se realizan para una inversión para la empresa, pero utilizan préstamos para gastos personales, la compra de un activo que básicamente es para el uso personal, de tal modo que hay una falta de experiencia

administrativa en los directivos, hay muchos endeudamientos que se deriva de muchos gastos innecesarios, las cuales no están claros los objetivos de la empresa y sobre todo existe una gestión poco profesional.

Por consecuente, otro de los problemas que encontramos, es la mala relación con la equidad que tiene la empresa, que se deriva de los problemas eficientes de los directivos y personal, claro está que tiene que existir un adecuado ambiente en donde puedan realizar sus diversas funciones para que haya un buen funcionamiento, es decir; que puedan contribuir con la empresa y pensar en el desarrollo del ente, de lo contrario habrá muchas dificultades que con el tiempo se reflejarán en un futuro y se deteriore la planificación estratégica que esto conlleva a no cumplir con todas las metas, propósito, objetivos que se hayan propuesto alcanzar por un tiempo determinado.

Por último, carece de liderazgo emprendedor debido a que no hay un buen manejo en todas las áreas que se derivan importantes términos como en recursos humanos, o en el área de logística que mayormente se reflejan casos de dar impulsos emprendedores en realizar las actividades laborales, pero esta empresa solo se dedica a tener ganancias y/o utilidades, y no contribuyen con el desarrollo de ética profesional con todos los que pertenecen a ella. La falta de capacidad de ser un buen líder y tener espíritu de desempeño al lograr todo lo propuesto, no es una ventaja de tener pensamientos de crecimiento sino, es un pensamiento de llevar de baja rentabilidad y equidad en la empresa.

1.2. TRABAJOS PREVIOS

Los trabajos previos generaliza a todas las redes o fuentes documentales que se encuentran relacionadas de acuerdo a la investigación que se realiza, con diversos estudios o trabajos hechos por otros investigadores en base al tema efectuado, es por ello que se necesita recopilar toda información que sea actualizada, específica y que tengan términos de similitud con la misma.

Por lo cual, encontrando investigaciones relacionados con el estudio, se escogió los siguientes trabajos, a nivel internacional, nacional y local.

A NIVEL INTERNACIONAL

De acuerdo a López (2018), en su tesis titulado “Evaluación de Gestión aplicada a los procesos comerciales y de Logística de la empresa Álvaro S.A.” desarrollado en la Escuela Politécnica del Ejército, Ecuador, presentó las siguientes conclusiones:

Efectuada con la investigación el estudio se concluyó que: el desarrollo de la Evaluación de Gestión a los Departamentos Comerciales y de Logística de la empresa Álvaro S.A.C, el objetivo general que se planteó al hacer un análisis, resultó ser el más eficiente al cumplir con todas las expectativas al evaluar todos los niveles de las 3 E, es decir; la eficiencia, eficacia y economía de los procesos que se mencionaron en todo el desarrollo, cumpliendo un marco ético profesional.

Se realizó la evaluación de Gestión Comercial, que tuvo resultados como herramientas de oportunidades de mejora, eso implica en determinar los procesos necesarios para determinar los procesos de gestión más eficaz y contribuir con los niveles de fácil adopción que son involucrados con el control interno de la empresa.

Se deriva también, acerca de una evaluación del desempeño acerca de los trabajadores que realizan trabajos laborales y la inadecuada aplicación acerca de los indicadores de gestión, si bien es cierto que ocasionan las autoridad que tiene el mando de las diferentes áreas, en las cuales se desarrolla las actividades, y esto da paso a que las funciones no se realicen con un buen ambiente interno y se asemeje una mala estimulación ante el objetivo de la empresa.

Conforme a Luna y Morocho (2014), en su tesis titulado “Análisis de la Gestión comercial para la empresa Distribuidora Comercial Luna” desarrollado en la Universidad Técnica Particular Loja, Ecuador , presentó las siguientes conclusiones:

Los colaboradores y/o empleados de la empresa Comercial Luna realizan diversas y múltiples funciones, lo que se genera una carencia debido a que no cuentan con un manual donde se detalle y/o especifique las funciones nativas de

cada uno de estos, debido a que esta situación va directamente de parte de la administración de Recursos Humanos, así como el descuido o falta de liderazgo en el gerente al elaborar, especificar y detallar cada término en el manual de funciones. Si bien es cierto, al tener un principal problema como éste, en el ambiente interno de la empresa y no tomar decisiones a corto plazo o rectificarlo; se convierte inmediatamente en una situación que conlleva a una duplicidad de funciones y pérdida de tiempo de parte de los empleados, en lo que se detalla.

De tal modo, que si esta situación no se rectifica en un corto plazo, tiene consecuencias como, que los trabajadores no cumplan con su trabajo con cabalidad, y una pérdida de tiempo, ya que sus funciones se derivan de acuerdo a las áreas que se encuentra la empresa y esto direcciona que sus esfuerzos no tengan ningún resultado, porque no se dedican y se concentran en una sola de ellas, es decir en una sola actividad. Generándose una falta de gestión en todas las áreas, falta de información oportuna y sobre todo diversos desacuerdos entre directivos y trabajadores.

Por otro lado, se determinó que los clientes de Comercial Luna, pagan a destiempo sus obligaciones con la empresa, situación que se contradice de acuerdo a lo que se establece con las políticas de venta de operaciones crediticias y objetivos de la empresa, como también un incremento del índice de morosidad que ocasionaría y se reflejaría en su caja monetaria que representa los ingresos de la entidad. En otro aspecto también se refleja por parte de la empresa que no pagan a tiempo sus obligaciones con sus trabajadores u colaboradores que laboran en ella; esto genera un desprestigio en la buena imagen interna, debido a que no hay políticas, normas, deberes y derechos, porque no hay contribución de ambas partes, trayendo como consecuencia una falta de gestión. De tal modo, que esta situación es por falta de políticas laborales y fundamentalmente conlleva a una determinada existencia de crédito incobrable, pérdida de clientes, deterioros económicos y sobre todo una debilidad de imagen empresarial.

A NIVEL NACIONAL

De acuerdo a Olórtegui (2016), en su tesis titulado “Evaluación de la gestión Comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Distribuidora Virgen del Cisne S.A.C.” desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, presentó las siguientes conclusiones:

En la proyección que se realizó una evaluación de gestión comercial directamente aplicada muy eficaz, se determinó que en el área de ventas y distribución mejorará la rentabilidad patrimonial, debido a la gestión que se empleará en la distribución de personal en cada área, lo cual también se enfocará en el capital y la utilidad neta de la empresa en S/. 0.10, S/. 0.17, S/ 0.04, debido a que se mejoraron los términos deficientes y tomando buenas decisiones de parte de los directos y/o jefes de cada área, como también de la buena comunicación entre los trabajadores u colaboradores, si bien es cierto si hay una buena relación de parte de los éstos, habrá una buena equidad en la entidad y esto se reflejada en las mejoras económicas y sobre todo considerando la confiabilidad de términos de gestión.

Una determinada evaluación de gestión comercial a la empresa Distribuidora Virgen del Cisne S.A.C, permite indagar que puntos y términos de la empresa se encuentra deficientes o de carencia absoluta, y eso involucra totalmente a la parte de los recursos económicos y herramientas de gestión de la empresa, en base a que eso determina los errores, que de tal modo que conlleva a tomar mejores decisiones correctas y precisas de la entidad.

Se realizó diferentes encuestas en las áreas de la empresa Distribuidora Virgen del Cisne S.A.C, y unas de las preguntas fue si habían términos equitativos entre empleados y directivos, no se obtuvo un buen resultado , debido a que habían una falta de estimulación entre ambos, obteniendo un mal manejo habitual al gestionar diversas funciones, en lo que representa una falta de responsabilidad al tener pagos previos hacia los trabajadores que realizan diversas actividades laborales en el ente, y estos no asemejan obligaciones, es por ello que se estableció un encargado que realice como función un sub gerente que tenga temática al contribuir con los pagos al personal y que sea correspondiente al mes

que se trabaja, para que pueda existir una ética y eficiencia determinada acerca de los deberes y derechos que tienen como seres humanos.

Conforme a Gamboa (2015), en su tesis titulada, “Aplicación de una Gestión Comercial como Herramienta de Control y Evaluación para mejorar la rentabilidad en las empresas comercializadoras de la provincia de Trujillo” desarrollado en la Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, presentó las siguientes conclusiones:

En la empresa se evaluó la Gestión Comercial de las distintas áreas críticas en la cual, se examinó y tuvo un resultado que si las áreas tiene un mal manejo de gestión, esto se reflejará en sus resultados económicos, de las implementaciones que se hizo en el área de sistema de comunicación y control operativo, que si bien es cierto se desarrollaría de forma óptima aún más los resultados del ente.

Al realizar una elaboración de un plan de estrategias, repercute favorablemente mucho en lo que es la gestión económica, financiera y corporal del ente, en lo que permite determinar y detallar el cumplimiento de los objetivos, estrategias y planes en las diversas áreas de la entidad, favorablemente en las áreas comerciales y de postventa.

Se accedió a una evaluación de todos los niveles de acuerdo a la eficiencia, eficacia y economía de las diversas áreas comerciales y de postventa, que directamente influyen en los todos los índices de rentabilidad, lo que se genera a la comprobación de que si hubo una mejora de procesos con respecto al periodo que se establece la auditoría.

A NIVEL LOCAL

De acuerdo Valdivieso (2016), en su tesis titulado, “Análisis de la Gestión Comercial del Periodo 2015 para la empresa Distribuidora GARATEA E.I.R.L. en Nuevo Chimbote -2016” desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo, Chimbote, presentó las siguientes conclusiones:

Se hizo un análisis de gestión y se descubrió el desarrollo que se viene dando en el manejo de los inventarios, lo cual se generó y observó que la empresa no maneja ningún registro de entrada y salidas de toda la mercadería que se utiliza

para el procedimientos de actividades laborales, esto influye en las responsabilidades de los directivos, porque se viene dando una carencia de gestión en ámbito interno del área administrativo, debido a que no existe una preocupación por la eficiencia de la empresa al tener que crecer ordenadamente, es decir que no se involucran a un 100% con la entidad, en base de sus conocimientos como gerencia que se les otorgo. También, se detalla los problemas que surgen en la recepción y almacenamiento de los inventarios por no tener una herramienta de gestión que contribuye con el desarrollo del personal que realice sus diversas funciones, es por ello que hay una falta de situación económica.

Se evaluó cada uno de los procedimientos que se detalló en cuanto a los procesos del manejo de los inventarios, generando una carencia de un sistema de políticas, valores y términos económicos que son adecuados para el almacenamiento y cuidado de la mercadería, debido a que surgen problemas en exceso de inventariado y robo, lo cual reflejaría en tener gastos innecesarios por no tener una buena gestión dentro del área de almacenamiento, también surge que el personal, como viendo la realidad de la empresa, pueden tener fallos en valores éticos, como robo e implicancia de complicidad al tener un acto no formal, es por ello que solo hay herramientas de gestión que sirven de apoyo para contribuir con el desarrollo y el crecimiento de cada una de estas problemáticas.

Se implementó herramientas de gestión para el control de inventarios para la empresa Distribuidora GARATEA E.I.R.L, donde se adjuntará un manual de políticas viables, ya sea éticos y/o políticas para tener en cuenta los procedimientos que se realizará en el control de inventarios, llamados PEP'S que será un formato de Excel para la verificación del control de entradas y salida de las mercaderías y así evitar tener mercadería en stock , de tal modo que ya no habrá gastos innecesarios para la empresa y se elaborara herramientas de gestión para especificar las funciones de todos los trabajadores y no doblar las funciones (ROF, MOF, RIT , MAPRO). Por último, se elaborará un formato de calificación ABC, para determinar aquellos productos que requieren de un mayor control de gestión y prevenir los actos no formales de parte de los trabajadores como el robo de mercadería que sería una disminución de rentabilidad para el ente.

1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

1.3.1. Gestión Comercial

- **Definición**

Según Valladares (2015), nos manifiesta que:

“Es la herramienta ideal para el desarrollo de relación comercial que ayudan a alcanzar los objetivos empresariales de forma rentable, lo cual al establecer una correcta gestión comercial, facilita la identificación de las oportunidades que puede llegar a tener una determinada empresa y se puede organizar a los comerciales para que promueven nuestro producto, o bien, servicio de manera correcta y eficiente” (párr. 1-3).

Según Trucios (2017), nos manifiesta que:

“Es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización del mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad” (párr. 20).

Por otro lado, Nunes (2015), nos indica que:

“Es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing, incluyendo el estudio del ambiente externo y de las capacidades de la propia organización, las actividades comerciales y control, la relación con el cliente y la gestión de la fuerza de venta” (párr. 1-4).

- **Importancia de una Gestión Comercial**

De acuerdo a Nunes (2015), nos indica que:

“Ocupa una de las primordiales herramientas que tiene un ente, para alcanzar el logro y metas de sus objetivos, en las que sirven de ayuda a tener parámetros controlados en todas las actividades de realización financiera. Además, nos permite tener puntos claros en todas las relaciones con los clientes de la empresa, también nos da buenas direcciones comerciales para tener ámbitos equitativos y eficientes en todo el área de ventas y así lograr tener reconocimientos de satisfacción en el mercado y sobre todo en la propia entidad” (párr. 5).

- **Objetivos de una Gestión Comercial**

Según Argandoña (2013) nos comenta que los objetivos primordiales son:

- Desarrollar las diversas estrategias comerciales de acuerdo al negocio y/o rubro de cada entidad.
- Implicancia y/o participación en el mercado.
- Componer posiciones competitivas del ente, de acuerdo a los competidores.
- Nivelar y/o estabilizar la cartera o carpeta de todos los productos y servicios de acuerdo a las funciones de trabajo.
- Alcanzar una rentabilidad comercial de los distintos productos, de tal manera que se pueda contribuir con el flujo de caja (p. 1193).

- **Partes de la Gestión Comercial**

a) Compras

Según Benaque (2013) nos indica que una compra:

“Es obtener alguna cosa por un dinero a cambio, lo cual está generalizado en los mercados industriales y sobre todo en un mercado de comercialización, de acuerdo los parámetros que tiene al hablar de precios, tiempos y lugares” (párr. 4).

De acuerdo a Montoya (2013) nos manifiesta que:

“Es un resumen de conseguir productos y servicios de calidad, mediante un proveedor adecuado” (párr. 6).

✓ Cuentas por pagar comerciales

Según Hernández (2014) nos comenta que:

“Son obligaciones que adquieren las entidades que se deriva de una compra de un bien y/o servicio mediando el giro del negocio” (p.1-2).

✓ Letras por pagar

Según Aguilar (2013) nos indica que:

“Es un comprobante de pago cronológico que se deriva como consecuencia de una venta y/o prestación de un servicio al crédito, teniendo en cuenta el compromiso de pago en la fecha establecida” (párr. 1).

b) Ventas

Según Vega (2015) nos comenta que es:

“La actividad de vender a un determinado precio teniendo estrategias y/o parámetros de la empresa u vendedor, con el requerimiento de vender un producto y servicio de calidad”.

Plan Estratégico de ventas

“Es una herramienta que ayuda a tener una velocidad de innovar nuevas estrategias y una mejor preparación en las actividades que realiza las empresas”.

Etapas según el plan estratégico de venta

- Interpretar el mercado y el ente
- Conceptualizar los objetivos y propósitos de ventas.
- Sugerir estrategias de venta.
- Elaborar un manual de ventas y argumentarlo.
- Determinar y/o precisar los elementos para tener una relación comunicativa el cliente y la entidad (p.5).

✓ Cuentas por cobrar comerciales

Según Ayala (2015) no indica que:

“Las cuentas por cobrar comerciales, como su propio nombre indica se refiere a todo lo que se deriva al comercio, está compuesto por representante de derecho a cobro a los clientes y/o proveedores que realizaron una venta de un bien y/o servicio en las empresas”.

✓ Letras por cobrar

“Representa en su totalidad a los créditos con los clientes y/o proveedores, teniendo parámetros de cobranzas a efecto del giro del negocio”.

✓ Cobranza dudosa

“Representa a todas las cuentas por cobrar a los clientes y/o proveedores, se deriva de comprobantes como facturas y/o boletas y otros comprobantes por cobrar y derechos de cobro que se rige de una recuperación dudosa” (p. 1).

- **Ventajas de una Gestión comercial**

Según Farro (2015) nos manifiesta que:

- Ayuda a las áreas de ventas tengan resultados de crecimiento y sean eficaces.
- Empresas con mejores rendimientos y obtengan beneficios mayores.
- Determina la mejora de las diversas informaciones de la empresa dada.
- Accede a tener datos importantes de los clientes, con las que implementa herramientas de gestión y utiliza los parámetros para mediar la organización de la entidad (párr. 25).

- Elementos de una Gestión comercial

Según Espíritu (2013) nos manifiesta que:

“Hay tácticas concretas en lo que se deriva del producto de una empresa ya sea satisfactorio y/o deseado por el cliente con precios apropiados y con un canales de distribución adecuados y oportuno”.

“Particularmente, hablamos de las 4P s que consiste de Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción”.

A. Producto

“Es un conjunto de propiedades tangibles e intangibles que la entidad promueve y ofrece al mercado”. Lo cual tiene sus propias mezclas que son:

- Variedad
- Calidad
- Diseño
- Características
- Marca
- Envase
- Servicios
- Garantías

B. Precio

“Se detalla la cantidad de un costo que los consumidores tienen que pagar por un determinado producto y/o servicio, lo cual genera

ingresos a la entidad”. Está conformado por las siguientes variables:

- Precio de lista
- Descuentos
- Complementos
- Periodos de pago
- Condiciones de crédito

C. Plaza

“También conocida como canales de distribución, que se involucra con las actividades de la empresa”. Consecuentemente sus variables son:

- Canales
- Cobertura
- Surtido
- Ubicaciones
- Inventario
- Transporte
- Logística”

D. Promoción

“Incluye diversos grupos de actividades que se desarrolla mediante objetivos como: informar, persuadir y lo principal recordar las características, ventas u oportunidades y el rendimiento del producto”. Lo cual tiene las siguientes variables:

- Publicidad
- Venta Personal
- Promoción de ventas
- Relaciones Públicas
- Tele mercadeo

- **Beneficios de una Gestión comercial**

Según Espíritu (2013) nos comenta que:

“Los beneficios de la gestión comercial se determina de acuerdo a tres planos: Directivo, cliente y los Jefes de Equipo”.

- Aplicaciones de gestión comercial y equipo directivo: Accede a medir datos de manera inmediata y la evaluación de todos los resultados en toda la empresa.
- Orientar la dirección de nuestra empresa: Establecer de manera ordenadamente las direcciones de las empresas y conducir los parámetros para tomar buenas decisiones.
- Evaluar el nivel de los equipos comerciales: Permite controlar el tiempo de todos los equipos que se involucra en las funciones de todas las actividades y así gestionar las situaciones de forma inmediata.
- Optimizar la relación con el cliente: Los datos que tenemos de las fichas de los clientes, nos permite relacionarnos y saber sus necesidades al entablar una conversación específica en la cual deseamos construir parámetros comerciales.
- Control de Objetivos en tiempo real: Nos permitirá en tener términos de cumplimientos y la optimización de los objetivos ya detallados en el plan estratégico que tenga la empresa en un determinado tiempo.
- Flujo de la información: Permite conseguir informaciones por menos relevante sea y sobre todo el afán de conseguir los útiles de las visitas comerciales en todas las áreas de la empresa (párr. 1-2).

- **Procesos de una Gestión comercial**

De acuerdo a Argandoña (2013) nos indica que:

Eficacia en ventas

- Realizar presupuestos
- Estructuras de las ventas
- Rangos de producción
- Gastos comerciales
- Ventas en depósito y/o consignación.

Distribución de bienes y servicios

- Gastos por cada producto
- Canales de Distribución
- Recursos económicos de acuerdo a los gastos de distribución.

Liderazgo en el Mercado

- Implicancia y participación en el mercado
- Cartera y/o carpeta de pedidos (p. 1181).

1.3.2. Gestión

- **Definición**

Según Ramiro (2015) nos indica que:

“Es la acción de administrar o gestionar algo. Administrar es dirigir, gobernar u organizar una situación. Gestionar es la forma de hacer posible un cumplimiento de una operación comercial” (p.6-7).

Por otro lado, Hernán, García y Murillo (2016) nos sustenta que:

“Es la acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Asimismo en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada” (p.128).

- **Objetivo Primordial de Gestión**

Según Pérez y Merino (2015) nos manifiesta que:

“Analizar y conseguir de forma ascendente los resultados insuperables de una organización, ente y/o compañía, lo cual depende básicamente de cuatro pilares elementales, por lo que ayuda a desarrollar todas las metas plasmadas” (párr. 4).

- **Pilares de Gestión**

De acuerdo a Pérez y Merino (2015) nos indica que:

Primer Pilar:

“Se reconoce como estrategia, considerando todos los factores y/o parámetros como el mercado o el consumidor, lo cual estable en desarrollar acciones y de manera efectiva”.

Segundo Pilar

“Es el reconocimiento y cultura de los valores de la empresa, lo cual es la fortaleza de ésta y así tiene oportunidades con los logros alcanzados y tomar decisiones correctas y adecuadas”.

Tercer Pilar

“Es la estructura, en término empresariales se basa en las cooperaciones, en establecer diseños y en el compartir del conocimiento, teniendo iniciativas de acuerdo a la evaluación de cada empresa”.

Cuarto Pilar

“Es la ejecución, que consiste en tomar decisiones correctas y aprovechar las oportunidades, siendo muy productivas y satisfacer necesidades de los clientes” (párr. 5-7).

- **Etapas de una Gestión**

Según Morales (2017) nos indica que:

Planificación

“Es la etapa donde se reflejan lo objetivos a corto y largo plazo, en el cual serán alcanzados en la organización”.

Organización

“En esta etapa donde todos los gestores empiezan a determinar muy detalladamente todos los procesos, en ocupar el alcance de todo los objetivos que se formularon en la primera etapa. Éstas son inventadas con el orden de tener una relación de trabajo y el depender de quien los lidera”.

Liderar

“En esta etapa se trata que los colaboradores tengan una dirección, desempeño y motivación, lo cual hará que tengan resultados positivos y así puedan alcanzar las metas”.

Control

“En esta última etapa, se muestra que los gestores evalúan toda la planificación, lo cual sea respetada de acuerdo a los objetivos que se cumplirán en un determinado periodo, para ello éstos deben de ser óptimo en realizar sus correcciones y tomar medidas en las normas y/o reglas que son aptos” (párr. 10-13).

- **Eficiencia de una Gestión**

Por otro lado Gutiérrez (2016) no comenta que:

“La eficiencia de la Gestión, es sostener el equilibrio entre los principales factores: resultados y recursos, lo cual es ideal obtener mejores resultados con mínimos recursos, en la realidad no siempre se da porque lo que es mejor buscar eficiencia en resultados óptimos y no máximos y así se hará la utilización de los recursos de los empleados”.

Resultados

“Es la consecuencia directa del procedimiento de Gestión y así se determina en parámetros de acuerdo a los objetivos de la organización y/o ente”. Lo cual está dividido en cuatro conjuntos relacionados:

Producción

“Medición de los productos fabricados, servicios prestados, pedidos tramitados y clientes atendidos; lo cual el principal factor es el periodo de un determinado tiempo al hacerse la entrega de los productos y respetarse con el cumplimiento de éstas”.

Calidad

“Grupos que pueden incluirse a una actividad a un producto, lo cual se mide de acuerdo a que producto y/o servicio que se requiera”.

Estructura de Coste

“Es la medición con lo que se alcanza resultados de acuerdo de la producción y de la calidad, lo cual se establecen sin sobrepasar los límites de los objetivos anticipadamente de un presupuesto”.

Rentabilidad y Productividad

“Parámetros que miden los resultados obtenidos con los recursos utilizados y gastados” (p.3-4).

- Gestores

Según Fernández (2017) nos indica que:

“Un gestor es la persona que se compromete a organizar y establecer términos de indicaciones para dirigir cualquier organización y/o empresa.

Lo cual son los mismos que trabajan en el aumento de rentabilidad dentro de las empresas”.

“Es el encargado de establecer medidas de apoyo que favorecen a las organizaciones en las funciones internas y externas, lo cual se encargan de hacer que las empresas tengan buenas críticas y un desarrollo idóneo capaz”.

Por otro lado también nos indica la importancia que tiene un gestor en una organización.

“Un gestor tiene una importancia y un reconocimiento leal, lo cual se distingue por su capacidad de ayudar a todos los colaboradores en el momento indicado, ya sea capacitándolo y orientándolos de parámetros claros y eficientes de acuerdo a los objetivos ya establecidos”.

“Estas personas suelen ser líderes de generar una comunicación sincera, lo cual demuestra mucha confianza en toda la organización y estableciendo objetivos para ganarse el respeto del personal que se desempeña con el gestor” (párr. 5-8).

1.3.3. Instrumentos de Gestión

Según Tejada (2014) nos indica que:

A. Reglamento de Organización y Funciones- ROF

“Es un instrumento técnico que se basa de nomas de gestión lo cual dispone de la naturaleza, competencia y sus organizaciones establecidos en la empresa”.

- Características del Reglamento de Organización y Funciones (ROF)

- Organizado de forma ordenada y sistemática.

- Contiene información clara y precisa.
 - Descripción de información fácil de entender y comprender.
 - Presentado impreso para tener un manejo fácil.
 - Presentará el contenido con todo lo encontrado en las entidades y de manera estructurada ordenadamente.
- **¿Para qué sirve el Reglamento de Organización y Funciones (ROF)?**
- Determinar los tipos de órganos y áreas funcionales
 - Establecer parámetros y responsabilidades funcionales
 - Determinar los recursos económicos y financieros
 - Sirve como un instrumento para precisar y desarrollar el procedimiento de dirección y control”.
- **Etapas del desarrollo del Reglamento de Organización y Funciones (ROF)**
- Formulación
 - Aprobación
 - Difusión
 - Actualización
- **Metodologías para la elaboración del Reglamento de Organización y Funciones (ROF)**
- Visualizar y fijación de la naturaleza, propósitos y alcance
 - Detallar las diversas funciones
 - Asociación de las funciones
 - Fijación de la estructura orgánica.

- **Metodologías para determinar la Estructura Orgánica**

“Definir las políticas de la empresa, acerca de los niveles jerárquicos y sobre los distintos tipos de secciones y/o departamentalización funcionales”.

Debe de efectuarse de acuerdo al diseño de la estructura orgánica en base a los diversos parámetros.

- i. Objetividad
- ii. Simplicidad
- iii. Realización de funciones.
- iv. Flexibilidad.
- v. Recursos económicos.
- vi. Distribución de funciones.

- **Criterios para el proceso de Departamentalización**

- Por actividades funcionales.
- Desarrollo y/o técnicas.
- Por mercadería u productos.
- Por consumidores, clientes y/o compradores
- Por lugares de distribución
- Por escalas de control (horarios)
- Mixtas

- **Criterios para la Elaboración del Reglamento de Organización y Funciones (ROF)**

- ❖ Visualizar las disposiciones sobre la elaboración, estructura y las diversas funciones que se refieren al procedimiento de la modernización y descentralización.
- ❖ Proyectar los criterios de organización de acuerdo a la simplicidad y flexibilidad de las áreas

- ❖ Evaluar y observar el principio de especialidad.
 - ❖ Observar las normas legales de todas las funciones dadas.
 - ❖ Asignar todas las funciones y las diversas competencias de la entidad, en cada órgano de la empresa.
 - ❖ Proteger el desempeño de las cuentas y la fijación de las competencias.
 - ❖ En una entidad la estructura orgánica debe de mantener un equilibrio de acuerdo a las necesidades de los niveles de jerarquía de autoridad y la organización entre órganos.
- **Elaboración del Reglamento de Organización y Funciones (ROF)**
- ✓ Se elabora de acuerdo a una finalidad establecidos en los objetivos de la entidad y así desarrollando parámetros de acuerdo a los títulos, capítulos y artículos.

- **Utilidad del Reglamento de Organización y Funciones (ROF)**

“Debe ser utilizado y empleado como un instrumento de gestión para establecer parámetros en los diversos campos funcionales y/o laborables, determinar responsabilidades y poner en marcha todos los procesos de dirección y control”

B. Manual de Organización de Funciones – MOF

De acuerdo a Tejada (2014), nos indica que:

“Es un documento normativo que detalla y especifica las diversas funciones específicas y diversas de todos los cargos y/o puestos de trabajo, teniendo en cuenta el desarrollo de toda la estructura orgánica y las funciones establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones (ROF)” (p. 27).

Según Zegarra (2013) nos comenta que:

“Es un documento formal que las entidades elaboran y desarrollan al plasmar toda la parte organizacional que han establecido, lo cual este documento sirve de guía para todas las funciones de los colaboradores y/o personales”.

- **Importancia del Manual de Organización de Funciones (MOF)**

Según Trejo (2013), nos comenta que:

“Facilita todos los procedimientos de todo el personal y da lugar al perfeccionamiento de todas las responsabilidades del cargo asignado”.

“Determina las diversas funciones con las específicas responsabilidades y deriva autoridad de los cargos dependiente” (p. 2).

- **¿Qué se necesita para la elaboración del Manual de Organización de Funciones (MOF)?**

- El compromiso e implicación de toda la organización, principalmente de los líderes.
- Que separen unas horas de su trabajo laboral todos los líderes para la toma de decisiones referidos a estos puntos.
- Formar un conjunto técnico que lidere los procedimientos internos y/o externos.
- Que tengan un plan estratégico vigente en toda la organización, por lo que generalmente sin el plan no se realizará el MOF.
- Que todo el conjunto técnico utilice metodologías para la realización del cronograma y para el plan estratégico que manifieste todas las funciones.
- Implantación de este manual mayormente en los cambios fuertes.

- Visualización de manual a la disponibilidad de todos los colaboradores y/o personal (párr. 1-2).

- **Características de Manual de Organización de Funciones (MOF)**

De acuerdo a Tejada (2014) nos indica que:

- No será utilizado para crear nuevos parámetros distintos a las del ROF.
- No se empleará para elaborar cargos.
- Se elaborará independientemente en cada unidad orgánica establecido en el nivel organizacional.

- **Finalidad del Manual de Organización de Funciones (MOF)**

- ❖ Señala las diversas funciones básicas de cada cargo.
- ❖ Detalla las ubicaciones dentro de las estructuras con sus correspondientes funciones.
- ❖ Describe todas las funciones de cada unidad, ya sea en los cargos interiores y/o exteriores. (p. 29-30)

C. Reglamento Interno de Trabajo - RIT

De acuerdo a Portal (2013) nos manifiesta que:

“Es un reglamento normativo que permite a los directores y a los colaboradores, contar con parámetros sistematizados de todos los comportamiento y los efectos jurídicos al no cumplir las reglas, ya que constituye una importante herramienta de apoyo en toda entidad”.

- **Que permite el Reglamento Interno de Trabajo (RIT)**

- Incorporación de todos los empleados y/o trabajadores.
- Los horarios laborales adecuados.
- Ciertas duraciones en una reunión y/o jornada.
- Establecer controles acerca de las asistencias de todos los funcionarios.
- La relación eficiente entre los empleados y directores.
- La medición de las diversas disciplinas. (párr. 4-7)

- **Importancia del Reglamento Interno de Trabajo (RIT)**

En base a Lozano (2017), nos comenta que:

“Es muy importante utilizar este Reglamento como instrumento, ya que generalmente permite gestionar la cultura de las todas las organizaciones ya que dicta o destaca comportamientos laborales y así demostrar todos los cumplimientos de modo responsable al ser comunicado a todos los colaboradores” (párr. 4).

- **Objetivo del Reglamento Interno de Trabajo (RIT)**

Según Quezada (2015), nos manifiesta que:

“El objetivo fundamental del RIT, es tener una relación equitativa de todas las actividades de una entidad, fundamentalmente que logren vínculos armoniosos y disciplinados que tenga un desarrollo productivo de todos los trabajos dentro del ente y así contribuir con todas las reglas y el cumplimiento de éstas”.

- **Requisitos que debe de contener un Reglamento Interno de Trabajo (RIT)**

- Horas de entradas y salidas de todos los colaboradores
- Tiempos destinados para el break y los reposos durante el trabajo.
- Momento y lugares en el inicio y el término de las jornadas laborales.
- Horarios establecidos y fijados para emplear el trabajo de limpieza a todos los puestos laborales y maquinarias.
- Días establecidos para los pagos.
- Normas para tomar medidas de riesgo.
- Permisos y licencias.
- Normas necesarios de la empresa para el desarrollo del trabajo.
(párr. 3)

D. Manual de Procedimientos - MAPRO

Según Reyes (2013), nos comenta que:

“Es un documento que agrupan diversos procesos indispensables para completar las tareas y/o trabajos con la finalidad de permitir una adecuada comunicación con todos los involucrados que establezca realizar trabajos de manera ordenada apoyados de los recursos sistemáticos” (párr. 3).

- **Para qué sirve el Manual de Procedimientos (MAPRO)**

De acuerdo a Canga (2014) nos manifiesta que el MAPRO, sirve para lo siguiente:

- Conocer a todo el personal, e involucrando todos los objetivos y las responsabilidades laborales.

- Para evitar las dobles funciones y así evitar las diversas responsabilidades.
- Proporcionar mejores parámetros para los distintos procedimientos y así obtener resultados eficientes.
- Establecer uniformidad de los trabajos y así evitar los inconvenientes.
- Evaluar y la revisión de los procesos estableciendo un sistema nuevo o existente.
- Crecimientos eficientes en los trabajos que se realiza en las diversas actividades de las empresas. (párr. 6)

- **Objetivo del Manual de Procedimientos (MAPRO)**

En base a Lazzaro (2015), nos indica que:

- Aportar a todas las jornadas y/o actividades los lineamientos ya establecidos.
- Apoyar en la pro-actividad y optimización de todos los recursos, lo cual se generaliza por el tiempo u esfuerzo que no haya ninguna repetición.
- Incorporar y elegir los más concretos requisitorios de todas las actividades dentro de las entidades.
- Organizar la elaboración, desarrollos, investigaciones, contribución y la aplicación de todo lo establecido en la organización.
- Distribuir los puestos de trabajo y/o unidades de acuerdo a sus distintas funciones.

- **Importancia del Manual de procedimientos (MAPRO)**

- Nos permite tener un mejoramiento continuo de todos los procedimientos y actividades de las empresas.

- Tener una estandarización de todos los procesos de acuerdo a todas las diversas organizaciones.
- Una gran ventaja y oportunidades para las determinadas evaluaciones de dichos trabajos y así resaltar las eficiencias de los resultados de los colaboradores.

- **Características del Manual de Procedimientos (MAPRO)**

- Es un documento que describe y se basa en ser una herramienta normativa, que establece pautas instructivas.
- Abarca y contiene en detallar todas las funciones y acciones que se muestran en todas las procesos, de tal manera que se pueda cumplir con todas éstas.
- De acuerdo a la descripción de los diversos procedimientos deberá contener coherencias en todas las pautas legales y/o normativas que regulan en todas las funciones de la empresa.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se ha venido desarrollando la Gestión Comercial de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L. en el periodo 2016 y 2017, Chimbote?

1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La justificación teórica según la variable del estudio de gestión, su importancia con un determinado énfasis comercial permitió a la organización y a otras del mismo rubro a medir resultados, determinar procedimientos y evaluar todas las funciones del ente.

La investigación se realizó con la sistematización de la información en relación a definiciones, importancia, objetivos, partes, ventajas, elementos, beneficios y procesos de la gestión comercial.

La justificación práctica de la investigación tuvo como importancia de conocer el objeto de todos los problemas y así aplicar objetivos y metas para el desarrollo de crecimiento de todas las empresas, es decir; tuvo parámetros en que pueda sobresalir los análisis fundamentales, que evidentemente se realizaron con herramientas de como evaluar la gestión y/o gestión comercial, generalmente este trabajo abarcó a todas las entidades de rubros iguales y que tengan errores habituales en el sector interno y/o externo, por lo que sirvió de apoyo al mantener un margen de estabilidad y equilibrio y sobre todo que tengan una relación directa y clara; y así mejorará la organización, lo cual se evaluó y se detalló todas las problemáticas y las posibles soluciones, con la determinación y la visualización que se obtendrá mejores y mayores resultados que sean eficientes para la entidad.

La justificación Metodológica se elaboró instrumentos de recolección de datos en la investigación como la guía de observación y cuestionario, con los cuales se pudo recolectar y procesar información para las variables del estudio.

1.6. HIPÓTESIS

- Hipótesis Central

Según Hernández (2010) manifiesta que:

Estas hipótesis se utilizan a veces en estudios descriptivos, para intentar predecir un dato o valor en una o más variables que se van a medir u observar que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis de esa clase o que sean afirmaciones más generales (“la ansiedad en los jóvenes alcohólicos será elevado”, “durante este año, los presupuestos de publicidad se incrementarían entre 50 y 70 %”, “la motivación extrínseca de los obreros de las plantas de las zonas industriales de Valencia, Venezuela, disminuirá”; “el número de tratamientos psicoterapéuticos aumentará en las urbes sudamericanas con más de tres millones de habitantes”). No es sencillo realizar estimaciones con relativa precisión con respecto a ciertos fenómenos. (p. 97)

1.7. OBJETIVOS

a) Objetivo general:

- ✓ Evaluar la Gestión Comercial del periodo 2016 y 2017, para la empresa Distribuidora Marisa S.R.L, Chimbote.

b) Objetivos Específicos:

- ✓ Describir la gestión comercial de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L. del periodo 2016 y 2017.
- ✓ Analizar la gestión comercial del periodo 2016 y 2017 de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L.
- ✓ Elaborar Instrumentos de Gestión para la empresa Distribuidora Marisa S.R.L.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

- Descriptiva- Propositiva

M - O - P

Donde:

M= Empresa Distribuidora Marisa S.R.L.

O= Gestión Comercial

P= Instrumentos de Gestión

2.2. Variables, Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión Comercial	Según Valladares (2017), nos manifiesta que es la herramienta ideal para el desarrollo de relación comercial que ayudan a alcanzar los objetivos empresariales de forma rentable, lo cual al establecer una correcta gestión comercial, facilita la identificación de las oportunidades que puede llegar a tener una determinada empresa y se puede organizar a los comerciales para que promuevan nuestro producto y/o bien o servicio de manera correcta y eficiente (párr. 1-3).	Es una herramienta principal y útil para todo el desarrollo comercial, por lo que sirve de apoyo para alcanzar los posibles objetivos y metas deseados, además determina una técnica fácil para poder llegar a una entidad y así tener una buena relación con los clientes y obtengan resultados eficientes.	1. Rotación de Inventarios	Razón
			2. Periodo Promedio de Inventarios	
			3. Periodo Promedio Cobranza	
			4. Periodo Promedio Pagos	
			5. Rotación de Activos Fijos	
			6. Rotación de Activo Total	

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

En este desarrollo, la población está conformada por todos los trabajadores N° 27 de la empresa “Distribuidora Marisa S.R.L.”

2.3.2. Muestra

La muestra está compuesta por todos los trabajadores considerados en el universo muestral (27) al año 2017 de la empresa “Distribuidora Marisa S.R.L.”

OCUPACIÓN	N°
Gerente	1
Digitadora	1
Asistente Contable	1
Almacenero	2
Secretaria	2
Repartidores	3
Mercaderistas	2
Choferes	2
Vendedores de Campo	13
TOTAL	27

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

TÉCNICA	INSTRUMENTO
<p style="text-align: center;">OBSERVACIÓN</p> <p>Son instrumentos de investigación y recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables, específicas. (Soto, 2014, párr. 1)</p>	<p style="text-align: center;">Guía de Observación</p> <p>Mediante la guía de observación ya sea de documentos y/o procesos, se corroboró, si la empresa cuenta con los reglamentos, normas, manuales, procedimiento y políticas, además si se aplicaron en la Distribuidora Marisa S.R.L.</p>
<p style="text-align: center;">ENTREVISTA</p> <p>Es una técnica que permite asignar respuestas a los problemas, tras la recolección sistemática de las informaciones establecidas y logradas. (Tamayo, 2013, p. 24)</p>	<p style="text-align: center;">Cuestionario</p> <p>Utilizamos este instrumento que, sirvió para recolectar toda la información, estableciendo preguntas acerca de toda la gestión comercial en la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L</p>

- **Validez y Confiabilidad**

Para la validez se utilizó el juicio de expertos, que consiste en 03 personas conocedores e informados del tema, quienes los revisaron, el instrumento de guía de análisis documental y la ficha de cuestionario.

2.5. Métodos de Análisis de datos

Se utilizó:

- Estadística Descriptiva

Se utilizó el método de estadística descriptiva, con el fin de poder obtener resultados de: Porcentajes, representados en tablas y figuras.

2.6. Aspectos éticos

- Confidencialidad de todos los datos recolectados e informaciones establecidos por la empresa.
- Datos fiables sobre toda la información por la empresa, sin causar ningún tipo de variación ni cambios de datos que pueden beneficiar al investigador y/o indagador y a la profesión contable.
- Respeto con calidad y el derecho de las citas.
- No perjudica al medio ambiente
- Vocabulario etimológicamente profesional.

III. RESULTADOS

DATOS GENERALES



RAZÓN SOCIAL :	DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.
NOMBRE COMERCIAL :	DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.
NUMERO DE RUC :	20116170770
INICIO DE ACTIVIDADES :	02/05/1987
ACTIVIDAD ECONÓMICA :	Venta de abarrotes, tabaco y gaseosas
DOMICILIO FISCAL :	Jr. Manuel Villavicencio N° 517 (Casco Urbano) Ancash - Santa - Chimbote
REPRESENTANTE LEGAL :	Titular Gerente: Sam Chu Oscar Fernando

RESEÑA HISTÓRICA

El establecimiento comercial ubicado el JR. MANUEL VILLAVICENCIO NRO. 517 CASCO URBANO / ANCASH - SANTA – CHIMBOTE, lleva en funcionamiento más de 20 años, desde la fecha 02-05-1987, con lo que se dio de baja en el año 1999 por motivos personales y económicos pero se reincorporaron en el año 2006 y a partir de esa fecha hasta la actualidad están con movimientos de estado activo, con el nombre “DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L”, el gerente llamado SAM CHU OSCAR FERNANDO desde el 18-03-96 , lo que hizo que la empresa ascienda sus ingresos y/o utilidades, iniciaron el negocio con una capital de 10000 soles y con un local alquilado con muchas reparaciones y con el pasar del tiempo fue creciendo y generando así más utilidades, es un negocio que les ha brindado buena estabilidad económica y les ha generado los suficientes ingresos para ampliar su propiedad y la adquisición de varios bienes pero también a partir del 2015 empezaron los gastos más sobresalientes, porque comenzaron a adquirir un servicio de un contador, y hasta la actualidad cuentan con ese servicio, Es un negocio comercializador dedicado a la venta de abarrotes, tabaco y bebidas que con esfuerzo y dedicación ha salido adelante y logrado forjar una meta para el beneficio de sus trabajadores y de esta misma, con unos bajos tiempos pero siempre cumpliremos las expectativas de nuestro principal objetivo que es el cliente.

Primer Objetivo: Describir la gestión comercial de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L. del periodo 2016 y 2017.

TABLA N° 1

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA LA EMPRESA

“DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.”

COD	ÍTEMS	RESPUESTA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
01	¿Existe un registro de asistencias del personal?		X	
02	¿Existe y se desarrolla el espíritu integrador?		X	
03	Existe un código de ética de la empresa		X	
04	¿La empresa ha identificado y valorado los riesgos?	X		Dependiendo de la gravedad
05	¿Se tiene un plan comercial?		X	
06	La empresa cuenta con instrumentos de gestión, tales como:			
	a) ROF		X	
	b) RIT		X	
	c) MOF		X	
	d) MAPRO		X	
07	¿La empresa brinda servicios de capacitación?	X		
08	¿Existe una estructura organizacional definida?		X	
09	¿Ha visto actividades que sea de malos hábitos y/o riesgos para la empresa?		X	
10	¿La empresa tiene áreas definidas?		X	

Elaborado por: H.R.K.	Revisado por:
Fecha:	Fecha:

COD	ÍTEMS	RESPUESTA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
11	¿Usted tiene una función establecida, con qué documento y/o reglamento?		X	
12	¿Existe un control diario de las existencias en compra y ventas?		X	
13	¿Dentro de la organización las órdenes se dan por escrito?		X	
14	¿Existe un personal encargado del área de cobranza?		X	No hay un orden establecido
15	¿La empresa cuenta con normas organizacionales de gestión comercial?		X	
16	La empresa cuenta con los parámetros de las 4 P			
	a) Producto		X	
	b) Precio		X	
	c) Promoción		X	
	d) Plaza		X	
17	¿La empresa invierte en servicios de publicidad?		X	
18	¿Existen descuentos en cuanto a la venta de los productos al por mayor?		X	
19	¿Crees usted que oferta es una buena estrategia de venta para incentivar el consumo?	X		
20	En general, ¿Cree usted que hay una atención orientada al cliente?		X	

Elaborado por: H.R.K.	Revisado por:
Fecha:	Fecha:

ANÁLISIS DE LA TABLA N° 1

- En el código 1:

La Empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no cuenta con un registro de asistencias, lo cual perjudicaría a toda la organización debido a una falta de respeto hacia los valores, puntualidad y/o responsabilidad que se destaca por todos los que conforman la empresa.

- En el código 2:

De acuerdo a lo observado, en la Distribuidora no se desarrolla un espíritu integrador debido a que no hay ningún tipo de comunicación de compañerismo entre los trabajadores y/o gerentes, solo resalta la comunicación laboral.

- En el código 3:

Se ha podido observar que, no existe un código de ética dentro de la empresa, lo cual es son escalas de riesgos para esta, por lo que puede generar comportamientos incorrectos.

- En el código 5:

La Empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no cuenta con un plan comercial, lo cual esto tiene consecuencias internas y/o externas, por lo que generalmente se basa en mundo del comercio ante el público, entonces no contar con un plan comercial, es poner en marcha la empresa pero no saber a dónde queremos llegar, es no tener bien definido el camino hacia el éxito.

- **En el código 6:**

Mediante lo observado, la empresa Distribuidora Marisa no cuenta con instrumentos de gestión, lo cual esto sería la causa de que no puedan tener una organización ordenada cubierta de parámetros y niveles de calidad que puede realizar cada uno de los trabajadores de acuerdo a sus funciones que se destacan de acuerdo por ocupación.

- **En el código 8:**

En la empresa no existe una estructura organizacional debido a que no hay labores específicas ni mucho menos funciones establecidas, lo cual se da porque el gerente no se compromete ni cumple con sus obligaciones que le corresponde.

- **En el código 9:**

De acuerdo a lo observado, los trabajadores y/o empleados no han visto ni mucho menos han sido participe de malas costumbres o hábitos, de tal forma que si sería un hecho esto inmediatamente fuese un riesgo para la empresa y perjudicaría la imagen de ésta.

- **En el código 10:**

En la empresa no existen áreas definidas debido a que no hay un control ni un orden establecido para las diferentes áreas internas de ésta, de tal forma que se repiten las funciones y los trabajadores realizan actividades no dictadas por el gerente y puede traer consecuencias de no complementar las funciones.

- **En el código 11:**

Dado lo observado, no existen funciones específicas de las actividades que deben de realizar los trabajadores y/o empleados debido a que no tienen reglamentos y/o documentos en donde especifique cada función establecida, ya que el gerente no tiene parámetros que fundamente las funciones.

- **En el código 12:**

No existe ningún control acerca de las existencias de compras y/o ventas, por lo que no hay un personal establecido en almacén y esto perjudicaría tener riesgos en la empresa debido a que no hay un registro de cómo llevar a diario las entradas y salidas de la mercadería y por ende hay desorden en las áreas.

- **En el código 13:**

En la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no se dan las órdenes por escrito debido a que el gerente no tiene documentos como sustentar las funciones de las actividades que realizan los trabajadores, lo cual esto tiene como consecuencia el desorden interno del ente.

- **En el código 14:**

Mediante lo observado en el interior de la empresa, no existe una función específica en el área de cobranza, lo cual los trabajadores que están al alcance de cada área, toman funciones sin consultar o tener una orden por escrito mediante el gerente.

- **En el código 15:**

La empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no tiene normas ni reglamentos acerca de la gestión comercial, lo cual esto debería ser fundamental debido, que es un parámetro muy importante al establecer una empresa de rubro comercial, por lo tanto los trabajadores no tienen la información adecuada acerca de ésta y esto abriría puertas a las competencias en el mercado laboral.

- **En el código 16:**

De acuerdo a lo observado, la empresa no cuenta con los cuatro parámetros que son precio, productos, promoción y plaza, lo cual no es suficiente para tener buenos crecimientos acerca de la comercialización, debido a que tiene una ausencia de promoción de todos los productos y esto se reflejaría en las demás competencias por cierto grado de diferencia.

- **En el código 17:**

La empresa no invierte en el servicio de publicidad, ya que para el gerente no tiene mucha importancia en invertir en este servicio, debido a que no toma estrategias exteriores de la empresa, de tal forma que este servicio no es esencial pero si relevante, por lo que generalmente el cliente toma decisión de comprar un producto a la primera impresión visual y/o auditiva.

- **En el código 18:**

Dado a lo observado en la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no es consecutivamente los descuentos por la venta de los productos, debido a que últimamente no tenían estrategias de como solventar esos descuentos, pero si hay temporadas que lo hacen pero los descuentos son mínimos.

- **En el código 20:**

En la Distribuidora Marisa S.R.L., no existe una atención orientada al cliente, debido a que no está el personal debidamente informado de todas las estrategias comerciales en cuanto a los productos, por lo que generalmente no hay funciones específicas que ocupe el puesto que deberían de obtener, simplemente hay trabajadores que tiene acceso a la atención del público teniendo otras funciones interna de la empresa, esto perjudicaría porque en toda empresa lo primero que refleja es la atención al cliente ya que son ellos quienes hacen que las organizaciones crezcan económicamente y si este inconveniente es consecuente traería niveles de preferencia.

Segundo Objetivo: Analizar la gestión comercial del periodo 2016 y 2017 de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L.

CUADRO N° 1

¿En la empresa se lleva un control que contenga el historial de cada uno de los trabajadores y funcionarios?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	16	59%
ME	11	41%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote.



ANÁLISIS DEL CUADRO N° 1

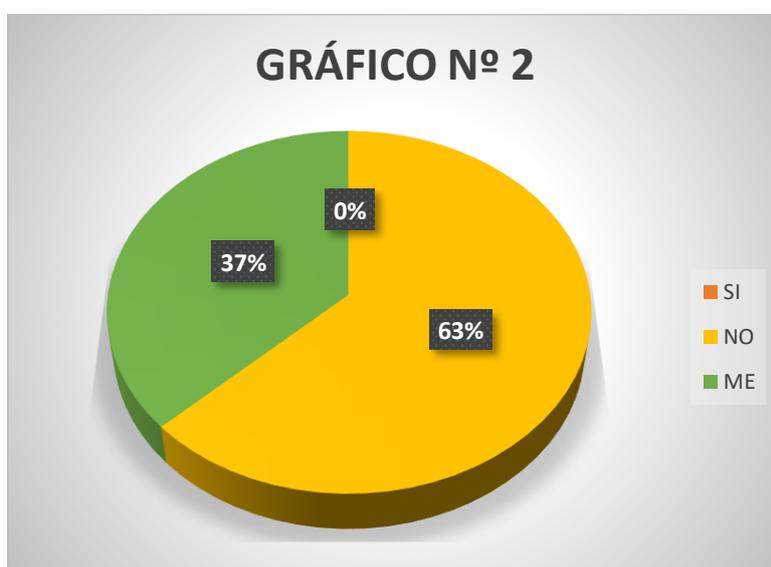
En este cuadro, se observa que el 59% de los trabajadores no cuentan con un historial en el interno de la empresa y el 41% demuestra que solo algunos de los trabajadores tienen historial, lo cual el gerente tiene parámetros de selección de personal.

CUADRO N° 2

¿Se desarrolla la integridad y honestidad entre empleados y clientes?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	17	63%
ME	10	37%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote.



ANÁLISIS DEL CUADRO N° 2

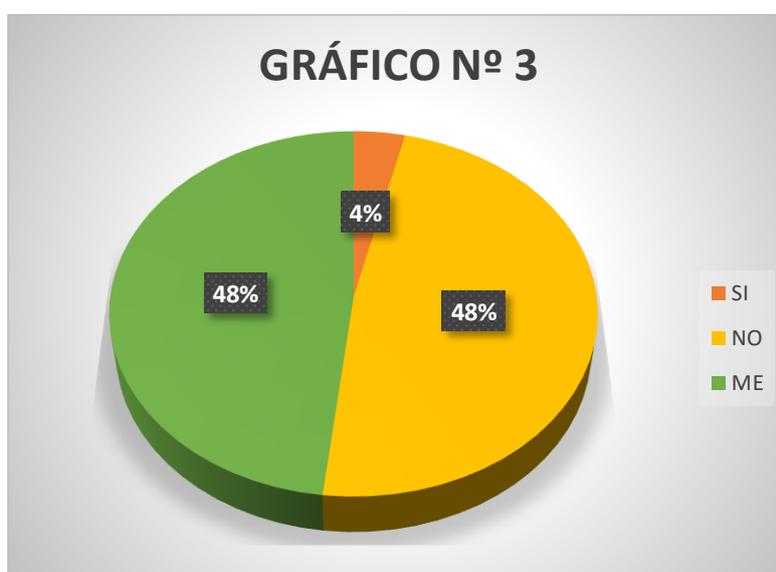
En esta figura, se observó que el 63% no se desarrolla la integridad y honestidad entre clientes y trabajadores, lo cual especifica que solo tiene comunicación laboral y no de compañerismo, y el otro 37% tienen la iniciativa de ser socialistas pero no contribuyen los demás, debido a que tuvieron problemas dentro de la Distribuidora Marisa S.R.L.

CUADRO N° 3

¿La dirección difunde al código de ética laboral?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	1	4%
NO	13	48%
ME	13	48%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote.



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 3

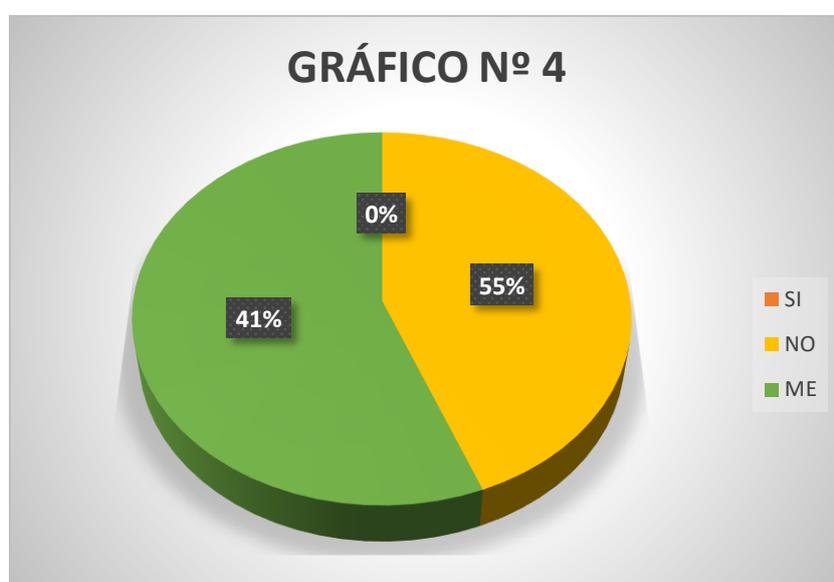
En este gráfico, se observó que en la empresa el 4% de los trabajadores difunden el código de ética laboral, por otro lado; el 48% de los trabajadores tienen respuesta negativa, y el 48% solo resaltan difundir un código de ética cuando es necesario, lo cual en el interno de la Distribuidora solo se concentran en las ventas de los productos y no en la imagen de ésta.

CUADRO N° 4

En caso de desviaciones de presupuestos, ¿Se ha tomado alguna medida correctiva?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	1	4%
NO	15	56%
ME	11	41%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote.



ANÁLISIS DL GRÁFICO N° 4

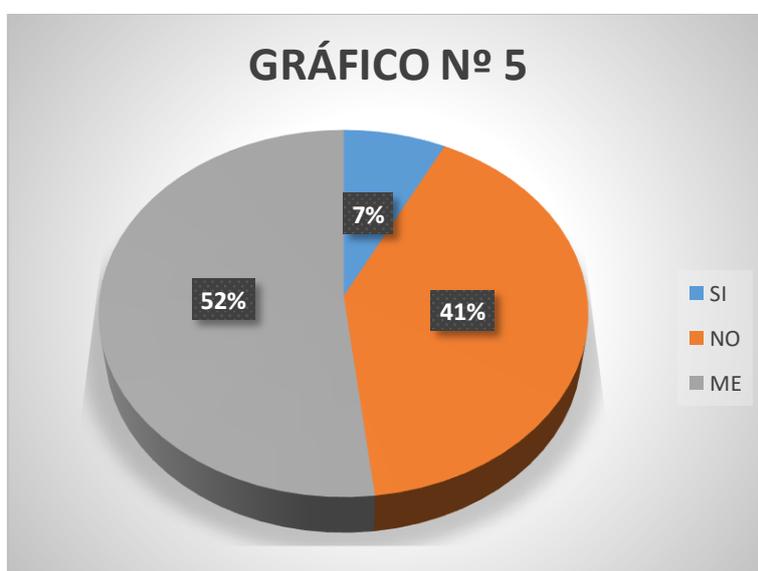
En este gráfico, según lo establecido que el 4% de los trabajadores si se tomó ciertas medidas en el caso de desviaciones de presupuestos, lo que también el 56% no tiene conocimiento de lo que sucede dentro de la empresa porque sus funciones son en el campo laboral externo y no interno y por otro lado, el 41% de los trabajadores solo tomaron medidas correctivas, cuando hubo una desviación de grados mayores.

CUADRO N° 5

Usted como trabajador (a), ¿Siente satisfecho (a) con la efectividad del sector comercial y organizacional del ente?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	2	7%
NO	11	41%
ME	14	52%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote.



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 5

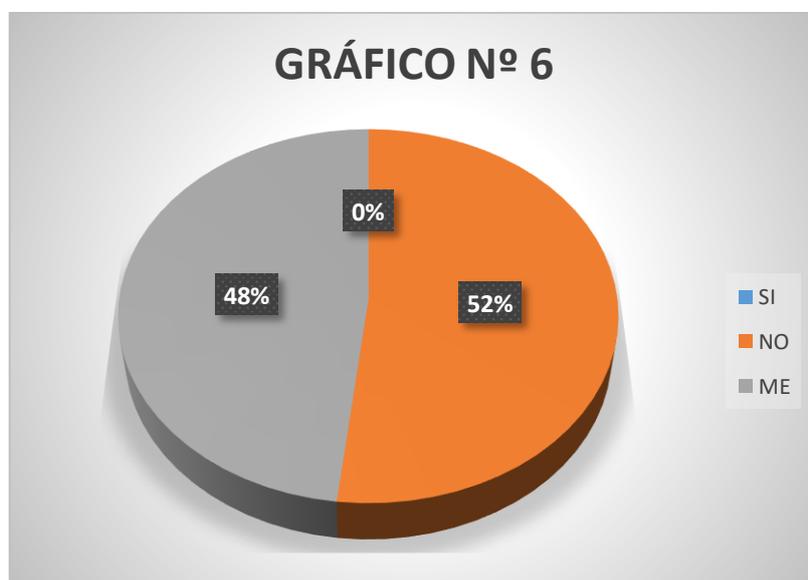
En este gráfico, el 7% de los trabajadores si se sienten satisfechos laboralmente dentro de la empresa, pero el 41% de ellos, no están de acuerdo con esta satisfacción, por lo que sucedió problemas y discusiones, lo cual hubo consecuencias dentro de ella, y por consecuente el 52% solo realizan su trabajo por compromiso y por la necesidad de obtener recursos económicos, de tal forma que esto se debe tomar en cuenta para prevenir hacia un futuro dichas consecuencias.

CUADRO N° 6

En general, ¿Existen manuales de las correspondientes funciones y procedimientos dentro de la empresa? ¿Los conoce usted?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	14	52%
ME	13	48%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 6

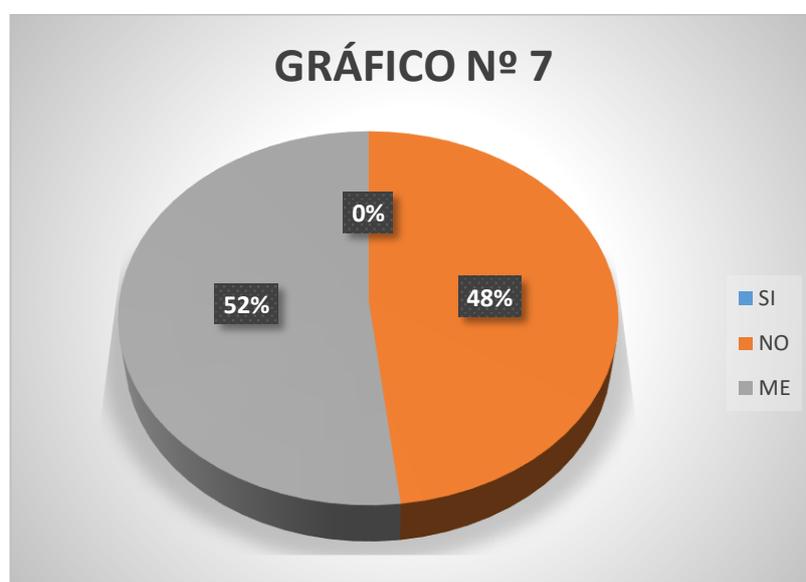
En este gráfico, el 52% de los trabajadores no están informados que existen manuales de funciones y procedimientos por lo que básicamente no desempeñan una función establecida, y el 48% de ellos, solo tienen información que tienen funciones pero que no tiene un debido manual que les acredite que las actividades que se realiza en la Distribuidora están dadas por medio de un documentos, debido a que las funciones no son específicas.

CUADRO N° 7

¿Existe un programa de capacitación en la empresa?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	13	48%
ME	14	52%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 7

En este gráfico, el 48% de los trabajadores no cuentan con capacitaciones en la distribuidora y el 52% solo recibieron capacitaciones en algunas ocasiones debe a causa de que el gerente no tiene mucha importancia en invertir en todo el personal, sino solo al personal seleccionado.

CUADRO N° 8

¿Considera que la organización tiene un orden en las funciones que se ejecutan a diario?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	1	4%
NO	22	81%
ME	4	15%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 8

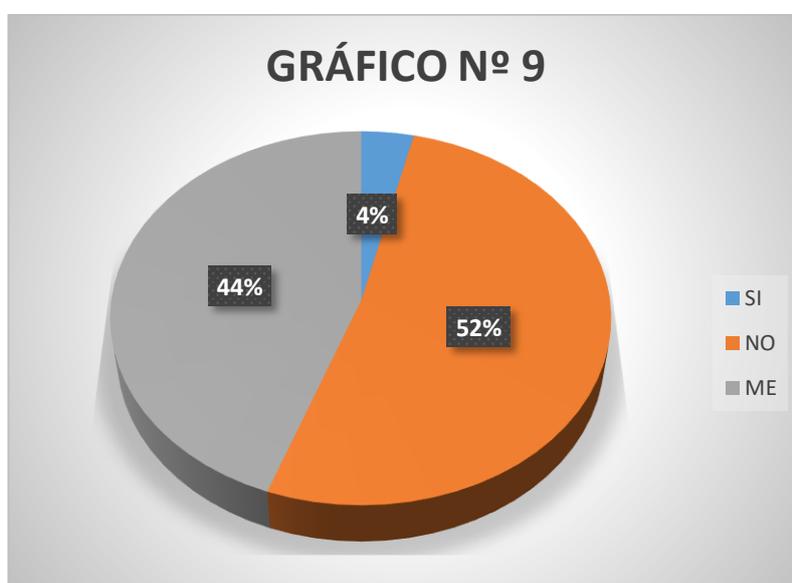
En este cuadro, el 4% de los trabajadores, si consideran que las funciones tiene un orden dentro de la empresa, pero el 81% tiene como respuesta, que no hay un orden en las funciones debido a que realizan doble función en las actividades y por ello no consiguen realizar un trabajo determinado y por otro lado; el 15% de los trabajadores solo se dedican a realizar actividades en el área donde se necesita apoyo laboral.

CUADRO N° 9

¿Le parece que existen malas prácticas en la distribuidora?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	1	4%
NO	14	52%
ME	12	44%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 9

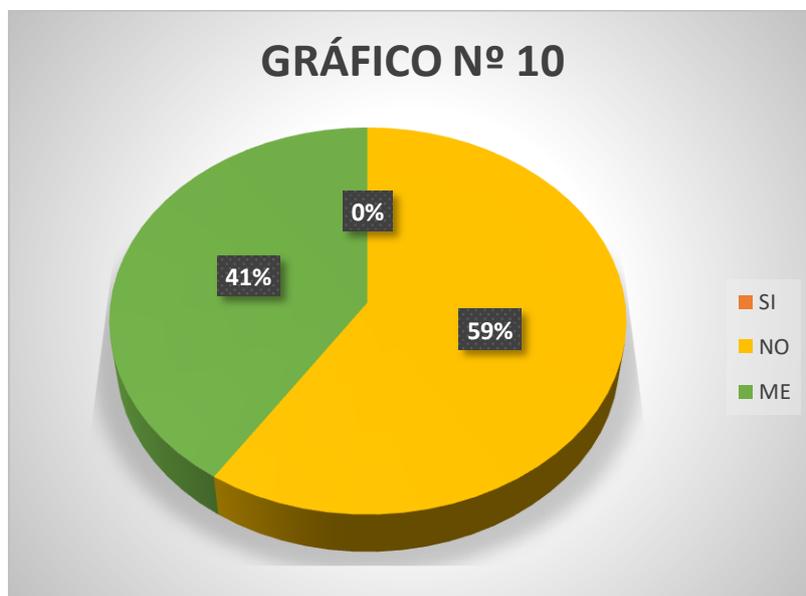
En este gráfico, el 4% de los trabajadores tuvo como respuesta de si existen malas prácticas en el interno de la Distribuidora, el 52% de ellos, básicamente se refleja, que no hay una preocupación por una causa de malos hábitos, pero el 44% de los trabajadores observaron que en diferentes casos si hubo malas prácticas, es por ello que mediante esos hábitos; el gerente tuvo que realizar un proceso de selección de personal.

TABLA N° 10

¿Se encuentra el área de compras y ventas debidamente separadas e identificadas?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	16	59%
ME	11	41%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 10

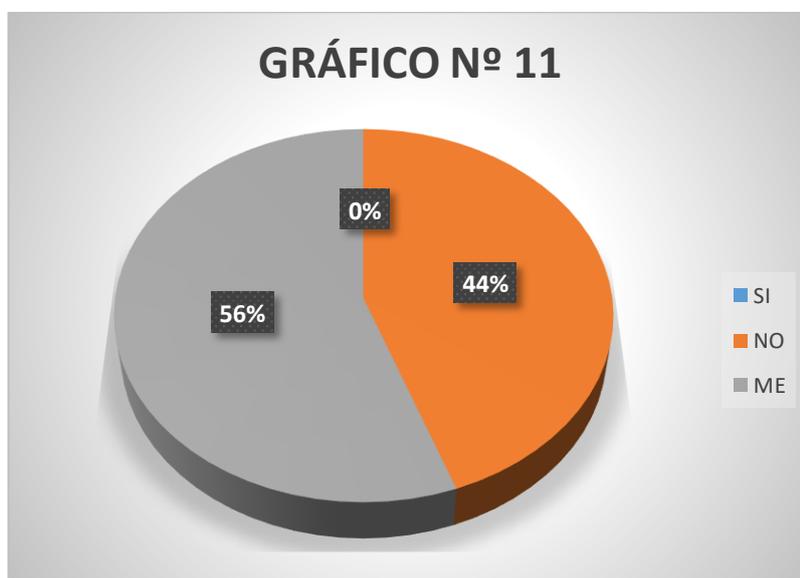
En este gráfico, el 59% de los trabajadores demostraron que no se encuentran las áreas debidamente separadas e identificadas por lo que generalmente no cuentan con un organigrama ni una buena organización y el 41% de ellos, relacionan estas áreas por lo debidamente son las que con más frecuencia se dan movimientos a diario.

CUADRO N° 11

¿Existe un responsable de cada área?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	12	44%
ME	15	56%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 11

En este cuadro, el 56% de los trabajadores nos indica que no tiene claras las funciones y que no están establecidos por un personal correspondiente y el 44% de ellos, solo tienen funciones en el campo laboral y realizan sus funciones como va transcurriendo el día, lo cual este desorden, tiene como consecuencia el desorden y el doble trabajo en la funciones dentro de la empresa.

CUADRO N° 12

¿Se efectúan controles y/o revisiones periódicas de las operaciones realizadas dentro de las áreas?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	11	41%
ME	16	59%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 12

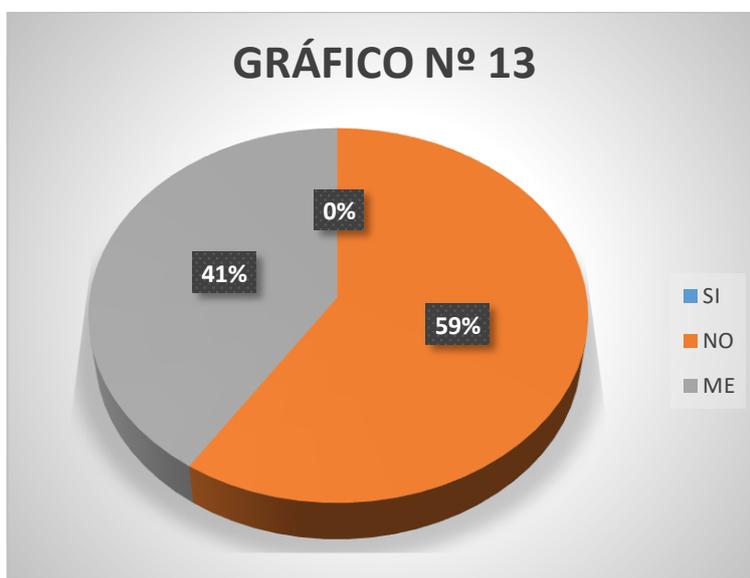
En este gráfico, mediante lo observado el 41% de los trabajadores nos manifiesta que no hay controles en la mayoría de las operaciones que se realizan a diario, y el 59% de ellos, nos indican que solo hay controles y revisiones periódicas dentro de la empresa cuando hay algún faltante de mercadería o cuando realizan arqueos, lo cual esto es un grave problema para su liquidez, debido a que no existen parámetros de control.

CUADRO N° 13

¿Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	16	59%
ME	11	41%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 13

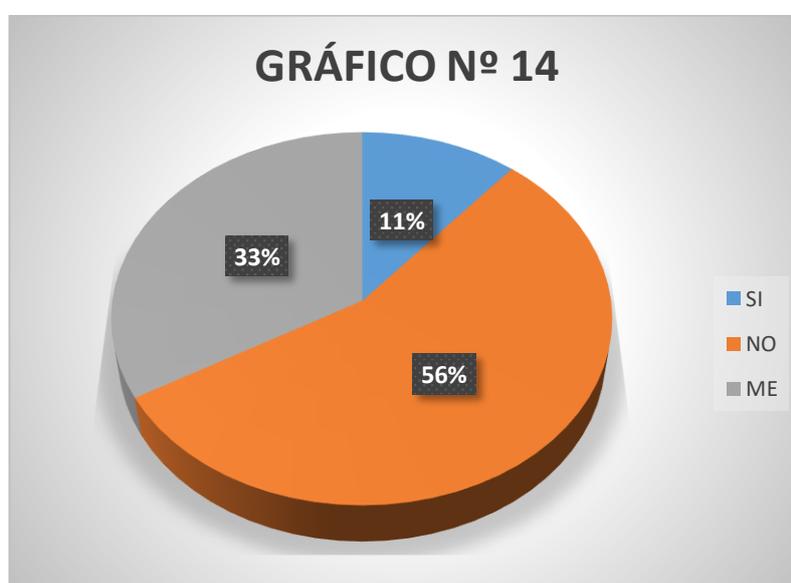
En este gráfico, el 59% de los trabajadores indica que no hay una buena relación entre los trabajadores y/o gerente debido a que tuvieron enfrentamientos económicos a causa de carencia de responsabilidad y el 41% de ellos, solo manifiestan que no suelen ser socialistas y solo se dedican a desempeñar sus actividades.

CUADRO N° 14

¿Las áreas tienen acceso con el recurso monetario de la compañía?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	3	11%
NO	15	56%
ME	9	33%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 14

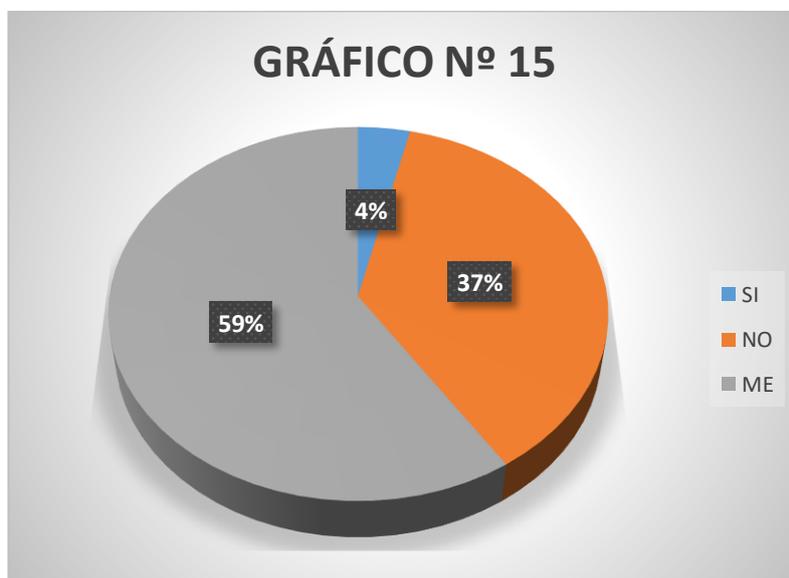
En este gráfico, según lo observado el 11% de los trabajadores manifestaron que si hay personal que tiene acceso al recurso monetario, por otro lado el 56% de ellos, no hay personal que no estén encargados de este recurso monetario de la compañía por lo que básicamente en el efectivo solo están las personas establecidas y el 33% del personal mencionaron que en ocasiones por falta de tiempo y abundancia de clientes, existe un apoyo.

CUADRO N° 15

En general, ¿Conoce a que se refiere la planificación estratégica dentro de la gestión comercial?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	1	4%
NO	10	37%
ME	16	59%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 15

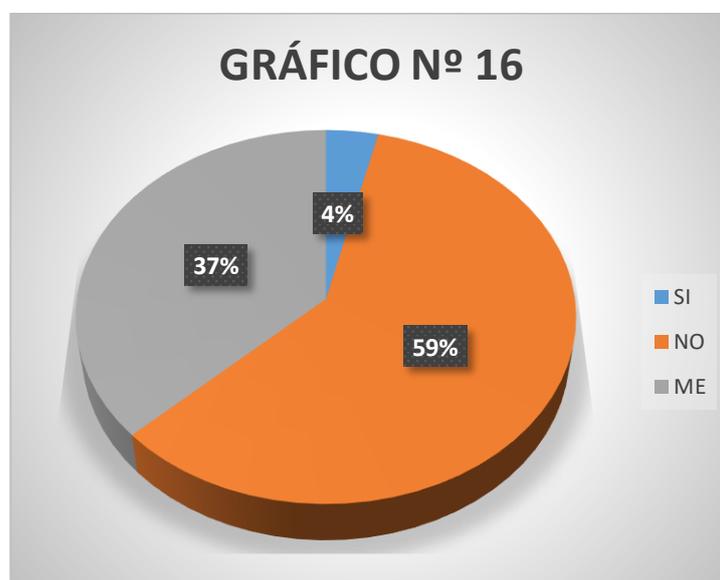
En este gráfico, el 4% de los trabajadores si conocen acerca de la gestión comercial, y lo importante que es tener estos conceptos como cultura de la Distribuidora, por otro lado el 37% de ellos, particularmente no conocen debido a que solo se dedican a realizar funciones pero el 59% de los trabajadores conocen pero no a fondo , debido a que no tienen mucha información de la definición de planificación de la gestión comercial, lo cual; tienen algunos conceptos pero no idealizados, y esto implica a que el gerente debe de realizar capacitaciones por ser una empresa de rubro comercial.

CUADRO N° 16

Crees usted, ¿Qué en la organización se cumple con los parámetros de las 4p (Producto, precio, plaza y promoción)?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	1	4%
NO	16	59%
ME	10	37%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 16

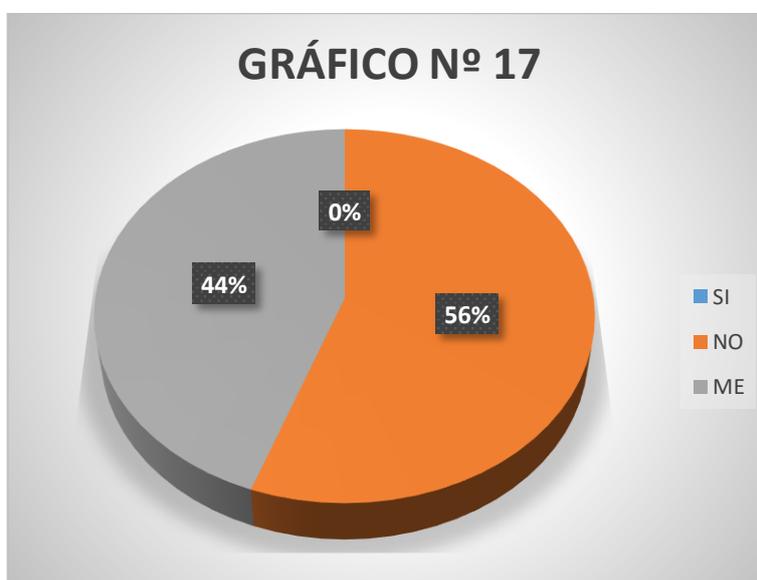
En este cuadro, el 4% de los trabajadores manifiesta que si se cumple con todos los parámetros en la organización, por otro lado el 59% de ellos, indican que no cuentan con las 4P, debido a que no complementan con el cuadro de indicaciones, lo que tiene como consecuencia bajar el nivel de competencia de las competencias y retroceder en el ámbito laboral, pero el 37% de los trabajadores nos indican que en muchas veces utilizaron estos parámetros pero en otros casos simplemente solo se dedican a la venta.

CUADRO N° 17

¿Se realiza publicidad de los productos que ofrece la empresa?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	0	0%
NO	15	56%
ME	12	44%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 17

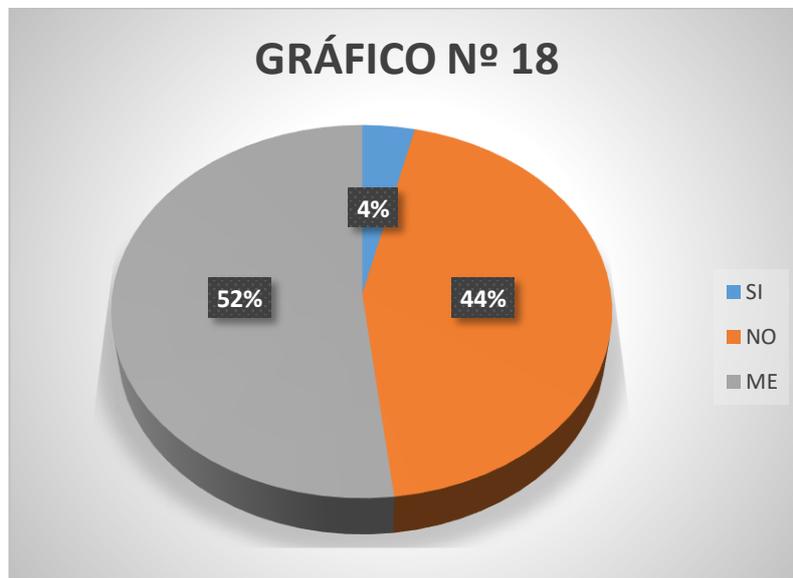
En este gráfico, según lo observado que el 56% de los trabajadores manifiestan que no se realiza el servicio de publicidad de todos los productos, debido que para el gerente no es una buena estrategia comercial, pero el 44% de ellos, indican que si en algunas oportunidades si se tomó la decisión de invertir en el servicio de publicidad.

TABLA N° 18

¿Existen o se hace descuento en los productos que se venden?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	1	4%
NO	12	44%
ME	14	52%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 18

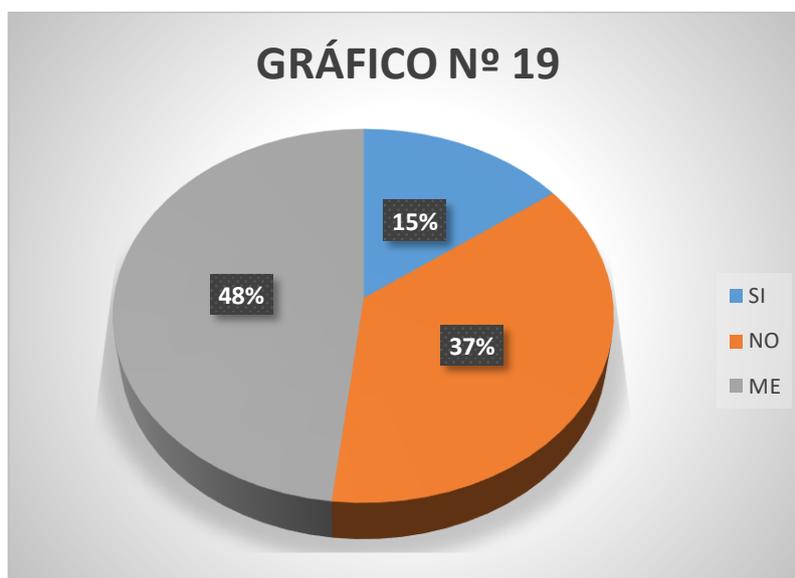
En este gráfico, el 4% de los trabajadores indican que si se hacen descuentos por la venta de los productos, por otro lado; el 44% de ellos, manifiestan que no se realiza este parámetro, debido a que solo depende de una venta de cantidad de productos de alto límite, y el 52% de los trabajadores solo se realizan descuentos al por mayor, lo cual son ventas superiores cubriendo el costo inicial de todos los productos.

CUADRO N° 19

En oportunidades, ¿La oferta es esencial para tener más acogida en el mercado e incrementar las ventas?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	4	15%
NO	10	37%
ME	13	48%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 19

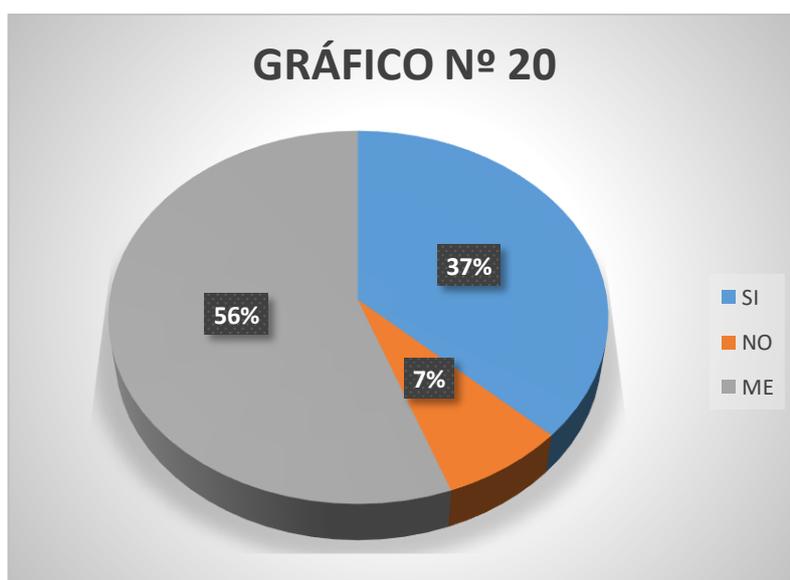
En este gráfico, el 15% de los trabajadores manifiesta que si es esencial la oferta, para tener más venta de los productos debido a que no ya tienen sus clientes fijos en la compañía, por otro lado el 37% de ellos, nos indican que no es esencial la oferta y el 48% de los trabajadores nos comentan que la oferta podría tener un alto índice para tener más acogida comercial en la venta de los productos.

CUADRO N° 20

En la distribuidora, ¿Se realiza atención rápida, oportuna y en calidad?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	10	37%
NO	2	7%
ME	15	56%
TOTAL	27	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Distribuidora Marisa S.R.L. de Chimbote



ANÁLISIS DEL GRÁFICO N° 20

En este gráfico, el 37% de los trabajadores nos comentan que si se realiza atención rápida, oportuna y en calidad debido que sus funciones solo se dan en el interior de la empresa, por otro lado; el 7% nos comenta que no se dan en ocasiones y en el 56% no tiene información relevante debido a que los trabajadores son vendedores de campo y están fuera de la organización.

IV. DISCUSIÓN

En el presente trabajo titulado Evaluación de la Gestión Comercial del periodo 2016 y 2017 de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote; después de haber aplicado las fichas de observación, además del cuestionario; se han encontrado algunos problemas los cuales serán sometidos a discusión, y empezamos mencionando a las fichas de observación que se realizaron en la empresa:

Según el ítem 02 y 03 que se muestra en la tabla N° 01 se verificó que la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no cuenta con un código de ética debidamente establecido, lo cual es importante ya que de alguna manera se puede establecer la seguridad de parte de nuestros trabajadores al realizar sus labores en base a sus valores, lo cual también representa al no tener un código de ética ; demostrando no tener un espíritu integrador, por lo que generalmente no se hayan valores ni normas éticas , según Téllez (2016) demuestra que el código de ética sirve para expresar y recopilar el conjuntos de principios, valores y normas éticas que la organización ha hecho propios, así como la forma de ponerlos en prácticas, además impide que un impacto negativa afecte a la imagen de tu empresa, por eso es importante que todas las personas que forman parte de la empresa, tengas claros sus roles, metas, objetivos y primordialmente los valores que dominan y que los quieran trabajar en ambiente equitativo y cooperativo.

De acuerdo al ítem 05 y 15 de la tabla N° 01 se puedo observar que la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no cuenta con un plan comercial y esto genera consecuencias en todo el sector, por lo que generalmente es uno de los principales parámetros comerciales para que la empresa pueda caminar hacia el éxito, y saber hacia dónde se están dirigiendo, pero debido a este tipo de riesgos de crecimiento, pueden tener pérdidas de ventas y/o clientes, porque no hay pautas de medidas y orden en el ambiente interno; y según Báez (2013), asegura que un plan comercial es muy importante y/o primordial , porque detalla todo el plan de emprender un negocio, empresa o proyecto, y en ella se concreta los objetivos de ventas y se especifica de qué forma se conseguirán cuantificándolos en un presupuesto y así se hace más ordenada y sencilla de alcanzar los propósitos y metas que ha establecido la compañía.

Según el ítems 06 y 08 de la tabla N° 01 se pudo observar que la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no cuenta con un instrumentos de gestión y esto genera que los trabajadores no conozcan exactamente y en consecuencia, no existe una estructura organizacional, lo mismo que ocurre en la empresa Distribuidora Garatea E.I.R.L., en la tesis titulada : Análisis de la Gestión Comercial del periodo 2015 para la empresa Distribuidora Garatea E.I.R.L., de la ciudad de Nuevo Chimbote y tal modo que Valdivieso (2016) en la cual se describe que si se elaborará instrumentos de gestión con el fin de que todos los trabajadores tengan un orden establecido en cuanto a sus funciones diarias y haya un ambiente organizado, por lo que generalmente se determinará roles por cumplir mediante una responsabilidad. Es por ello que para Serejski (2013) es importante ya que a través de ello podemos lograr establecer un planeamiento estratégico de la compañía, facilitando a sus directivos el enfoque en lo que realmente es importante, con la seguridad garantizada del resto de los procesos, ya que se evita la sobrecarga de trabajos y la dificultad para acceder a la información del negocio, si bien la primera etapa del proceso de implementación es ardua, el sistema generará, en un mediano plazo, la posibilidad de organizar estratégicamente la información y permitirá obtener mejores resultados administrativos y de organización.

En base a la tabla N° 10 y 11 del cuestionario de la gestión comercial se logró identificar que en la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no cuentan con las dos principales áreas de compras y ventas debidamente separadas e identificadas, lo cual refleja que no tiene un organigrama con una buena estructura y por lo que generalmente se da de conocer que no hay un orden establecido para cada área según corresponda con las responsabilidades que se realizan a diario, lo cual podríamos mencionar que esto puede generar consecuencias como pérdida de mercadería, robos de efectivo, y en consecuencia afectaría la liquidez de la compañía. Además Arteaga (2016) nos comenta que el mantenimiento del orden solo se puede sustentar en el compromiso de cada uno de los trabajadores. Si no hay una colaboración y atención permanente de todos los responsables de un área determinada es imposible lograr resultados positivos.

Según el ítems 12 de la tabla N° 01 se pudo observar que en la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no cuenta con un control diario de las existencias en compra y ventas, lo cual esto genera posibles pérdida de todas las mercaderías en cuanto a las ventas y compras de estas, por lo que generalmente se dan a diario, y según Domínguez (2016, p. 3) por consecuente en el control periódico que se realiza, es importante porque permite tener un análisis de las transacción de mercadería o según el giro de negocio que emplea, posiblemente con las mercadería, se realiza en un momento determinado, con el objeto de comprobar si se ha contabilizado todas las mercaderías que han salido y entrado en el día, y esto se da para corroborar con el diagnóstico de no tener pérdidas riesgosas por lo que frecuentemente pueden ocasionar algunas siguientes situaciones: No entregan el peso facturado, no proporcionan la calidad establecida, no surten en los horarios preestablecidos, no entregan la presentación (de empaque o tamaño) establecidos, no entregan productos facturados, la factura no cumple con los requisitos fiscales.

Según el ítems 16 y 17 de la tabla N° 01 se observó que la empresa no cuenta con parámetros de las 4P (producto, precio, promoción y plaza), lo cual se puede generar dificultades en el giro del negocio, debido a que estos parámetros son esenciales para todo tipo de negocio, proyectos y/o compañía, por lo tanto no contar con uno de ellos, como en este caso es la promoción se reflejaría en : no llegar al máximo en las ventas de los productos, clientes no satisfechos, mercadería en stock, y según Espíritu (2013) nos comenta que hay tácticas concretas en lo que se deriva del producto de una empresa ya sea satisfactorio y/o deseado por el cliente con precios apropiados y con canales de distribución adecuados y oportunos.

Analizando la tabla N° 18 del cuestionario de gestión comercial se determinó que la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no realizan descuentos suficientes en cuanto a la venta de los productos, debido a que es un costo adicional para la empresa, en la cual tienen que contribuir con otras pautas para recuperar lo que se genera por los descuentos, y solo lo pueden recuperar a la venta en un límite superior de lo requerido, y según Espíritu (2013) nos comenta que hay diversos grupos de actividades que se desarrolla mediante objetivos como: informar, persuadir y lo principal recordar las características, ventas u oportunidades y el rendimiento del producto, pero si la empresa no considera

uno de sus mayores oportunidades, cada quien es propio de llevar en marcha su negocio y /o compañía como mejor resulte sus utilidades.

De acuerdo al ítems 20 de la tabla N° 01 se observó que la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L., no existen una buena atención orientada al cliente, y esto puede traer consecuencias como la pérdida de clientes, ventas menores de lo proyectado, lo cual esto refleja que el personal que tiene directamente la atención al usuario no está debidamente capacitado e informado de todas las estrategias de toda la compañía, que por consecuente tiene riesgos de perder clientes de fieles y de confianza por no estar atento al servicio del cliente, y según Serna (2014, párr. 1) nos menciona que el servicio y la atención al cliente es el conjuntos de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor a sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos, lo cual es indispensable para el desarrollo de una organización y/o empresa.

V. CONCLUSIONES

- En la definición de la gestión comercial de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., se ha descrito que la organización no cuenta con una adecuada gestión comercial, debido a que no tienen objetivos claros y concisos para llevar un plan comercial en la empresa, por lo que generalmente se detectó que no cuenta con un manual de organización y funciones, se observó que debido a este problema, existe las consecuencias de la duplicidad de funciones y por ende se evidencia una descoordinación al realizar sus labores los trabajadores, no hay un personal responsable de cada área, desaprovechamiento de recursos humanos, falta de una plena conversación entre trabajadores y el gerente. Así mismo no cuenta con un reglamento de organización y funciones que le permitan tener parámetros y/o normas para orientar a todo el personal y tener los objetivos factible y contribuir con las estrategias internas que tiene la empresa, no hay una planificación con los niveles de autoridad por lo que no hay un espíritu integral y no practican los parámetros del código de ética, lo cual tiene como consecuencia la falta de responsabilidad al no establecer una estructura comercial interna flexible y didáctica.

- De acuerdo a lo realizado, se analizó que la Distribuidora Marisa S.R.L., no cuenta con un Manual de Procedimientos lo cual evidencia ciertas debilidades administrativas ya que al prescindir de este documento ocasiona que no existan de forma metódica, los pasos y operaciones que debería de seguirse al momento de la ejecución de las labores del personal generando así el desperdicio de tiempo y esfuerzo; además conlleva al desconocimiento de los procesos dentro de la empresa, ya que no se encuentran documentados, lo que ocasiona a su vez inconvenientes a la hora de realizar sus labores porque no tienen una guía el cual describa cada proceso que debe realizarse y que les sirva como orientación; a su vez no se cuenta con un Reglamento Interno de Trabajo, es por ello que no existen normas reguladoras de las relaciones internas entre la empresa y el trabajador, es ahí donde recae la importancia de este documento porque sirve para mantener el orden dentro de la empresa.

- Se elaboró y se propuso instrumentos de gestión para la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L.

VI. RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la Gerencia General implementar la gestión comercial, ya que provee un enfoque integral y herramientas para la implementación de un plan de gestión comercial y en pro de mejora continua. Un plan de gestión comercial reduce a un nivel aceptable el riesgo de no alcanzar un objetivo de la entidad. Es responsabilidad de la gerencia y administración desarrollar un sistema que garantice el cumplimiento de los objetivos de la empresa y se convierta en una parte esencial de la cultura organizacional y así tener parámetros de aceptación de comercio en el mercado.

- La Gerencia y en coordinación con el Área Administrativa, debería elaborar las Instruments de Gestión (ROF, RIT, MOF) con el apoyo de un experto, luego dar a conocer a todo el personal sobre dichos documentos, propiciando que exista una mejor orden en la empresa, además de orientar al personal sobre sus funciones, responsabilidades, valores, objetivos, normas, derechos y deberes, para finalmente se creen mejores relaciones entre ellos y a su vez propicie un buen clima laboral en la empresa además de lograr que todos trabajen en conjunto hacia un mismo objetivo, siendo beneficioso tanto para la empresa.

- El Gerente General debe implementar el MAPRO para dar a conocer los procesos, etapas, procedimientos y actividades ideales a seguir para el mejor funcionamiento de sus labores, lo cual le ayudará a eliminar los cuellos de botella por indefinición y evitar la evasión de responsabilidades, además tendrá la misión de involucrar a todo el personal, para que se identifiquen con la empresa y desarrollar actividades que le permita un acercamiento con todos los trabajadores.

VII. PROPUESTA

7.1. Definición

Se entiende que los instrumentos de gestión son todos los sistemas, procesos, aplicaciones, controles, soluciones de cálculo, metodología, etc., que ayudan a la gestión de una empresa.

7.2. Fundamentación

Los instrumentos de gestión comercial son documentos técnicos normativos que regulan el funcionamiento de la entidad de manera integral, incluyendo entre ellos a los Reglamentos de Organización y Funciones (ROF) los Manuales de Organización y Funciones (MOF), así como el Reglamento Interno de Trabajo (RIT). Asimismo, se consideran instrumentos de gestión al Manual de Procedimientos (MAPRO), necesario para regular los procedimientos institucionales, los planes institucionales, conforme la normativa en materia de planeamiento estratégico. Guzmán (2016, párr. 1)

7.3. Desarrollo

En el presente trabajo se realiza la propuesta de la elaboración de los instrumentos de gestión, esperando poder contribuir y/o restablecer al correcto desempeño y valores de la empresa, los cuales están elaboradas en base de resultados obtenidos a través de las guías de observación junto al cuestionario.

A continuación presentaremos la propuesta con los siguiente Instrumentos de Gestión:

- Reglamento de Organización y Funciones
- Reglamento Interno de Trabajo
- Manual de Organización y Funciones
- Manual de Procedimientos.

**DISTRIBUIDORA MARISA
S.R.L.**

**REGLAMENTO DE
ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES**

ROF

**JR. MANUEL VILLAVICENCIO
CASCO URBANO N° 517**



2018

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 1 de 16	

TITULO I

ARTICULO 1.- CONTENIDO

El Reglamento de Organizaciones y Funciones (ROF) de la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., es un instrumento para la gestión administrativa, el cual establece la definición, finalidad, objetivos, misión, visión, , estructura orgánica, funciones, orden ético, laboral, administrativo y económico de la empresa. Asimismo precisa las funciones que corresponde ejecutar a cada uno de los trabajadores permitiendo visualizar la jerarquía, las líneas de autoridad.

ARTICULO 2.- DEFINICIÓN

DISTRIBUIDORA MARISA, es una Empresa Sociedad de Responsabilidad Limitada, dedica a la venta de golosinas, tabaco y bebidas; Se encuentra ubicada en Jr. Espinar Nro. 517 (casco urbano), Distrito Chimbote, Provincia del Santa, Departamento Ancash. Con personería jurídica y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines y objetivos.

ARTICULO 3.- IMPORTANCIA

El Reglamento de organización y Funciones es el documento técnico normativo de gestión institucional que formaliza la estructura orgánica, orientada al esfuerzo institucional y al logro de su misión, visión y objetivos. Contiene las funciones generales de la Entidad y las funciones específicas de los trabajadores, estableciendo sus relaciones y responsabilidades, orienta y guía la implementación de las funciones del primer y segundo nivel organizacional consignando las competencias funcionales de cada uno.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 2 de 16	

ARTÍCULO 4.- MISIÓN

Somos una comercializadora de bienes de consumo masivo, con productos de calidad certificada, brindamos un excelente servicio, cumpliendo con los tiempos de entrega y disponibilidad del producto; garantizando la plena satisfacción de nuestros clientes

ARTÍCULO 5.- VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado nacional en el año 2019 y en el ámbito regional en el transcurso de los años, con productos de excelente calidad y precios competitivos, en la venta y distribución de productos de golosinas. Apoyando y fortaleciendo nuestros canales de distribución.

ARTICULO 6.- VALORES

Los trabajadores de la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L. practican valores fundamentales basados en la confiabilidad, responsabilidad, honestidad, trabajo en equipo, humildad, respeto, solidaridad, transparencia y orientación al cliente

ARTÍCULO 7.- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

La empresa Distribuidora Marisa S.R.L, tiene como objetivos lograr una rentabilidad adecuada, mejorar la imagen empresarial, mantener las buenas relaciones que tenga con el entorno, lograr excelentes niveles de gestión, fortalecer el clima laboral junto a la cultura organizacional y comercial, optimizar la gestión de la empresa, además de fomentar la responsabilidad social y la preservación del medio ambiente.

ARTÍCULO 8.- BASE LEGAL

- Ley Régimen Tributario Interno
- Ley General del Trabajo
- Ley de Seguridad Social

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 3 de 16	

- Código de Protección y Defensa Del Consumidor. (Ley 29571)
- Ministerio de Salud.
- Licencia de Funcionamiento (Municipalidad)

TÍTULO II

ORGANIZACIÓN

ARTÍCULO 9.- NATURALEZA

La empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L es una organización privada del sector de servicios de golosinas, tabaco y bebidas, que desarrolla actividades de estar en disposición y atención al cliente.

ARTÍCULO 10.- SECTOR DEL QUE DEPENDE

La empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., es un órgano independiente del sector de servicios en la ciudad de Chimbote.

ARTÍCULO 11.- FINES

- Aumentar esfuerzos por consolidar la buena atención al cliente de nuestra Comunidad.
- Lograr que las empresas Distribuidoras especialmente comerciales, sean conocidos y valorados tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.
- Difundir la excelencia de las Distribuidoras comercializadoras, así como su historia y su tradición.



TÍTULO III

DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA, FUNCIONES Y ATRIBUCIONES DE LOS ÓRGANOS DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.

CAPÍTULO I

ESTRUCTURA ORGÁNICA

ARTÍCULO 12.- La empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., para el mejor desempeño de sus funciones cuenta con la Estructura Orgánica siguiente

A. ÓRGANOS DE ALTA DIRECCIÓN

a. GERENTE GENERAL

B. ORGANOS DE APOYO

a. ÁREA ADMINISTRATIVA

- Departamento de Ventas
 - Vendedores
 - Vendedores de Campo
- Departamentos de Seguridad
- Departamento de Logística
 - Compras
 - Almacén
- Departamento de Limpieza

b. ÁREA DE CONTABILIDAD

- Departamento de Caja

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 5 de 16	

CAPÍTULO II

ÓRGANO DE ALTA DIRECCIÓN

ARTÍCULO 13.- GERENCIA GENERAL

El Gerente General será el Representante Legal de la Sociedad y tendrá a su cargo la dirección y la administración de los negocios sociales. El Gerente General no podrá ser miembro titular del Directorio, pero el Directorio podrá encargar provisionalmente la Gerencia a cualquiera de sus miembros.

ARTÍCULO 14.- FUNCIONES DE LA GERENCIA GENERAL

Son funciones de la Gerencia General:

- a) Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad.
- b) Organizar el régimen interno de la sociedad, usar el sello de la misma, expedir la correspondencia y cuidar que la contabilidad esté al día.
- c) Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero.
- d) Asistir, con voz pero sin voto, a las sesiones del Directorio, salvo que éste acuerde sesionar de manera reservada.
- e) Expedir constancias y certificaciones respecto del contenido de las actas de Junta General de Accionistas (JGA) o de sesiones de Directorio, de libros contables y registros de la sociedad.
- f) Someter al Directorio, para su aprobación, los proyectos de la memoria y los estados financieros, los presupuestos de la sociedad para cada año, así como los programas de trabajo y demás actividades.
- g) Delegar total o parcialmente las facultades que se le conceden en el estatuto de la sociedad.
- h) Ejecutar el Plan de Negocios aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo.
- i) Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 6 de 16	

- j) Celebrar y firmar los contratos y obligaciones de la sociedad, dentro de los criterios autorizados por el Estatuto y el Directorio de la sociedad.
- k) Delegar su celebración, desconcentrar la realización de las licitaciones o concursos, contratar a personal que desempeñe cargos de nivel directivo, de acuerdo con el reglamento que sobre contratación expida el Directorio.
- l) Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.
- m) Dirigir las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones en esa materia y ejercer la facultad nominadora dentro de la Sociedad, teniendo en cuenta el número de personas que conforman la planta de personal aprobada por el Directorio.
- n) Determinar la inversión de fondos disponibles que no sean necesarios para las operaciones inmediatas de la Sociedad.
- o) Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que la regulan.
- p) Constituir apoderados que representen a la Sociedad en actuaciones judiciales, extrajudiciales y administrativas, fijarles honorarios y delegarles atribuciones, previa autorización del Directorio.
- q) Rendir cuenta justificada de su gestión en los casos señalados por la Ley.

ARTÍCULO 15.- ELECCIÓN DEL GERENTE GENERAL

El gerente general es designado por la Junta General de Socios, es el representante de mayor jerarquía después de la Junta. Es responsable de la conducción y que se cumplan las decisiones tomadas por los socios. La aprobación de la elección del gerente general se da en sesión de la Junta General de Socios e iniciará sus funciones al término de la sesión.

ARTÍCULO 16.- VACANCIA DEL GERENTE GENERAL

La vacancia al cargo de gerente general de la empresa se produce por:

- a) Fallecimiento, enfermedad, incapacidad civil u otra causa que le impida ejercer sus funciones.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 7 de 16	

- b) Renuncia aceptada.
- c) Ausencia ininterrumpida del país, por un período de seis (6) meses.
- d) Falta injustificada de más de cuatro (4) sesiones consecutivas u ocho (8) alternadas dentro del lapso de doce meses, contados a partir de la primera falta.

CAPÍTULO III ORGANOS DE APOYO

ARTÍCULO 17.- ÁREA ADMINISTRATIVA

El administrador(a) de la Distribuidora se ocupa principalmente, de administrar el servicio de una distribuidora, incluyendo la planificación y la administración de personal, compra, almacenaje y venta de productos y servicios, control contable financiero; apoyar a la dirección y asegurar la satisfacción del cliente.

ARTÍCULO 18.- FUNCIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

Son funciones del área administrativa:

- a) Firmar documentos oficiales.
- b) Realizar presupuestos para todas las áreas de la empresa.
- c) Administrar las actividades de los empleados.
- d) Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- e) Recibirá clientes o compradores y acompañará visitantes oficiales.
- f) Presidir ciertas reuniones y ceremonias.
- g) Escuchar y entrenar a los trabajadores
- h) Dar instrucciones y capacitar a los trabajadores.
- i) evaluar el desempeño de los trabajadores
- j) Asistir a reuniones de asociaciones profesionales o comerciales.
- k) Convocar y reunirse con personas para mantenerse comunicación.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 8 de 16	

ARTÍCULO 19.- DEPARTAMENTO DE VENTAS

Es el que se encarga de la distribución y venta de los productos y dar seguimiento día a día de las diferentes rutas de vendedores para garantizar la cobertura total y abastecimiento de ésta.

ARTÍCULO 20.- FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

Son funciones del área de ventas:

- a) Establecimiento de objetivos.
- b) Planificación de la distribución, el producto y el precio.
- c) Servicio al cliente.
- d) Encargado de realizar promociones.
- e) Establecer un plan de ventas.
- f) Planificar y hacer seguimiento y control de la actividad de los vendedores en equipo.
- g) Realizar las evaluaciones y los planes de mejora individuales de cada uno de los vendedores.

ARTÍCULO 21.- VENDEDORES AL SERVICIO DEL CLIENTE

El vendedor al servicio del cliente tendrá una gran responsabilidad porque es la persona encargada en forma directa de atender a los clientes.

ARTÍCULO 22.- FUNCIONES DE LOS VENDEDORES AL SERVICIO DEL CLIENTE

Son funciones de los vendedores al servicio del cliente:

- a) Brindar un servicio de calidad al cliente de manera cortés.
- b) Tomar el pedido del cliente.
- c) Atender con eficiencia el pedido que son solicitados por el cliente.
- d) Entregar el pedido a la cajera para su cancelación y emisión de la factura.
- e) Verificar las vitrinas de bebidas y los estantes de golosinas y tabaco, se encuentren en todo a la expectativa y estén llenos y limpios.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 9 de 16	

- f) Atender de manera inmediata las quejas y reclamos.
- g) Cuidar el estado de los productos y el servicio al cliente.

ARTÍCULO 23.- VENDEDORES DE CAMPO

El vendedor de campo tendrá una gran responsabilidad de la venta y a la comercialización de los productos de la distribuidora.

ARTÍCULO 24.- FUNCIONES DE LOS VENDEDORES DE CAMPO

Son funciones de los Vendedores de Campo:

- a) Conocer bien todo el producto, y todas las características.
- b) Asesorar a todas los potenciales compradores.
- c) Fidelizar con todos los clientes acerca de los productos y así motive para que la venta se repita y sea consecuente.
- d) Captar nuevos clientes para que tengan mejores resultados.
- e) Orientar e informar sobre soluciones a problemas con el producto.
- f) Cuidar su imagen corporativa y a los clientes que tiene que atender, una capacitación continua al saber expresarse y la adecuada vestimenta.
- g) Elaborar y comunicar un reporte de ventas, cuales son las rutas del vendedor, clientes atendidos, clientes captados, productos vendidos, cobros realizados, reclamos recogidos y/o resueltos y productos devueltos.



ARTÍCULO 25.- DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

Los vigilantes de seguridad se dedicarán exclusivamente a las funciones de seguridad propias, salvaguardando las pertenencias de la empresa, trabajadores y clientes, no pudiendo simultanearlas con otras no directamente relacionadas con aquéllas.

ARTÍCULO 26.- FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

Son funciones de Seguridad:

- a) Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
- b) Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados, sin que en ningún caso puedan retener la documentación personal.
- c) Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.
- d) Poner inmediatamente a disposición de los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad a los delincuentes en relación con el objeto de su protección, así como los instrumentos, efectos y pruebas de los delitos, no pudiendo proceder al interrogatorio de aquéllos.
- e) Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
- f) Llevar a cabo, en relación con el funcionamiento de centrales de alarma, la prestación de servicios de respuesta de las alarmas que se produzcan, cuya realización no corresponda a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.

ARTÍCULO 27.- ÁREA DE LOGÍSTICA

Es el área que se encarga de todo lo relacionado con la compra y la administración de los productos comprados.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 11 de 16	

ARTÍCULO 28.- FUNCIONES DEL ÁREA DE LOGÍSTICA

Son funciones del área de Logística:

- a) Recepción y expedición física de los productos que llega a la empresa, tanto de su identificación, preparación, como de su destino.
- b) El control de existencias es el registro del material necesario para la producción, del empleado y también se generan inventarios periódicos. Así mismo, se lleva una relación de los elementos no productivos o que son para el funcionamiento interno de la empresa.
- c) Movilidad interna de los productos, lo cual conlleva el rastreo del material hasta que llegue a su destino.
- d) Planificación y control de insumos para que se pueda cumplir con las exigencias de la producción.

ARTÍCULO 29.- COMPRAS

El jefe de compras tiene como misión establecer la política de compras de la organización en coordinación con el área productiva y el área financiera. Todo ello en términos de calidad, cantidad y sobre todo, precio.

ARTÍCULO 30.- FUNCIONES DE COMPRAS

Son funciones de Compras:

- a) Prospección, búsqueda y negociación de/con proveedores.
- b) Analizar periódicamente los precios de los insumos, componentes o materiales.
- c) Control de calidad de los insumos y componentes.
- d) Diseñar el área de compras.
- e) Controlar toda la gestión documental que acompaña a cada compra.
- f) Información a tiempo real del stock de la organización

ARTÍCULO 31.- ALMACÉN

El Almacenero es el órgano responsable de recibir, custodiar y proteger los insumos y suministros.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 12 de 16	

ARTÍCULO 32.- FUNCIONES DEL ÁLMACÉN

Son funciones de Almacén:

- a) Solicitar las cotizaciones.
- b) Realizar la requisición general de toda la empresa.
- c) Recepcionar los insumos y suministros.
- d) Suministrar los productos, materia prima y suministros a las distintas áreas.
- e) Registrar la entrada y salida de los insumos y suministros.
- f) Verificar la calidad, peso, cantidad y precio de los insumos y suministros.
- g) Hacer los inventarios físicos del almacén.

ARTÍCULO 33.- DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA

Está encargada de realizar varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de la instalación.

ARTÍCULO 34.- FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA

Son funciones de Limpieza:

- a) Mantenimiento continuo al detalle de la limpieza de la distribuidora
- b) Dar soporte de limpieza a toda la distribuidora y especialmente en el departamento de ventas (atención al cliente).
- c) Organizar y controlar el material de mantelería, cubertería, etc.
- d) Apoyos con temas administrativos (compras, pagos, trámites).

ARTÍCULO 35.- ÁREA DE CONTABILIDAD

Es responsable de la planificación, dirección, supervisión y control de las operaciones contables de la empresa, velando por mantener actualizados sus estados financieros, y cumplir con las obligaciones tributarias y las disposiciones legales emitidas por los organismos de control.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 13 de 16	

ARTÍCULO 36.- FUNCIONES DEL ÁREA DE CONTABILIDAD

Son funciones del área de Contabilidad:

- a) Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.
- b) Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- c) Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- d) Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- e) Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IGV.
- f) Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente Aceptados, a objeto de obtener los estados financieros.
- g) Cualquier otra actividad fijada por el Gerente Administrativo de la empresa.
- h) Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el Contralor Interno, Asesor fiscal / financiero.
- i) Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- j) Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios).
- k) Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.
- l) Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 14 de 16	

ARTÍCULO 37.- DEPARTAMENTO DE CAJA

El cajero es el órgano encargada de recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja.

ARTÍCULO 38.- FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE CAJA

Son funciones de Caja:

- a) Realizar los cobros de las ventas del día.
- b) Recibir y entregar el dinero en efectivo y documentos de valor.
- c) Realizar transferencias de las ventas con tarjeta.
- d) Recibir, revisar y registrar las facturas y comprobante de gastos efectuados.
- e) Efectuar pagos a los proveedores de bienes y servicios, previa autorización por parte de la gerencia o administración.
- f) Entregar a la administración el reporte diario de ventas, junto con el dinero.
- g) Contestar las llamadas telefónicas.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 15 de 16	

TÍTULO IV

DE LAS RELACIONES INTERINSTITUCIONALES

ARTÍCULO 39.- RELACIONES INTERINSTITUCIONALES

La empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., se relaciona con la Municipalidad Provincial del Santa, a través de la Gerencia de Desarrollo Económico, responsable del otorgamiento de licencias de funcionamiento y directamente con la entidad encargada de la administración tributaria de su ámbito.

Asimismo, se relaciona y coordina directamente con entidades bancarias, otras empresas de diferentes rubros por medio de sus proveedores.

Del mismo modo, con las instituciones que forman parte de la gastronomía y con cualquier institución sea pública o privada, cuyos objetivos sean complementarios o concurrentes a los fines de la empresa.

TÍTULO V

DEL RÉGIMEN PATRIMONIAL, ECONÓMICO Y LABORAL

CAPÍTULO I

RÉGIMEN PATRIMONIAL

ARTÍCULO 40.- RÉGIMEN PATRIMONIAL

Son bienes de la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., los muebles, inmuebles que posee y los que adquieren para el cumplimiento de sus fines.

Asimismo son bienes patrimoniales todo lo que ofrece de la empresa y cualquier otro intangible similar que sean producto de la ejecución de sus fines, gestionando registro de marca, hasta la patente.

	REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 16 de 16	

CAPÍTULO II

RÉGIMEN ECONÓMICO

ARTÍCULO 41.- RÉGIMEN ECONÓMICO

Constituyen recursos de la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L. los siguientes:

- a) Los ingresos provenientes de la venta de todos los productos sean efectivo o mediante tarjeta electrónica.
- b) Los ingresos provenientes de la venta de las bebidas frías y calientes.
- c) Otros aportes realizados a su favor, en concordancia a la normatividad legal pertinente.

CAPÍTULO III

RÉGIMEN LABORAL

ARTÍCULO 42.- RÉGIMEN LABORAL

El personal de la sociedad, sin excepción alguna, está sujeto al régimen laboral de la actividad privada, bajo el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728, aprobado por Decreto Supremo N° 003-97-TR, y demás dispositivos legales vigentes en materia laboral.

Los colaboradores comprendidos en este régimen si cumplen con las condiciones que la ley dispone tienen derecho a percibir dos gratificaciones anuales equivalentes a un sueldo en los meses de julio y diciembre, a gozar de vacaciones anuales por 30 días, a la compensación por tiempo de servicios y a una indemnización por despido

**DISTRIBUIDORA MARISA
S.R.L.**

**REGLAMENTO INTERNO DE
TRABAJO**

RIT

JR. MANUEL VILLAVICENCIO
CASCO URBANO N° 517



2018

CAPÍTULO I GENERALIDADES

1. OBJETIVOS:

El presente reglamento interno contiene las disposiciones internas que reglamentan el vínculo laboral entre la empresa y el colaborador que está a su servicio, determinando sus derechos y deberes. Se podrá dictar disposiciones complementarias, ampliatorias y modificatorias conforme sea necesario para buena conducción de la empresa. Los casos que no se encuentren contemplados en este reglamento, se regirán por las disposiciones legales del país

2. FINALIDAD:

Establecer normas sobre derechos, deberes, incentivos, sanciones, asistencia, permanencia y puntualidad de los colaboradores de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., a fin de que cumplan con sus labores de manera eficiente y satisfactoria que garantice armonía y comprensión.

3. ALCANCE

El reglamento alcanza a todos los colaboradores de la empresa.

CAPITULO II CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

Artículo 1.- Los aspirantes a un empleo en la Empresa deberán reunir los requisitos pedidos para cada puesto de trabajo.

Artículo 2.- Los postulantes al trabajo deberán presentarse con un currículum vitae.

Artículo 3.- Si el postulante al trabajo sale favorecido se sujetará a un contrato a prueba que tendrá la duración de 90 días, luego firmará un contrato indefinido.

Artículo 4- El trabajador se compromete a laborar en la Empresa de la manera eficiente y el gerente o los encargados responsables le asignarán un puesto de trabajo según requiera la empresa.

CAPÍTULO III EVALUACIONES Y SUPERVISIÓN AL PERSONAL

Artículo 5.- Las evaluaciones serán realizadas de manera continua e independiente, por parte de la gerencia y el personal responsable del área y deberán emitir un documento sobre los resultados de cumplimiento de cada objetivo, así como la firma del personal evaluado.

Artículo 6.- El Supervisor deberá mencionar las causas por la que no se cumplieron con los objetivos predefinidos.

CAPÍTULO IV HORARIOS DE TRABAJO

Artículo 7.- El horario establecido es de lunes a domingo de 10:00 am a 18:00pm hrs. En una jornada de 8 horas, contando con una media hora para tomar sus alimentos en el horario de 12:00pm a 12:30pm hrs; además tendrá un día libre a la semana.

Artículo 8.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a los trabajadores.

Artículo 9.- La empresa otorgará como máximo tres tolerancias al mes de quince minutos cada una, al incurrir en la tercera tardanza en el mes a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontará medio día de salario.

Artículo 10.- Cada trabajador deberá firmar su asistencia diaria de entrada y salida de la empresa, en las listas correspondientes.

Artículo 11.- Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo.

CAPÍTULO V

SOBRE LOS PERMISOS DE LOS TRABAJADORES Y FALTAS

Artículo 12.- Los permisos deben ser solicitados con 24hrs. de anticipación y por escrito, no se dará permiso al que no cumpla con dicho requisito.

Artículo 13.- El Gerente General estará facultado a autorizar el permiso. Todos los permisos serán sin sueldo en el caso de que sea día completo.

Artículo 14.- El trabajador al momento de acumular tres faltas injustificadas, será sancionado.

CAPÍTULO VI

PROHIBICIONES

Artículo 15.- El personal de la empresa deberá portar a su entrada y en todo momento durante su estancia en la empresa la credencial de sanidad, en caso contrario le será restringida la entrada.

Artículo 16.- El personal deberá llevar el uniforme adecuado y correcto todo el tiempo.

Artículo 17.- Prohibido fumar dentro de las instalaciones de la distribuidora

Artículo 18.- Por cuestiones de seguridad, el trabajador será sujeto a una revisión por parte del personal de seguridad al momento de su entrada y salida de la empresa.

Artículo 19.- Queda prohibido a los trabajadores:

- ❖ Provocar en el interior y exterior de la empresa, escándalos, peleas o cometer actos que alteren la disciplina, así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero.
- ❖ Llevar los utensilios de trabajo, herramientas o insumos.
- ❖ Introducir personas ajenas a la empresa.

CAPITULO VII

DE LOS DERECHOS E INCENTIVOS

Artículo 20.- Los derechos de los trabajadores provienen de las disposiciones legales, del contrato de trabajo.

Artículo 21.- Son derechos de los colaboradores con contrato laboral a plazo indeterminado:

- ❖ Percibir su remuneración mensual al finalizar el mes.
- ❖ Percibir las gratificaciones semestrales siempre que cuente con no menos de tres meses de trabajo al primero de julio o diciembre de cada año.
- ❖ Recibir la compensación por tiempo de servicio, al término de su contrato laboral que le corresponda de acuerdo a Ley.
- ❖ Gozar de licencias, según las normas vigentes.
- ❖ En jornadas de trabajo en horario corrido recibir un refrigerio.
- ❖ Ser inscrito en Es Salud el titular y sus derechos habientes.
- ❖ Ser inscrito en la Oficina Nacional Previsional o AFP, según su elección.
- ❖ Gozar de descanso vacacional de un mes por año laborado.
- ❖ Recibir uniforme para el desempeño de sus funciones.
- ❖ Ser evaluado en su rendimiento según la normatividad pertinente.

Artículo 22.- Constituyen derecho de los colaboradores con contrato laboral a plazo fijo:

- ❖ Aquellos que les reconozca su propio contrato.
- ❖ Si al vencer su contrato la empresa tuviese la necesidad de que el contrato sea permanente se tendrá en cuenta la flexibilidad legal y presupuestal para nombrarlo.

Artículo 23.- Los incentivos que la empresa brinda a los colaboradores son los que se mencionan a continuación:

- ❖ Capacitación y enriquecimiento de conocimientos.
- ❖ Reconocimiento por eficiencia mediante constancia de felicitación que será incluido en su currículum vitae.
- ❖ Bonificación especial por mérito propio.

CAPÍTULO VIII

DE LOS PERMISOS Y LICENCIAS

Artículo 24.- Se concederá permiso a los colaboradores por los motivos siguientes que deberá ser especificado en el documento autorizado:

- ❖ Por motivos de salud.
- ❖ Por motivos personales.
- ❖ Por estudio o capacitación.
- ❖ Por fallecimiento de padres, cónyuge o hijos.
- ❖ Por lactancia.
- ❖ Por algún evento deportivo o artístico en el que participe la empresa.

Artículo 25°.- Si el permiso solicitado es por asistencia a EsSalud, el trabajador presentará la constancia por la atención recibida.

Artículo 26.- En caso de fallecimiento de los padres, cónyuges o hijos del colaborador, se le otorgará 4 días de licencia sin recorte de su remuneración y 3 días adicionales si el deceso se produce fuera de la ciudad.

Artículo 27°.- Los permisos por lactancia se darán una hora diaria después del inicio o antes del término durante el primer año de producido el nacimiento.

Artículo 28°.- Se otorgará licencia al colaborador por los siguientes motivos debidamente justificados, comprobados y aprobados por la Gerencia General:

- ❖ Por asuntos personales
- ❖ Por enfermedad
- ❖ Por maternidad
- ❖ Por matrimonio
- ❖ Por estudio o capacitación relacionada a la labor que desempeña

Artículo 29.- Las licencias otorgadas por asuntos personales serán sin goce de remuneraciones.

Artículo 30.- En caso de licencia por enfermedad del colaborador la empresa pagará la remuneración total hasta por 20 días, posterior a ello le corresponderá a EsSalud.

Artículo 31.- La licencia por maternidad se otorgará 45 días antes de la fecha del parto y 45 días después del nacimiento. Corresponde a EsSalud el pago del sueldo básico más la bonificación de Ley.

Artículo 32.- La Gerencia General de la empresa es responsable de verificar la asistencia, permanencia y puntualidad de los colaboradores.

Artículo 33.- La asistencia, permanencia y puntualidad de los colaboradores serán controladas mediante el diligenciamiento del documento registro de ingresos y salidas del personal.

Artículo 34.- Se efectuarán descuento a los colaboradores que incumplan con la asistencia, permanencia y puntualidad.

CAPÍTULO IX

SANCIONES

Artículo 20.- La empresa podrá aplicar a sus trabajadores este reglamento y sus sanciones correspondientes, que son las siguientes:

FALTA LEVE:

- ❖ Descuento de 2 días laborados, esta sanción se aplicará cuando el personal falte un día al trabajo sin una justa causa o sin permiso de la gerente.

FALTA GRAVE:

Despido al personal de la Empresa, esta sanción se aplicará cuando el personal cometa las siguientes faltas:

- ❖ Hurto o robo de bienes de la Empresa.
- ❖ Ofensas verbales o bienes.
- ❖ Agresión Física.

- ❖ Indisciplina o desobediencia.
- ❖ Falta de asistencia o impuntualidad reitera.
- ❖ Embriaguez habitual.
- ❖ Acoso por motivo de discapacidad, edad, religión, orientación sexual.
- ❖ Rendimiento ineficiente.

CAPÍTULO X

OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Artículo 26.- Son obligaciones de la empresa:

- ❖ Pagar a los trabajadores los salarios pactados e indemnizaciones a que tengan derecho en tiempo y forma.
- ❖ Proporcionar materiales, instrumentos y equipos de protección necesarios para ejecutar su trabajo.
- ❖ Organizar periódicamente cursos de capacitación y simulacros.
- ❖ Proporcionar a los trabajadores los primeros auxilios que necesiten.

Artículo 27.- Las situaciones que no se presenten en el reglamento se resolverán de acuerdo a lo dispuesto en el contrato.

**DISTRIBUIDORA MARISA
S.R.L.**

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y
FUNCIONES**

MOF

**JR. MANUEL VILLAVICENCIO
CASCO URBANO Nº 517**



2018

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 1 de 34	

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN

II. GENERALIDADES

1. FINALIDAD
2. MARCO LEGAL
3. ALCANCE
4. OBJETIVOS
5. APROBACIÓN, DIVULGACIÓN, VIGENCIA, ACTUALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN

III. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.

IV. FUNCIONES ESPECÍFICAS

4.1 ÓRGANOS DE ALTA DIRECCIÓN

- GERENCIA GENERAL

4.2 ÓRGANOS DE APOYO

- ÁREA ADMINISTRATIVA
 - DEPARTAMENTO DE VENTAS
 - VENEDORES AL SERVICIO DEL CLIENTE
 - VENEDORES DE CAMPO
 - DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD
 - DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA
 - COMPRAS
 - ALMACÉN
 - DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA
- ÁREA DE CONTABILIDAD
 - DEPARTAMENTO DE CAJA

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 2 de 34	

I. INTRODUCCIÓN

DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L, es una empresa chimbotana dedicada al rubro del comercio, la cual cuenta ya con 20 años brindando los mejores servicios y productos de buena calidad.

La filosofía de la empresa está orientada a brindarles una variedad de productos con una atención personalizada, contando con un personal altamente motivado y capacitado de acuerdo a las exigencias de los clientes.

Es por ello que para poder alcanzar los objetivos que tiene la empresa es necesario diseñar una estructura organizacional la cual claramente nos proporcione la información adecuada y necesaria sobre las obligaciones con la que se cuenta en la empresa.

El resultado de esto es el denominado Manual de Organización y Funciones (MOF) de la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., el cual es una herramienta de gestión que contiene las funciones generales, específicas, además de las responsabilidades de los diferentes cargos ubicados en las diferentes áreas de la estructura orgánica aprobada por la Gerencia General, además de las capacidades, habilidades y destrezas que poseen los trabajadores. Asimismo va a permitir que todos conozcan su ubicación dentro de la empresa y sobretodo la delimitación de sus funciones.

El MOF ha sido elaborado teniendo en cuenta los requerimientos y necesidades que demanda el mundo profesional y laboral que cada vez está más exigente.

Chimbote, Diciembre de 2018

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 3 de 34	

II. GENERALIDADES

1. FINALIDAD

El presente Manual de Organización y Funciones para la empresa “DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L”, tiene por finalidad establecer la estructura básica de organización, objetivos, políticas, funciones, responsabilidad, así como definir las atribuciones y deberes hasta el nivel de cargo de cada una de las áreas de la empresa.

2. MARCO LEGAL

- a. Ley Régimen Tributario Interno.
- b. Ley General del Trabajo.
- c. Ley de Seguridad Social.
- d. Código de Protección y Defensa Del Consumidor. (Ley 29571)
- e. Ministerio de Salud.
- f. Licencia de Funcionamiento (Municipalidad)

3. ALCANCE

El Manual de Organización y Funciones es de cumplimiento obligatorio por parte de todos los trabajadores que conforman la Estructura Orgánica de la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.

4. OBJETIVOS

- Determinar las funciones de los cargos comprendidos en la estructura orgánica de la empresa EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L
- Precisar las interrelaciones entre los niveles jerárquicos y funcionales, tanto internas como externas.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 4 de 34	

- Viabilizar la obtención de una excelente calidad del servicio.
- Facilitar la normalización, evaluación y control de las actividades, y cumplimiento de las funciones de los diferentes órganos de la empresa.
- Facilitar el desarrollo de una gestión eficiente.

5. APROBACIÓN, DIVULGACIÓN, VIGENCIA, ACTUALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN

- **APROBACIÓN**

De acuerdo con el estatuto de la Empresa, es atribución de la Gerencia General aprobar el Manual de Organización y Funciones.

- **DIVULGACIÓN:**

Siendo el objetivo de este Manual normar y orientar todas las actividades de las áreas de la empresa; la edición y difusión será responsabilidad de la Gerencia y Administración y su posterior supervisión y control.

- **VIGENCIA:**

La vigencia del presente Manual, será a partir del día siguiente de su aprobación mediante Acuerdo con la Gerencia General y hasta que se dicte una modificación y/o sustitutoria.

- **ACTUALIZACIÓN:**

El Manual de Organización y Funciones, será actualizado continuamente por la Gerencia y Administración de la Empresa, según como se efectúen los cambios en la Estructura Orgánica, así como se tendrá en cuenta su visión y misión Empresarial y su Reglamento de Organización y Funciones, así como el Reglamento Interno de Trabajo.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 5 de 34	

- **IMPLEMENTACIÓN**

El órgano encargado de la Implementación del Manual de Organización y Funciones es la Gerencia General y la Administración de la Empresa.

III. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.

ÓRGANOS DE ALTA DIRECCIÓN

GERENCIA GENERAL

ÓRGANOS DE APOYO

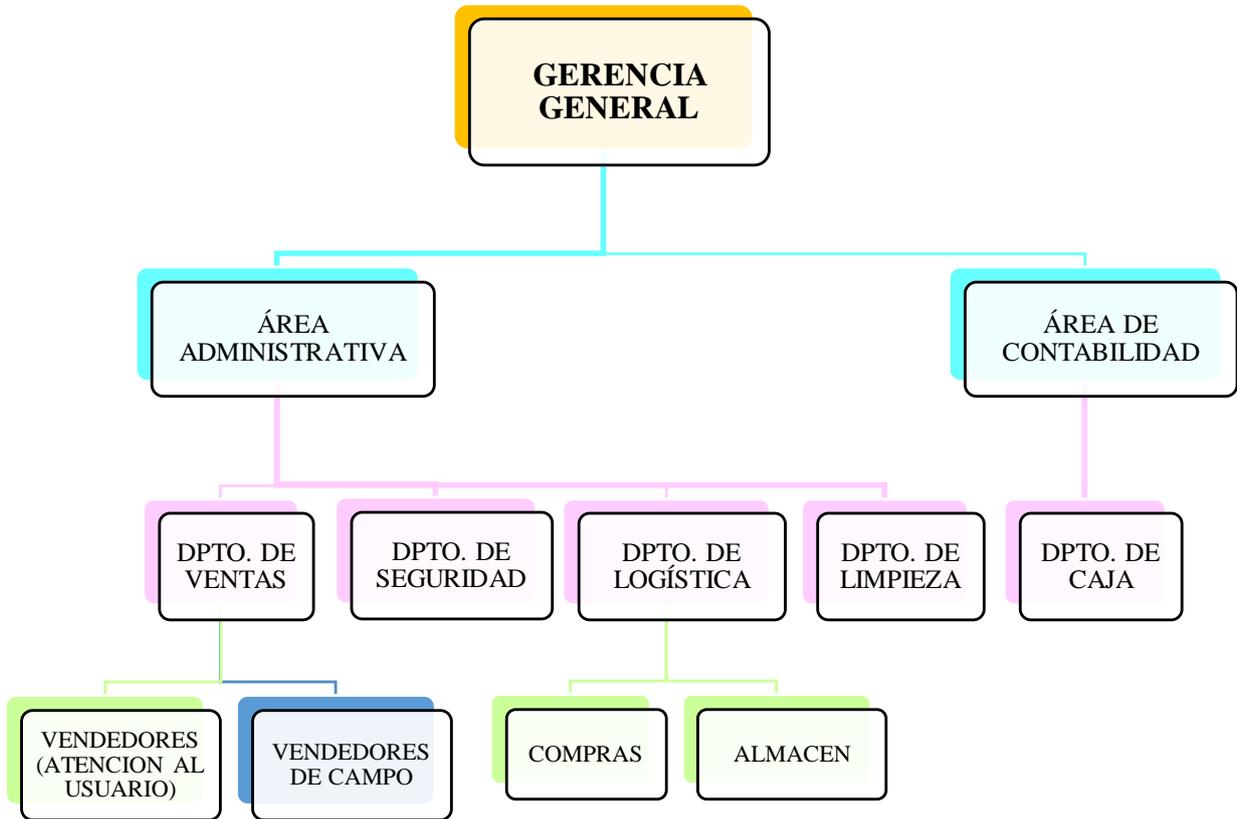
ÁREA ADMINISTRATIVA

- Departamento de Ventas
 - Vendedores (atención al usuario)
 - Vendedores de campo
- Departamento de Seguridad
- Departamento de Logística
 - Compras
 - Almacén
- Departamento de Limpieza

ÁREA DE CONTABILIDAD

- Departamento de Caja

ESRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.





IV.FUNCIONES ESPECÍFICAS



4.1. ÓRGANOS DE ALTA DIRECCIÓN



A. FUNCIÓN GENERAL DEL PUESTO

El gerente general es el responsable legal de la empresa y en ese sentido deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de ésta.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones de este funcionario son las siguientes:

- Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad.
- Organizar el régimen interno de la sociedad, usar el sello de la misma, expedir la correspondencia y cuidar que la contabilidad esté al día.
- Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero.

- Asistir, con voz pero sin voto, a las sesiones del Directorio, salvo que éste acuerde sesionar de manera reservada.
- Expedir constancias y certificaciones respecto del contenido de las actas de Junta General de Accionistas (JGA) o de sesiones de Directorio, de libros contables y registros de la sociedad.
- Someter al Directorio, para su aprobación, los proyectos de la memoria y los estados financieros, los presupuestos de la sociedad para cada año, así como los programas de trabajo y demás actividades.
- Delegar total o parcialmente las facultades que se le conceden en el estatuto de la sociedad.
- Ejecutar el Plan de Negocios aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo.
- Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo.
- Celebrar y firmar los contratos y obligaciones de la sociedad, dentro de los criterios autorizados por el Estatuto y el Directorio de la sociedad.
- Delegar su celebración, desconcentrar la realización de las licitaciones o concursos, contratar a personal que desempeñe cargos de nivel directivo, de acuerdo con el reglamento que sobre contratación expida el Directorio.
- Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.
- Dirigir las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones en esa materia y ejercer la facultad nominadora dentro de la Sociedad, teniendo en cuenta el número de personas que conforman la planta de personal aprobada por el Directorio.
- Determinar la inversión de fondos disponibles que no sea necesario para las operaciones inmediatas de la Sociedad
- Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que la regulan.
- Constituir apoderados que representen a la Sociedad en actuaciones judiciales, extrajudiciales y administrativas, fijarles honorarios y delegarles atribuciones, previa autorización del Directorio.
- Rendir cuenta justificada de su gestión en los casos señalados por la Ley.

C. RESPONSABILIDADES

El Gerente General es responsable por:

- El cumplimiento de los acuerdos del Directorio y de la Junta General de Accionistas (JGA), salvo que se disponga algo distinto para casos particulares.
- Los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus obligaciones, dolo, abuso de facultades y negligencia grave.
- También será solidariamente responsable con los gerentes que le hayan precedido, por las irregularidades que éstos hubiesen cometido, si, conociéndolas, no las denunciaren por escrito a la JGA al momento de asumir el cargo, o inmediatamente después de conocerlas.
- La existencia, regularidad y veracidad de los sistemas de contabilidad, los libros que la ley ordena llevar a la Sociedad y los demás libros y registros que debe llevar un ordenado comerciante.
- La veracidad de las informaciones que proporcione a la Junta General de Accionistas o al Directorio.
- El ocultamiento de las irregularidades que observe en las actividades de la sociedad.
- La conservación de los fondos sociales a nombre de la Sociedad.
- El empleo de los recursos sociales en negocios distintos del objeto de la Sociedad.
- La veracidad de las constancias y certificaciones que expida respecto del contenido de los libros y registros de la Sociedad.
- El cumplimiento de la ley, el Estatuto y los acuerdos de la Junta General de Accionistas y del Directorio.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Título Universitario en Administración y/o afines.
- Maestría.
- Especialización en ciencias administrativas.
- Estudios de postgrado en estrategias de ventas, negociación, marketing, etc.
- Nivel de Inglés Intermedio - Avanzado.
- Dominio de Microsoft Office avanzado.

E. EXPERIENCIA

- Mínima: 3 años en el cargo de Gerente o similares.

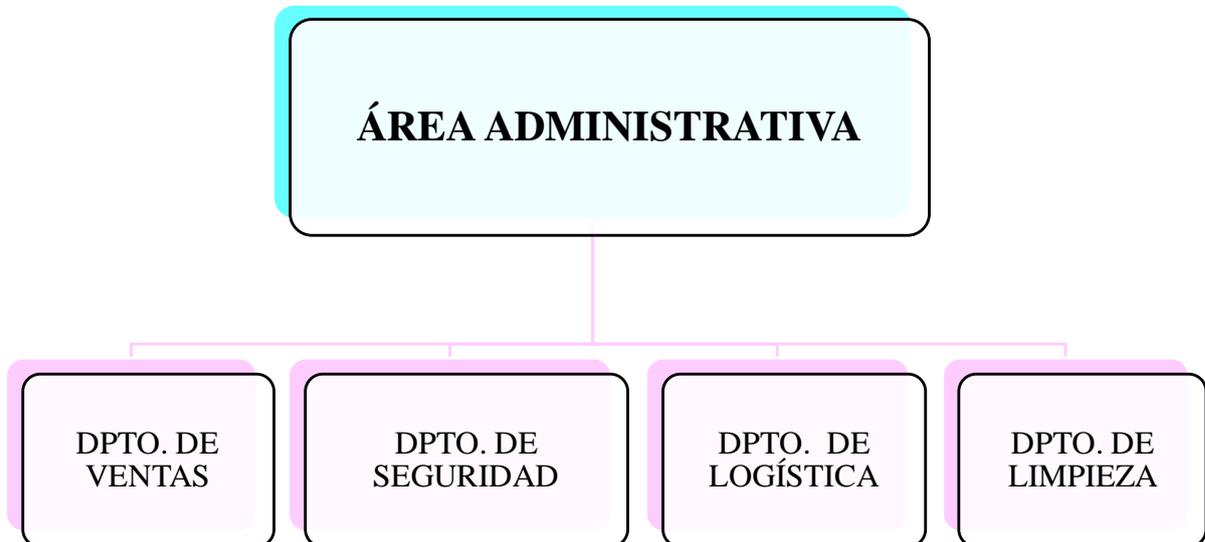
F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Poseer liderazgo.
- Capacidad de análisis.
- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Ser dinámico.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de comunicación efectiva.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad de negociación.
- Poseer una actitud crítica.
- Sensibilidad ante la problemática social e interés por su conocimiento y seguimiento.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Versión:	01
		Página 13 de 34	

4.2 ÓRGANOS DE APOYO

4.2.1. ÁREA ADMINISTRATIVA



A. FUNCIONES GENERALES DEL PUESTO

El administrador(a) de la Distribuidora se ocupa principalmente, de administrar el servicio de una distribuidora, incluyendo la planificación y la administración de personal, compra, almacenaje y venta de productos, control contable financiero; apoyar a la dirección y asegurar la satisfacción del cliente.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones son las siguientes:

- Firmar documentos oficiales.
- Realizar presupuestos para todas las áreas de la empresa.
- Administras las actividades de los empleados.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Recibirá clientes o compradores y acompañará visitantes oficiales.
- Presidir ciertas reuniones y ceremonias.

- Escuchar y entrenar a los trabajadores
- Dar instrucciones y capacitar a los trabajadores.
- evaluar el desempeño de los trabajadores
- Asistir a reuniones de asociaciones profesionales o comerciales.
- Convocar y reunirse con personas para mantenerse comunicación.

C. RESPONSABILIDADES

El Administrador(a) es responsable por:

- El cumplimiento de los requisitos legales y estatutarios.

D. FORMACIÓN PERSONAL Y ACADÉMICA

- Título Universitario de Administración.
- Maestría.
- Cursos de Computación
- Cursos de marketing o afines.
- Dominio de Excel avanzado.

E. EXPERIENCIA

- Mínima: 2 años en cargos administrativos o contables.

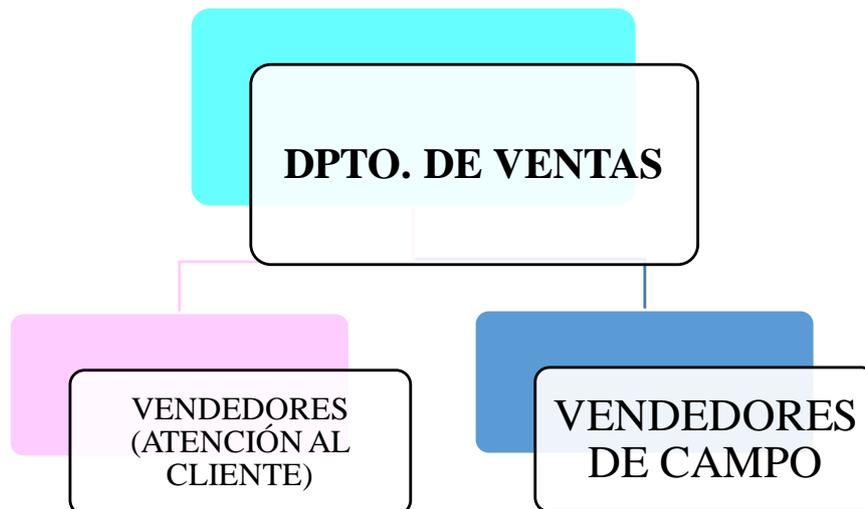
F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad de análisis.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.

- Capacidad de negociación.
- Poseer una actitud crítica.
- Sensibilidad ante la problemática social e interés por su conocimiento y seguimiento.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.

Dentro del área Administrativa tenemos a su cargo a dos sub-áreas que a continuación detallaremos:

✚ DEPARTAMENTOS DE VENTAS



A. FUNCIONES GENERALES

La función del departamento de ventas es planear, ejecutar y controlar las actividades en este campo. Debido a que durante el desarrollo de los planes de venta ocurren muchas sorpresas, el departamento de ventas debe de dar seguimiento y control continuo a las actividades de venta.

B. FUNCIONES ESPECIFICAS

Las principales funciones son las siguientes:

- Definir la Organización de Ventas: Captación y Desarrollo, dimensionamiento, territorios, compensación.
- Establecer el Plan de Ventas
- Implantar una Metodología de Ventas y dirigir a sus equipos a través de ella
- Desarrollo de la fuerza de ventas
- Preparar y participar en los procesos de selección y evaluación.

C. RESPONSABILIDADES

El Jefe de ventas es responsable por:

- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Planificar y hacer seguimiento y control de la actividad de los vendedores de su equipo.
- Debe proporcionar una Metodología de Ventas que convierta cada oferta en la ganadora.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Bachiller, curso de administración.
- Conocimiento de Excel intermedio.

E. EXPERIENCIA

No menor a 1 año en el cargo de administrador (a).

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad de análisis.
- Capacidad para tomar decisiones.

- Capacidad de trabajo bajo presión.
 - Adaptabilidad a los cambios.
 - Capacidad de comunicación.
 - Capacidad para la resolución de problemas.
 - Trabajar con optimismo.
 - Trabajar en base a la honestidad e integridad.
 - Capacidad para aprender.
 - Alto grado de responsabilidad.
-
- **VENEDORES AL SERVICIO DEL USUARIO**

A. FUNCIONES GENERALES

El vendedor al servicio del cliente tendrá una gran responsabilidad porque es la persona encargada en forma directa de atender a los clientes.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Sus principales funciones son las siguientes:

- Brindar un servicio de calidad al cliente de manera cortés.
- Tomar el pedido del cliente.
- Atender con eficiencia el pedido que son solicitados por el cliente.
- Entregar el pedido a la cajera para su cancelación y emisión de la factura.
- Verificar las vitrinas de bebidas y los estantes de golosinas y tabaco, se encuentren en todo a la expectativa y estén llenos y limpios.

C. RESPONSABILIDADES

El vendedor al servicio del cliente será responsable de:

- Ofrecer servicio de calidad.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Secundaria completa.
- Cursos de Inglés (Básico)

E. EXPERIENCIA

- Mínima: 6 meses realizando funciones de vendedores al servicio del cliente.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.
- Orientación de servicio.
- Ser dinámico.
- Alta orientación al cliente.

• **VENEDORES DE CAMPO**

A. FUNCIONES GENERALES

El vendedor de campo tendrá una gran responsabilidad de la venta y a la comercialización de los productos de la distribuidora.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Sus principales funciones son las siguientes:

- Conocer bien todo el producto, y todas las características.
- Asesorar a todas los potenciales compradores.
- Fidelizar con todos los clientes acerca de los productos y así motive para que la venta se repita y sea consecuente
- Captar nuevos clientes para que tengan mejores resultados.
- Orientar e informar sobre soluciones a problemas con el producto.
- Cuidar su imagen corporativa y a los clientes que tiene que atender, una capacitación continua al saber expresarse y la adecuada vestimenta.
- Elaborar y comunicar un reporte de ventas, cuales son las rutas del vendedor, clientes atendidos, clientes captados, productos vendidos, cobros realizados, reclamos recogidos y/o resueltos y productos devueltos.

C. RESPONSABILIDADES

El vendedor de campo será responsable de:

- Ofrecer servicio de calidad.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Secundaria completa.
- Cursos de Inglés (Básico)

E. EXPERIENCIA

- Mínima: 6 meses realizando funciones de vendedores de campo.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.

- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.
- Orientación de servicio.
- Ser dinámico.
- Alta orientación al cliente.

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

A. FUNCIONES GENERALES DEL PUESTO

Los vigilantes de seguridad se dedicarán exclusivamente a las funciones de seguridad propias, salvaguardando las pertenencias de la empresa, trabajadores y clientes, no pudiendo simultanearlas con otras no directamente relacionadas con aquéllas.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones son las siguientes:

- Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
- Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados, sin que en ningún caso puedan retener la documentación personal.
- Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.
- Poner inmediatamente a disposición de los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad a los delincuentes en relación con el objeto de su protección, así como los instrumentos, efectos y pruebas de los delitos, no pudiendo proceder al interrogatorio de aquéllos.

- Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
- Llevar a cabo, en relación con el funcionamiento de centrales de alarma, la prestación de servicios de respuesta de las alarmas que se produzcan, cuya realización no corresponda a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.

C. RESPONSABILIDADES

El personal de seguridad es responsable por:

- Supervisar ingreso y salida del personal.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Anotar las ocurrencias durante el día.
- Control de ingreso y salida de los insumos.
- Observar el comportamiento de los clientes dentro del local.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Cursos de Vigilancia de Seguridad (manejo de extintores, primeros auxilios).
- Secundaria completa o técnica trunca.

E. EXPERIENCIA

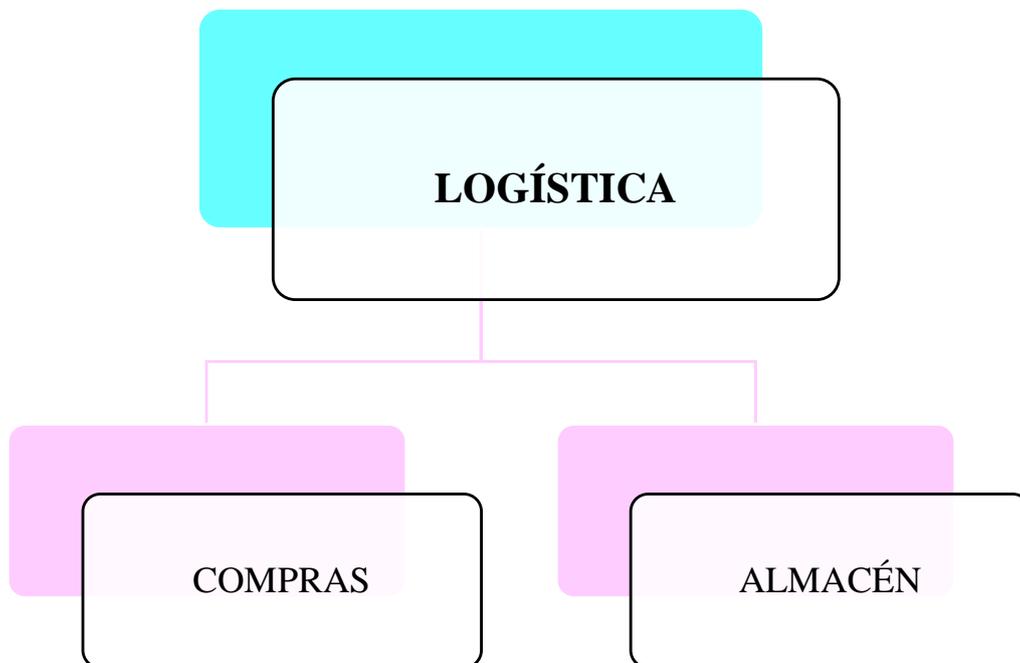
- No menor de 1 año en puestos similares.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Responsabilidad en sus labores.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Poseer un potencial de crecimiento.

- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Capacidad para aprender.
- Capacidad para la resolución de problemas.

✚ DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA



A. FUNCIONES GENERALES

La principal función del departamento de Logística es proveer a todas las unidades operativas de la empresa los suministros necesarios y a tiempo. Esta tarea necesita de otras funciones que, juntas, cumplen con el objetivo de que la empresa funcione correctamente.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones son las siguientes:

- Planificar la estrategia para las actividades de los insumos y suministro de la empresa (transporte, almacenaje, distribución) con el fin de garantizar la satisfacción del cliente.
- Desarrollar y aplicar procedimientos operativos para recibir, almacenar y enviar mercancías y suministros.
- Garantizar que las estructuras estén en su lugar para vigilar el flujo de mercancías (por ejemplo, sistemas informáticos de niveles de existencias, tiempos de entrega)
- Coordinar y controlar los procesos logísticos.
- Asignar y gestionar los recursos de la plantilla conforme a las necesidades (cambiantes).
- Servir de enlace y negociar con otros departamentos, proveedores, fabricantes, empresas de transporte, clientes.
- Controlar la calidad, el coste y la eficacia de los procesos logísticos, por ejemplo, analizando los datos.
- Analizar y resolver los problemas logísticos y planificar las mejoras.
- Mantenerse al día y reaccionar a las influencias externas, como la legislación, las normas relevantes y las necesidades de los clientes.
- Planificar, desarrollar y aplicar los correspondientes procedimientos de salud y seguridad en relación con el movimiento y almacenaje de mercancías.

C. RESPONSABILIDADES

El personal de compra es responsable de:

- Comprar productos de calidad.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Bachiller en Administración.
- Excel nivel intermedio.
- Cursos relacionados al área.

E. EXPERIENCIA

- Minina de 1 año en el puesto.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.

➤ **COMPRAS**

A. FUNCIONES GENERALES

El jefe de compras tiene como misión establecer la política de compras de la organización en coordinación con el área productiva y el área financiera. Todo ello en términos de calidad, cantidad y sobre todo, precio.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones son las siguientes:

- Prospección, búsqueda y negociación de/con proveedores.
- Analizar periódicamente los precios de los insumos, componentes o materiales.
- Control de calidad de los insumos y componentes.
- Diseñar el área de compras.
- Controlar toda la gestión documental que acompaña a cada compra.
- Información a tiempo real del stock de la organización

C. RESPONSABILIDADES

El personal de compra es responsable de:

- Comprar productos de calidad.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Bachiller en Administración.
- Excel nivel intermedio.
- Cursos relacionados al área.

E. EXPERIENCIA

- Minima de 1 año en el puesto.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.

- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.

➤ **ALMACÉN**

A. FUNCIONES GENERALES

El Almacenero es el órgano responsable de recibir, custodiar y proteger los insumos y suministros.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones son:

- Solicitar las cotizaciones.
- Realizar la requisición general de toda la empresa.
- Recepcionar los insumos y suministros.
- Suministrar los productos, materia prima y suministros a las distintas áreas.
- Registrar la entrada y salida de los insumos y suministros.
- Verificar la calidad, cantidad y precio de los insumos y suministros.
- Hacer los inventarios físicos de los almacenes.

C. RESPONSABILIDADES

- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Técnico en administración de empresas.
- Cursos de actualización y /o especialización de control y manejo de inventarios.

E. EXPERIENCIA

- Mínima: 1 año en cargos similares dentro de áreas de compra de supermercados o empresas acreditadas del sector.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad para aprender.

DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA

A. FUNCIONES GENERALES

Las funciones de este puesto se centran en la limpieza diaria y programada por la empresa.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones son las siguientes:

- Mantenimiento continuo al detalle de la limpieza de la distribuidora
- Dar soporte de limpieza en el área de venta al servicio del cliente.
- Organizar y controlar las mercaderías.
- Apoyos con temas administrativos (compras, pagos, trámites).

C. RESPONSABILIDADES

El personal de limpieza es responsable por:

- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Secundaria completa.

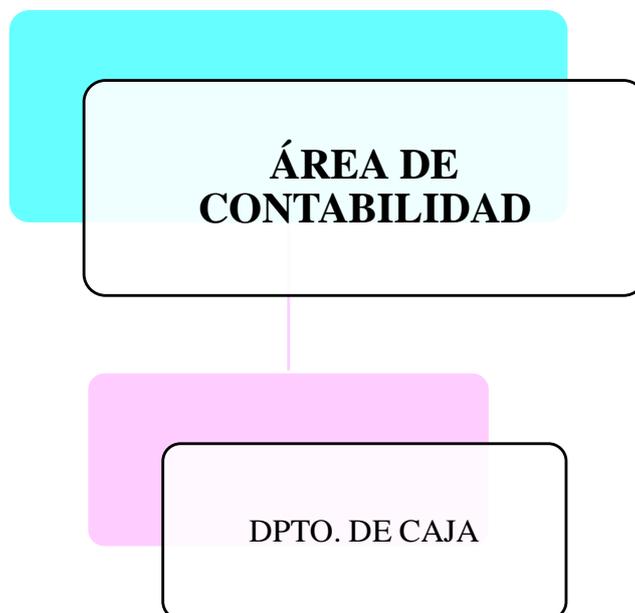
E. EXPERIENCIA

- Mínima: 8 meses realizando mantenimiento.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Responsabilidad en sus labores.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Poseer un potencial de crecimiento.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Capacidad para aprender.

4.2.2. ÁREA DE CONTABILIDAD



A. FUNCIONES GENERALES

Es responsable de la planificación, dirección, supervisión y control de las operaciones contables de la empresa, velando por mantener actualizados sus estados financieros, y cumplir con las obligaciones tributarias y las disposiciones legales emitidas por los organismos de control.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

Las principales funciones son las siguientes:

- Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.

- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IGV.
- Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables Generalmente Aceptados, a objeto de obtener los estados financieros.
- Cualquier otra actividad fijada por el Gerente Administrativo de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el Contralor Interno, Asesor fiscal / financiero.
- Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios).
- Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.
- Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.

C. RESPONSABILIDADES

El contador es responsable por:

- Revisar que se cumplan con los principios de contabilidad de aceptación general.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área.

- Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.
- Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Título Universitario en Contabilidad
- Colegiatura.
- Maestría.
- Dominio de Excel en nivel avanzado.
- Dominio de sistemas contables.

E. EXPERIENCIA

- Mínima: 3 años en el área de Administración o Contabilidad.

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad de análisis.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad de negociación.
- Poseer una actitud crítica.
- Sensibilidad ante la problemática social e interés por su conocimiento y seguimiento.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.

El área de Contabilidad tiene a su cargo la sub área de Caja, la cual será desarrollada a continuación:

DEPARTAMENTO DE CAJA

A. FUNCIONES GENERALES

El cajero es el órgano encargada de recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja.

B. FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Realizar los cobros de las ventas del día.
- Recibir y entregar el dinero en efectivo y documentos de valor.
- Realizar transferencias de las ventas con tarjeta.
- Recibir, revisar y registrar las facturas y comprobante de gastos efectuados.
- Efectuar pagos a los proveedores de bienes y servicios, previa autorización por parte de la gerencia o administración.
- Entregar a la administración el reporte diario de ventas, junto con el dinero.
- Contestar las llamadas telefónicas.

C. RESPONSABILIDADES

El personal de caja es responsable por:

- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.

D. FORMACIÓN PROFESIONAL Y ACADÉMICA

- Bachiller, curso de contabilidad.
- Conocimiento de Excel intermedio.

E. EXPERIENCIA

- No menor a 1 año en el cargo de cajero (a).

F. CAPACIDADES, HABILIDADES Y ACTITUDES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de organización.
- Ser proactivo.
- Capacidad de análisis.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Adaptabilidad a los cambios.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Trabajar con optimismo.
- Trabajar en base a la honestidad e integridad.
- Capacidad para aprender.
- Alto grado de responsabilidad.

**DISTRIBUIDORA MARISA
S.R.L.**

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

MAPRO

**JR. MANUEL VILLAVICENCIO
CASCO URBANO N° 517**



2018

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.

Este manual determina cada una de las actividades que se desarrollan en todas las áreas de la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L. con el fin de organizar y normalizar la ejecución de las mismas y hacer de conocimiento de esta información a todo el personal que labora en esta área.

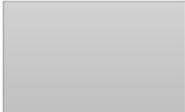
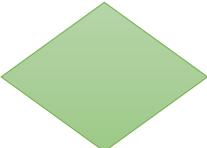
I. GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años el rubro de la comercialización ha crecido notablemente junto con todas las distribuidoras de todo tipo en nuestro país; es ahí donde recae la importancia que tiene contar con un manual de procedimientos ya que es una herramienta indispensable para el desarrollo de las actividades diarias dentro de la empresa, además sirve como una guía de orientación para que todo el personal tenga el conocimiento suficiente y necesario de cómo poder ejecutar los diferentes procesos, procedimientos o alguna actividad dentro de la misma.

El presente Manual de Procedimientos para la empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.” es un documento que posee un carácter instructivo e informativo el cual ha sido creado con la finalidad de constituir un documento básico de gestión comercial que destaca internamente lo organizacional para contribuir, uniformizar, simplificar y unificar la información acerca de los procedimientos que ejecuta la empresa. De igual manera, este manual busca detallar las actividades y acciones que se siguen en la ejecución de los diversos procedimientos generados para el cumplimiento de las funciones, la cual ayuda a reducir el periodo de adaptación y favorece a la rapidez en la ejecución de las funciones de los trabajadores.

1.2. SIMBOLOGÍA UTILIZADA

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Indica el inicio o el término de un procedimiento
	Permite mostrar un determinado procedimiento o actividad realizado por los trabajadores
	Se utiliza cuando en el procedimiento se produce un documento
	Se utiliza cuando en el proceso hay que tomar decisiones entre dos o más alternativas
	Representa la línea de unión o dirección de flujo, indica el orden en que son realizados los procedimientos.

1.3. OBJETIVOS

La empresa DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L., principalmente tiene por finalidad orientar directamente a todos sus trabajadores acerca de todos los procesos, procedimientos y actividades que se realizan dentro de la empresa para así lograr desarrollarlos de una manera eficiente y lograr satisfacer a sus clientes, garantizándoles un servicio de calidad; además pretende propiciar un buen clima laboral para cada integrante de las distintas áreas que laboran en la empresa manteniendo condiciones de trabajo seguros y con una capacitación del personal para evitar así ciertos accidentes o riesgos que se puedan presentar.

1.1 ALCANCE

El presente Manual de Procedimientos (MAPRO) tiene carácter de aplicación obligatoria por parte de todos los trabajadores de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L.

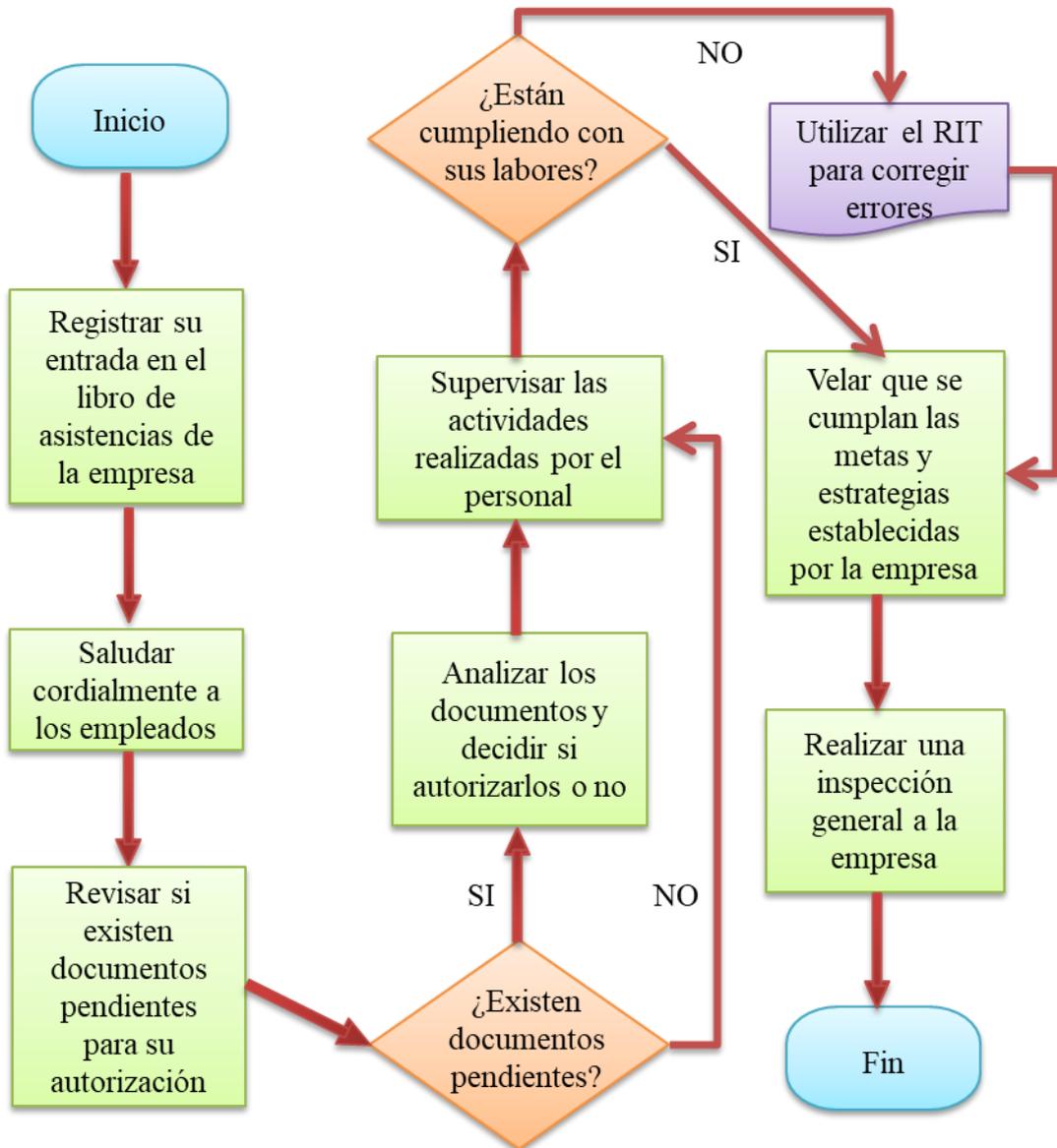
II. PROCEDIMIENTOS

A continuación se detallarán los procedimientos, procesos y actividades que se ejecutan en la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., para que los trabajadores tengan una mejor orientación al momento de la ejecución de sus labores.

ÁREA	GERENCIA GENERAL
PROCEDIMIENTO	ACTIVIDADES RUTINARIAS DE LA GERENCIA
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
GERENCIA GENERAL	<ul style="list-style-type: none">❖ Registrarse en el libro de asistencias de la Empresa a la hora de entrada.❖ Saludar cordialmente a los empleados.❖ Revisar si existen documentos pendientes de pago para su autorización <p><u>Si la Respuesta es SI:</u> Analizar los documentos y decidir si autorizarlos o no.</p> <p><u>Si la Respuesta es NO:</u> Continuar con el procedimiento.</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Supervisar las actividades realizadas por el personal.<ul style="list-style-type: none">- En caso los trabajadores no estén realizando sus labores de manera eficaz y eficiente, se utiliza el Reglamento Interno de Trabajo, y se le llamará la atención para que se puedan corregir sus errores o se les aplicará una sanción.

	<ul style="list-style-type: none"> - En caso contrario seguirá con el procedimiento. ❖ Velar que se cumplan las metas y estrategias establecidas por la empresa. ❖ Realizar una inspección general a la empresa.
--	---

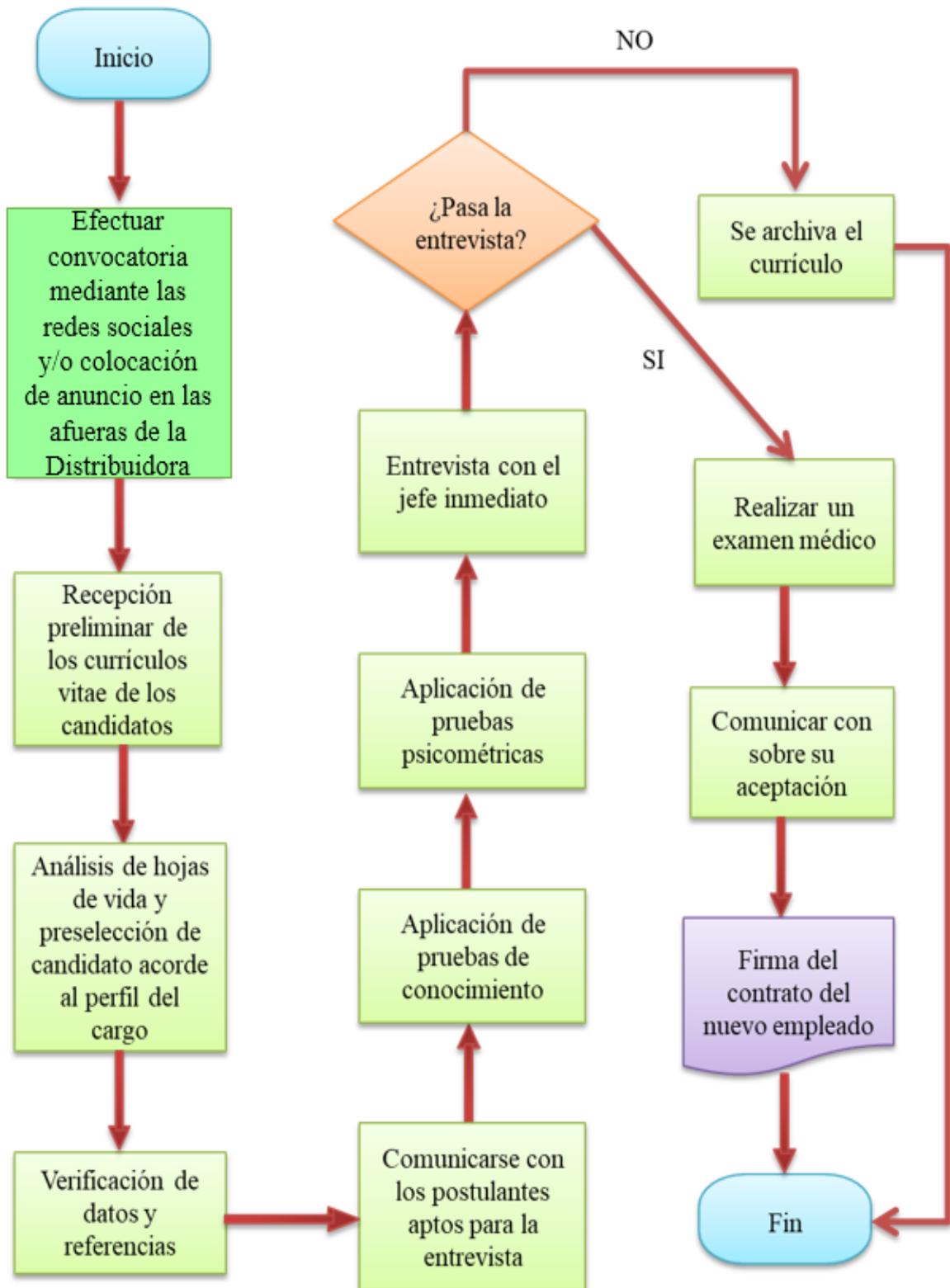
FLUJOGRAMA PARA LAS ACTIVIDADES RUTINARIAS DE LA GERENCIA



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	SELECCIÓN DE PERSONAL
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
ADMINISTRACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Efectuar convocatoria de la plaza vacante mediante las redes sociales y/o colocación de anuncio en las afueras del local. ❖ Recepción preliminar de los currículos vitae de los candidatos. ❖ Análisis de hojas de vida y preselección de candidato acorde al perfil del cargo. ❖ Verificación de datos y referencias. ❖ Comunicarse con los postulantes aptos para la entrevista. ❖ Aplicación de pruebas de conocimiento. ❖ Aplicación de pruebas de psicométricas. ❖ Entrevista con el jefe inmediato. <p><u>Si Pasa la entrevista:</u> Se continúa con el procedimiento.</p> <p><u>Si No Pasa la entrevista:</u> Se archiva su currículum y se termina el procedimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar un examen médico. ❖ Comunicar con sobre su aceptación. ❖ Firma del contrato del nuevo empleado.

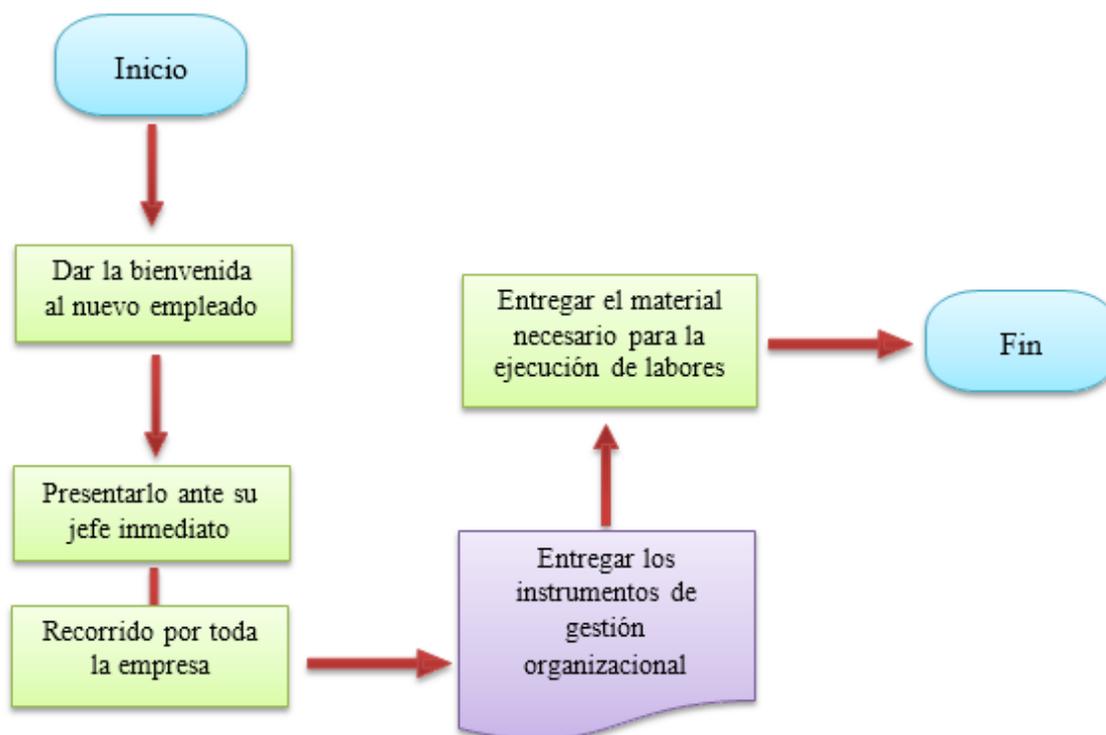
FLUJOGRAMA PARA LA SELECCIÓN DE PERSONAL



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	INDUCCIÓN DE PERSONAL
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
ADMINISTRACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bienvenida por el Gerente General de la Empresa. ❖ Presentación ante su jefe inmediato y a sus compañeros de trabajo. ❖ Recorrido por toda la empresa. ❖ Entrega de los reglamentos, manuales, normas entre otros instrumentos de gestión organizacional que el empleador lo amerite. ❖ Entrega del material necesario para la ejecución de las labores en la empresa.

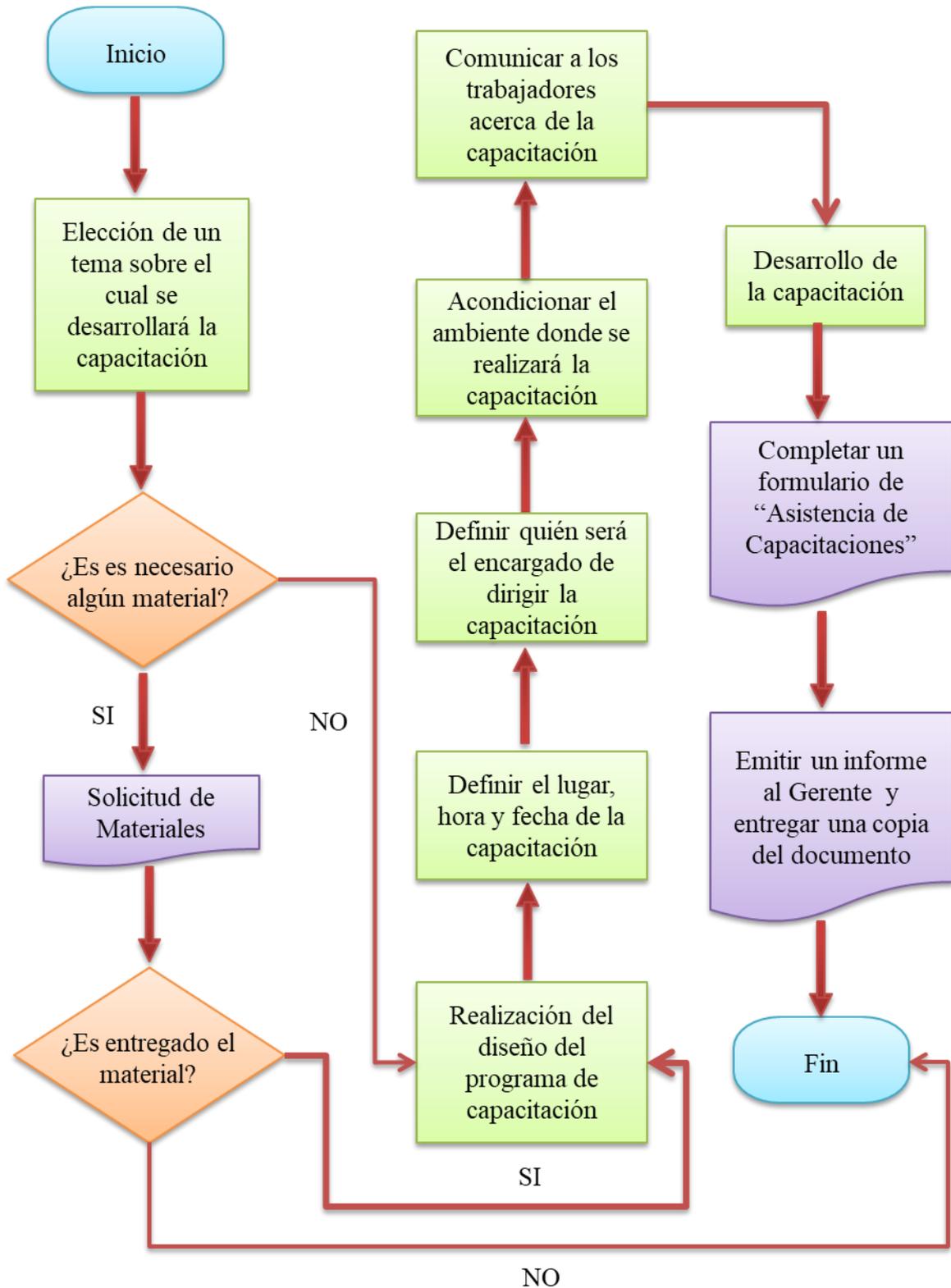
FLUJOGRAMA PARA LA INDUCCION DE PERSONAL



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	CAPACITACIÓN DE PERSONAL
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
ADMINISTRACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Elección de un tema sobre el cual se desarrollará la capacitación. ❖ Evaluar si es necesario algún material. <p style="text-align: center;"><u>Si la Respuesta es SI:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Solicitar al Gerente General los útiles de escritorio y recursos (proyector, manuales, sonido, equipos audiovisuales, etc.) que serán necesarios para llevar a cabo la capacitación a través de una “Solicitud de Materiales”. ❖ Se verifica si el material es entregado <ul style="list-style-type: none"> - Si es entregado: se continúa con el procedimiento - Si no es entregado: se termina el procedimiento <p style="text-align: center;"><u>Si la Respuesta es NO:</u></p> <p style="text-align: center;">Se continúa con el procedimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realización del diseño del programa de capacitación. ❖ Definir el lugar, hora y fecha de la capacitación. ❖ Definir quién será el encargado de dirigir la capacitación. ❖ Acondicionar el ambiente donde se realizará la capacitación. ❖ Comunicar a los trabajadores acerca de la capacitación. ❖ Desarrollo de la capacitación. ❖ Los asistentes deben completar un formulario de “Asistencia de Capacitaciones” con su firma. ❖ Emitir un informe al Gerente General y entregar una copia del documento

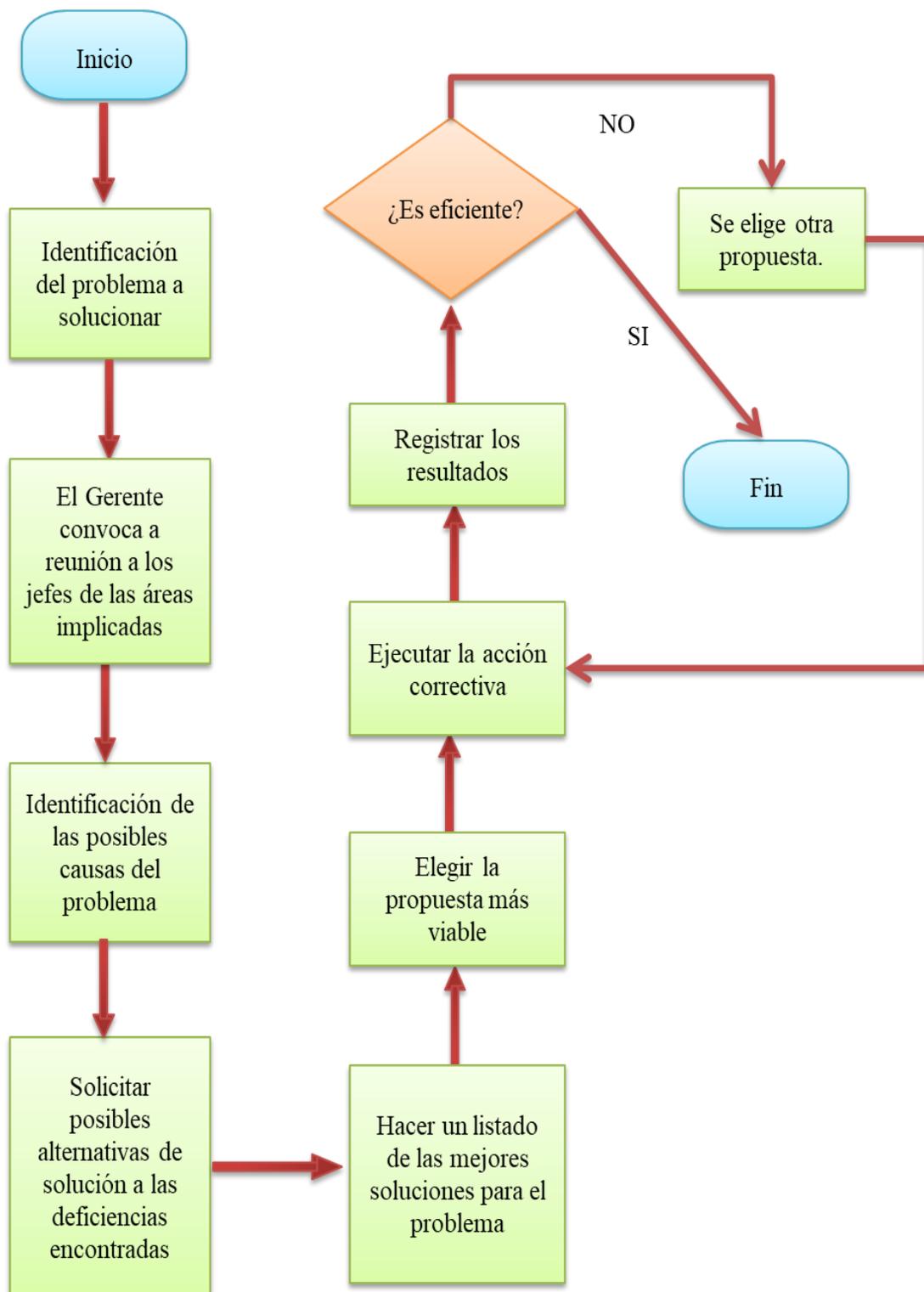
FLUJOGRAMA PARA LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	GERENCIA GENERAL
PROCEDIMIENTO	IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS DE SOLUCIÓN A LAS DEFICIENCIAS ENCONTRADAS
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
GERENCIA GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Identificación del problema a solucionar. ❖ El Gerente convoca a reunión a los jefes de las áreas implicadas. ❖ Identificación de las posibles causas del problema. ❖ Solicitar posibles alternativas de solución a las deficiencias encontradas. ❖ Realización de un listado de las mejores soluciones para los problemas detectados. ❖ Elegir la propuesta más viable. ❖ Ejecutar la acción correctiva. ❖ Registrar los resultados. <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar su eficiencia <p style="margin-left: 40px;">AFIRMATIVO: se cierra la acción correctiva</p> <p style="margin-left: 40px;">NEGATIVO: se elige otra propuesta.</p>

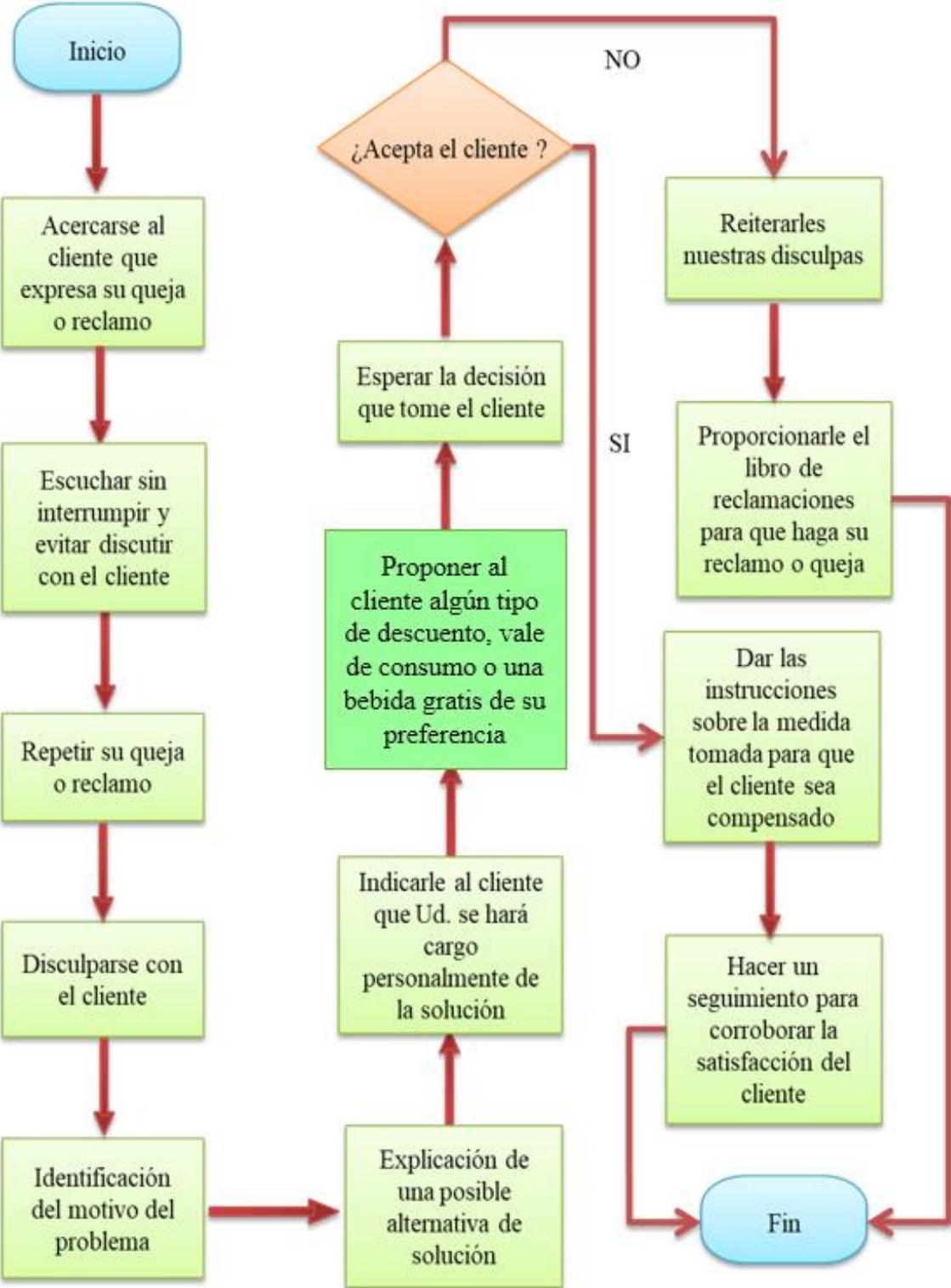
FLUJOGRAM PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS DE SOLUCIÓN A LAS DEFICIENCIAS ENCONTRADAS



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
ADMINISTRACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Acercarse inmediatamente al cliente que expresa su queja o reclamo. ❖ Escuchar sin interrumpir, nunca se debe discutir con el cliente aun así éste no tenga la razón. ❖ Repetir su queja o reclamo para que le demuestres que lo entiendes. ❖ Disculparse con el cliente. ❖ Identificación del motivo del problema. ❖ Explicación de una posible alternativa de solución al problema. ❖ Indicarle al cliente que Ud. se hará cargo personalmente de la solución. ❖ Proponer al cliente algún tipo de descuento, un vale de consumo o una bebida gratis de su preferencia como obsequio, etc. ❖ Esperar la decisión que tome el cliente. <p><u>Si el cliente ACEPTA:</u> Continuar con el procedimiento</p> <p><u>Si el cliente NO ACEPTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reiterarles nuestras disculpas. - Proporcionarle el libro de reclamaciones para que haga su reclamo o queja. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Dar las instrucciones sobre la medida tomada para que el cliente sea compensado. ❖ Hacer un seguimiento para corroborar la satisfacción del cliente.

FLUJOGRAMA PARA LA ATENCIÓN DE QUEJAS Y/O RECLAMOS



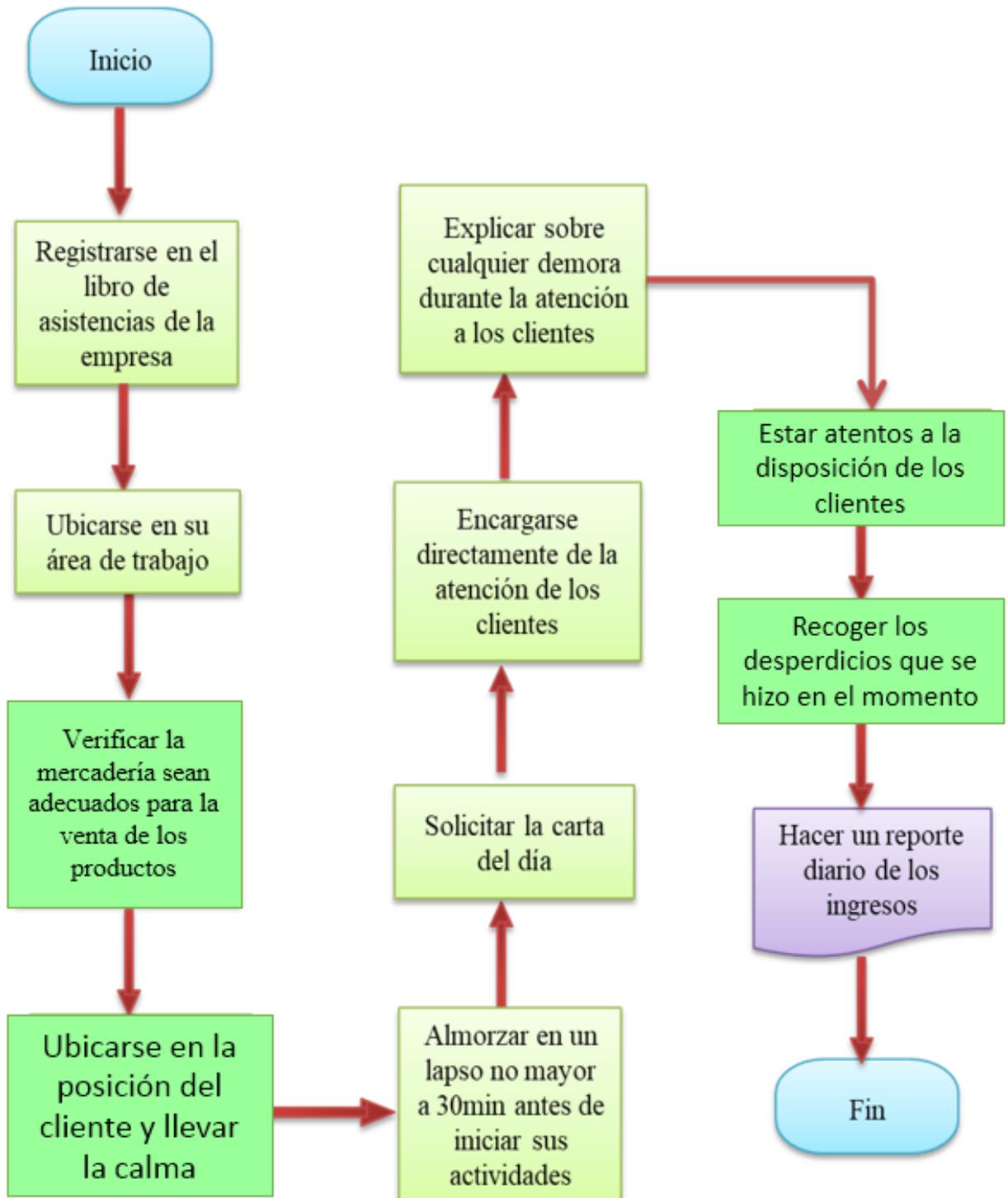
FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	ACTIVIDADES RUTINARIAS DE LOS VENDEDORES AL SERVICIO DEL CLIENTE
DEPARTAMENTO	VENTAS
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
VENDEDORES AL SERVICIO DEL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Registrarse en el libro de asistencias de la empresa. ❖ Ubicarse en su área de trabajo. ❖ Verificar que la mercadería sean adecuados para la venta ❖ Almorzar en un lapso no mayor a 30min antes de iniciar sus actividades. ❖ Encargarse directamente de la atención de los clientes, aplicando las políticas y criterios de calidad de higiene y seguridad del producto. ❖ Explicar sobre cualquier demora durante la atención a los clientes. ❖ Hacer un reporte diario de los ingresos.

**FORMATO DE REPORTE DIARIO QUE REALIZAN LOS VENEDORES AL
SERVICIO DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA
S.R.L.**

DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.			
LOS MEJORES PRODUCTOS "GOLOSINAS, BEBIDAS Y TABACO" ESTAMOS A TU SERVICIO		REPORTE DIARIO	
CLIENTE:			
VENDEDOR (A):			
FECHA:			
Nº DE PEDIDO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO

**FLUJOGRAMA PARA LAS ACTIVIDADES RUTINARIAS DE LOS
VENEDORES AL SERVICIO DEL CLIENTE**



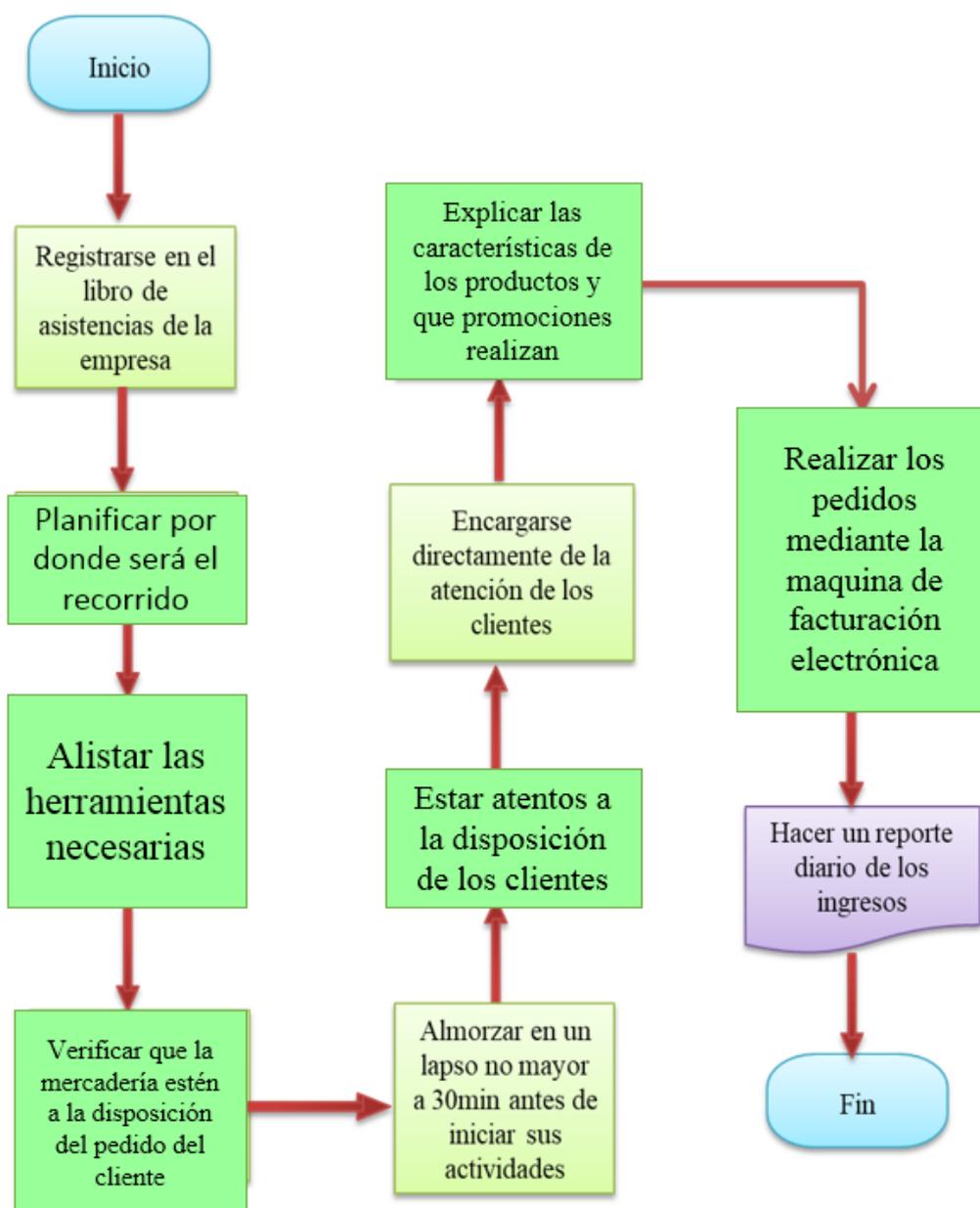
FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	ACTIVIDADES RUTINARIAS DE LOS VENDEDORES DE CAMPO
DEPARTAMENTO	VENTAS
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
VENDEDORES DE CAMPO	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Registrarse en el libro de asistencias de la empresa. ❖ Planificar por donde será el recorrido ❖ Alistar las herramientas necesarias ❖ Verificar que la mercadería estén a disposición del pedido del cliente ❖ Almorzar en un lapso no mayor a 45min antes de iniciar sus actividades. ❖ Encargarse directamente de la atención de los clientes, aplicando las políticas y criterios de calidad de higiene y seguridad del producto. ❖ Explicar las características de los productos y que promociones realizan. ❖ Realizar los pedidos mediante la máquina de facturación electrónica ❖ Hacer un reporte diario de los ingresos.

**FORMATO DE REPORTE DIARIO QUE REALIZAN LOS VENEDORES AL
SERVICIO DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA
S.R.L.**

DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.			
LOS MEJORES PRODUCTOS "GOLOSINAS, BEBIDAS Y TABACO" ESTAMOS A TU SERVICIO			REPORTE DIARIO
CLIENTE:			
VENDEDOR (A):			
FECHA:			
DIRECCION Y/O TIENDA:			
N° DE PEDIDO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO

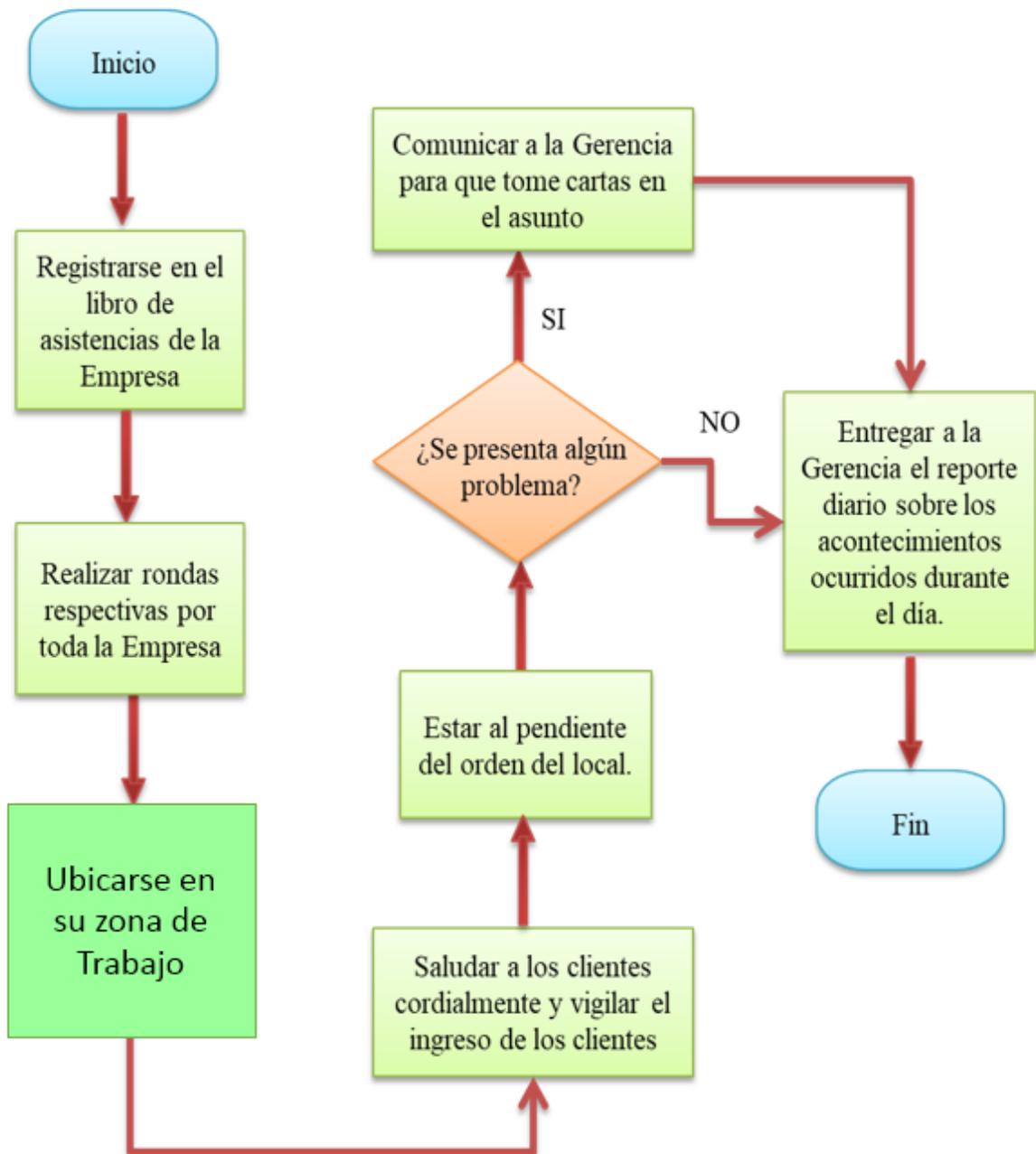
FLUJOGRAMA PARA LAS ACTIVIDADES RUTINARIAS DE LOS VENDEDORES DE CAMPO



Fuente: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
DEPARTAMENTO	SEGURIDAD
PROCEDIMIENTO	ACTIVIDADES RUTINARIAS DE SEGURIDAD
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
SEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Registrarse en el libro de asistencias de la Empresa. ❖ Realizar rondas respectivas por toda la Empresa. ❖ Ubicarse en su zona de trabajo ❖ Saludar a los clientes cordialmente y vigilar el ingreso de las personas en las instalaciones. ❖ Estar al pendiente del orden del local. <p><u>SI se presenta algún PROBLEMA:</u> Comunicar a la Gerencia General para que tome cartas en el asunto y continuar el procedimiento.</p> <p><u>Si NO se presenta algún PROBLEMA:</u> Continuar con el procedimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Entregar a la Gerencia General el reporte diario sobre los acontecimientos ocurridos durante el día.

FLUJOGRAMA PARA LAS ACTIVIDADES RUTINARIAS DE SEGURIDAD

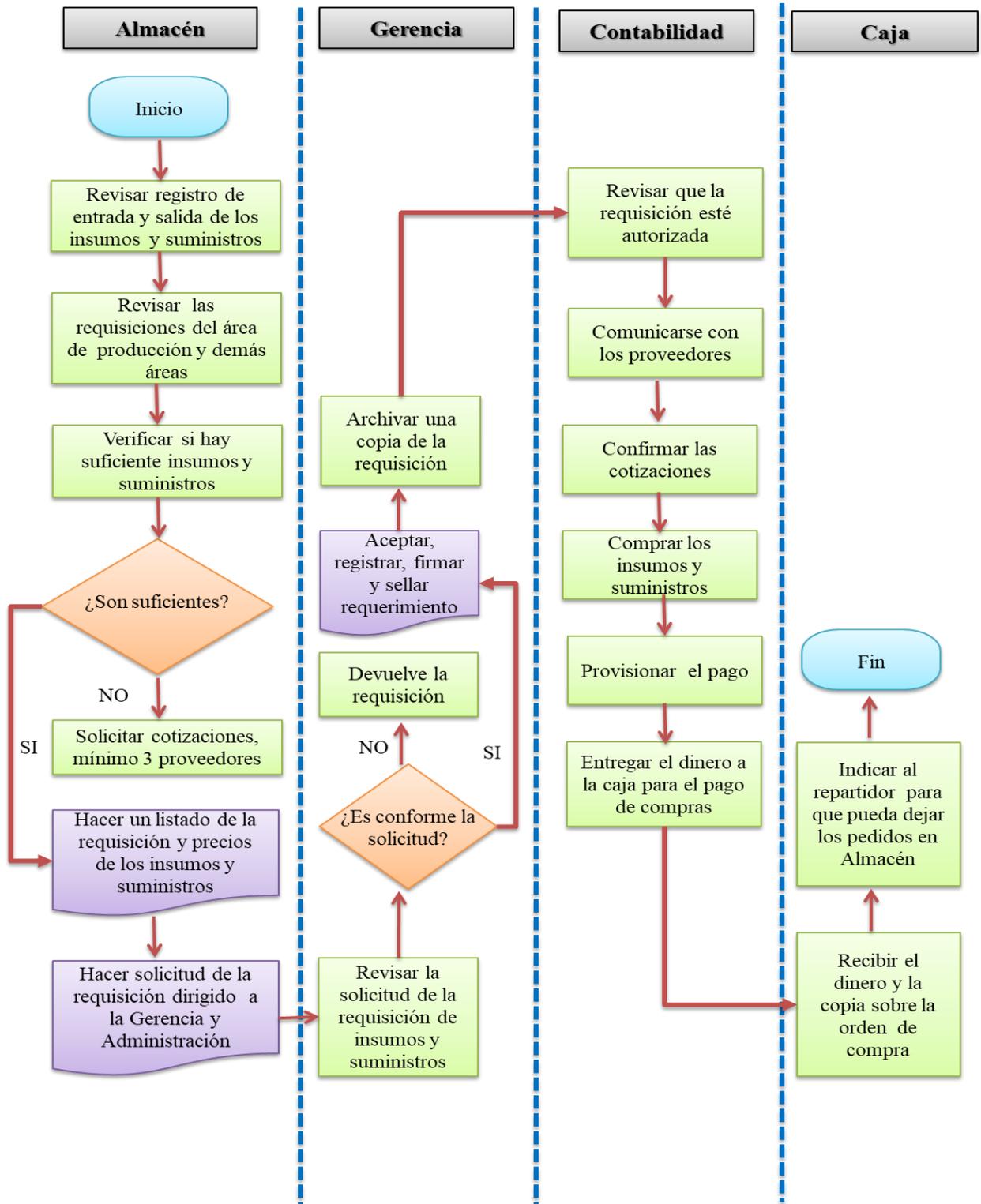


Fuente: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	COMPRA DE INSUMOS Y SUMINISTROS
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
ALMACÉN	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Revisar registro de entrada y salida de los insumos y suministros. ❖ Revisar las requisiciones del área de producción y demás áreas. ❖ Verificar si hay suficiente insumos y suministros para abastecer a las todas las áreas de la empresa. <p><u>Si es CONFORME:</u> Continuar con el procedimiento.</p> <p><u>Si NO es CONFORME:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Solicitar cotizaciones, mínimo 3 proveedores. - Hacer las respectivas cotizaciones con los proveedores - Seleccionar la mejor opción <ul style="list-style-type: none"> ❖ Hacer un listado de la requisición y precios de los insumos y suministros. ❖ Hacer solicitud de la requisición dirigido a la Gerencia y Administración.
GERENCIA	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Revisar la solicitud de la requisición de insumos y suministros <p><u>Si es CONFORME:</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptar, registrar, firmar y sellar requerimiento. - Archivar una copia de la requisición. <p><u>Si NO es CONFORME:</u> Devuelve la requisición.</p>
CONTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Revisar que la requisición esté autorizada. ❖ Comunicarse con los proveedores. ❖ Confirmar las cotizaciones. ❖ Comprar los insumos y suministros, según la solicitud de requerimiento. ❖ Provisionar el pago. ❖ Entregar el dinero a la cajera para el pago de las compras.
CAJA	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recibir el dinero y la copia sobre la orden de compra. ❖ Indicar al repartidor para que pueda dejar los pedidos en Almacén.

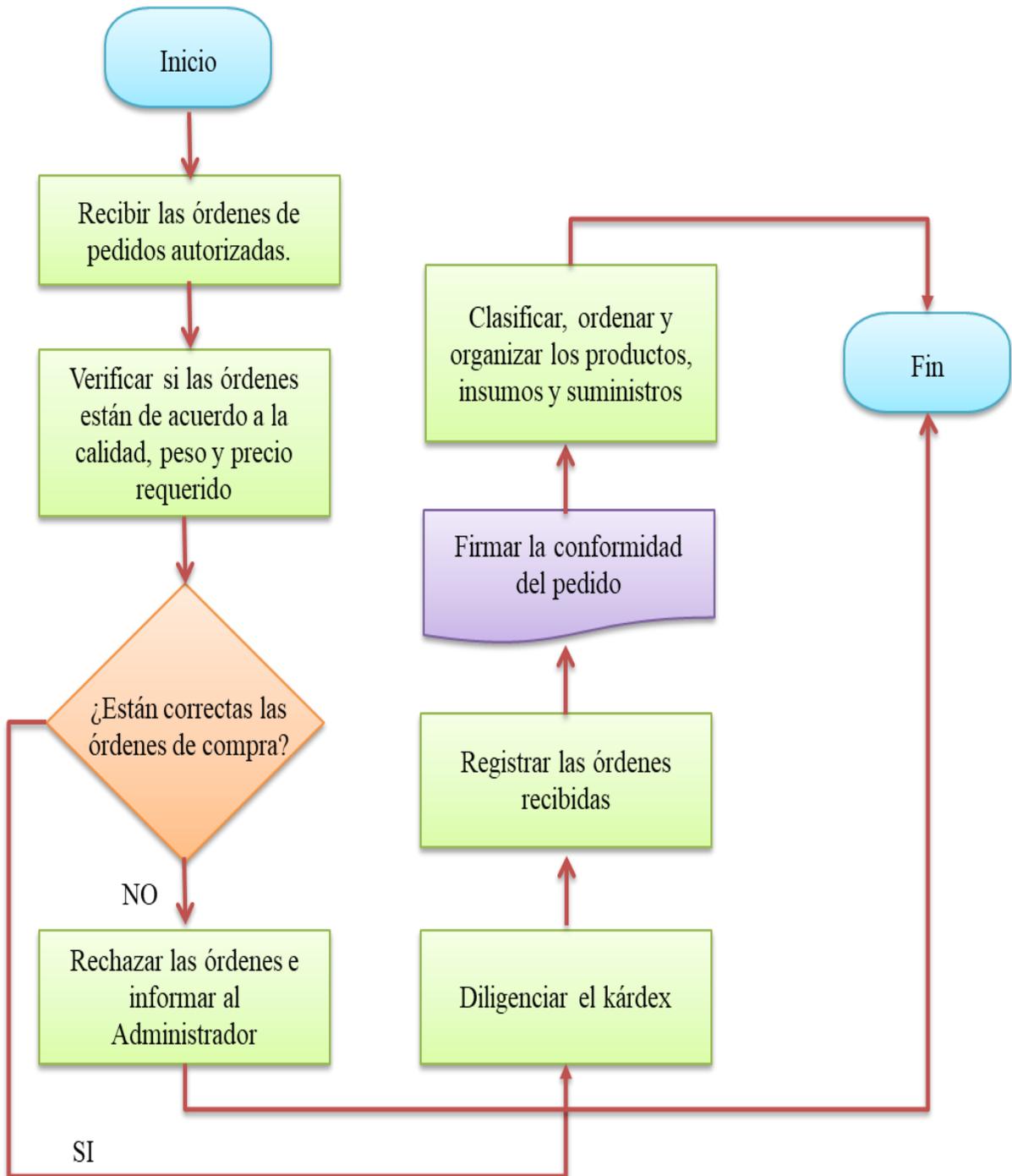
FLUJOGRAMA PARA LA COMPRA DE INSUMOS Y SUMINISTROS



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
DEPARTAMENTO	LOGÍSTICA
PROCEDIMIENTO	RECEPCIÓN DE LOS PRODUCTOS
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
ALMACÉN	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recibir las órdenes de pedidos autorizadas. ❖ Verificar si las órdenes están de acuerdo a la calidad, peso y precio requerido. <p><u>AFIRMATIVO:</u> Continuar con el procedimiento.</p> <p><u>NEGATIVO:</u> Rechazar las órdenes e informar al Administrador y se termina el procedimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Diligenciar el kárdex. ❖ Registrar las órdenes recibidas. ❖ Firmar la conformidad del pedido. ❖ Clasificar, ordenar y organizar los productos, insumos y suministros de acuerdo al tipo de insumo.

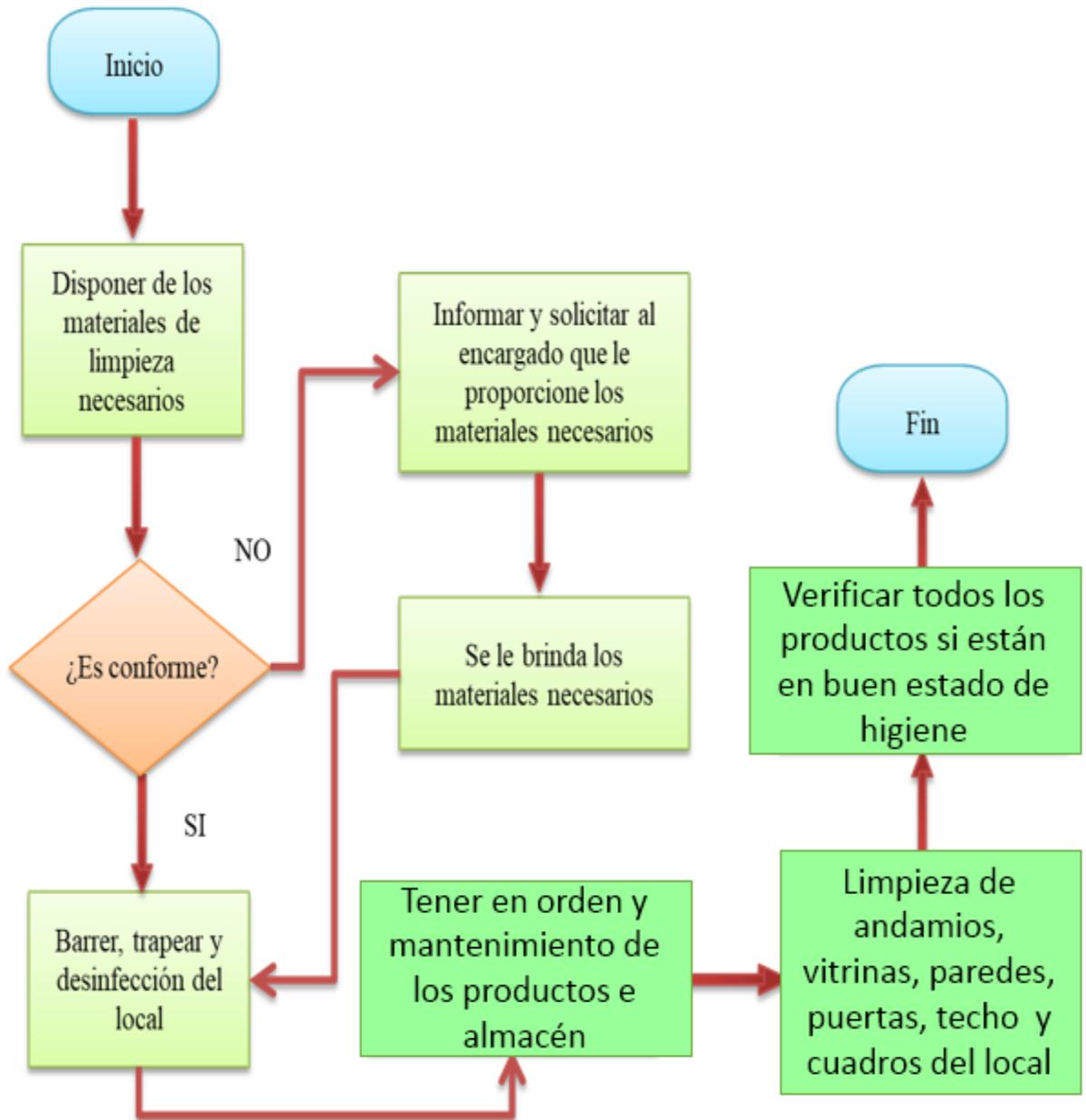
FLUJOGRAMA PARA LA RECEPCIÓN DE PRODUCTOS



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	ADMINISTRATIVA
PROCEDIMIENTO	LIMPIEZA Y ACONDICIONAMIENTO
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Disponer de los materiales de limpieza necesarios. <p style="margin-left: 40px;"><u>Si es CONFORME:</u> Continuar el procedimiento.</p> <p style="margin-left: 40px;"><u>Si NO es CONFORME:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Informar y solicitar al encargado que le proporcione los materiales necesarios para el desarrollo de la limpieza - Se le brinda los materiales necesarios para la limpieza. ❖ Barrer, trapear y desinfección del local. ❖ Limpieza de andamios, vitrinas, paredes, puertas, techo y cuadros del local. ❖ Colocar todos los productos en cada orden.

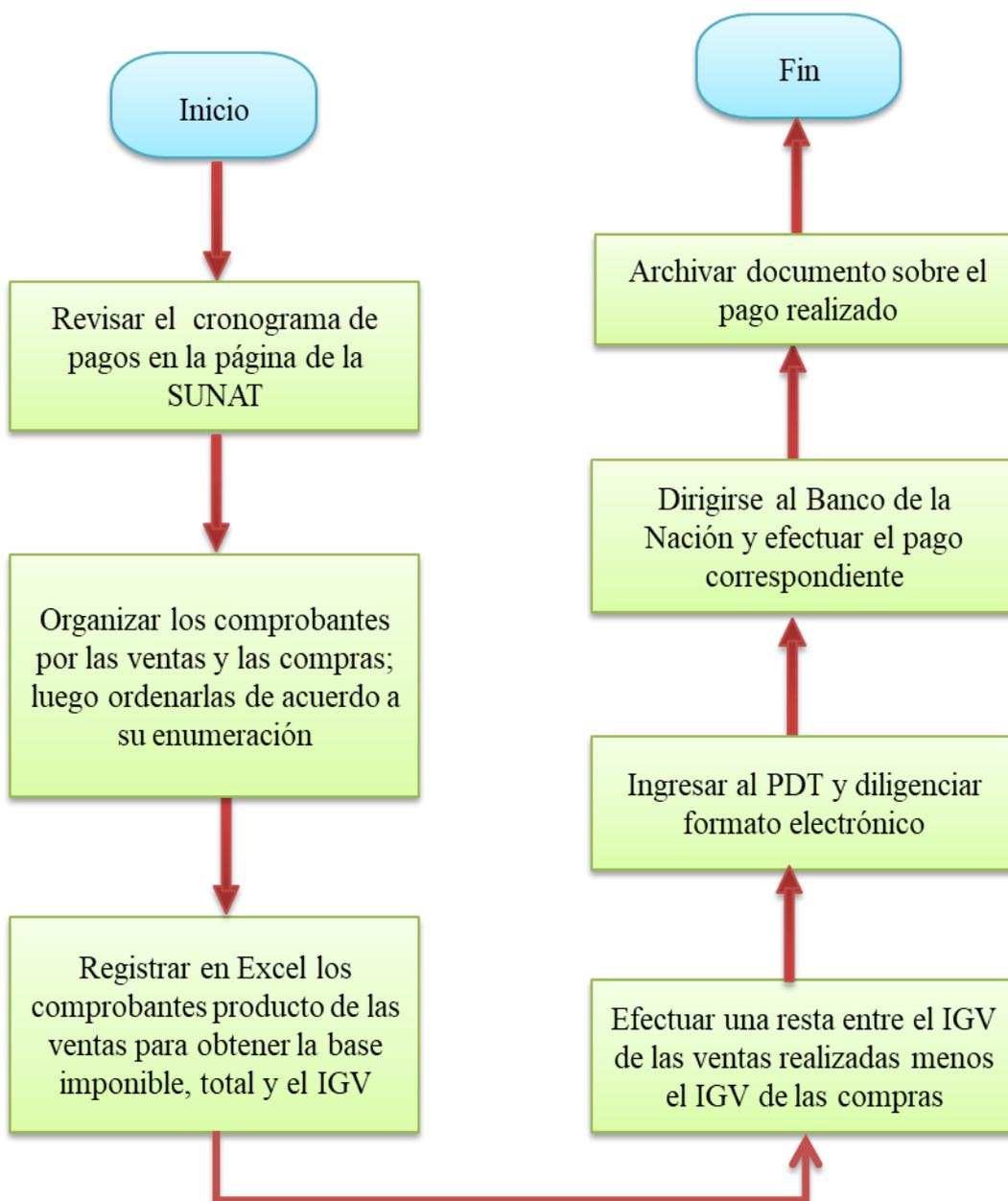
FLUJOGRAMA PARA LA LIMPIEZA Y ACONDICIONAMIENTO



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	CONTABILIDAD
PROCEDIMIENTO	PAGO DE IMPUESTOS
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
CONTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Revisar el cronograma de pagos en la página de la SUNAT, la primera semana de cada mes. ❖ Organizar los comprobantes (factura, boletas) por las ventas y las compras; luego ordenarlas de acuerdo a su enumeración. ❖ Registrar en Excel los comprobantes producto de las ventas para obtener la base imponible, total y el IGV. ❖ Efectuar una resta entre el IGV de las ventas realizadas menos el IGV de las compras. ❖ Ingresar al PDT y diligenciar formato electrónico. ❖ Dirigirse al Banco de la Nación y efectuar el pago correspondiente. ❖ Archivar documento sobre el pago realizado.

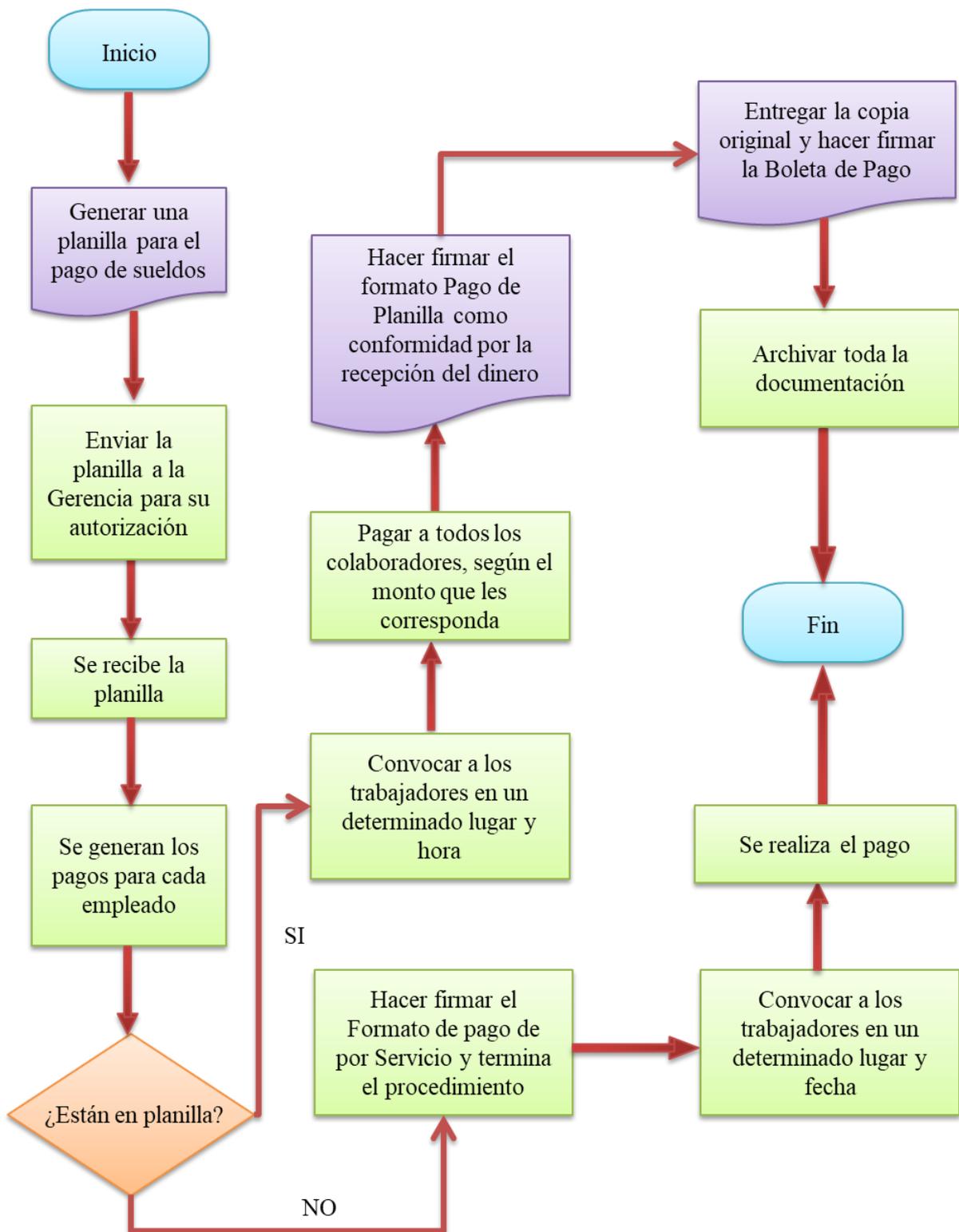
FLUJOGRAMA PARA EL PAGO DE IMPUESTOS



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	CONTABILIDAD
PROCEDIMIENTO	PAGO DE REMUNERACIONES AL PERSONAL
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
CONTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Generar una planilla para el pago de sueldos. ❖ Enviar la planilla a la Gerencia General para su autorización. ❖ Se recibe la planilla. ❖ Se generan los pagos para cada empleado. ❖ Verificar que los trabajadores estén en planilla. <p><u>AFIRMATIVO:</u> Continuar con el procedimiento.</p> <p><u>NEGATIVO:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hacer firmar el Formato de pago de por Servicio y termina el procedimiento. - Convocar a los trabajadores en un determinado lugar y fecha. - Se realiza el pago. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Convocar a los trabajadores en un determinado lugar y hora. ❖ Pagar a todos los colaboradores, según el monto que les corresponda. ❖ Hacer firmar el formato Pago de Planilla como conformidad por la recepción del dinero. ❖ Entregar la copia original y hacer firmar por duplicado la Boleta de Pago; la copia duplicada queda en la empresa. ❖ Archivar toda la documentación.

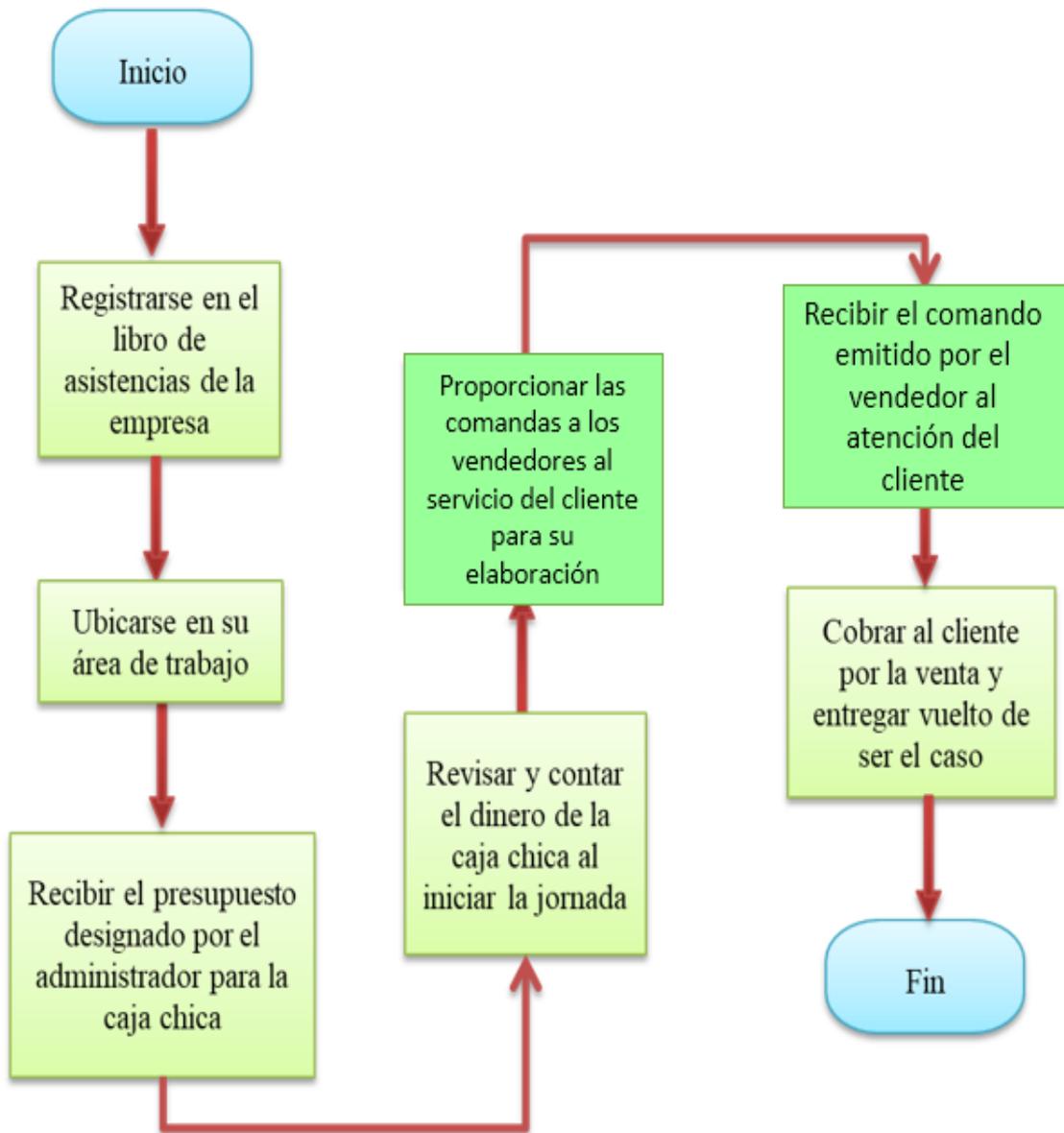
FLUJOGRAMA PARA EL PAGO DE REMUNERACIONES AL PERSONAL



FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	CONTABILIDAD
DEPARTAMENTO	CAJA
PROCEDIMIENTO	ACTIVIDADES RUTINARIAS DE CAJA
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
CAJA	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Registrarse en el libro de asistencias de la empresa. ❖ Ubicarse en su área de trabajo. ❖ Recibir el presupuesto designado por el administrador para la caja chica. ❖ Revisar y contar el dinero de la caja chica al iniciar la jornada. ❖ Proporcionar las comandas a los vendedores al servicio del cliente para su elaboración. ❖ Recibir el comando emitido por el vendedor al servicio del cliente ❖ Cobrar al cliente por la venta y entregar vuelto de ser el caso.

FLUJGRAMA PARA LAS ACTIVIDADES RUTINARIAS DE CAJA

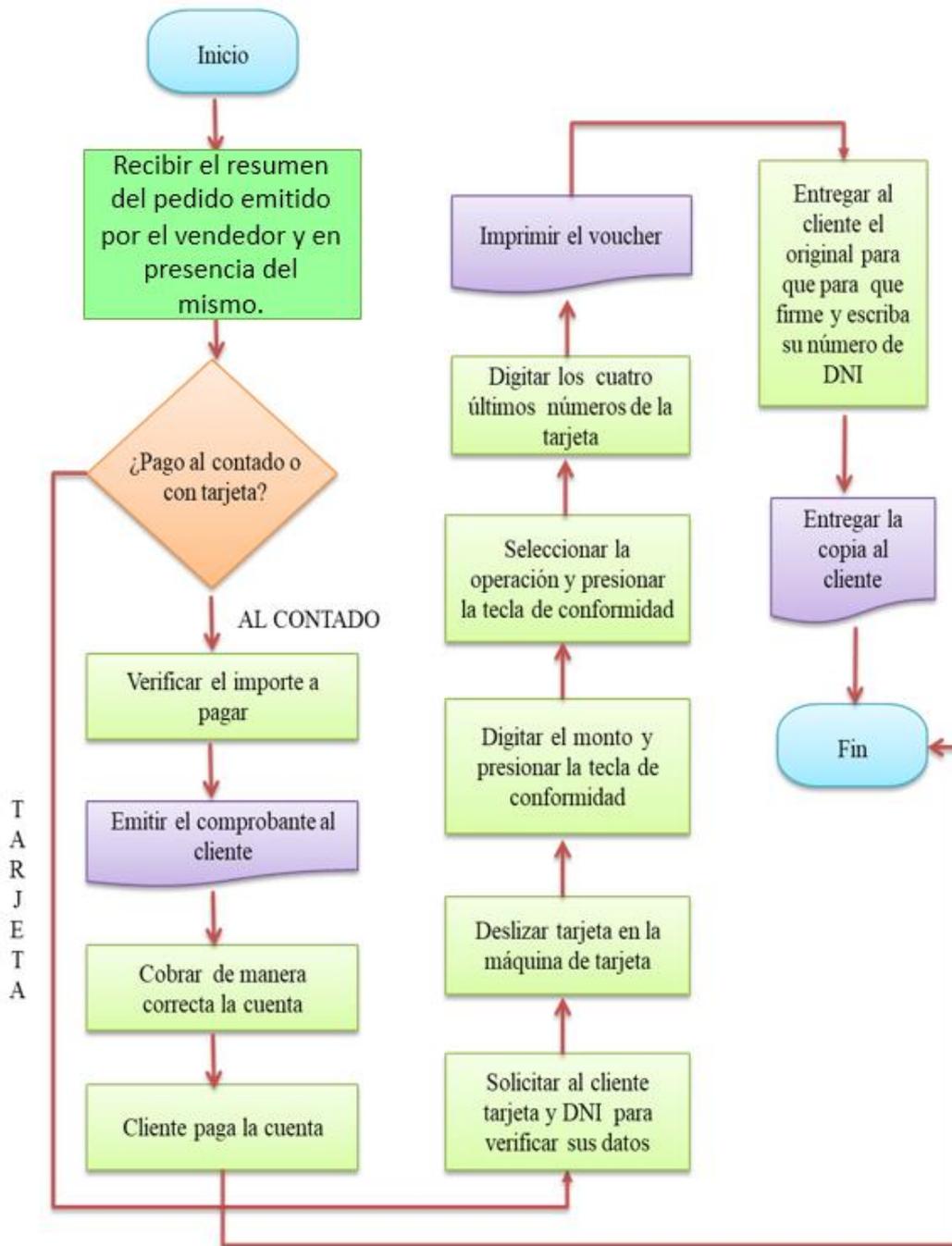


FUENTE: Elaboración propia

ÁREA	CONTABILIDAD
PROCEDIMIENTO	COBRO POR LAS VENTAS AL CONTADO Y CON TARJETA
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
CAJA	<p style="text-align: center;">VENTA AL CONTADO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Recibir el resumen del pedido emitido por el vendedor y en presencia del mismo. ❖ Verificar el importe a pagar. ❖ Emitir las facturas al cliente. ❖ Cobrar de manera correcta la cuenta del cliente. ❖ Cliente paga la cuenta. <p style="text-align: center;">VENTAS CON TARJETA DE CREDITO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Recibir el resumen del pedido emitido por el vendedor y en presencia del mismo. ❖ Verificar el importe a pagar. ❖ Solicitar al cliente tarjeta y DNI para verificar sus datos. ❖ Deslizar tarjeta de crédito en la máquina de tarjeta. ❖ Digitar el monto y presionar la tecla (verde) de conformidad. ❖ Seleccionar la operación y presionar la tecla (verde) de conformidad. ❖ Digitar los cuatro últimos números de la tarjeta. ❖ Si la transacción es procesada imprimirá el voucher.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Entregar al cliente el original para que para que firme y escriba su número de DNI. ❖ Presionar la tecla verde para imprimir la copia del cliente. ❖ Entregar la copia. <p style="text-align: center;">VENTA CON TARJETA DE DÉBITO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Recibir el resumen del pedido emitido por el vendedor y en presencia del mismo. ❖ Verificar el importe a pagar ❖ Solicitar al cliente tarjeta y DNI para verificar sus datos. ❖ Deslizar la tarjeta de débito. ❖ Digitar el monto y presionar la tecla (verde) de conformidad. ❖ Proporciona al cliente la máquina de tarjeta de crédito. ❖ Cliente ingresa su clave y presionar la tecla (verde) de conformidad. ❖ El sistema transfiere el importe de la venta. ❖ Se imprime el voucher y la copia. ❖ Entregar copia del voucher al cliente. ❖ Cliente firma la copia del Voucher.
--	--

FLUJOGRAMA PARA EL COBRO POR LAS VENTAS AL CONTADO Y CON TARJETA



FUENTE: Elaboración propia

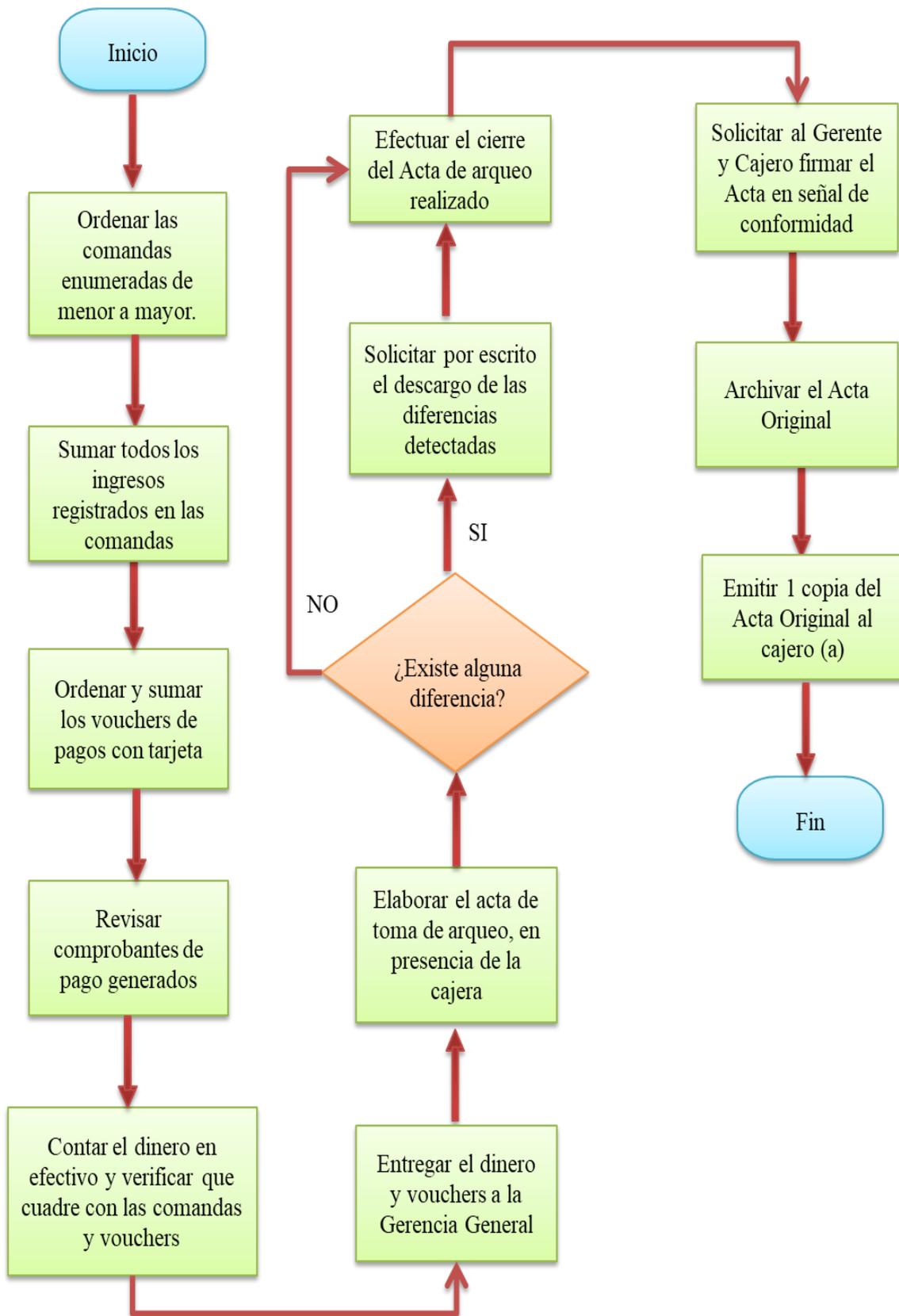
ÁREA	CAJA
PROCEDIMIENTO	ARQUEO DE CAJA
RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
CAJA	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ordenar las comandas enumeradas de menor a mayor. ❖ Sumar todos los ingresos registrados en las comandas. ❖ Ordenar y sumar los vouchers de pagos con tarjeta. ❖ Revisar comprobantes de pago generados. ❖ Contar el dinero en efectivo y verificar que cuadre con las comandas y vouchers. ❖ Entregar el dinero y vouchers a la Gerencia General. ❖ Elaborar el acta de toma de arqueo, en presencia de la cajera. <ul style="list-style-type: none"> - De existir diferencia, se procederá a solicitar por escrito a la cajera el descargo de las diferencias detectadas y se continúa el procedimiento. - En el caso de no existir diferencias, continúa el procedimiento. ❖ Efectuar el cierre del Acta de arqueo realizado. ❖ Solicitar al Gerente y Cajero firmar el Acta en señal de conformidad. ❖ Archivar el Acta Original. ❖ Emitir 1 copia del Acta Original al cajero (a).

**FORMATOS NECESARIOS PARA EL ARQUEO DE CAJA Y LA ACTA
DE ARQUEO DE CAJA PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA
MARISA S.R.L.**

 ACTA DE ARQUEO DE CAJA	
	N° <input style="width: 80px;" type="text"/>
<p>En a los días del mes de 2....., siendo las se procedió a efectuar el Arqueo de Caja en presencia de, Gerente General de la empresa, encontrando como resultado lo siguiente:</p>	
MONTO DE FONDO FIJO	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>
ARQUEOS	
Arqueo de Caja Chica - Efectivo	<input style="width: 80%; height: 20px;" type="text"/>
Arqueo de Caja Chica - Comprobantes	<input style="width: 80%; height: 20px;" type="text"/>
TOTAL	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>
DIFERENCIA	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>
EXPLICACIÓN DIFERENCIA	
<p>.....</p> <p>.....</p>	
_____	_____
GERENTE GENERAL	CAJERO (A)

ARQUEO DE CAJA																			
ARQUEO N°																			
CAJERO (A) _____																			
HORA: _____																			
FECHA: _____																			
SALDO																			
Saldo Inicial _____																			
DOCUMENTOS																			
VENTAS - INGRESOS																			
Facturas _____																			
Boletas _____																			
Notas de crédito _____																			
Nota de débito _____																			
Otros _____																			
COMPRAS - EGRESOS																			
Facturas _____																			
Boletas _____																			
Notas de crédito _____																			
Nota de débito _____																			
Otros _____																			
EFFECTIVO																			
Billetes																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Valor</th> <th style="width: 33%;">Cantidad</th> <th style="width: 33%;">Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr style="background-color: #d9ead3;"> <td colspan="2">TOTAL BILLETES</td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Valor	Cantidad	Total													TOTAL BILLETES		
Valor	Cantidad	Total																	
TOTAL BILLETES																			
Monedas																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Valor</th> <th style="width: 33%;">Cantidad</th> <th style="width: 33%;">Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr style="background-color: #d9ead3;"> <td colspan="2">TOTAL MONEDAS</td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Valor	Cantidad	Total													TOTAL MONEDAS		
Valor	Cantidad	Total																	
TOTAL MONEDAS																			
TOTAL EN CAJA																			
OBSERVACIONES																			
.....																			
.....																			
GERENTE GENERAL _____	CAJERO (A) _____																		

FLUJOGRAMA PARA EL ARQUEO DE CAJA



FUENTE: Elaboración propia

VIII. REFERENCIAS

- Aguilar, J. (2013). *Letras por Pagar*. Recuperado de: <http://contacomeruap.blogspot.com/2012/09/letras-por-pagar.html>
- Argandoña, M., (2013), *Auditoria Financiera, Presupuestal y de Gestión Gubernamental*, Lima, Perú, Biblioteca Nacional del Perú.
- Arteaga, E. (2016) *Orden organizacional*. Recuperado de: <http://www.lenguas.unc.edu.ar/uploads/2-%20Ordenorganizacional.pdf>
- Ayala, P. (2015). *Cuentas por cobrar comerciales*. Recuperado de: http://www.aempresarial.com/web/revitem/5_8535_02885.pdf
- Benaque, L. (2013). *Compras*. Recuperado de: <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/CONCEPTO-DE-ALGUNOS-AUTORES/498201.html>
- Canga, L. (2014). *Importancia del Manual de Procedimientos para la gestión administrativa*. Recuperado de: http://www.munimoyobamba.gob.pe/app/web/doc_gestion/mapro.php
- Domínguez. M. (2016). *Plan comercial y técnicas de ventas*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/evabaezsuares/plan-comercial-y-tnicas-de-ventas>
- Espíritu, F. (2013). *Beneficios de una Gestión Comercial*. Recuperado de: <https://www.programagestioncomercial.es/aplicacion-de-gestion-comercial-facil-ventajas/>
- Farro, I. (2015, 3 de Junio). Ventajas de una buena gestión en el departamento de ventas. *Optima Suite Movilidad y Eficiencia*. Recuperado de <http://www.optimasuitemovilidadyeficiencia.com/gestion-comercial-ventas/>
- Fernández, A. (2017). *Gestión*. Recuperado de: <http://concepto.de/gestion/>
- Fernández, S., & Lázaro, A. (2016). *Sistema de control Interno en ventas para la mejora en la Gestión Comercial de la empresa Distribuidora Norte S.A.C.* (tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo.
- Gamboa, A. (2015). *Aplicación de una Gestión comercial como herramienta de Control y Evaluación para mejorar la rentabilidad en las empresas comercializadoras de la provincia de Trujillo* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

- Gil, I. (2016). *Gestión*. Recuperado de: <http://personales.upv.es/igil/Gestion.PDF>
- Gutiérrez, I. (2016). *Eficiencia de la Gestión*. Recuperado de: <http://personales.upv.es/igutierrez/Gestion.PDF>
- Hernán, A. (Ed.). (2016). *Gestión mundial y sectorial*. Barcelona, España: Editorial Kairós
- Huachua, M. (2016). *Elaboración de Instrumentos de Gestión para la empresa Distribuidora Comercial Santa Rita* (tesis de pregrado). Universidad de Lima, Lima.
- Lazzaro, V. (2015). *Objetivos del Manual de Procedimientos*. Recuperado de: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22015/capitulo2.pdf>
- López, G. (2014). *Gestión aplicada a los procesos comerciales y de logística de la empresa Álvaro S.A.C.* (tesis de pregrado). Escuela Politécnica del Ejército, Ecuador.
- López, S., (2016), *Clasificación del desarrollo de gestión*. Madrid, España: Fondo nacional.
- Lozano, L. (2017). *Importancia del Reglamento Interno de Trabajo*. Recuperado de: <http://www.capitalhumano.com.co/desarrolloorganizacional/la-importancia-de-contar-con-un-reglamento-interno-de-trabajo-7281>
- Luna, D., & Morocho, M. (2014). *Análisis de la Gestión Comercial para la empresa Distribuidora Comercial Luna* (tesis de pregrado). Universidad Católica de Loja, Ecuador.
- Montoya, A. (2013). *Compras*. Recuperado de: <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/CONCEPTO-DE-ALGUNOS-AUTORES/498201.html>
- Morales, A. (2017). *Gestión Comercial*. Recuperado de: <http://espanol.free-ebooks.net/ebook/Gestion-Comercial-en-un-Mundo-Globalizado/pdf?dl&preview>
- Nunes, p. (2015, 2 de octubre). *Las 4Ps de la Gestión Comercial Perfecta. Fuerza Comercial*. Recuperado de: <http://www.fuerzacomercial.es/las-4ps-de-la-gestion-comercial-perfecta/>
- Olórtegui, J. (2016). *Evaluación de la Gestión Comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Distribuidora Virgen del Cisne S.A.C.* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo.

- Pérez, j y Merino, M. (2015). *Gestión*. Recuperado de: <https://definicion.de/gestion/>
- Portal, A. (2013). *Concepto del Reglamento Interno de Trabajo*. Recuperado de: <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/alerta-legal/la-importancia-del-reglamento-interno-de-trabajo-como-instrumento-de-gestion-del-empleador/>
- Quezada, K. (2015). *Importancia del Reglamento Interno de Trabajo*. Recuperado de: <http://www.kimquezada.com/blog/2015-64/>
- Ramiro, J., (2015), *Sistema de Gestión Empresarial*, México DF, México: Fondo nacional de cultura económica.
- Serejski, S., (2016), *La importancia de contar con herramientas de gestión*, Recuperado de: <http://www.buenosnegocios.com/notas/227-la-importancia-contar-herramientas-gestion>
- Serna, H., (2014). *Servicio al cliente*. Recuperado de: <http://importacionesan.blogspot.com/2014/05/servicioalcliente.html>
- Soto, M. (2014). *Ficha de Observación*, Recuperado de: <https://prezi.com/uinnphpdjtuz/la-ficha-de-observacion/>
- Tejada, Y. (2014). *Instrumentos de Gestión*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/yanguito/instrumentos-de-gestion-rof-mof-mapro-ipra>
- Téllez, M., (2016), *La importancia del código de ética en una empresa*, Recuperado de: <https://www.asesoramex.com/single-post/LA-IMPORTANCIA-DE-UN-C%C3%93DIGO-DE-%C3%89TICA>
- Trucios, k. (2017, 7 de junio). *Gestión Comercial de una empresa. Óptima suite*. Recuperado de <http://www.optimasuite.com/gestion-comercial-empresa/>
- Trejo. R. (2013). *Que es el MOF*. Recuperado de: http://www.academia.edu/8863432/Qu%C3%A9_es_el_MOF
- Valdivieso, F. (2016). *Análisis de la Gestión Comercial del periodo 2015 para la empresa Distribuidora GARATEA E.I.R.L en Nuevo Chimbote* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Chimbote.
- Valladares, g. (2015, 31 de diciembre). *Gestión Comercial. Knoow.net*. Recuperado de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/>

Vega, D. (2015). *Definición de Ventas*. Recuperado de:
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/vega_sd/cap2.pdf

Zegarra, V. (2013). *Manual de Organización de Funciones*. Recuperado de:
<http://salasmacchiavello.blogspot.com/2013/10/reglamento-de-organizacion-y-funciones.html>

ANEXOS

- ✓ Instrumentos

CUESTIONARIO DE GESTIÓN COMERCIAL

- ✓ **EMPRESA:** DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.
- ✓ **CARGO:**
- ✓ **ÁREA:**
- ✓ **FECHA:**
- ✓ **INSTRUCCIONES:** Marcar con un "X" dentro de la alternativa correcta.

COD	ÍTEM	RESPUESTA			OBSERVACIONES
		SI	NO	NA	
1	¿En la empresa se lleva un control que contenga el historial de cada uno de los trabajadores y funcionarios?				
2	¿Se desarrolla la integridad y honestidad entre empleados y clientes?				
3	¿La dirección difunde al código de ética laboral?				
4	En caso de desviaciones de presupuestos, ¿Se ha tomado alguna medida correctiva?				
5	Usted como trabajador (a) ¿Se siente satisfecho (a) con la efectividad del sector comercial y organizacional del ente?				
6	En general, ¿Existe manuales de las correspondientes funciones y procedimientos dentro de la empresa? ¿Los conoce usted?				

Elaborado por: H.R.K	Revisado por:
Fecha:	Fecha:

CUESTIONARIO DE GESTIÓN COMERCIAL

EMPRESA: DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.

CARGO:

ÁREA:

FECHA:

INSTRUCCIONES: Marcar con un "X" dentro de la alternativa correcta.

COD	ÍTEM	RESPUESTA			OBSERVACIONES
		SI	NO	NA	
7	¿Existe un programa de capacitación en la empresa?				
8	¿Considera que la organización tiene un orden en las funciones que se ejecutan a diario?				
9	¿Le parece que existen malas prácticas en la distribuidora?				
10	¿Se encuentra el área de compras y ventas debidamente separadas e identificadas?				
11	¿Existe un responsable de cada área?				
12	¿Se efectúan controles y/o revisiones periódicas de las operaciones realizadas dentro de las áreas?				
13	¿Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente?				
14	¿Las áreas tienen acceso con el recurso monetario de la compañía?				

Elaborado por: H.R.K	Revisado por:
Fecha:	Fecha:

CUESTIONARIO DE GESTIÓN COMERCIAL

- ✓ **EMPRESA:** DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.
- ✓ **CARGO:**
- ✓ **ÁREA:**
- ✓ **FECHA:**
- ✓ **INSTRUCCIONES:** Marcar con un "X" dentro de la alternativa correcta.

COD	ÍTEM	RESPUESTA			OBSERVACIONES
		SI	NO	NA	
15	En general, ¿Conoce a que se refiere la planificación estratégica dentro de la gestión comercial?				
16	Cree usted, ¿Qué en la organización se cumple con los parámetros de las 4 P (Producto, precio, plaza y promoción)?				
17	¿Se realiza publicidad de los productos que ofrece la empresa?				
18	¿Existen o se hace descuentos en los productos que se venden?				
19	En oportunidades, ¿La oferta es esencial para tener más acogida en el mercado e incrementar las ventas?				
20	En la distribuidora, ¿Se realiza atención rápida, oportuna y en calidad?				

Elaborado por: H.R.K	Revisado por:
Fecha:	Fecha:

TABLA N° 1

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA LA EMPRESA

“DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.”

COD	ÍTEMS	RESPUESTA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
01	¿Existe un registro de asistencias del personal?			
02	¿Existe y se desarrolla el espíritu integrador?			
03	Existe un código de ética de la empresa			
04	¿La empresa ha identificado y valorado los riesgos?			
05	¿Se tiene un plan comercial?			
06	La empresa cuenta con instrumentos de gestión, tales como:			
	a) ROF			
	b) RIT			
	c) MOF			
	d) MAPRO			
07	¿La empresa brinda servicios de capacitación?			
08	¿Existe una estructura organizacional definida?			
09	¿Ha visto actividades que sea de malos hábitos y/o riesgos para la empresa?			
10	¿La empresa tiene áreas definidas?			

Elaborado por: H.R.K.	Revisado por:
Fecha:	Fecha:

COD	ÍTEMS	RESPUESTA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
11	¿Usted tiene una función establecida, con qué documento y/o reglamento?			
12	¿Existe un control diario de las existencias en compra y ventas?			
13	¿Dentro de la organización las órdenes se dan por escrito?			
14	¿Existe un personal encargado del área de cobranza?			
15	¿La empresa cuenta con normas organizacionales de gestión comercial?			
16	La empresa cuenta con los parámetros de las 4 P			
	a) Producto			
	b) Precio			
	c) Promoción			
	d) Plaza			
17	¿La empresa invierte en servicios de publicidad?			
18	¿Existen descuentos en cuanto a la venta de los productos al por mayor?			
19	¿Crees usted que oferta es una buena estrategia de venta para incentivar el consumo?			
20	En general, ¿Cree usted que hay una atención orientada al cliente?			

Elaborado por: H.R.K.	Revisado por:
Fecha:	Fecha:

✓ Validación de instrumentos

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada Ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

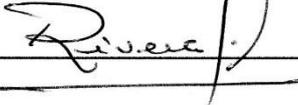
PREGUNTAS		E	B	M	X	C	OBSERVACIONES
Nº	Item						
1	B						
2	B						
3	E						
4	E						
5	B						
6	B						
7	B						
8	B						
9	B						
10	B						
11	B						
12	B						
13	E						
14	B						
15	B						
16	B						
17	E						
18	B						
19	B						
20	B						

Evaluated por:

Nombre y Apellido:

MG. LOURDES DEISI RIVERA TEJADA VDA. DE MATIENZO

DNI: 78211000

FIRMA: 

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada Ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

PREGUNTAS		E	B	M	X	C	OBSERVACIONES
Nº	Item						
1	E						
2	B						
3	E						
4	E						
5	B						
6	B						
7	B						
8	B						
9	B						
10	B						
11	E						
12	B						
13	B						
14	B						
15	B						
16	B						
17	B						
18	B						
19	B						
20	E						

Evaluado por:

Nombre y Apellido:

JORDAN DEISI RIVERA TEJEDA VDO. DE MATIENZA

DNI: 18211080

FIRMA: Rivera

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Laura Deisi Rivera Tejada Udo. de Morienzo, titular del DNI. N° 18211080, de profesión CONTADORA PÚBLICA COLEGIADA ejerciendo actualmente como DOCENTE DE AUDITORIA, en la Institución UNIVERSIDAD César Vallejo - CHIMBOTE

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario y ficha de observación), a los efectos de su aplicación al personal que labora en DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión				X
Pertinencia			X	

En Chimbote, a los 24 días del mes de SEPTIEMBRE del 2018


Firma
M^c. Laura D. Rivera T.

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada Ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

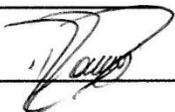
PREGUNTAS		E	B	M	X	C	OBSERVACIONES
Nº	Item						
1	B						
2	B						
3	B						
4	B						
5	B						
6	B						
7	B						
8	B						
9	B						
10	B						
11	B						
12	B						
13	B						
14	B						
15	B						
16	B						
17	B						
18	B						
19	B						
20	B						

Evaluado por:

Nombre y Apellido:

JAIME ROBERTO RAMÍREZ GARCÍA

DNI: 18033187

FIRMA: 

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada Ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

PREGUNTAS		E	B	M	X	C	OBSERVACIONES
Nº	Item						
1	B						
2	B						
3	B						
4	B						
5	B						
6	B						
7	B						
8	B						
9	B						
10	B						
11	B						
12	B						
13	B						
14	B						
15	B						
16	B						
17	B						
18	B						
19	B						
20	B						

Evaluado por:

Nombre y Apellido:

JAIMÉ ROBERTO RAMÍREZ GARCÍA

DNI: 18033187

FIRMA: 

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, JAIMÉ ROBERTO RAMÍREZ GARCÍA, titular del DNI. N° 18033197, de profesión CONTADOR PÚBLICO, ejerciendo actualmente como DOCENTE, en la Institución UCU

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario y ficha de observación), a los efectos de su aplicación al personal que labora en La Empresa Distribuidora Moisa S.R.L.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

En Chimbote, a los 20 días del mes de SEPTIEMBRE del 2018


Firma

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada Ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

PREGUNTAS		E	B	M	X	C	OBSERVACIONES
Nº	Item						
1			X				
2			X				
3			X				
4			X				
5			X				
6			X				
7		X	X				
8			X				
9			X				
10			X				
11			X				
12		X	X				
13			X				
14			X				
15			X				
16			X				
17			X				
18			X				
19			X				
20			X				

Evaluado por:

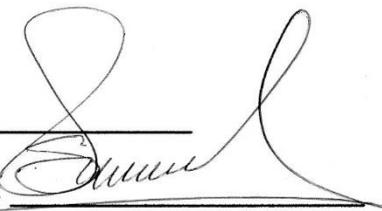
Nombre y Apellido:

ELMO SERRANO CASTILLO

DNI:

32809265

FIRMA:



JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada Ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

PREGUNTAS		E	B	M	X	C	OBSERVACIONES
Nº	Item						
1			X				
2			X				
3		X					
4			X				
5			X				
6		X					
7		X					
8			X				
9			X				
10			X				
11			X				
12		X					
13			X				
14			X				
15		X					
16			X				
17			X				
18			X				
19			X				
20			X				

Evaluado por:

Nombre y Apellido: ELMO SERRANO CASTILLO

DNI: 32809265

FIRMA:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

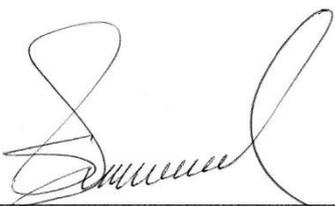
Yo, ELMO SERRANO CASTILLO, titular del DNI. N° 32809265, de profesión CONTADOR - AUDITOR, ejerciendo actualmente como GERENTE - GENERAL, en la Institución E. SERRANO - LÓPEZ Y ASOCIADOS AUDITORES SA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario y ficha de observación), a los efectos de su aplicación al personal que labora en la Empresa Distribuidora Mensa S.R.L.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión				X
Pertinencia			X	

En Chimbote, a los 20 días del mes de Setiembre del 2018



Firma

✓ Matriz de Consistencia

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICOS	DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Evaluación de la Gestión Comercial del periodo 2016 y 2017 de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote.	¿Cómo se ha venido desarrollando la Gestión Comercial de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L. en el periodo 2016 y 2017, Chimbote?	Evaluar la Gestión Comercial del periodo 2016 y 2017, para la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote.	<ul style="list-style-type: none"> • Describir la gestión comercial de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L. del periodo 2016 y 2017. • Analizar la gestión comercial del periodo 2016 y 2017 de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L. • Elaborar Instrumentos de Gestión para la empresa Distribuidora Marisa S.R.L. 	<p>Diseño: Descriptiva- Propositiva</p>	<p>Población: 27 trabajadores de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote.</p> <p>Muestra: Todos los trabajadores de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote.</p>	<p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Observación <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario. • Ficha de Observación



ACTA DE APROBACIÓN DE
ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Dr. ANGEL MUCHA PAITÁN, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo Chimbote, revisor (a) de la tesis titulada:

“EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL PERIODO 2016 Y 2017 DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARIA S.R.L., CHIMBOTE”, del estudiante HERRERA RODRÍGUEZ KEILA SOFÍA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7% verificable en el reporte de originalidad del programa de Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por Universidad César Vallejo.

Nuevo Chimbote, 03 de diciembre del 2018

DR. ÁNGEL JAVIER MUCHA PAITÁN

DNI: 17841314



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO
INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Herrera Rodríguez Keila Sofia con DNI N° 75168662. Egresado de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: “Evaluación de la Gestión Comercial del periodo 2016 y 2017 de la empresa Distribuidora Marisa S.R.L., Chimbote”; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Firma

DNI: 75168662

FECHA: 03 de diciembre del 2018.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

HERRERA RODRÍGUEZ, KEILA SOFÍA

INFORME TITULADO:

EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL PERIODO 2016 Y 2017 DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MARISA S.R.L, CHIMBOTE.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

CONTADOR PÚBLICO

SUSTENTADO EN FECHA: 03/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 16



DRA. MARIANELA KARINA SOLANO CAMPOS