

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración,
Marketing y Negocios Internacionales

Trabajo de Suficiencia Profesional

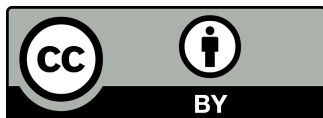
**Auditoría continua y sistemática de productos de
consumo para conocer la preferencia de los
consumidores en las ciudades de Huancayo y
Cerro de Pasco**

José Carlos Aroni Rios

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración

Huancayo, 2022

Repositorio Institucional Continental
Trabajo de suficiencia profesional



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Dedicatoria

A mi Hija Lorena Cristhin Aroni Hurtado, mi fuente de inspiración, para ti mis logros y mi compromiso de ser cada día mejor.

A mis queridos padres por su amor y fe en el futuro mío y de mis hermanos.

José Carlos Aroni Rios.

Agradecimiento

A mis padres, por su amor trabajo y sacrificio que son las personas que siempre me motivan a seguir adelante y por ende la redacción del presente informe.

Índice de Contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de Figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Introducción	ix
Capítulo I Aspectos Generales de la Empresa y/o Institución	10
1.1. Datos Generales de la Institución.	10
1.2. Actividades Principales de la Institución y/o Empresa	10
1.3. Reseña Histórica de la Institución y/o Empresa	11
1.4. Organigrama de la Institución y/o Empresa	12
1.5. Visión, Misión y Valores	13
1.5.1. Visión.	13
1.5.2. Misión.	13
1.6. Bases legales de los documentos administrativos.	13
1.7. Descripción del área donde realiza sus actividades profesionales.	14
1.7.1. Administrativo.	14
1.7.2. Campo.	14
1.8.1. Respecto a mis Roles y Responsabilidades.	15
Capítulo II Aspectos Generales de las Actividades Profesionales	19
2.1. Antecedentes o Diagnóstico Situacional	19
2.1.1. Antecedentes.	20
2.2. Identificación de Oportunidad o Necesidad en Actividad Profesional	21
2.3. Objetivos de la Actividad Profesional	22
2.4. Justificación de la Actividad Profesional	23
2.5. Resultados Esperados	24
Capítulo III Marco Teórico	26
3.1. Bases Teóricas de las Metodologías o Actividades Realizadas.	26
3.1.1. El enfoque en la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.	26
Capítulo IV Descripción de las Actividades Profesionales	28
4.1. Descripción de Actividades Profesionales	28

4.1.1. Enfoque de actividades profesionales.	28
4.1.2. Alcance de las actividades profesionales.	28
4.1.3. Entregables de las actividades profesionales.	29
4.2. Aspectos Técnicos de la Actividad Profesional	29
4.2.1. Metodologías.	29
4.2.2. Técnicas	37
4.2.3. Instrumentos.	38
4.2.4. Equipos y materiales utilizados en las actividades Symbol.	39
4.3. Ejecución de las actividades profesionales	40
4.3.1. Cronograma de actividades realizadas.	40
4.3.2. Proceso y secuencia operativa de las actividades profesionales.	41
Capítulo V Resultados	42
5.1. Resultados Finales de las Actividades Realizadas	42
5.1.1. Días transcurridos.	42
5.1.2. Temporalmente perdidas (TP).	43
5.1.3. Productividad.	44
5.1.4. Permanentemente perdidas (PP)	45
5.1.5. Calidad.	46
5.1.6. Auditoria completa (IT)	47
5.2. Logros Alcanzados	47
5.3. Dificultades Encontradas	48
5.4. Planteamiento de Mejoras	49
5.4.1. Metodologías propuestas.	49
5.4.2. Descripción de la implementación.	50
5.5. Análisis	52
5.6. Aporte del Bachiller en el Empresa y/o Institución	53
Conclusiones	55
Recomendaciones	57
Referencias Bibliograficas	58
Anexos	59

Índice de Figuras

Figura 1. Organigrama de Arellano Marketing.....	12
Figura 2. Organigrama del area de Auditoria.....	13
Figura 3. Análisis FODA del Área de auditoria.....	19
Figura 4. Calidad total, de la ciudad de Cañete.....	29
Figura 5. Visualización de la maquina colectora, inventarios y PVP.....	32
Figura 6. Visualización de la maquina colectora, observaciones especiales.	33
Figura 7. Visualización de la maquina colectora, Compras.....	36
Figura 8. Visualización de la maquina colectora Cierre.....	38
Figura 9. Cuaderno de Proveedores.....	39
Figura 10. Cronograma de actividades del mes de abril del 2019.	41
Figura 11. Días transcurridos.	43
Figura 12. Dias transcurridos segun el mes.	43
Figura 13. Temporalmente perdidas.	44
Figura 14. Productividad.....	45
Figura 15. Permanentemente perdidas.....	45
Figura 16. Comparativo de mejora en la calidad.	46
Figura 17. Diploma por haber obtenido el primer puesto a nivel Perú, Paraguay y Bolivia.	47
Figura 18. Diploma por haber obtenido el Segundo puesto a nivel Perú, Paraguay y Bolivia.	48

Resumen

El presente informe trata sobre las actividades desarrolladas en el Área de auditoria, como supervisor en la empresa Arellano Marketing, y espero que este informe sirva de ayuda a los futuros profesionales y también a los negocios de las ciudades de Huancayo y Cerro de Pasco.

El contenido del informe se desarrolla en cinco capítulos. En el primer capítulo se describe los aspectos generales de la empresa Arellano Marketing, la actividad principal, su reseña histórica, se detalla el organigrama del área de auditoria, su misión y visión y la descripción del departamento donde vengo desarrollando mis actividades.

En el segundo capítulo, se realiza un diagnóstico del estado situacional del área de auditoria, identificación de oportunidades, objetivos y los resultados que son brindados a nuestros clientes.

En el tercer capítulo, se realiza una descripción de la base teórica a través del cual permite identificar las principales definiciones vinculadas al logro de la investigación de mercado que realizamos en las ciudades de Huancayo, Cerro de Pasco y Cañete.

En el cuarto capítulo se describe la actividad profesional que realicé como supervisor de auditoria, así como el planteamiento de acciones de mejora en los procesos de las actividades que desempeño como representante de la empresa Arellano Marketing.

En el quinto capítulo, se describen los resultados de las actividades realizadas en función al plan de trabajo de cada periodo y mi aporte como bachiller en la empresa Arellano Marketing.

Abstract

This report deals with the activities developed in the audit area, as supervisor in the company Arellano Marketing, and I hope this report will be of help to future professionals and also to the businesses in the cities of Huancayo and Cerro de Pasco. The content of the report is developed in five chapters (I, II, III, IV and V). The first chapter describes the general aspects of the company Arellano Marketing, the main activity, its historical review, the organization chart of the audit area, its mission and vision and the description of the department where I have been developing my activities.

In the second chapter, a diagnosis of the situation of the auditing area, identification of opportunities, objectives and results that are provided to our clients is made.

In the third chapter, a description of the theoretical basis is made through which the main definitions linked to the achievement of the market research that we carry out in the cities of Huancayo, Cerro de Pasco and Cañete are identified.

The fourth chapter describes the professional activity that he carried out as an audit supervisor, as well as the proposal of improvement actions in the processes of the activities that he performed as a representative of the company Arellano Marketing.

In the fifth chapter, the results of the activities carried out according to the work plan of each period and my contribution as a bachelor in the company Arellano Marketing are described.

Introducción

Actualmente los fabricantes conocen de forma oportuna su nivel de ventas y la tendencia de este; si bien esta información es muy valiosa, no permite conocer otros aspectos tales como: la tendencia del mercado, el destino del producto que se vendió, oportunidades en el mercado y las fortalezas de la competencia.

La competencia entre empresas les permite lanzar nuevos productos al mercado, diversificación de presentaciones en envases y sabores diferentes, lo que provoca que el mercado cambie constantemente y se hace necesario optar por estrategias como la auditoria de sus productos.

La aplicación del trabajo de auditoria en los establecimientos como las bodegas, boticas, licorerias, puestos en mercados, bares, restaurantes, fuentes de soda, jugueterias, etc. asegura la obtención de una información que es realizada minuciosamente y de calidad para la toma de decisiones de los clientes de Arellano marketing.

He aquí la importancia de mi trabajo como supervisor de auditoria, de ser la persona que diagnostica el posicionamiento de marca, el comportamiento del mercado, el servicio al cliente, para luego brindar una información de calidad a los fabricantes, con el propósito de toma de decisiones para sus planes y objetivos que quieren alcanzar.

El objetivo del presente informe es dar a conocer mis labores que realizo en la empresa Arellano Marketing, recopilando y evaluando información cuantitativa y cualitativa, como supervisor tengo la responsabilidad de planear, dirigir, controlar y supervisar las actividades de los auditores.

Capítulo I

Aspectos Generales de la Empresa y/o Institución

1.1. Datos Generales de la Institución.

Razón Social: Arellano Investigaciones de Marketing S.A.

Ruc: 20306302621.

Tipo de empresa: Sociedad anónima.

Fecha de inicio de actividades: 03 de junio del año 1996.

Dirección legal: Av. Paseo de la Republica 3952.

Distrito: Miraflores.

Departamento: Lima – Perú.

1.2. Actividades Principales de la Institución y/o Empresa

Arellano Marketing es una empresa dedicada a la investigación y consultoría de marketing en el Perú y América Latina, se caracteriza por desarrollar herramientas y metodológicas y analíticas innovadoras, capaces de proporcionar a sus clientes información útil que normalmente no se consigue con las metodologías tradicionales, ayudando a comprender el comportamiento de los consumidores, especialmente en los países emergentes.

Asesora a sus clientes desde la definición de sus necesidades de información hasta la ejecución y control de sus proyectos.

No se limita a recoger la información que sus clientes requieren para la toma de decisiones, basada en la amplia experiencia y práctica de su equipo, sugiere las vías de acción en función al análisis de la información que recoge.

Arellano Marketing, propone soluciones reales y practicas adaptadas a los requerimientos específicos de cada empresa, mejorando la calidad y utilidad de los resultados.

1.3. Reseña Histórica de la Institución y/o Empresa

Arellano Marketing es una empresa peruana dedicada a la investigación y consultoría de marketing en el Perú y América Latina, fundada por el Dr. Rolando Arellano Cueva en el año 1996, el primer estudio sobre Estilos de Vida con validez estadística en un país latinoamericano se realizó en mas de 15 ciudades del Perú y. años después en el 2005, se llevó a cabo el mismo estudio en 14 ciudades de México.

En el 2014 Arellano Marketing ingresa a Paraguay y Bolivia con el nombre Kampo, para realizar el mismo trabajo de auditoria que desarrolla en Perú, donde brinda servicios de recopilación y procesamiento de data cualitativa, cuantitativa y experimental para estudios propios y de empresas de todo el mundo.

Algunos servicios que ofrece son: Educar, Marcas, Índices de satisfacción de clientes, Demanda inmobiliaria, Estudio nacional del consumidor peruano, Autoconstrucción, La canasta Nielsen etc.

Se ha desarrollado otros proyectos como WeeAre y Merkadat. WeeAre se especializa en la asesoría y ejecución de programas de lealtad y fidelización a través de tecnología, gestión comercial y de información. Merkadat, es la primera tienda online que ofrece datos estadísticos del consumidor peruano. Esta plataforma cuenta con estudios de Arellano y Datum, alianzas en educación con Centrum Maestría en

Marketing especializado y alianza con Equifax, relacionado a la base de datos de Estilos de Vida.

Arellano Marketing, fue reconocido seis veces con el premio ANDA convirtiéndola en la en la empresa de investigación más galardonada en el Perú.

Primera empresa peruana en exponer en un Congreso Mundial de Investigación. Con el caso de Mega Plaza: “*Finding Gold in the dessert*”, considerado uno de los seis mejores de los 40 casos expuestos.

1.4. Organigrama de la Institución y/o Empresa

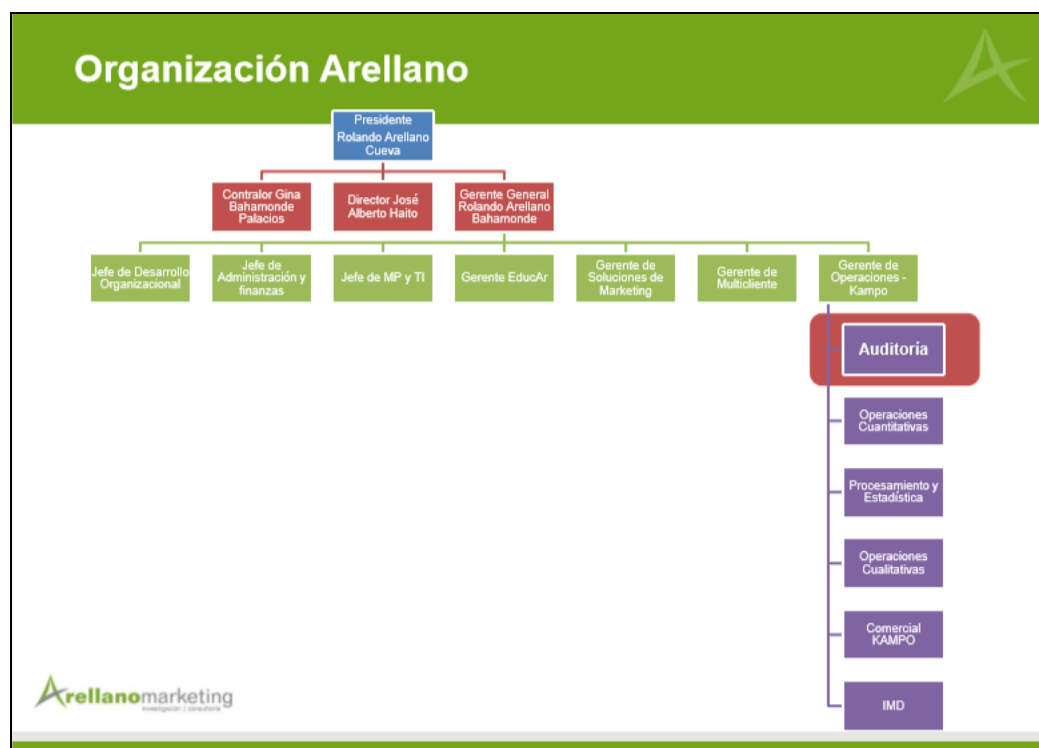


Figura 1. Organigrama de Arellano Marketing

Fuente: Arellano marketing

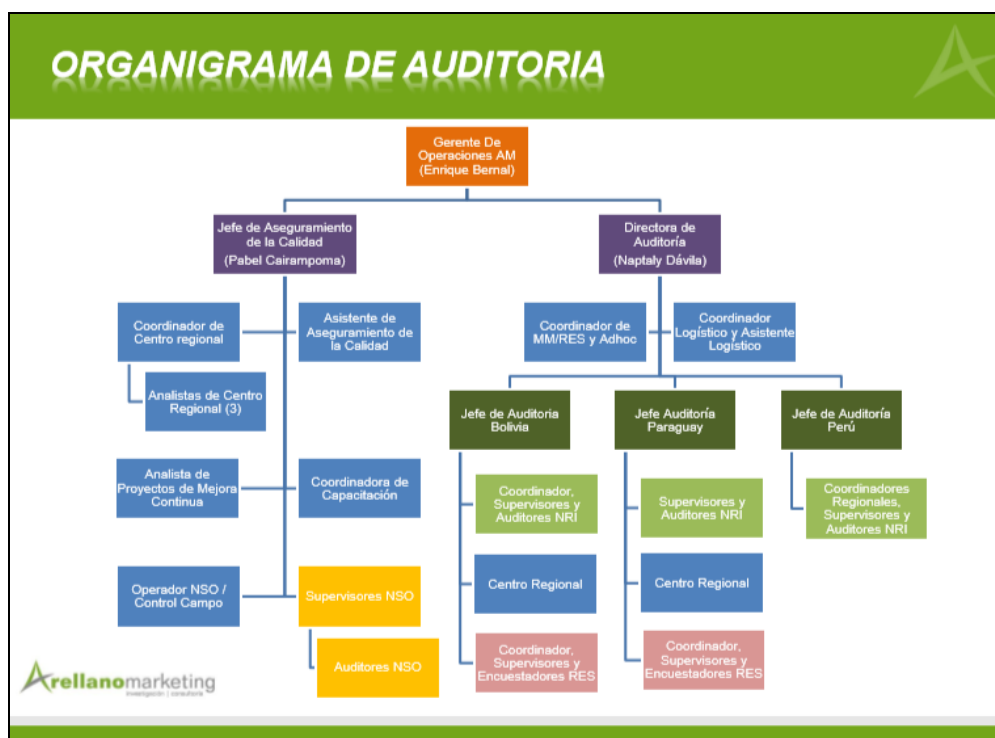


Figura 2. Organigrama del area de Auditoria.

Fuente: Arellano marketing.

1.5. Visión, Misión y Valores

Arellano Marketing, tiene la siguiente, visión y misión, como se detalla:

1.5.1. Visión.

“Ser reconocidos mundialmente como los expertos en soluciones de gestión con enfoque de mercado en economías emergentes”.

1.5.2. Misión.

“Proveer información, educación y asesoría, practica y científica, con enfoque de mercado, que permita a nuestros clientes obtener mayores beneficios, incrementando el bienestar de la sociedad y de nuestros colaboradores”.

1.6. Bases legales de los documentos administrativos.

Arellano Marketing, con R.U.C N° 20306302621, con domicilio fiscal en Av. Paseo de la República N° 3952, distrito de Miraflores, provincia y departamento de

Lima, Perú, está dedicada a la actividad económica de prestación de servicios de consultoría, investigación y marketing, debidamente representado por su gerente general, señor Rolando José Arellano Baamonde, identificado con D.N.I. N° 40186702, facultada en virtud del poder inscrito en la partida electrónica N° 01613405 del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de Lima.

Clausula primera: La empresa tiene como objeto dedicarse al servicio de consultoría, investigación y marketing para terceros. Por dicho fin se ha celebrado un contrato de prestación de Servicios con la empresa NIELSEN S.R.L., suscrito con fecha 12 de marzo de 2016 para ejecutar trabajos de recolección de datos en tiendas, cuya duración es de cinco años, en adelante el servicio específico, para lo cual necesita contratar personal temporal durante el periodo de vigencia del contrato y mientras el cliente disponga la realización de servicios específicos de acuerdo a su objeto y expertiz por cuenta de la empresa.

1.7. Descripción del área donde realiza sus actividades profesionales.

1.7.1. Administrativo.

El trabajo administrativo se realiza en la ciudad de Hunacayo, la oficina esta ubicado en el Pj. Suarez Mz. W lote 1 Urbanización Junta de Compradores Los Trigales, ahí se realiza todo el proceso documentario como, envío de correos, planes de acción, programación, etc.

1.7.2. Campo.

La salida a campo es en la ciudad de Huancayo y Cerro de Pasco, donde se realiza supervisiones que garanticen la calidad de trabajo de los auditores sea lo óptimo, la supervisión puede ser Spot Check, Call Back o Accompany.

1.8. Descripción del Cargo y Responsabilidades del Bachiller.

Me desempeñé como supervisor de campo.

1.8.1. Respecto a mis Roles y Responsabilidades.

- Dirigir, controlar y supervisar las actividades de los auditores, como responsable directo y líder del equipo a cargo, dentro de la estructura organizacional del departamento de auditoria, mi persona reporta directamente a la coordinadora Olga Limache, que se encuentra en la ciudad de Arequipa.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas y lineamientos establecidos con oportunidad y calidad, combinando mi experiencia, capacidad, habilidades y estricto apego a los métodos y procedimientos.
- Realizar la programación de los auditores que permita una buena distribución de muestra por auditor, con la máxima eficiencia en la planificación diaria y optimización de los tiempos de traslado. Optimizar las Rutas de Trabajo de los auditores, contribuiré a reducir tiempos de traslado, esto les permitirá desarrollar su trabajo con más cuidado, reduciendo errores en el proceso de auditoría.
- Establecer la productividad para diversas actividades, principalmente para la auditoria de tiendas, los cuales deben lograrse y más aún, mejorarse; teniendo en mente que incrementar la productividad no es solamente hacer más; si no también hacerlo mejor, en base a una adecuada programación, distribución de las cargas de trabajo y zonificación según la ubicación de los auditores.
- Contratar y mantener la muestra operativa, que tienen que mantenerse en al menos 100% de acuerdo a los ideales de cada centro regional, además de los pendientes de contratación para alcanzar los ideales de muestra.

- Permanentemente Perdidas (ANU); son tiendas anuladas, afecta directamente a nuestros ideales de nuestras medidas. El porcentaje máximo para su cumplimiento es del 2% de la muestra activa. Se tienen establecido que antes de mandar una tienda anulada esta debe ser reemplazada durante el periodo en curso.
- Temporalmente Perdidas (CTN); son las tiendas que no han producido ventas en un determinado periodo por lo que no contribuye de ninguna manera a la proyección de estadística y afecta directamente al indicador. El porcentaje máximo para su cumplimiento es 4% de la muestra anual.
- Días Transcurridos (DT); son los negocios que se realizaron en IT pero fuera de rango de fechas requeridos (entre 27 y 33 días) estas tiendas producen ventas y aportan a nuestra operación, sin embargo, mientras más lejano del rango preestablecido estén más se reduce la calidad de la proyección de sus ventas. El porcentaje máximo para el cumplimiento de este indicador es de 3% de la muestra anual.
- Controlar los gastos efectuados por los auditores y mantener los costos de operación al más bajo nivel, sin afectar el desarrollo de las operaciones; el control se realiza mediante las facturas que son entregados a mi persona y luego son enviadas a la oficina que se encuentra en la ciudad de Lima.
- Vigilar el uso adecuado del equipo de trabajo asignado a cada auditor, así como el equipo de la oficina, con el fin de que no se vea afectada la operación, dentro del equipo de trabajo y de oficina se encuentran:
 - Symbol; es una máquina donde recolectamos la información de los productos a auditar.

- Laptop; es una herramienta muy importante ya que es portátil y puedo llevarlo a campo cuando es necesario y responder a las consultas por parte de Centro Regional.
 - Celular; permite tener acceso a la red telefonía, es una herramienta muy importante en nuestro trabajo ya que tenemos que estar en constante comunicación
 - Programas instalados; son para obtener el historial de todos los negocios a auditar y así realizar un análisis de calidad.
 - Fotocopiadora; nos sirve para poder fotocopiar documentos.
 - Impresora; es una máquina que es conectada al laptop y sirve para imprimir la información que se selecciona por parte del supervisor.
 - Mobiliario; son los muebles que se encuentran en oficina como, escritorio sillas, librero etc.
- Vigilar la veracidad de las cifras reportadas por los auditores teniendo la obligación de velar por los intereses de la empresa y la calidad es un interés primordial, por lo tanto, la veracidad de la información es fundamental, para poder generar cifras que ayuden a nuestros clientes a conocer realmente lo que está sucediendo con sus productos y los de la competencia, nuestros clientes son: Bimbo, Familia Sancela, Coca Cola, Quala, Mondelez, Ajeper, Jhonson, Energizer, Molitalia, Frito Lay, Protisa, P&G, Clorox y Tetra Pack.
 - Lograr que todas las actividades encomendadas a mi equipo de auditores se lleven a cabo en las fechas programadas mediante un control y un seguimiento continuo, con el fin de tomar las medidas correctivas pertinentes en el caso de algún atraso o desvío a lo planeado.

- Realizar planes de acción mediante los resultados de la causa raíz, para la resolución de problemas que intenta evitar la recurrencia de un problema o defecto a través de identificar sus causas.
- Entregar las indicaciones de trabajo a cada auditor tomando en consideración todos aquellos factores que se involucran en las labores de cada uno, como son:
 - Fechas de inicio y terminación de cada periodo.
 - Estudios a realizar durante cada mes.
 - Cortes semanales para la entrega de tiendas.
 - Programa de trabajo del auditor, etc.
- Evaluar la actuación de cada auditor semestralmente, calificando su trabajo de manera imparcial ayudará a que se esfuercen en mejorar los que obtienen calificaciones bajas, y a esforzarse por mantenerse en niveles altos a los auditores que obtienen calificaciones altas, redundando en una mejora constante en la calidad de su trabajo. La evaluación al auditor es mediante la información de su trabajo que es enviada por Centro Regional a mi persona, y envase a los resultados se plantea planes de acción a corto y largo plazo.

Capítulo II

Aspectos Generales de las Actividades Profesionales

2.1. Antecedentes o Diagnóstico Situacional

En la actualidad la gran mayoría de empresas del sector tiene como protagonista a sus clientes, pues son su razón de ser de las empresas, son el pilar fundamental en los negocios.

	Fortalezas	Debilidades
Factores internos	1. Personal con experiencia en auditoria. 2. Nuevas tecnologías. 3. Gran potencial y ganas en el equipo de auditoria. 4. Responsabilidad y Compromiso de los directivos y colaboradores. 5. Infraestructura y procesos de control de calidad que permiten asegurar la calidad de la información a los clientes.	1. Procesos burocráticos. 2. Demora a las consultas por parte los auditores. 3. Rotación de personal en plena capacitación. 4. Mayor presupuesto para la compra de regalos a los colaboradores. 5. Falta de personal de apoyo para consultas adicionales u otros.
Factores Externos	Oportunidades 1. Cambios en los mercados. 2. Nuevos productos. 3. Conocimiento de nuevos proveedores de los establecimientos. 3. Concientizar a los colaboradores sobre el trabajo que realizamos.	Amenazas 1. Cambio de muestra. 2. Desastres Naturales ocasionando retrasos en auditoria 3. Problemas políticos. 4. No entrega de comprobantes de compra por parte de los proveedores a los colaboradores.

Figura 3. Análisis FODA del Área de auditoria.

2.1.1. Antecedentes.

Recuay (2017) analista comercial señala, ante un mercado complejo los fabricantes del rubro de consumo masivo encuentran una serie de interrogantes en cuanto a la participación de sus productos en el mercado. Para ello realizan auditoría de mercado que a través del resultado de una de sus etapas el “análisis de datos” encuentran confianza a la hora de tomar decisiones. Los productos analizados fueron, las cremas dentales, los desodorantes y los energizantes. Se trabajó con una muestra de 1,200 bodegas ubicadas dentro de Lima Metropolitana. Los datos obtenidos contienen variables cuantitativas como las ventas, compras, precios y los inventarios, además de las variables cualitativas como son los atributos (marca, tamaño, sabor, etc.). Los datos fueron recolectados de las bodegas el primer semestre del año 2016 vía celular mediante el aplicativo de relevamiento “Audit”.

Culminada cada fase del análisis de datos (limpieza de datos, análisis de las variables y visualización de resultados) se supervisaron las bodegas cuyas variedades presentaron incoherencias en sus datos y se procedió a corregir. Para los tres productos en su mayoría se encontraron: ausencia de datos en la variable compra e inventario y oportunidades en los precios y ventas.

Como resultado del estudio se obtuvieron datos consistentes para las cremas dentales, desodorantes y energizantes, los cuales fueron de mucha relevancia para los fabricantes. Otros productos de consumo masivo pueden seguir también la misma estructura para el análisis de sus datos.

Caqui (2019) Contadora de profesión, realizó una investigación aplicada, instrumento que le sirvió para la auditoria en la compañía peruana de bebidas embotelladas “Oro”-Provincia de Lima, en el periodo 2015. Esta investigación

recopiló información acerca de diferentes especialistas respecto a las variables: Auditoría Operativa y Gestión Administrativa, que se realizó con la ayuda de diferentes autores expertos en el tema, el mismo que se trabajó en toda la Compañía de Bebidas Embotelladas “Oro” producido por Aje. Asimismo, el estudio de campo utilizó la técnica de la encuesta y estuvo conformada por preguntas relacionadas con la investigación, mostraron los resultados en 14 cuadros y fueron interpretadas y graficadas estadísticamente.

Finalmente, la última parte de esta investigación concluye con los aportes que se dan como resultado servirán como instrumento de apoyo, además de ofrecer herramientas concretas a los auditores para que su evaluación sea oportuna y de manera eficaz y eficiente.

Sinche y Viejo (2019) Contadoras de profesión, analizaron los factores que determinan la eficacia de la auditoría en empresas manufactureras de productos de consumo masivo de la ciudad de Guayaquil, mediante una investigación cualitativa se pudo obtener mayor información por parte del equipo de auditoría a través de entrevistas realizadas a dos jefes encargados de la supervisión.

Los resultados demuestran claramente que la capacitación, personal calificado, comunicación, supervisión y la aplicación de indicadores son los factores claves que determinan la eficacia de la auditoría.

2.2. Identificación de Oportunidad o Necesidad en el Área de Actividad Profesional

Es importante indicar que se está llegando a la muestra, calidad, y productividad solicitada, pero todavía tenemos oportunidades de mejora en el área de auditoria y son las siguientes:

- Master no cuenta con ítems que asocian a su EAN a la descripción correcta.
- Falta de cumplimiento de procedimiento de verificar completamente la descripción vs los atributos del producto en físico.
- Falta de revisión minuciosa de los Cis y si hay dudas consulta a campo.
- Cumplimiento del método del barrido al momento de la auditoria.

Para mejorar estas oportunidades se realizan las siguientes actividades:

- Análisis Causa Raíz, es un método para la resolución de problemas que intenta evitar la recurrencia de un problema o defecto a través de identificar sus causas.
- Reuniones presenciales, semanales donde se reforzará la metodología de los puntos débiles encontrados en campo.
- Envío de Cis a los correos de los auditores y entrega en físico para que no vuelvan a tener esa oportunidad de mejora.
- Reuniones semestrales para los supervisores en la ciudad de Lima, donde se tocan todas las oportunidades de mejora y los planes de acción para estos.

2.3. Objetivos de la Actividad Profesional

Se busca satisfacer las necesidades de los clientes a través de los servicios, utilizando la más alta tecnología que requiere de inversiones, con la idea que sus servicios generen utilidades que se traduzcan en beneficios, tanto para los accionistas, como para sus asociados.

Mientras una inversión genere ganancias o utilidades, se podrá decir que es rentable derivándose de esto la palabra rentabilidad. Por lo tanto, los compromisos en este sentido, deben representar algún beneficio para la Empresa.

2.4. Justificación de la Actividad Profesional

Las siguientes cláusulas están estipuladas en el contrato de trabajo de parte de Arellano Marketing.

Clausula séptima: Establece las obligaciones de los colaboradores en forma adecuada y eficiente, con lealtad y responsabilidad, aplicando para ello toda su capacidad, experiencia y esfuerzo; cuidando los intereses de la empresa.

El colaborador tiene que cumplir con los programas de capacitación y asistir a los cursos programados por la empresa.

El colaborador tiene que cumplir las normas propias del centro de trabajo, las normas laborales y demás concordantes y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades en dirección, administración y organización de la empresa.

Las actividades del colaborador no solo comprenden las funciones descritas en los párrafos precedentes, sino, que incluyen además todas aquellas que pueda establecer en el futuro la empresa, en ejercicio de las facultades de dirección y administración, a fin de mejorar su organización empresarial y los requerimientos del servicio que preste a sus clientes, siempre que estén vinculadas a la causa objetiva.

El colaborador es responsable por los servicios que brinda, y asume la responsabilidad administrativa, civil y/o penal, directa (si correspondiera legalmente) por los eventuales daños y perjuicios que pudiesen ocurrir por su impericia, negligencia o incumplimiento, previa evaluación del personal calificado que determinará la magnitud del daño ocasionado y la responsabilidad del colaborador.

Clausula decima: El colaborador manifiesta que para la prestación de los servicios materia del presente instrumento, utilizará los equipos y accesorios

propiedad de la empresa, de acuerdo a sus funciones y responsabilidades. Siendo responsabilidad del colaborador el correcto uso y funcionamiento de aquellos que se le designen y entreguen, de acuerdo con los manuales y reglamentación interna y demás disposiciones administrativas correspondientes, y cuyo uso será única y exclusivamente para los fines que la empresa designe en cada operación.

Clausula décimo segunda: El colaborador debe mantener la confidencialidad debida que mantiene con la empresa respecto de las informaciones y/o documentos que le fueran proporcionados y/o revelados por la empresa y/o por las compañías vinculadas, directa o indirectamente, a la empresa, y/o por los clientes de la empresa. EL colaborador de forma oral, escrita, o mediante cualquier soporte o por cualquier otro medio para el desarrollo de sus servicios, así como de toda información de la que tome conocimiento, directa o indirectamente, en el ejercicio de sus funciones; incluyendo todo análisis, recopilación, estudio, resumen, extracto o documentación de todo tipo, de propiedad, dominio, disposición autorizada o elaboración de o por cualquiera de las partes o elaborada por ambas conjuntamente a partir de la información y/o documentación revelada y/o proporcionada por cualquiera de éstas a el colaborador; en especial, sobre aquella que está vinculada al conocimiento de sistemas tecnológicos que utilice la empresa o sus clientes, Know How, actuaciones comerciales, secretos de operación, información de tipo económico, financiero, estratégico y, en general, sobre toda información confidencial y reservada que es de propiedad de la empresa y/o empresas.

2.5. Resultados Esperados

El informe es cualitativo, donde se detalla las actividades de mi persona que se deben llevar a cabo, orientadas a garantizar que el trabajo de los auditores a mi cargo

se desarrolle de acuerdo a los métodos y procedimientos establecidos, dentro de un ambiente cordial y eficiente.

El cargo de supervisor de auditoria adquiere los siguientes compromisos y responsabilidades que debe esforzar en lograr:

- Cumplir y hacer cumplir las políticas y lineamientos establecidos, con oportunidad y calidad, combinando mi experiencia, capacidad, habilidades y estricto apego a los métodos y procedimientos.
- Tener siempre una actitud pro- activa.
- Establecer relaciones cordiales con colaboradores y asociados.
- Dar solución inmediata a problemas que puedan afectar la operación regular, y solicitar el apoyo de tu jefe inmediato cuando sea necesario.
- Ser un ejemplo a seguir por los auditores a través de transparencia disciplina, honestidad, puntualidad y respeto.
- Brindar información de la más alta calidad a nuestros clientes

Capítulo III

Marco Teórico

3.1. Bases Teóricas de las Metodologías o Actividades Realizadas.

3.1.1. El enfoque en la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

a. Auditoria.

La auditoría de productos de consumo masivo, en investigación de mercado, corresponde a una recopilación de información, contribuye a un análisis descriptivo para luego tomar decisiones.

b. Muestra.

Los requisitos necesarios para que una muestra pueda ser considerada representativa, se plantean diferencias entre muestreos probabilísticos y no probabilísticos, se analizan las cuestiones de orden práctico que hacen que en investigación muchas veces se utilicen muestras incidentales y cómo esto puede afectar o no la validez externa de los distintos tipos de métodos de investigación cuantitativos y qué otros recursos se pueden utilizar para minimizar ese problema. Se discute también cómo el tamaño de la muestra excede el tema de la representatividad de la misma y se plantea cómo está vinculado con cuestiones metodológico estadísticas. Se explica por qué la cantidad de sujetos que componen la muestra es un

tema importante en distintas investigaciones y cómo el tamaño de la muestra se vincula con la significación estadística.

c. Productividad

La productividad implica la mejora del proceso productivo, la mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido y los recursos utilizados. La medición de la productividad es directa cuando es medida como horas de mano de obra.

d. Calidad

Cada vez son mayores las exigencias de calidad de los productos en el mercado local y global, por lo que se ha incrementado el interés e importancia de la mejora continua y los sistemas de gestión de la calidad, siendo las auditorías el medio utilizado para evaluar la madurez alcanzada en esta materia. Se concluye, que la auditoría de calidad es esencial para la mejora continua pues permite identificar retos y oportunidades siendo potencialmente un factor de cambio y éxito de las organizaciones.

Capítulo IV

Descripción de las Actividades Profesionales

4.1. Descripción de Actividades Profesionales

4.1.1. Enfoque de actividades profesionales.

Mi objetivo como supervisor es de entregar información a la empresa Arellano Marketing, mediante la oficina de Centro Regional y este entregar una información de calidad a las empresas fabricantes, que les permita conocer de cerca a sus clientes para generar acciones que promuevan un mejor servicio, producto, distribución y ofertas a los establecimientos comerciales. Esta información se obtiene mediante la información que nos brindan nuestros colaboradores, mediante el inventario, las compras, precios y el cierre.

Otros objetivos son: Rentabilidad, oportunidad y calidad asociados en mantener un buen ambiente de trabajo.

4.1.2. Alcance de las actividades profesionales.

El mes de febrero del 2017 se me dio a cargo la ciudad de Cañete, con una calidad del 75%, este territorio ya venía con problemas de varios meses atrás, junto con todo mi equipo nos propusimos en sacar adelante este territorio implementado estrategias que ya nos habían dado resultados en la ciudad de Huancayo y Cerro de Pasco, para junio del 2017 se mejoró la calidad en un 7% tal como figura el cuadro:

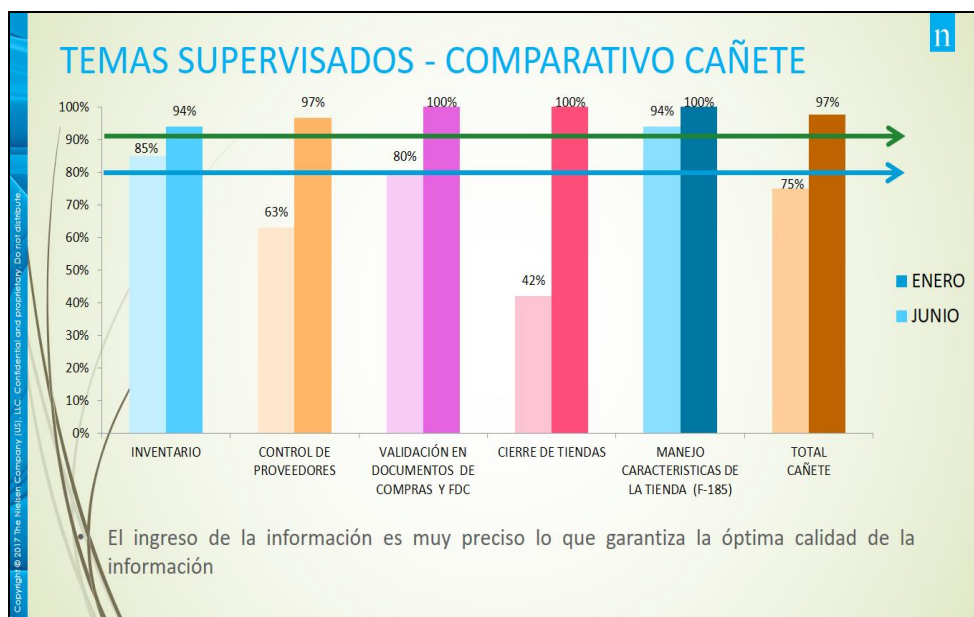


Figura 4. Calidad total, de la ciudad de Cañete.

Fuente: Nielsen.

4.1.3. Entregables de las actividades profesionales.

Los entregables que formaron parte del alcance son los siguientes: Instrucciones de period, programación del auditor, programación del supervisor, lista de establecimientos a anular, alternativas ya filtradas, cuadernillo de proveedores, novedades, plan de acción, respuestas a consultas, fotos epics, concal, respuestas a dudas IP, CIs del mes, barcode y Controlform.

4.2. Aspectos Técnicos de la Actividad Profesional

4.2.1. Metodologías.

El método que utilizamos en el área de auditoria fue el descriptivo, también se usó técnicas cuantitativas y cualitativas que se dividieron en tres procesos, inventario, compras y cierre.

Inventarios

El método que utilizamos en auditoria para realizar un conteo exacto es el método del barrido, desde arriba hacia abajo, de izquierda a derecha y siempre llevando un orden y una secuencia.

Se tiene que contabilizar la mercadería que está sobre y detrás el mostrador y dentro de aparadores y vitrinas.

No se debe pasar por alto los cajones de los mostradores y los exhibidores que se encuentren en la pared.

Al terminar de contar el Área de ventas, se debe pasar a los depósitos o trastienda y se debe de contar la mercadería empezando por los estantes en la pared, luego se continua con los estantes localizados en la parte central del depósito empezando por el más próximo a los estantes de la pared.

También recomendamos chequear el baño de las tiendas pequeñas, ya que algunos detallistas, por falta de espacio, acostumbran guardar mercadería en ellos.

Tenemos que preguntar al detallista de algún otro lugar donde pueda tener mercadería, como depósitos, dormitorios, fuera de la tienda, etc.

Esto permitirá asegurar un conteo exacto y te recordará dónde empiezas y terminas tus inventarios. Si el inventario de una tienda es inexacto, las ventas reportadas serán en consecuencia inexactas, el auditor tiene que contar los productos conforme lo vaya encontrando, es decir, no contar todos los productos de una Sola Clase (CP) para después empezar a contar los de otra

Se tiene contar cada artículo tomando como base la unidad de inventario de acuerdo a la definición original. Algunas tiendas venden productos como papel higiénico o pañales de uno en uno, abriendo su empaque original. Debemos asegurarnos que tanto el inventario como las compras deben ir convertidas a la unidad

de venta siempre y cuando la unidad de venta cuente con empaque de venta al público. Por ejemplo, en el caso de los pañales si el empaque es de 24 unidades y es abierto para venderse por unidad, pero los pañales individuales no tienen empaque de venta al público, entonces la unidad de inventario deberá ser el paquete X24, caso contrario si las unidades si cuentan con empaque individual la unidad de inventario sería la unidad.

Las marcas privadas o marcas propias como las marcas de supermercados deben ser auditadas como cualquier otro producto.

Si se encuentra promociones estas las deben auditar tal como son presentadas al consumidor, como un solo ítem descrito completamente de acuerdo con los procedimientos ya establecidos para ofertas especiales.

Los productos de marcas institucionales de ventas por catálogo como Natura, Unique, entre otras, no se deben de auditar.

Para el caso de los productos vencidos, no se debe consultar al colaborador por estos ni tampoco revisar la fecha de vencimiento, ya que no es proceso de auditoría, solo en el caso que encuentres productos separados consultar si son para la venta y depende de la respuesta del colaborador realizarás la auditoria de los productos.

Al momento de levantar el inventario se tienen que revisar que todos los ítems se encuentren con el precio vigente al momento de la visita.

Precio de venta al publico

Se debe de verificar si el precio que registró el auditor es vigente al día de auditoria en todos los ítems con movimiento en la tienda en la celda precio.

Cuando se encuentra un producto con dos o más precios de venta se debe ingresar el de menor valor.

Se debe de realizar el trabajo en forma sistemática y ordenada de manera que, al contar un artículo, automáticamente registres su PVP.

Para los paquetes promocionales cuando son vendidos dos o más productos en forma conjunta, el precio a considerar deberá ser el del paquete.

Cuando hay un precio marcado no se deberá consultar nada al colaborador y solo registrar los precios.

Solo en el caso que se encuentre un precio atípico, se realizará la siguiente pregunta ¿Los precios marcados son actualizados?, si la respuesta es negativa se tendrá que actualizar los precios consultando uno a uno al colaborador.

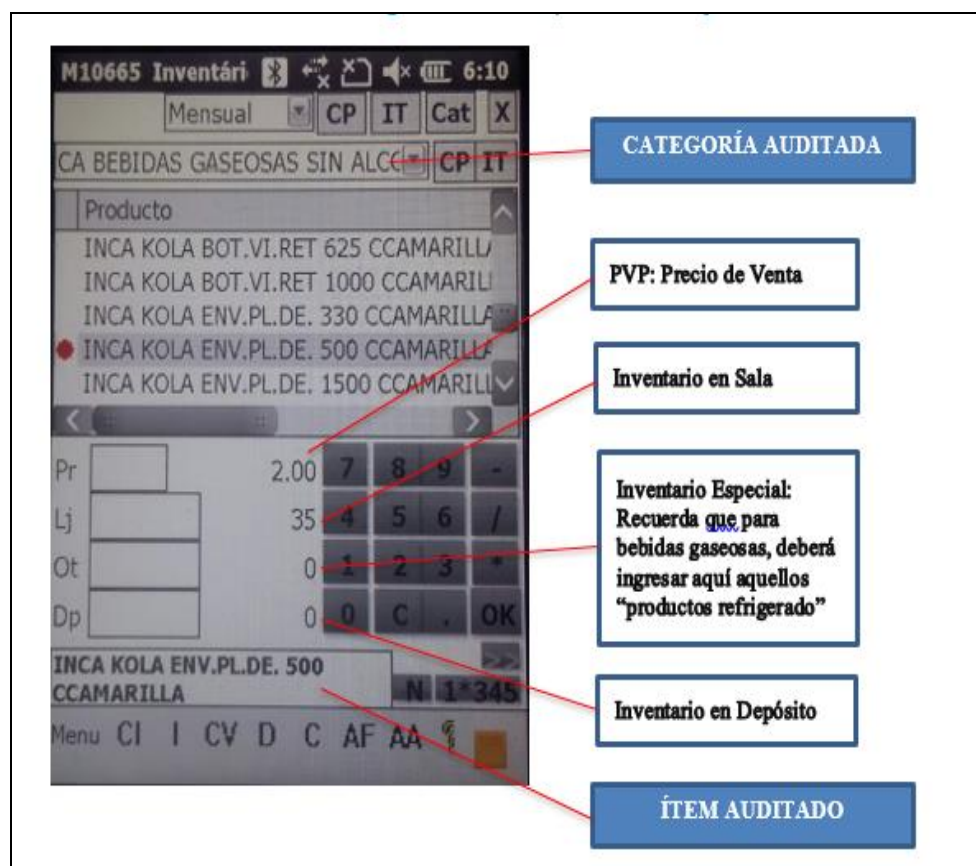


Figura 5. Visualización de la maquina colectora, inventarios y PVP.
Fuente: Arellano Marketing.

Observaciones especiales

Tiene la finalidad de proveer a nuestros clientes de información sobre el esfuerzo promocional que se hace para estimular al consumidor a que compre los productos que se venden en los diferentes tipos de tiendas.

Llevar a cabo estas campañas publicitarias y promocionales, para los fabricantes requiere de una gran inversión de tiempo, dinero y esfuerzo. De parte de nosotros se requiere precisión y cuidado al hacer los registros en esta sección.

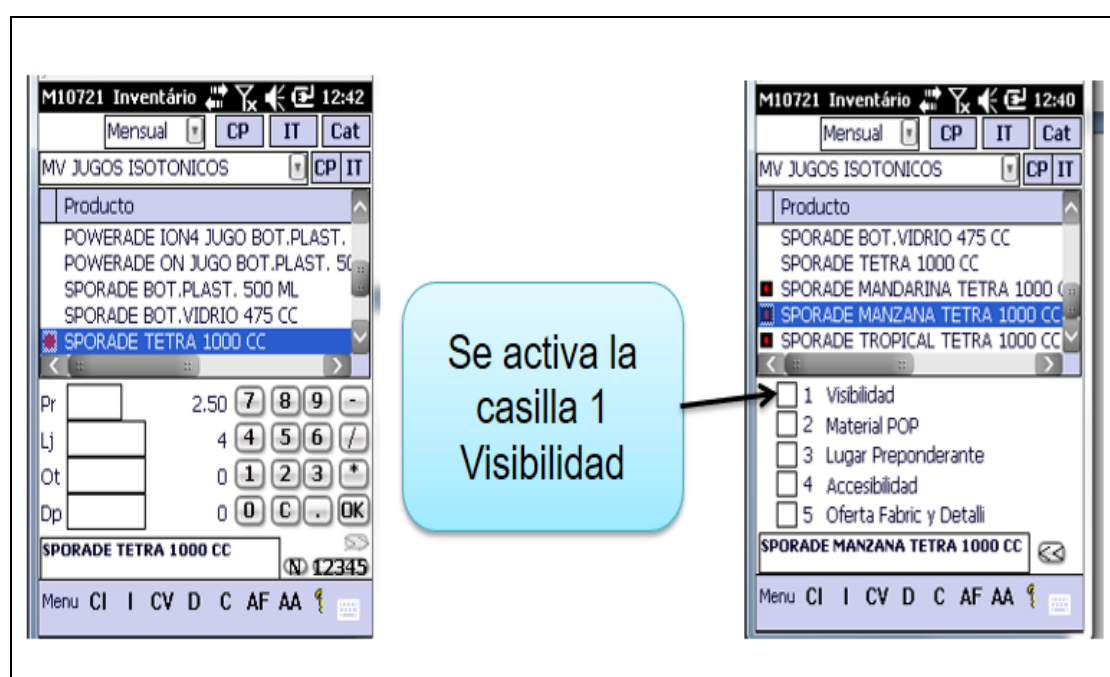


Figura 6. Visualización de la maquina colectora, observaciones especiales.
Fuente: Arellano Marketing.

Compras

Dentro de nuestro trabajo, el registro de compras es una de las fases de mayor importancia, ya que, si no nos proporcionan los colaboradores las notas de compras, es imposible determinar con exactitud las ventas de los productos que medimos en el mercado, según el grado de colaboración a los colaboradores dueños de los negocios se le entrega atractivos y útiles regalos.

Para la obtención de documentos de compra, se tiene que explicar al colaborador la necesidad que tenemos de revisar toda la documentación, siendo de vital importancia que nos provea la documentación, ya que esta respalda la adquisición o recibo de mercadería. Estas pueden ser facturas, guías de despacho, notas de ventas, transferencias, etc. de productos que estén en estudio o no. En ocasiones resultará difícil que algunos de los colaboradores nos guarden y/o permitan revisar el 100% de la facturación, por lo que se tiene que hacer una labor de convencimiento, siendo amable, diplomático, mostrando seguridad en tus peticiones y estar convencido de que podemos lograr lo que estamos solicitando, para que realmente la información de compras que nos proporcionen esté completa.

Antes de comenzar la revisión de las facturas o documentos de compras, debemos de tener en cuenta lo siguiente:

- Determinar las fechas que cubre la auditoria es decir el mismo día de la auditoria anterior, hasta la fecha de la auditoria actual.
- Debemos de realizar un seguimiento continuo a los volúmenes e importancia de las compras documentadas v/s las no documentadas, debiendo reportar los resultados cada periodo de auditoria en el cuaderno de proveedores de la tienda.
- Todos los proveedores de mercadería de la tienda deben ser identificados en el primer IT del negocio y deben ser registrados en el cuaderno de proveedores de la tienda, en este debemos de indicar la frecuencia con que la surte cada uno de ellos, así te podremos dar cuenta de las facturas faltantes en las auditorias que realices con posterioridad.

- Debemos de identificar, con la autorización del colaborador, todos los lugares en donde podemos encontrar compras incluyendo a su contador. Estos debemos de identificarlos y registrarlos en tu formato 185, así podremos crear un fácil acceso para obtener la información para nosotros, o para cualquier otro Auditor de Campo en visitas de periodos posteriores.
- Para aquellos productos con bajo nivel de documentación de compras, debemos tener presente el uso del cuaderno de proveedores, en donde junto con el colaborador nos permita realizar ajustes más precisos y reales de las compras del periodo.
- Toda factura, nota de venta, nota de crédito, registro diario de compra, deben ser registradas como compra documentada, de lo contrario como Ajuste Compra, con la ayuda del colaborador.
- Cada factura o registro debemos marcarlo físicamente (signo delta encerrado en círculo) así podremos asegurar que estas fueron registradas y que el documento completo fue auditado.
- Las notas de crédito (devoluciones) y las transferencias de mercadería debemos de identificarlas y auditadas apropiadamente, es decir, toda mercadería devuelta por la tienda al proveedor o traspasada a otro local o a otro lugar, debe ser ingresada como crédito.
- Debemos de consultar con el colaborador los documentos de compras y verifiquemos que este en su totalidad la documentación que requerimos, de acuerdo a las fechas de visitas de la tienda.
- Se debe de ordenar la documentación por proveedor o producto, para agilizar el registro de las compras.

- Para cada Auditoria, deberemos hacer un seguimiento por fecha de las facturas encontradas vs. las facturas que esperabas recibir por cada proveedor, esto lo obtendremos de acuerdo a la frecuencia de compras indicada en el registro de proveedores, o del cuaderno de identificación de la tienda, así podremos detectar las facturas faltantes y lograrás una mayor precisión en los ajustes.
- Debemos demostrar una alta calidad y profesionalismo en la toma de la información y del control de tu cuadernillo de proveedores en cada una de las tiendas, para cada período.
- Dependiendo del tipo de negocio en el que se este haciendo la auditoria, la documentación puede cambiar; por lo tanto, cada Auditor de Campo es responsable de conocerla, interpretarla y leerla. Esta información debe ser actualizada permanentemente en el cuaderno de proveedores.

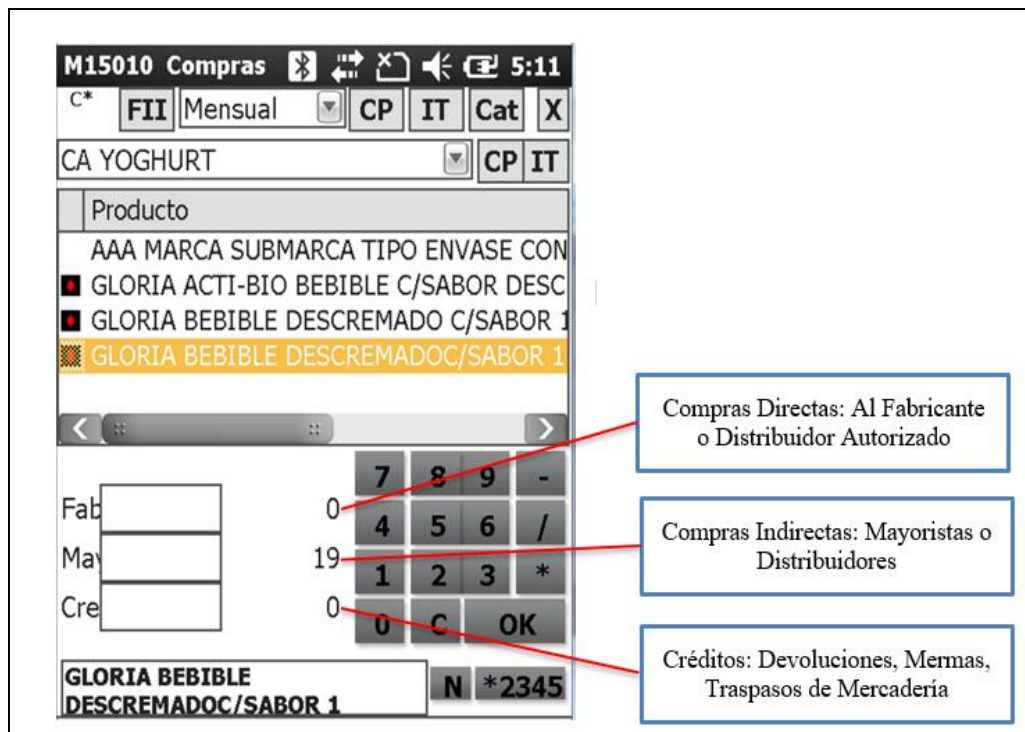


Figura 7. Visualización de la maquina colectora, Compras.

Fuente: Arellano Marketing.

4.2.2. Técnicas

Cierre y análisis

Es la revisión integral de los datos recolectados, desde determinadas ventas y lo que conlleva la identificación de factores concretos que influyeron en las variaciones.

Los inventarios actuales deben ser comparados con los inventarios del período anterior mientras el auditor de campo se encuentra en la tienda, esto es para confirmar que toda la tienda ha sido cubierta en su totalidad.

Determinación de ajustes de compra y ajustes de corrección: facturas omitidas, stocks omitidos y transferencias de ítems.

El cierre tiene especial importancia, ya que su calidad en una tienda depende de la calidad con que los inventarios y compras fueron capturados. Solo una persona debe ser responsable de la calidad de cada tienda auditada, independiente del número de auditores de campo involucrados para recopilar la información y esto tiene que verificar el supervisor de campo.

Cualquier ítem con venta negativa requiere la verificación del inventario y de compra, finalmente consulta al colaborador para la aplicación del ajuste si fuera el caso.

El procedimiento de cierre debe arrojar información de la más alta calidad, basada en registros, actividades, observaciones y entrevistas en el punto de venta, antes de enviar la tienda a CR.

The screenshot shows a POS system interface with various data fields and a sidebar menu. Red lines connect labels to specific fields in the interface.

Annotations and their corresponding fields:

- Ajustes Periodo Anterior**: Points to the 'Ajustes' field in the sidebar.
- Precio**: Points to the 'PVP' field in the main table.
- Inventario Anterior**: Points to the 'Inv.Ant' field in the main table.
- Compras del Periodo**: Points to the 'Comp' field in the main table.
- Ajustes**: Points to the 'Aju (+)' field in the main table.
- Crédito**: Points to the 'Cred (-)' field in the main table.
- Inventario Actual**: Points to the 'Inv.Ac' field in the main table.
- Ventas del Periodo**: Points to the 'VENTA' field in the main table.
- Compra Anterior**: Points to the 'Comp.A' field in the main table.
- Ventas Diarias**: Points to the 'VM' field in the main table.
- Variación %**: Points to the 'C*' field in the main table.
- Ventas de 1 y 2 periodos anteriores**: Points to the 'V1' and 'V2' fields in the main table.

Main Table Data:

Field	Value	Field	Value	Field	Value
Inv.Ant	1	PVP	2.00	Inv.Ant	1
Comp	18	Aj.anl	0	Comp	18
Aju (+)	0	1	0	Aju (+)	0
Cred (-)	0	2	0	Cred (-)	0
Inv.Ac	6	3	0	Inv.Ac	6
VENTA	13	4	0	VENTA	13
VM	0	5	0	VM	0
C*	214%	Comp.A	0	C*	214%
	1243%	V1	4		1243%
	-30/30	V2	1		-30/30
	Cerrado				Cerrado

Other Interface Elements:

- Top Bar:** R)M91631 Mirar, CA BEBIDAS GASEOSAS SI, CP IT Cat X, 12:12.
- Bottom Bar:** INCA KOLA BOT.VI.RET 1000 CCAMARILLA, 06 Compensado, INCA KOLA BOT.VI.RET 1000 CCAMARILLA, Menu CI I CV D C AF AA.

Figura 8. Visualización de la maquina colectora Cierre.

Fuente: Arellano Marketing

4.2.3. Instrumentos.

Formulario 185

Es el formato que permite al supervisor y auditor obtener de primera mano toda información que facilite la auditoria de la tienda, desde conocer cómo llegar al negocio hasta saber dónde se encuentra la información de compras, proveedores, frecuencia de compras, lugares de almacenaje poco común y toda otra información necesaria del negocio.

Diario de compra.

Es el formulario que se tiene que dejar en las tiendas en las que no es posible coleccionar documentos de compra, esta herramienta es para que sea llenado por el colaborador, anotando los ítems, cantidades de compra y las fechas en que se abasteció.

Los registros de este documento se deben considerar como compras documentadas, cuando la compra sea indirecta, se le solicita al colaborador que encierre la cantidad en un círculo, para poderlas distinguir de las compras directas.

Calendario.

Es una herramienta para saber cuántos documentos esperamos encontrar de determinado proveedor según su frecuencia de visita.

Si registramos en el calendario los documentos encontrados, será más sencillo para analizar e identificar las posibles compras sin documento o pérdida de alguno. Esto nos ayudará a realizar los ajustes

4.3. Ejecución de las actividades profesionales**4.3.1. Cronograma de actividades realizadas.**

El cronograma o plan de trabajo de las supervisiones que se realizaran en el periodo (mes) se presenta al coordinador una semana antes de terminar el periodo (de la primera semana) y el final se presenta dos días después de instrucciones de periodo, dependiendo del cierre y del día hábil laborable.

Fecha		2-Abr	3-Abr	4-Abr	5-Abr	6-Abr	
Mañana		Instrucciones de periodo	1- Envío del SEAS final. 2- Envío de Indicador final. 3- Envío de los kardex 4- Envío respuestas a las consultas etc. 5- Envío de KPI	1- Elaboración del programa del auditor 2- Envío respuestas a las consultas etc. 3- Solicitud de alternativas acompañado de archivos respuestas	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío respuestas a las consultas etc. 4- Otros (respuestas a las, consultas etc.) 5- Supervisión (2 tienda)	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 3- Envío del SEAS 4- Revision archivo ventas, revisiones etc.	
Tarde		Instrucciones de periodo	1-Elaboración del programa del auditor 2-Otros (consultas etc.) 3- Envío informe diario 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores.	1-Solicitud tiendas a anular 2-Otros (consultas etc.) 3- Envío informe diario. 3- Envío de reporte actualizado de Indicadores.	1- Supervisión (1 tienda) 2-Otros (consultas etc.) 3- Revisión archivo ventas, revisiones, etc. 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1-Envío Fotos epis, DA, novedades, etc. 2- Envío de los QMS 3- Envío de RSP 4- Otros. (respuesta a las, consultas etc.)	
Fecha		8-Abr	9-Abr	10-Abr	11-Abr	12-Abr	13-Abr
Mañana	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío respuestas a las consultas etc. 3- Envío avance de symbol 3P 4- Envío reporte de tiendas QCT 5- Supervisión (1 tienda)	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío respuestas a las consultas etc. 3- Envío avance de symbol 3P 4- Envío reporte de tiendas QCT 5- Supervisión (1 tienda)	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío respuestas a las consultas etc. 3- Envío avance de symbol 3P 4- Envío reporte de tiendas QCT 5- Supervisión (1 tienda)	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío respuestas a las consultas etc. 3- Envío avance de symbol 3P 4- Envío reporte de tiendas QCT 5- Supervisión (1 tienda)	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío respuestas a las consultas etc. 3- Envío avance de symbol 3P 4- Envío reporte de tiendas QCT 5- Supervisión (1 tienda)	1- Actualización del avance según la programación del auditor. 2- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 3- Envío del SEAS 4- Revision archivo ventas, revisiones etc. 5- Otros (respuestas a las, consultas etc.)	
Tarde	1- Supervisión (1 tienda) 2-Otros (consultas etc.) 3- Revisión de tiendas. 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1- Supervisión (1 tienda) 2-Otros (consultas etc.) 3- Revisión de tiendas. 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1- Supervisión (1 tienda) 2-Otros (consultas etc.) 3- Revisión de tiendas. 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1- Supervisión (1 tienda) 2-Otros (consultas etc.) 3- Revisión de tiendas. 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1- Supervisión (1 tienda) 2-Otros (consultas etc.) 3- Revisión de tiendas. 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1- Supervisión (1 tienda) 2-Otros (consultas etc.) 3- Revisión de tiendas. 4- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1-Envío Fotos epis, DA, novedades, etc. 2- Envío de los QMS 3- Envío de RSP 4- Otros. (respuesta a las, consultas etc.)
Fecha		15-Abr	16-Abr	17-Abr	18-Abr	19-Abr	20-Abr

Figura 10. Cronograma de actividades del mes de abril del 2019.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Proceso y secuencia operativa de las actividades profesionales.

El proceso y la secuencia operativa de mis actividades profesionales mayormente no se cumplen ya que siempre hay consultas por parte de CR y de nuestros clientes, como por ejemplo si es factible auditar la CP fiambres, mix de sabores de las marcas Frugos, Gloria, Pulp y Watts, etc.

Mi programa de trabajo final según la secuencia proyectada se tiene que presentar después de dos días de instrucciones de periodo.

Capítulo V

Resultados

5.1. Resultados Finales de las Actividades Realizadas

En cuanto a los resultados finales de las actividades realizadas, este se realiza en función a un trabajo junto con el equipo que lidero y los resultados son los siguientes:

5.1.1. Días transcurridos.

La programación de cada uno de los períodos se hace a través de programación de trabajo que se elaboran para cada auditor de campo, basándose en las fechas de inicio y término de cada período, tal como se muestra:

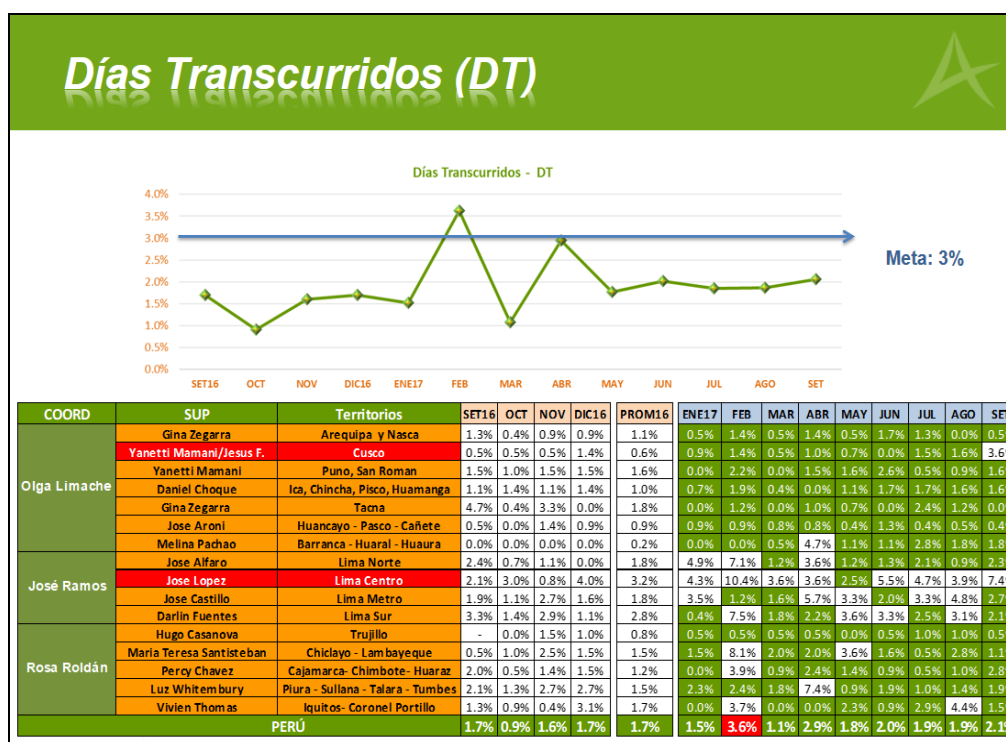


Figura 11. Días transcurridos.

Fuente: Arellano Marketing

Días de Mes	DT
28	25-31
29	26-32
30	27-33
31	28-34

Figura 12. Días transcurridos según el mes.

5.1.2. Temporalmente perdidas (TP).

Por alguna razón, a la tienda únicamente se le levantó el inventario y no se pudieron obtener las compras, sin embargo, puede pasar activa en el siguiente período del mismo ciclo, siempre y cuando se obtengan las compras y el inventario correspondiente.

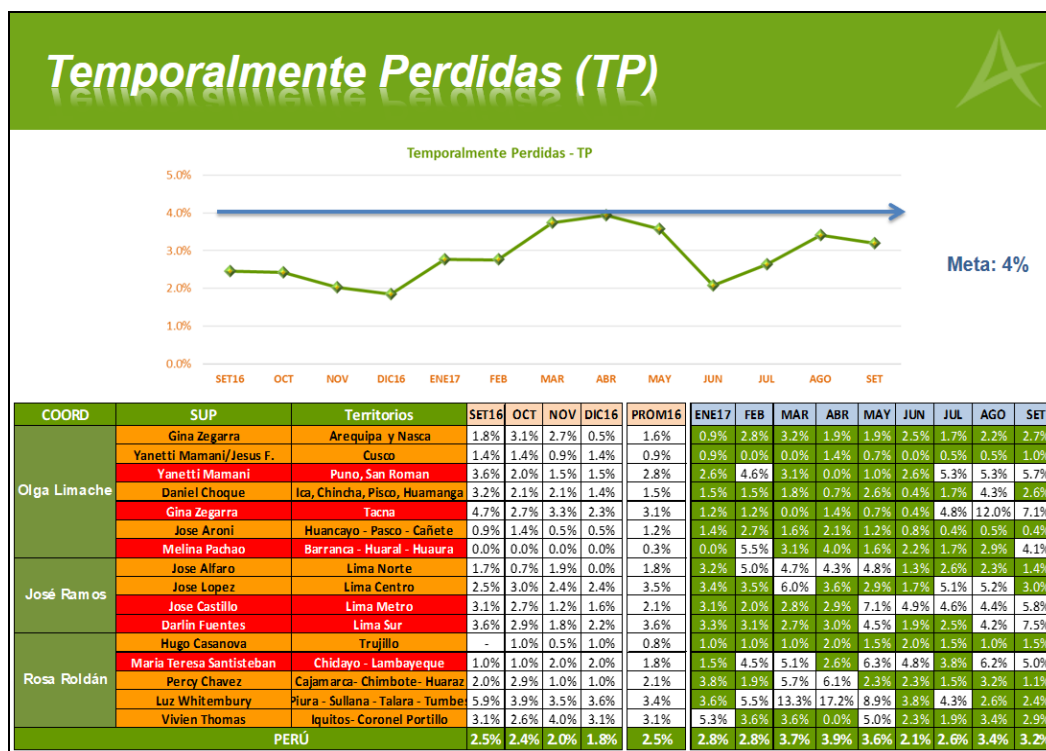


Figura 13. Temporalmente perdidas.

Fuente: Arellano Marketing.

5.1.3. Productividad.

La productividad es un objetivo que se tiene en auditoria de tiendas los cuales deben lograrse con 65 ítems por hora, y más aún mejorarse; teniendo en mente que incrementar la productividad no es solamente hacer más; sino también hacerlo mejor, en base a una adecuada programación, distribución de carga de trabajo, ubicación de auditores en lugares con un mayor número de tiendas.

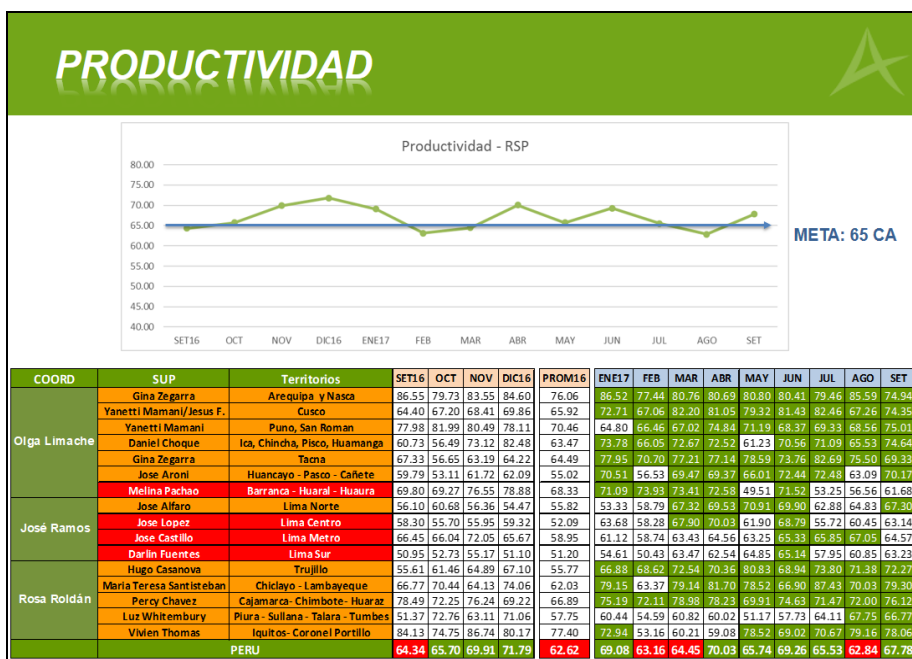


Figura 14. Productividad.

Fuente: Arellano Marketing.

5.1.4. Permanentemente perdidas (PP)

Es cuando la tienda deja de pertenecer a la muestra, porque cerró definitivamente, por orden o por instrucciones del departamento de calidad.

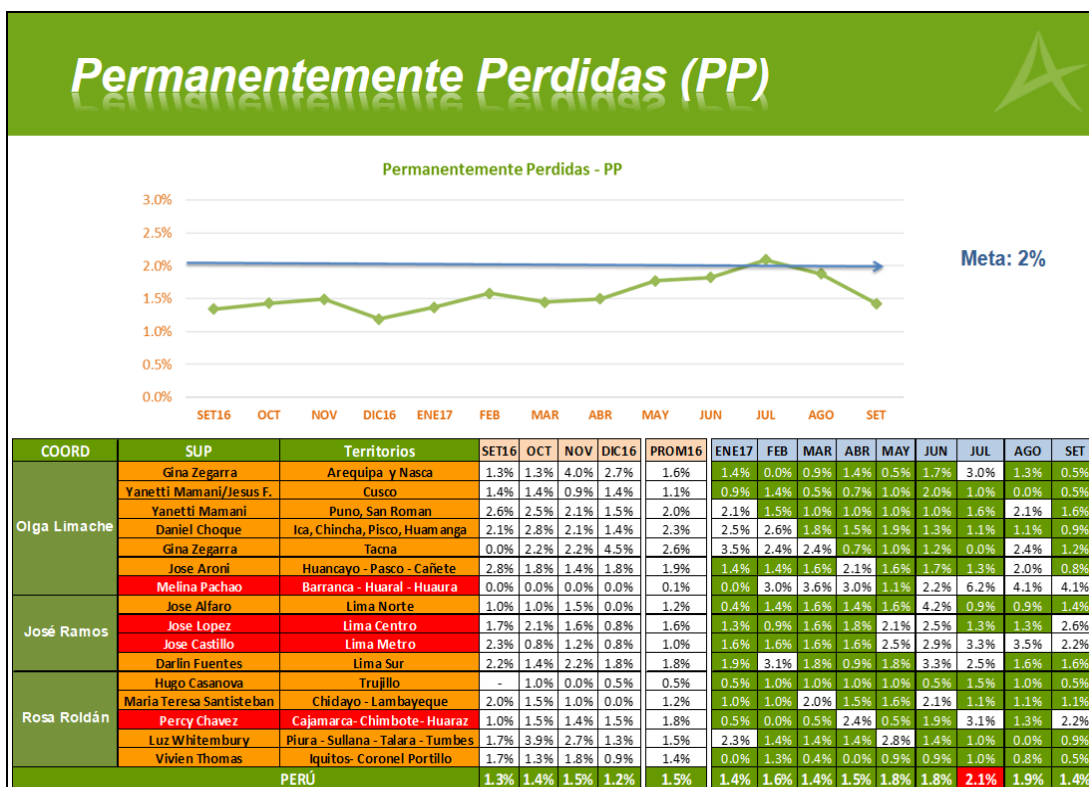


Figura 15. Permanentemente perdidas.

Fuente: Arellano Marketing

5.1.5. Calidad.

Es evitar todos los reprocesos a toda costa, brindando inventarios, compras y ventas exactas, ya que si no es así tienen una repercusión en los clientes, ya que, incluso antes de adquirir nuestra información ellos exigen la documentación que acredita la aplicación de éstos.

La responsabilidad de controlar la calidad de la auditoria de una tienda debe ser asignada a una sola persona, independiente del número de auditores de campo involucrados en ella. El inventario debe concluir en un sólo día.

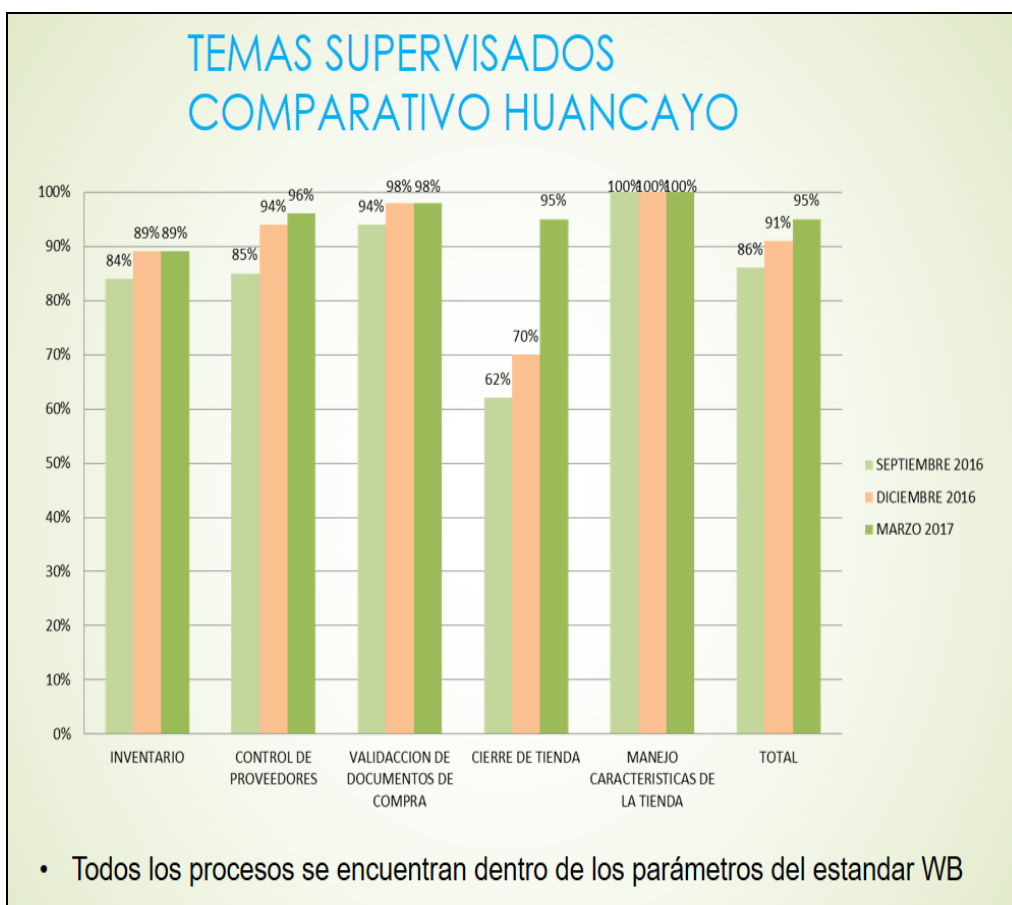


Figura 16. Comparativo de mejora en la calidad.

Fuente: Arellano Marketing.

5.1.6. Auditoria completa (IT)

Es cuando la tienda que tiene inventario anterior, el auditor de campo levanta el inventario actual, registra las compras del período, el precio de venta al público y procede a cerrar la tienda.

5.2. Logros Alcanzados

Los logros que alcancé es ocupar el primer puesto a nivel Perú, Paraguay y Bolivia en mantener mi muestra, calidad y productividad solicitada por parte de Arellano Marketing, haciéndome acreedor a un diploma de reconocimiento en la reunión semestral del mes de febrero del 2016.



Figura 17. Diploma por haber obtenido el primer puesto a nivel Perú, Paraguay y Bolivia.
Fuente: Arellano Marketing.

En octubre del 2017 ocupé el segundo puesto a nivel Perú, Paraguay y Bolivia, en mantener mi muestra, calidad y productividad, haciéndome acreedor a un diploma de reconocimiento en la reunión semestral del mes de octubre del 2017.



Figura 18. Diploma por haber obtenido el Segundo puesto a nivel Perú, Paraguay y Bolivia.
Fuente: Arellano Marketing.

5.3. Dificultades Encontradas

Referente a las dificultades para el logro de los objetivos es de mantener una muestra saludable, es decir con un cumplimiento por encima del 97% y con niveles de sobre muestra nulos o muy bajos.

Otra dificultad que se encontró es la productividad requerida por parte de la empresa, que es de 60 ítems por hora y este debe de ir de la mano con la calidad. La productividad es fundamental para crecer o para aumentar la rentabilidad, así, la productividad es el resultado de las acciones que se deben llevar a cabo para conseguir los objetivos.

Otra dificultad encontrada es mejorar la calidad brindada a CR, es decir, tenemos que proveer información con altos estándares, estricto cumplimiento de procedimientos y de manera eficiente, por ende, evitar los reprocesos.

5.4. Planteamiento de Mejoras

- Se plantea actualizar los datos al 100% de todos nuestros colaboradores.
- Identificar las tiendas recurrentes en otros estados.
- Concientizar a los auditores de la importancia del indicador, para tener presente en realizar todos los esfuerzos para siempre enviar las tiendas en IT.
- Validación de la programación por parte de los auditores.
- Crear una lista con ítems incorrectos.
- Entrega de materiales para el guardado de comprobantes.
- Los contratos que se realicen se les explique claramente en que consiste nuestro trabajo para evitar futuras anulaciones.
- Actualizar los precios de los productos a auditar al 100%.
- Llamar a los colaboradores identificados como buenos, pero con problemas para el guardado de los comprobantes para recordarles la importancia de anotar y guardar todas sus compras. Así como a, los que sean PI por primera vez.

5.4.1. Metodologías propuestas.

- Se actualizó todos los datos de nuestros colaboradores en el F-185 para así tener toda la información necesaria.
- Se filtró y se realizó el seguimiento a las tiendas que se van en otros estados como, permanentemente perdidas, temporalmente perdidas, días transcurridos y no auditadas.

- Se reforzó a los auditores involucrados que encabezan el ranking de tiendas en otros estados, la importancia de mantener la muestra actual estable.
- Una vez que mi persona termine de realizar la programación, es enviada a cada auditor para su validación correspondiente.
- Se realizó una lista de todos los ítems incorrectos en cada periodo, para luego entregar a los auditores y así evitar re-procesos.
- Se hizo herramientas para el guardo de comprobantes, para luego entregar a los colaboradores con mayores ajustes en cada periodo.
- Se actualizó los precios e un periodo de cuatro meses, manejando un orden alfabético, en el primer mes desde la letra A hasta la letra C, segundo periodo desde la letra D hasta la H, tercer periodo desde la letra I hasta la M, cuarto periodo desde la letra O hasta la Z.

5.4.2. Descripción de la implementación.

La descripción de la implementación para tener una muestra saludable, productividad y calidad requerida es la siguiente:

- La actualización de los datos en el F-185 se realizó en cada establecimiento según su programación de tiendas a trabajar, el auditor tendrá a la mano toda la información necesaria del colaborador como dirección del establecimiento, horarios de atención, días de atención, lugar donde guarda los comprobantes, si tiene contador y este se llevó los comprobantes, ruta de locomoción, toda esta información es muy importante porque evitara que las tiendas se vayan en otros estados.

- En las reuniones quincenales o de IP se reforzó a todo el equipo la importancia de tener la muestra completa y como debemos de realizar los contratos correctamente para así evitar futuras anulaciones que perjudiquen a nuestra muestra.
- Se revisó las tiendas a anular identificando los índices afectados y las posibles tiendas donde se puedan syndicar según la programación por auditor.
- El auditor valida su programación completa, verificando horarios de atención y días, en la programación ya figuran los días de contratos que serán en las tres primeras semanas, el auditor es el que comunica a mi persona las modificaciones que se tienen que realizar para así evitar tiendas en otros estados y tener una muestra completa.
- Se realizó la lista con los ítems incorrectos por motivos ya sea de mala manipulación, o por usar una plantilla de una descripción que ya existía en la master, pero incorrecta, esta lista se le enviaba a su correo y se le entrega a todo el equipo, para que sea de gran ayuda y cada momento que encontraban un producto nuevo o se les presentaba dudas usaban la lista para así no volver a cometer las mismas oportunidades ya encontradas en las supervisiones o detectadas por CR, mejorando nuestra calidad.
- Se hizo cajas de cartón, bolsas, se compraron archivadores para ser entregados a los colaboradores con mayores ajustes, explicándoles que tienen que guardar todos los comprobantes sean las compras de fabricantes o mayoristas, así sea facturas, boletas, guía de remisión, notas

de compra, tickets, o un papel simple que son entregados en los mercados mayoristas, esto permitió mejorar nuestra productividad y calidad.

- En un periodo de cuatro meses se actualizaron los precios de todos los productos que se auditan por orden alfabético, esto ya que teníamos muchas oportunidades de mejora en este proceso, para así evitar consultas por parte de el CR, evitar volver a la tienda generando pérdida de tiempo.

5.5. Análisis

- Mi persona es el responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas u lineamientos establecidos con oportunidad y calidad, combinando mi experiencia capacidad y habilidades.
- Se tienen que contratar y mantener la muestra operativa de acuerdo a los estándares que establecen y que esta debe mantenerse en un 97% de acuerdo a los ideales que CR nos solicita, si se va anular alguna tienda se tienen que identificar los índices afectados, se tienen que solicitar alternativas con anticipación y realizar el contrato del nuevo negocio para así no afectar nuestra muestra.
- Las productividades se tienen que lograrse y tenemos que tener en mente incrementar hasta llegar a lo solicitado, en base a una adecuada programación, a mayor productividad mayor beneficio para la empresa.
- La información que brindamos a nuestros clientes tienen que ser de calidad, se tienen que cumplir con los requisitos para satisfacer sus necesidades, la calidad es un factor primordial en los Estudios realizados, el prestigio de nuestra Empresa radica precisamente en el cuidado que se tiene con la calidad de la información de cada estudio.

5.6. Aporte del Bachiller en el Empresa y/o Institución

Al inicio cuando ingresé a trabajar en la empresa no había buenas relaciones entre los auditores y tuve un mal recibimiento, tuve que iniciar y mantener una comunicación sana para evitar cualquier tipo de conflictos, evitando el personalismo y así llegamos a nuestros objetivos de manera eficaz, siendo reconocidos mi equipo y mi persona en ocupar el primer puesto en el año 2016 y segundo puesto en el año 2017 a nivel Perú, Paraguay, y Bolivia.

- Se logró tener un equipo motivado, dando las oportunidades a los auditores que generen sus propias ideas y se sientan parte del éxito de nuestro trabajo, el cual no lo tuvieron en ocho años.
- En las reuniones de quincena e IP se realizó clínicas de diferentes temas de trabajo y personales donde cada auditor y mi persona dábamos a conocer nuestras habilidades, para luego saber cómo ayudarnos mutuamente.
- Se logró planificar y realizar una programación de trabajo adecuado, tanto para el equipo de auditoria como para el supervisor, dando como resultado tener una muestra saludable.
- Se logró llegar a la productividad de 65 ítems por hora como equipo y más aún mejorarse, esto debido a que se consiguió concientizar a los colaboradores que nos guarden todos los comprobantes en los materiales que les fueron entregados, mejorando nuestros tiempos de trabajo, reduciendo los ajustes y por ende brindando una información de calidad a nuestros clientes.

- Se logró mejorar la calidad de información brindada a CR hasta en un 97% en Cerro de Pasco y en Huancayo a un 95% gracias a mi experiencia profesional y las decisiones que tuve, utilizando eficazmente los recursos que me fueron brindados por la empresa.

Conclusiones

1. Se logró cumplir y garantizar el trabajo de los auditores a mi cargo de acuerdo a los métodos y procedimientos establecidos, dentro de un ambiente cordial y eficiente.
2. Se logró satisfacer las necesidades de los clientes a través del servicio de auditoría, utilizando la más alta tecnología que se requiere, logrando garantizar la calidad del trabajo realizado por los auditores y por mi persona.
3. Se esta cumpliendo con brindar una información de calidad, mediante las cifras que se reportan por medio de los auditores previa evaluación de mi persona.
4. Se esta cumpliendo en ayudar a nuestros clientes a conocer realmente lo que está sucediendo con sus productos y los de la competencia, para que puedan tomar mejores decisiones.
5. Se logró evaluar la calidad y la productividad, permitiendo determinar los tiempos improductivos que van de la mano con la calidad en el servicio de auditoria, cuyo resultados estan sirviendo para desarrollar planes en la mejora de los indicadores.
6. Se logro cumplir el trabajo de auditoria según lo requerido por Arellano Marketing, ya que los fabricantes cuentan ahora con información sobre las preferencias del consumidor en cuanto a los tamaños, precios, presentaciones, y publicidad, pues los fabricantes harán productos más acordes con las necesidades de sus clientes, como son nuevos sabores, tamaños, mejores precios, ofertas, mejorar la distribución, etc.
7. El éxito de mi trabajo como supervisor de auditoria adquiere los siguientes compromisos y responsabilidades:
 - Se logró establecer relaciones cordiales con colaboradores y asociados.

- Se logró dar solución inmediata a problemas que puedan afectar la operación regular, solicitando el apoyo a mi jefe inmediato cuando fue necesario.
- Logré ser un ejemplo a seguir por los auditores, a través de transparencia, disciplina, honestidad, puntualidad y respeto.

Recomendaciones

1. Luego de la presentación de las supervisiones del cliente, el coordinador debe enviar un mail resumen al supervisor de la ciudad máximo el día útil siguiente, con los temas a felicitar al equipo de la ciudad supervisada y con las oportunidades de mejora más importantes, sobre todo las que necesiten medidas correctivas inmediatas, para así evitar reprocesos.
2. Una vez que se envía las cinco fotos *epics* de un producto nuevo a CR, deben enviar al día siguiente la descripción correcta con todos los atributos requeridos ya que tienen toda la información completa que solicitan para crear el ítem.
3. Deben tener personal de apoyo para nuevos estudios y no sobre cargar el trabajo a los auditores, generando que cometan errores por el apuro de llegar a sus objetivos.
4. Aplicar controles o exámenes especiales a toda el área de auditoria con el propósito de hacer más efectivos y eficientes los procesos y de esta manera alcanzar los objetivos de la empresa.

Referencias Bibliograficas

Recuay Denegri, Briggitt Giuliana (2017) *Análisis de datos en una auditoría de mercado para productos de consumo masivo en bodegas de Lima Metropolitana*. Universidad Nacional Agraria La Molina.

Caqui Pajuelo, Giulana Yesmit (2019) *La auditoría operativa y su incidencia en la gestión administrativa de la compañía peruana de bebidas embotelladas "Oro" – Provincia de Lima, periodo 2015*. Universidad inca Garcilaso de la Vega.

Sinche, Veronica y Viejo Mercedes (2019) *Análisis de factores que determinan la eficacia de la auditoría interna en empresas manufactureras de productos de consumo masivo de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Argibay, Juan C (2009) *Muestra en investigación cuantitativa*, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).

Carro paz, Roberto y Gonzalo Gómez Daniel *Productividad y competitividad* Universidad Nacional del Mar de Plata.

Raiza Yáñez, Janett Yáñez (2012). *Auditorías, Mejora Continua y Normas ISO: factores clave para la evolución de las organizaciones*. Universidad de Carabobo Carabobo, Venezuela.

Anexos

Anexo 1: Programa de trabajo de auditor

Identificación	Nombre	Distrito	INCT	INBG	INA	ING	INL	Canal	Ubicación	INCT	INBG	INA4	ING5	INL6	Status	AUDITOP	FECHA REAL MARZO	CA	CLAVE	Fecha programada MARZO	Act. Final de día	DIA H	TFA	OT programado	Auditor programado ABRI
20196	ZONIA HUAYLINOS FL	EL TAMBO	INCT	INBG	INA	ING	INL	BODEGA FM	PQ	MD	PQ	PQ	PQ	PQ	8 IT-IT	7006	5/03/2019	319	Titular	3/04/2019	IT	1	29	29	7006
20540	VANESA MEZA MERGE	HUANCAYO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	5/03/2019	191	Titular	3/04/2019	IT	1	163	29	7006
20443	BOTICA E & B BETTY E	EL TAMBO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	6/03/2019	134	Titular	4/04/2019	IT	2	153	29	7006
20659	JESUS RIOS CASAS	EL TAMBO	0	INBG	0	0	0	KIOSCOS FM	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	6/03/2019	11	Titular	4/04/2019	IT	2	89	29	7006
20238	ROCIO HUAYTA ZAMU	EL TAMBO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	6/03/2019	202	Titular	4/04/2019	IT	2	150	29	7006
20500	LI JORDY-LUIS HINOS	HUANCAYO	0	INBG	0	0	0	LICORER FM	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	7/03/2019	47	Titular	5/04/2019	IT	3	80	29	7006
20563	FARMACITY/ROSA	EL TAMBO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	7/03/2019	149	Titular	5/04/2019	IT	3	159	29	7006
20249	FARMA MEDIC/CELIA	PILCOMAYO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	7/03/2019	76	Titular	5/04/2019	IT	3	172	29	7006
20444	LIBIA MEZA LOZANO	EL TAMBO	0	INBG	0	0	0	RESTAUF FM	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	7/03/2019	4	Titular	5/04/2019	IT	3	90	29	7006
20517	RAQUEL MARIN HUAF	PILCOMAYO	INCT	0	0	0	INL	BODEGA EM	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	8/03/2019	48	Titular	5/04/2019	IT	3	166	28	7006
20381	GENOVEVA ROJAS TA	EL TAMBO	INCT	INBG	INA	ING	INL	BODEGA FM	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	PQ	8 IT-IT	7006	8/03/2019	0	Titular	8/04/2019	ANU	5	71	31	7006
20250	IZAFARMA/EDITH MA	PILCOMAYO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	11/03/2019	114	Titular	8/04/2019	IT	5	181	28	7006
20578	LUCIA FLORES CONO	PILCOMAYO	INCT	0	INA	0	INL	BODEGA EM	PQ	0	PQ	0	MD+G	8 IT-IT	7006	11/03/2019	121	Titular	8/04/2019	IT	5	149	28	7006	
20198	GLORIA CASTRO AZUE	EL TAMBO	INCT	INBG	X	ING	INL	BODEGA FM	PQ	PQ	0	MD	PQ	PQ	8 IT-IT	7006	11/03/2019	202	Titular	8/04/2019	IT	5	17	28	7006
20448	EL PAISA/ROCIO LUJA	EL TAMBO	0	INBG	0	0	0	RESTAUF FM	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	8/03/2019	14	Titular	9/04/2019	IT	6	60	32	7006
20655	EL LENGUADITO/VAN	EL TAMBO	0	INBG	0	0	0	CHIFA/P	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	12/03/2019	9	Titular	9/04/2019	IT	6	99	28	7006
20237	BOTICA DEL CARMEN	EL TAMBO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	12/03/2019	183	Titular	9/04/2019	IT	6	174	28	7006
20679	FARMAELSITA- JESUS	EL TAMBO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	12/03/2019	212	Titular	9/04/2019	IT	6	156	28	7006
20522	BOTICA PAOS/PAMEL	PILCOMAYO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	12/03/2019	178	Titular	10/04/2019	IT	7	134	29	7006
20318	JUVITA YAMUCA MAR	HUANCAYO	INCT	INBG	INA	ING	INL	BODEGA FM	MD	PQ	MD	MD	MD	MD	8 IT-IT	7006	13/03/2019	491	Titular	10/04/2019	INV	7	34	28	7006
20709	SHIFARMA-SILVIA CO	PILCOMAYO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	13/03/2019	191	Titular	11/04/2019	IT	8	151	29	7006
20318	JUVITA YAMUCA MAR	HUANCAYO	INCT	INBG	INA	ING	INL	BODEGA FM	MD	PQ	MD	MD	MD	MD	8 IT-IT	7006	13/03/2019	0	Cierre	11/04/2019	IT	8	34	29	7006
20368	BOTICA NELLY FARM	EL TAMBO	INCT	0	0	0	0	BOTICA	0	0	0	0	0	0	8 IT-IT	7006	14/03/2019	101	Titular	12/04/2019	IT	9	167	29	7006

Anexo 2: Programa de trabajo del supervisor

Fecha		2-Abr	3-Abr	4-Abr	5-Abr	6-Abr
Mañana		Instrucciones de periodo	1.- Envío del SEAS final. 2.- Envío de Indicador final. 3.- Envío de los kardex 4.- Envío respuestas a las consultas etc. 5.- Envío de KPI	1.- Elaboracion del programa del auditor 2.- Envío respuestas a las consultas etc. 3.- Solicitud de alternativas acompañado de archivos respuestas	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío respuestas a las consultas etc. 4.- Otros (respuestas a las, consultas etc.) 5.- Supervisión (2 tienda)	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 3.- Envío del SEAS 4.- Revision archivo ventas, revisiones, etc.
Tarde		Instrucciones de periodo	1.- Elaboracion del programa del auditor 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Envío informe diario 4.- Envío de reporte actualizado de Indicadores.	1.- Solicitud tiendas a anular 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Envío informe diario. 3.- Envío de reporte actualizado de Indicadores.	1.- Supervisión (1 tienda) 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Revisión archivo ventas, revisiones, etc. 4.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5.- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1.-Envío Fotos epic, DA, novedades, etc. 2.- Envío de los QMS 3.- Envío de RSP 4.- Otros. (respuesta a las, consultas etc.)
Fecha	8-Abr	9-Abr	10-Abr	11-Abr	12-Abr	13-Abr
Mañana	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío respuestas a las consultas etc. 3.- Envío avance de symbol 3P 4.- Envío reporte de tiendas QCT 5.- Supervisión (1 tienda)	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío respuestas a las consultas etc. 3.- Envío avance de symbol 3P 4.- Envío reporte de tiendas QCT 5.- Supervisión (1 tienda)	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío respuestas a las consultas etc. 3.- Envío avance de symbol 3P 4.- Envío reporte de tiendas QCT 5.- Supervisión (1 tienda)	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío respuestas a las consultas etc. 3.- Envío avance de symbol 3P 4.- Envío reporte de tiendas QCT 5.- Supervisión (1 tienda)	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío respuestas a las consultas etc. 3.- Envío avance de symbol 3P 4.- Envío reporte de tiendas QCT 5.- Supervisión (1 tienda)	1.- Actualización del avance según la programación del auditor. 2.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 3.- Envío del SEAS 4.- Revision archivo ventas, revisiones, etc. 5.- Otros (respuestas a las, consultas
Tarde	1.- Supervisión (1 tienda) 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Revision de tiendas. 4.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5.- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1.- Supervisión (1 tienda) 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Revision de tiendas. 4.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5.- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1.- Supervisión (1 tienda) 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Revision de tiendas. 4.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5.- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1.- Supervisión (1 tienda) 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Revision de tiendas. 4.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5.- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1.- Supervisión (1 tienda) 2.-Otros (consultas etc.) 3.- Revision de tiendas. 4.- Envío de reporte actualizado de Indicadores. 5.- Envío comentarios tiendas no recibidas y informe diario	1.-Envío Fotos epic, DA, novedades, etc. 2.- Envío de los QMS 3.- Envío de RSP 4.- Otros. (respuesta a las, consultas etc.)
Fecha	15-Abr	16-Abr	17-Abr	18-Abr	19-Abr	20-Abr

Anexo 3: Programa específico del supervisor

AMA DE SUPERVISIÓN					
Supervisor: José Aroí Ríos					
Esta es una guía si por cuestiones que escapen de la gestión del Supervisor (consultas del cliente por ejemplo), el día programado no es posible supervisar al auditor se puede intercambiar por otro, lo que no se debe perder es la oportunidad de avanzar con las Supervisiones programadas para el mes por Tipos, ya que cada tipo da resultado distinto.					
Auditor	Tiempo estimado	Cantidad y Tipo	Fecha	Objetivo	Observación
7006	1:00	CALL BACK	5-Abr	Verificar si conoce y aplica los procedimientos de auditoria.	Se revisará todo el proceso de auditoría para verificar si auditor está aplicando los procedimientos establecidos. Se pondrá especial énfasis en el proceso de cierre(uso adecuado de justificaciones y comentarios manuales).
7006	1:00	SPOT CHECK	5-Abr	Verificar si conoce y aplica los procedimientos de auditoria.	Se revisará todo el proceso de auditoría para verificar si auditor está aplicando los procedimientos establecidos. Se pondrá especial énfasis en el proceso de cierre(uso adecuado de justificaciones y comentarios manuales).
7016	1:00	SPOT CHECK	5-Abr	Verificar si conoce y aplica los procedimientos de auditoria.	Se revisará todo el proceso de auditoría para verificar si auditor está aplicando los procedimientos establecidos. Se pondrá especial énfasis en el proceso de cierre(uso adecuado de justificaciones y comentarios manuales).
7013	1:00	SPOT CHECK	8-Abr	Verificar si conoce y aplica los procedimientos de auditoria.	Se revisará todo el proceso de auditoría para verificar si auditor está aplicando los procedimientos establecidos. Se pondrá especial énfasis en el proceso de cierre(uso adecuado de justificaciones y comentarios manuales).

Anexo 4: Concal

AUDITOR	NOMBRE_AUD	TERRITORIO	NOM_TERRITO RIO	COORD	AJUSTES PORCENTUALES (ENVIADO EN KPI)	2%	2%	8%	2%	8%	8%	2%	2%	3%	5%	12%	TOTAL	TOTAL CA	%OMA2 (TIENDAS-ITEM)	CUMPLIMIENTO ConCal							
						AUDITOR	TERRITORIO	AJUSTES	TOTAL	TIENDAS x AUDITOR	BITACORA	CARACTERES NO ADMITIDOS	DOC. LIB.	INDEX	ITEM INDICATIVO	SIN PRECIO	SOLO PRECIO	DUMMYS	INVENTARIO EN FRIJO	CAUSALES COCA COLA	OBS ESPECIALES	FLUCTUACION SIN JUSTIFICACION	JUSTIFICACION SIN COMENTARIO				
7016	JENNIFER ALCALA CORDERO	7002	HUANCAYO	OLGA LIMACHE		0		1	1	59	22	0			0	4		0	0		0	20	16	62	7651	0.81%	99.03%
7013	MARITZA MARITA QUISPE HUINCHO	7002	HUANCAYO	OLGA LIMACHE		0		0	0	49	22	0			0	35		4	0		0	31	4	96	8639	1.11%	99.09%
7006	SHIRLY ELEANA JURADO CHAMORRO	7002	HUANCAYO	OLGA LIMACHE		0	1	1	1	47	21	0			0	20		0	0		0	13	3	57	8195	0.70%	99.05%
7017	WILMER ESPINOZA QUISPE	7002	HUANCAYO	OLGA LIMACHE		1		0	1	46	14	0			0	30		0	0		0	28	12	84	4631	1.81%	98.12%

Anexo 5: Cis

Tienda	Item	Descripcion_Item	itm_Modu	Descripcion_Modulo	Period	Inventario	Compras	Ventas	EL ITEM ES CORRECTO?	De NO ser correcto, ¿cuál es el NID del item correcto?	Comentario	FOTO	N° de Foto	Comentario	Respuesta
20399	3547	DONOFRIO TRIANGULO SENSACION	18300	CHOCOLATES TABLETAS	2018024	9	9	0							
20486	3547	DONOFRIO TRIANGULO SENSACION	18300	CHOCOLATES TABLETAS	2018024	8	0	1							
20676	3547	DONOFRIO TRIANGULO SENSACION	18300	CHOCOLATES TABLETAS	2018024	7	0	0							
20562	4895	POETT BEBE LIQUIDO CONCENTRA.	5500	LIMP.LIQUID OS DILUIBLES	2018024	2	0	0							
20365	10055	POETT MULTIESPACIOS BOSQUE DE BAMBU	5500	LIMP.LIQUID OS DILUIBLES	2018024	1	0	0							
20466	22995	DULCITO PAPEL 3 GRINDIV.	202	CARAMELOS DUROS X	2018024	1	0	0							

Anexo 6: Cuadernillo de proveedores

[illegible]

Anexo 7: Ficha de visita mensual de la tienda

[illegible]

Anexo 8: Formulario 185

Forma N° 185																													
IDENTIFICACIÓN DE LA TIENDA																													
Actualización															Código de la Tienda														
Día															N° SHOP					N° BLOQUE									
Mes																													
Año																													
NOMBRE DE FANTASÍA																													
TIPO (marcar con una "x")																													
☐ Autoservicio ☐ Licorería ☐ Bodegas Generalistas ☐ Bodegas de Aseo ☐ Supermercado															☐ Boticas ☐ Perfumerías ☐ Kiosco ☐ Grifos ☐ Otro: Especificar														
DIRECCIÓN															Calle, Pasaje, Avenida										Número				
DISTRITO															CIUDAD														
NOMBRE PROPIETARIO																													
NOMBRE PROPIETARIO																													
RUC/RUS/DNI																													
ADMINISTRADOR																													
OTRO DEPENDIENTE																													

4	¿LOS PRECIOS SE DEBEN CONSULTAR?	☐	☐									
5	¿LA TIENDA POSEE DEPOSITOS?	☐	☐									
	Los Depositos del Negocio, se encuentran en:											
6	¿EXISTEN LUGARES POCO COMUNES EN DONDE GUARDAN LA MERCADERÍA?	☐	☐									
	¿Dónde se ubican?											
7	¿EXISTEN ÍTEMS O CPS QUE NO PERMITE EL COLABORADOR INVENTARIARLOS?	☐	☐									
	Indique cuáles y por qué											
INFORMACIÓN EN LA TOMA DE COMPRAS												
1	NOMBRE DEL CONTADOR											
	DIRECCIÓN											
	TELÉFONOS											
	DÍAS DE VISITA	<table border="1"> <tr> <td>lun</td> <td>mar</td> <td>mié</td> <td>jue</td> <td>vie</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> </table>	lun	mar	mié	jue	vie	☐	☐	☐	☐	☐
lun	mar	mié	jue	vie								
☐	☐	☐	☐	☐								
	¿EN QUE FECHA LAS FACTURAS SE VAN AL CONTADOR?	<table border="1"> <tr> <td>Día</td> <td>Semana</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	Día	Semana								
Día	Semana											
		SI	NO									
2	¿LA TIENDA REQUIERE QUE COLABORADOR LLEVE REGISTRO DE COMPRAS?	☐	☐									
	Indicar los ítems y las CPs											
3	¿LA TIENDA ESTÁ DISPUESTA A LLEVAR REGISTRO DE LAS COMPRAS NO DOCUMENTADAS?	☐	☐									
	Indicar cuáles											
4	¿LA TIENDA REALIZA COMPRAS EN SUPERMERCADOS?	☐	☐									



CONTROL DE COMPRAS

MARZO - ABRIL

DE:

AL:

MARZO					
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
				1	2
4	5	6	7	8	9
11	12	13	14	15	16
18	19	20	21	22	23
25	26	27	28	29	30

ABRIL					
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
1	2	3	4	5	6
8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27
29	30	1	2		

Anexo 9: Calendario

Anexo 10: Evaluación del auditor

BONO REGULAR						
	PUNTOS A EVALUAR	Resultado auditor	Puntaje equivalente	Peso	Peso obtenido	Monto obtenido
1º	Responsabilidad			100%	130.00%	S/. 169.00
	Efectividad para lograr el colaborador permita una auditoría de calidad	5	130%	15%	19.50%	S/. 25.35
	Uso adecuado de materiales de trabajo	5	130%	10%	13.00%	S/. 16.90
	Puntualidad	5	130%	15%	19.50%	S/. 25.35
	Apoyo a otros compañeros	5	130%	10%	13.00%	S/. 16.90
	Reporte y envíos semanales (RD-EPICS)	5	130%	10%	13.00%	S/. 16.90
	Reporte y envíos semanales RSP	5	130%	10%	13.00%	S/. 16.90
	Reporte y envíos diarios TIENDAS	5	130%	30%	39.00%	S/. 50.70
RESULTADO EVALUACIÓN BASE					130.0%	S/. 169
BONO MUESTRA - CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD						
	PUNTOS A EVALUAR	Resultado auditor	Puntaje		Indicadores incumplidos	Factor
1º	Calidad de muestra			100%	0	130%
	<i>Colocar la Cantidad de tiendas programadas</i>	18				
	Tiendas Anuladas (2.0% máx)	0	100%		20.00%	
	Tiendas en otros estados (NI-CTN, 4% máx)	0	100%		20.00%	
	Tiendas fuera de DT (3% máx)	0	100%		20.00%	
	Recuperación de Tiendas físicas (%) (colocar la cantidad)	0	130%		26.00%	

	Efectividad en contratación de negocios	1/3	130%		26.00%	
	PUNTOS A EVALUAR	Resultado auditor	Puntaje equivalente	Peso	Peso obtenido	Resultado
2º	Calidad de colecta			100%	124%	4
	Resultado de fichas de supervisión	19	124%	24%	30%	
	Satisfacción del Cliente	16	104%	12%	12%	
	AUDITOR	0	130%	2%	3%	
	TERRITORIO	0	130%	2%	3%	
	AJUSTES	12%	130%	10%	13%	
	CARACTERES NO ADMITIDOS	0	130%	2%	3%	
	SIN PRECIO	3	70%	2%	1%	
	SOLO PRECIO	0	130%	2%	3%	
	INDEX	0	130%	8%	10%	
	BITACORA	0	130%	8%	10%	
	DOC. LIB.	0	130%	8%	10%	
	JUSTIFICACIONES SIN COMENTARIO	100%	130%	12%	16%	
	FLUCTUACIONES SIN JUSTIFICACIÓN	100%	130%		0%	
	INVENTARIO EN FRIO	0	130%	3%	4%	
	CAUSALES TCC	0	130%	5%	7%	
3º	PRODUCTIVIDAD					9
	Días hábiles del mes	25				
	Días hábiles del mes trabajados (colocar días de KPI)	8.5				
	Indicador de Productividad Mensual (%) (colocar la cantidad de ítems relacionados)	4198				
	Indicador de Productividad Mensual (%) (colocar la cantidad de tiendas relacionadas)	23				
	Horas trabajadas por día	6.8				

Horas trabajadas por día	6.8		
Productividad por hora	72.8		
RESULTADO EVALUACIÓN PRODUCTIVIDAD-CALIDAD	9-4	130%	S/. 1,014
CA por día	494		

BONO TUTORÍA

PUNTOS A EVALUAR	Resultado auditor	Puntaje equivalente	Peso	Peso obtenido
1º Tutoría a auditor en capacitación (min 6días)	no	0%	100%	0%
RESULTADO TUTORÍA	50	0%		S/. 0
DOMINGOS/FERIADOS TRABAJADOS				
CAANTIDAD DE DÍAS	0			S/. 0
RESULTADO BOLETA				S/. 1,183.00

Anexo 11: Barcode

cod_item_ Actual	Descripcion	Barcode	CP	cod_item_cor recto	Descripcion	Barcode	CP	Comentarios	Fotos
124951	COSTA CAÑONAZO BARRITA BAÑADA 25 GR PAQ	7750885008105	186	651954	COSTA CAÑONAZO OBLEA BAÑADA 25 GR PAQ	7750885008105	186		3
50846	PANTENE PROV 2 EN 1 RIZDEF 18ML SCH /MM CREPISAC 9 ML GT	7506339305722	160	888206	PANTENE PRO-V 2EN 1 RIZ DEFI SACH 18 ML +M/M CRE	7506339305722	160		4
925765	PLENITUD PRACTI- PANAL MULTIUSOS PAQ.X 10 U	7751493264723	87	NO EXISTE	PLENITUD PRACTIPANAL MULTIUSOS PAQ.X 10 UND NE	7751493264723	87	En la descripción errada la submarca PRACTIPANAL es separada por un guión PRACTI- PANAL	5
620570	7 UP LIM.TRANS. LATA 355 CC.	7751580001040	51	827683	7 UP LIM.TRANS.ENV.PL.DE. 355 CC	7751580001040	51		6
644794	PULP NECTAR TETRA 1500 CC	7750670009355	32	894166	PULP TETRA 1500 CC	7750670009355	32		7

Anexo 12: Formato de novedades

TERRITORIO / SUPERV	TIENDA	AUDITOR	FECHA DE ENVIO	CP	MODULO	NID ACTUAL	DESCRIPCIÓN NOVEDAD	DESCRIPCION IMDB	ERROR	DESCRIPCIÓN CORRECTA	NID CORRECTO	MARCA SUBMARCA TIPO CONTENIDO ENVASE	COMENTARIO	RESPUESTA DA
7002/7012	80034	2008	16/07/2018	33	3300	122187	AQUA FENIX NE NE NE BOT PLA 335 ML	AQUA FENIX AGUA DE MESA S/GAS 335 CC BOT.PLAST	AGUA DE MESA NO ES ATRIBUT O	AQUA FENIX NE NE NE BOT PLA 335 ML	NO EXISTE	MARCA- SUBMARCA-TIPO I-TIPO II-ENVASE Y CONTENIDO	SE HA CREADO LA NOVEDAD EN ÉSTE PERIODO PORQUE LA DESCRIPCIÓN QUE ESTÁ EN EL IMDB NO ES LA CORRECTA	Por favor, emplear el ítem que figura en el IMDB (AQUA FENIX AGUA DE MESA S/GAS 335 CC BOT.PLAST) Por otro lado, revisar si existen otros ítems que se estén empleando para este mismo producto. De ser ese el caso, realizar las TI al ítem que figura en el IMDB. Una vez que tengamos los información agrupada en un ítem único (para esta presentación) solicitaremos a RD que excluya de la descripción el atributo sobrante "Agua de mesa"

Anexo 13: Control Form

OTRO (ESPECIFICAR)		PROCEDIMIENTOS DE INVENTARIOS/COMPRAS CORRECTOS	
RATING *		OTRO (ESPECIFICAR)	
JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5		JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5	
E. CONOCIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS DE HHT		F. CONSISTENCIA DE LOS FORMULARIOS DE TRABAJO	
CONOCE EL PROCEDIMIENTO CORRECTO		INFORMACIÓN 100% REGISTRADA	
COMETE ERRORES AL TRABAJAR CON LA HHT		INFORMACIÓN REGISTRADA CORRECTAMENTE	
INDECISO EN LAS RESPUESTAS		INFORMACIÓN INGRESADA COMO SE REQUIERE	
CARGA BATERÍA DE RESPUESTO		TODA LA INFORMACIÓN ENTREGADA ES VERDADERA	
HHT TIENE FECHA/HORA CORRECTAS			
OTRO (ESPECIFICAR)		OTRO (ESPECIFICAR)	
RATING *		RATING *	
JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5		JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5	
G. CALIDAD DE COLECTA DE INVENTARIO		H. CALIDAD DE COLECTA DE COMPRAS	
N° DE ÍTEMS CON CONTEO DE STOCK INCORRECTO <10%		N° DE ÍTEMS CON REGISTRO ERRADO DE COMPRAS <10%	
N° DE ÍTEMS CON CONTEO DE STOCK INCORRECTO >10%		N° DE ÍTEMS CON REGISTRO ERRADO DE COMPRAS >10%	
RAZONES PARA CONTEO INCORRECTO DE		RAZONES PARA INGRESO INCORRECTO DE COMPRAS	
CATEGORÍA/MARCA/PRODUCTO OMITIDO		PRODUCTO OMITIDO	
CÁLCULO EQUIVOCADO		FACTURA OMITIDA	
INVENTARIO SALA O DEPÓSITO INGRESADO		REGISTRO DE COMPRA EN ÍTEM ERRADO	
INVENTARIO EN FRÍO INGRESADO INCORRECTAMENTE		DESGLOSE ERRADO DE SABOR/VARIEDAD	
OBSERVACIONES ESPECIALES OMITIDAS		CÁLCULO ERRADO	
CAUSALES OMITIDAS (EXECUTIONS THEMES)		REGISTRO DE PROVEEDORES DE LA TIENDA COMPLETOS	
PRODUCTO INVENTARIADO EN CATEGORÍA		REGISTRO DE FRECUENCIA / PERIODICIDAD CORRECTA	
AUDITORÍA EQUIVOCADA DE PRODUCTOS DAÑADOS		ANÁLISIS FACTURAS FALTANTES PARA AJUSTES	
SALA DE VENTAS OMITIDA		REGISTRO DUPLICADO DE COMPRA (COPIAS / GUIAS)	
DEPÓSITO OMITIDO		MANEJO INCORRECTO DE PRODUCTOS DAÑADOS /	
OTRO (ESPECIFICAR)		MANEJO INCORRECTO DE PRODUCTOS EN CONSIGNACIÓN	
		OTRO (ESPECIFICAR)	
TOTAL # DE ÍTEMS CONTADOS POR EL AUDITOR		TOTAL # DE ÍTEMS CONTADOS POR EL AUDITOR	
TOTAL # DE ÍTEMS CHEQUEADOS		TOTAL # DE ÍTEMS CHEQUEADOS	
TOTAL # DE ÍTEMS CORRECTOS		TOTAL # DE ÍTEMS CORRECTOS	

SUPERVISOR CONTROL FORM												
NOMBRE TIENDA:				TIENDA #			AUDITOR #			FECHA		
NOMBRE SUPERVISOR:				SUPERVISOR #						FECHA		
SERVICIO		1-RMS	2-CAUSAL	3-CSSI	4-SFT	5-NSO	6-P&D	7-RES	OTRO 1	OTRO 2	OTRO 3	
Tiempos & Tipo de Transporte del supervisor	DESDE (hh:mm)	HASTA (hh:mm)	MÉTODO	DISTANCIA (Km)	UBICACIÓN DE A		NOMBRE DEL AUDITOR					
**Para informar el Método use:			(1) BUS/TREN		(2) AUTOMÓVIL		(3) A PIE					
***Para informar Ubicación use:			(1) CASA		(2) OFICINA		(3) TIENDA		(4) OTRA UBICACIÓN			
ACTIVIDAD			1- SPOT CHECK		6- INVESTIGACIÓN EN TIENDA		11- OTRAS ACTIVIDADES					
			2- CALL BACK		7- RES		12- TBD					
			3- ACCOMPANY		8- COLECTA/REGRESO DE		13- TBD					
			4- TRANSPORTE		9- REUNIÓN							
			5- ENTRENAMIENTO		10- TRABAJO DE OFICINA							
INFORMACIÓN GENERAL			CONDICIÓN DE INVENTARIO		FACTURAS				PRECIOS EN LOS PRODUCTOS			
			1- NORMAL		1- TODAS		1- TODOS					
			2- MEDIO		2- PARCIAL		2- PARCIAL					
			3- DIFÍCIL		3- NINGUNO		3- NINGUNO					
A. ORGANIZACIÓN & METODOLOGÍA					B. PUNTUALIDAD OPERATIVA EN CAMPO							
CARGA MATERIAL DE AUDITORÍA					TIENDA AUDITADA DENTRO DE DIAS TRANSCURRIDOS							
CARGA INSTRUCCIONES					TIENDA AUDITADA CONFORME PLANIFICACIÓN							
PATRÓN DE AUDITORÍA LÓGICO					AUDITOR LLEGÓ A LA HORA							
					SUPERVISOR/OFCINA INFORMADOS DE CAMBIOS DE							
OTRO (ESPECIFICAR)					OTRO (ESPECIFICAR)							
RATING *					RATING *							
JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5					JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5							
C. CLASIFICACIÓN DE LA TIENDA					D. CONOCIMIENTO DE INSTRUCCIONES							
TIENDA CORRECTAMENTE CLASIFICADA					LEVANTA CORRECTAMENTE NUEVA CATEGORÍA							
CARACTERÍSTICAS CORRECTAS DE LA TIENDA					AUDITÓ UNA CATEGORÍA FUERA DE INVENTARIO							
INFORMACIONES DE LA TIENDA CORRECTAS					COLECTA CORRECTA DE LOS PRODUCTOS CONFORME							
					PROCEDIMIENTOS DE INVENTARIOS/COMPRAS CORRECTOS							

% DE ITEMS CORRECTOS		% DE ITEMS CORRECTOS	
RATING *		RATING *	
JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5		JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5	
I. CALIDAD DE COLECTA DE PRECIOS		J. CALIDAD DEL CIERRE DE LA TIENDA	
N° DE ITEMS CON PRECIO ERRADO <10%		VENTAS NEGATIVAS INVESTIGADAS	
N° DE ITEMS CON PRECIO ERRADO >10%		INVENTARIOS INUSUALES INVESTIGADOS	
RAZONES PARA PRECIO INCORRECTO		COMPRAS INUSUALES INVESTIGADAS	
PRECIO INCORRECTO		VENTAS INUSUALES INVESTIGADAS	
PRECIO OMITIDO		EXCEPCIONES DE PRECIO INVESTIGADOS	
PRECIO REGISTRADO EN LUGAR INCORRECTO		OTRO (ESPECIFICAR)	
OTRO (ESPECIFICAR)			
TOTAL # DE ITEMS CONTADOS POR EL AUDITOR		TOTAL # DE ITEMS CONTADOS POR EL AUDITOR	
TOTAL # DE ITEMS CHEQUEADOS		TOTAL # DE ITEMS CHEQUEADOS	
TOTAL # DE ITEMS CORRECTOS		TOTAL # DE ITEMS CORRECTOS	
% DE ITEMS CORRECTOS		% DE ITEMS CORRECTOS	
RATING *		RATING *	
JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5		JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5	
K. NIVEL DE COLABORACION DEL PROPIETARIO DE LA TIENDA		TIEMPO DEL AUDITOR DESDE: HASTA:	
RETRASA LA AUDITORÍA		FACTS	#Items chequeados
NIEGA ACCESO TOTAL A LAS INFORMACIONES		INVENTARIO	
ACTITUD NEGATIVA PARA LA AUDITORÍA		COMPRAS	
RATING *		PRECIO	
JUSTIFICAR SI EL RATING ES 3,4 O 5		CIERRE	
		FIRMA DEL AUDITOR	
FIRMA DEL SUPERVISOR		FECHA	

Anexo 14: SEAS

Seguimiento y Evaluación de Auditores Supervisados (SEAS)	ENERO 2019					
Auditor: Wilmer Espinoza / Código: 7016	S1	S2	S3	S4	S5	S6
Supervisor	José Aroni	José Aroni	José Aroni	José Aroni	José Aroni	José Aroni
Ciudad:	Huancayo	Huancayo	Huancayo	Huancayo	Huancayo	Huancayo
Fecha de supervisión:	10-Ene	10-Ene	23-Ene	24-Ene	24-Ene	28-Ene
Tipo de supervisión:	CB	SC	CB	CB	CB	SC
Tienda:	20481	20572	20694	20699	20714	20356
A. ORGANIZACIÓN & METODOLOGÍA	N	1	N	N	N	1
Carga material de auditoría	NA	S	NA	NA	NA	S
Carga instrucciones	NA	S	NA	NA	NA	S
Patrón de auditoría lógico	NA	S	NA	NA	NA	S
B. PUNTUALIDAD OPERATIVA EN CAMPO	2	2	2	2	2	1
Tienda auditada dentro de días transcurridos	S	S	S	S	S	S
Tienda auditada conforme planificación	N	N	N	N	N	S
Auditor llegó a la hora	S	S	S	S	S	S
Supervisor/oficina informados de cambios de planificación	S	S	S	S	S	S
C. CLASIFICACIÓN DE LA TIENDA	1	1	1	1	1	1
Tienda correctamente clasificada	S	S	S	S	S	S
Características correctas de la tienda	S	S	S	S	S	S
Información correcta de las condiciones de la tienda	S	S	S	S	S	S
D. CONOCIMIENTO DE INSTRUCCIONES	1	1	1	1	1	1
Levanta correctamente nueva categoría	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Auditó una categoría fuera de inventario	N	N	N	N	N	N

Anexo 15: PAMC

Seguimiento y Evaluación de Auditores Supervisados (SEAS)		PLAN DE ACCIÓN DE MEJORA DE LA CALIDAD (PAMC)		
Auditor: Wilmer Espinoza / Código: 7016		En función a las Supervisiones realizadas en ENERO, Consultas "CI", "E" o de Centro Regional realizadas en ENERO 18		
		Se debe presentar el 19 de Febrero de 2019		
Supervisor	DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE MEJORA DETECTADA EN LA SUPERVISIÓN (Se debe llenar cuando el R.SEAS es <100%)	DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE MEJORA DETECTADA POR EL CLIENTE O CENTRO REGIONAL (Se debe llenar en la zona rosada, cuando se tiene consultas "CI", "E" o de C.Reg. con oportunidad de mejora)	CAUSA RAZ DE LA OPORTUNIDAD DE MEJORA (Se debe llenar cuando el auditor tiene Oportunidades de Mejora detectadas en la supervisión, por el cliente o C.Reg.)	PLAN DE ACCIÓN CORTO PLAZO ACCIÓN CORRECTIVA (Se debe llenar, ante cualquier hallazgo, cuando el auditor tiene Oportunidades de Mejora detectadas en la supervisión, por el cliente o C.Reg.)
Ciudad:				
Fecha de supervisión:				
Tipo de supervisión:				
Tienda:				
A. ORGANIZACIÓN & METODOLOGÍA				
Carga material de auditoría				
Carga instrucciones				
Patrón de auditoría lógico				
B. PUNTUALIDAD OPERATIVA EN CAMPO				
Tienda auditada dentro de días transcurridos	La tienda no se trabajó el día programado		Porque la colaboradora reprogramo el día de visita	Se le recomendó al auditor de tener la relación de tiendas que suelen reprogramar para hacer el seguimiento
Tienda auditada conforme planificación				
Auditor llegó a la hora				
Supervisor/oficina Informados de cambios de planificación				
C. CLASIFICACIÓN DE LA TIENDA				
Tienda correctamente clasificada				
Características correctas de la tienda				
Información correcta de las condiciones de la tienda				
D. CONOCIMIENTO DE INSTRUCCIONES				
Levanta correctamente nueva categoría				
Auditó una categoría fuera de inventario				

Anexo 16: Formato de solicitud de alternativas

TERRITORIO	PROYECTO	CANAL	UBICACIÓN	TAMAÑO	INDICES	SE NECESITA CONTRATAR	X3	COMENTARIO
HUANCAYO	REGULAR NUEVO	BODEGA GENERALISTA	FM	PQ	ING, INL	4	12	Para reemplazo de la tienda 20676
HUANCAYO	REGULAR NUEVO	BODEGA GENERALISTA	FM	MD	INL, INBG	5	15	Para la meta
HUANCAYO	REGULAR NUEVO	BODEGA GENERALISTA	FM	GD	ING	3	9	Para Lreemplazo de la tienda 20676
HUANCAYO	ON PREMISE	CAFETERÍA/SANDWICHERÍA/FUENTE DE SODA	FM		INBG	3	9	Para reemplazo de la tienda 20447
HUANCAYO	REGULAR NUEVO	KIOSCO	EM		ING	3	9	Para la meta
HUANCAYO	REGULAR NUEVO	BODEGA GENERALISTA	EM	MD+GD	INA, ING, INL	5	15	Para la meta
TOTAL						23	69	

Anexo 17: Indicadores de muestra

Indicadores de Muestra													
TERRITORIOS	MA ABRIL	MA	SUP_Z	codigo	Tiendas Permanentemente perdidas			Tiendas temporalmente perdidas			Tiendas fuera de DT		
					Cantidad Actual	Cantidad Estimada	%	Cantidad Actual	Cantidad Estimada	%	Cantidad Actual	Cantidad Estimada	%
AREQUIPA	191	190	19	4002			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
CHINCHA	70	70	7	1222			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
CUSCO	218	218	22	5002			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
HUAMANGA	4	4	0	1902			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
HUANCAYO	206	199	20	7002	5		✗ 2.51%	2		✓ 1.01%	3		⚠ 1.51%
CAÑETE	19	19	3	1702			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
ICA	139	139	14	1202			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
NAZCA	26	28	3	1242			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
PASCO	12	11	1	1702	1		✗ 9.09%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
PISCO	46	46	5	1232			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
PUNO	122	122	12	1402			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
SAN ROMÁN	71	71	7	1402			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
HUARA	69	69	7	1232			✓ 0.00%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
HUARAL	45	45	5	1402			✗ 2.27%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
BARRANCA	38	38	4	1402			✗ 5.26%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
TACNA	81	81	8	1302			⚠ 1.20%			✓ 0.00%			✓ 0.00%
		1350	136		6	0	✓ 0.44%	2	0	✓ 0.15%	3	0	✓ 0.22%

Anexo 18: Indicadores días transcurridos

TIENDA	ESTADO	COORDINADOR	COLABORADOR	CANAL	DIAS	TERRITORIO	INCT	INBG	INA	ING	INL	MOTIVO	COMENTARIO
20448	FUERA DE DT	OLGA LIMACHE	EL PAISA/ROCIO LUJAN ALIAGA	RESTAURANTE	34	HUANCAYO		INBG				LA/EL COLABORADOR(A) QUE NOS ATIENDE NO ESTA DISPONIBLE	LA COLABORADORA NO PUDO ATENDER NOS POR QUE TENIA PROBLEMAS FAMILIARES
20748	FUERA DE DT	OLGA LIMACHE	KAMIFARMA- SALOMENA ARAN	BOTICA	37	HUANCAYO	INCT					EL NEGOCIO ESTABA CERRADO DURANTE TODO EL PLAZO PARA AUDITORIA REGULAR	FALLECIO UN FAMILIAR DE LA COLABORADORA Y NO PUDO ATENDER NOS POR ESTAR DE DUELO
20424	FUERA DE DT	OLGA LIMACHE	BOTICA MEGA FARMA/ELIZABET H ONSIHUAY	BOTICA	34	HUANCAYO	INCT					EL NEGOCIO ESTABA CERRADO DURANTE TODO EL PLAZO PARA AUDITORIA REGULAR	EL NEGOCIO ESTA CERRADO SIN PODER UBICAR AL COLABORADOR

Anexo 19: Indicadores otros estados

TIENDA	ESTADO	COLABORADOR	CANAL	TERRITORIO	INCT	INBG	INA	ING	INL	MOTIVO	COMENTARIOS
20381	NI	GENOVEVA ROJAS TAIPE	BODEGA GENERALISTA	HUANCAYO	INCT	INBG	INA	ING	INL	POR ERROR DEL AUDITOR SE ENVIO EN NI	POR ERROR DEL AUDITOR DIGITO EN UNA CELDA INCORRECTA (NI) CUANDO DEBERIA DE ENVIARLO ANULADA
20083	ANU	VICTORIA PALOMINO GALVEZ	BODEGA GENERALISTA	HUANCAYO		INBG	INA	ING		PROBLEMAS FAMILIARES O SALUD DE 3 MESES O MAS	SE ANULA PORQUE LA COLABORADORA SUFRIO UN ACCIDENTE Y YA NO PODRA ATENDERNOS
20320	ANU	MARIA GOMEZ SALAZAR	CAFETERÍA/SAND WICHERÍA/FUEN TE DE SODA	HUANCAYO	INCT		INA	ING	INL	PROBLEMAS FAMILIARES O SALUD DE 3 MESES O MAS	SE ANULA PORQUE TIENE PROBLEMAS JUDICIALES CON LOS HERMANOS Y YA NO TIENE TIEMPO PARA ATENDERNOS
92779	ANU	ADRIANA JARA SESPERES	BODEGA GENERALISTA	CERRO DE PASCO		INBG				CAMBIO DE DUEÑO/ADMINISTRADOR SIN EXITO EN RECONTRATO	AHORA SE ESTA ENCARGANDO DEL NEGOCIO EL ESPOSO DE LA COLABORADORA Y EL NO QUIERE PARTICIPAR EN EL ESTUDIO
20129	ANU	JUANA ROMERO AYALA	KIOSCO	HUANCAYO		INBG		ING		PROBLEMAS FAMILIARES O SALUD DE 3 MESES O MAS	LA COLABORADORA SUBRIO UN ACCIDENTE Y SE FRACTURO LA MANO, YA NO ABRIRA SU NEGOCIO
20733	ANU	CLOTILDE TOMAS ISIDRO	BODEGA GENERALISTA	HUANCAYO		INBG			INL	CANCELADA POR ESTADISTICA	SE ANULA POR ORDEN DE ESTADISTICA
20572	ANU	INT.DIEGO/REYNA SERPA	BODEGA GENERALISTA	HUANCAYO		INBG			INL	CAMBIO DE RUBRO/TIPO DE NEGOCIO	CAMBIO DE RUBRO A UN A MARISQUERIA
20506	NI	VICTORIA PARIONA TRILLO	BODEGA GENERALISTA	HUANCAYO	INCT	INBG	INA	ING	INL	PROBLEMAS FAMILIARES O SALUD, NO PUEDE ATENDER POR EL MOMENTO	A LA COLABORADORA LE DETECTARON UN TUMOR Y VIAJO PARA SU TRATAMIENTO

Anexo 20: Reporte de observaciones especiales

REPORTE DE OBSERVACIONES ESPECIALES										En la celda Status se van a colocar los números 0 y 1; siendo 0 correcto y 1 incorrecto, para los 2 casos escribir una observación en el campo Comentario									
El objetivo es identificar y validar las tiendas que no han sido marcado ningún ítem con observación especial. Estas tiendas son aquellas que tienen un 0% en cada una de las observaciones especiales.										RESPUESTA - FEBRERO 2019									
TIENDA	status	CANAL	TERRITORIO	SUPERVISOR	AUDITOR	#items	Visibilidad (%)	Material POP (%)	Lugar Prepon. (%)	Accesibilidad (%)	Ofta. del Fab. (%)	Status	Comentario	Status	Comentario	Status	Comentario	Status	Comentario
20013	8	BODEGA GENERALISTA	7002	7012	7017	24	79%	0%	0%	0%	0%	0	Ningún producto tiene material POP	0	Ningún producto esta en lugar preponderante	0	La colaboradora alcanza los productos	0	Ningún producto tiene oferta del fabricante
20022	8	BOTICA	7002	7012	7013	187	49%	0%	0%	0%	6%	0	Ningún producto tiene material POP	0	Ningún producto esta en lugar preponderante	0	La colaboradora alcanza los productos		
20055	8	BODEGA GENERALISTA	7002	7012	7016	51	41%	8%	10%	0%	8%						La colaboradora alcanza los productos		

Anexo 21: Reporte de Inventario en frio

Para las tiendas que no presentan canal , es porque son PI:									
1.- En el FDC el Inv. En Frio es el INV. ESPECIAL. 2.-El Inv. Especial se debe relevar en el índice INBG en los canales (BOD. GENERALISTA, KIOSCOS Y LICORERIAS) 3.-El modulo REFRIGERADORES, solo se releva en BOD. GENERALISTA.									
TDS C/INV.FRIO	CANAL	SUP	AUDITOR	TDS C/ REFRIG	Indicar el tipo de EQUIPO DE ENFRIAMIENTO que maneja la Tda.	Error Detectado en CR.	Status	Comentario	PLAN DE ACCIÓN
20365	BODEGA GENERALISTA	7012	7013	NO MARCADO	-----	ERROR: No marcó item REFRIGERADOR	1	La pantalla de la symbol es muy sensible y por descuido ingreso la información en otra celda	Se le recuerda a la auditora que tiene que tener mas cuidado al momento de ingresar la información verificando que sea en la celda y item correcto, En las supervisiones se verificara si la auditora sigue las indicaciones dadas y si su trabajo lo esta realizando con calma y concentrada.

Anexo 22: factibilidad

Se necesita saber si es factible auditar las CP de FIAMBRES								
TIENDA	NOMBRE	SUPERVISOR	TERRITORIO	TIPO	ITEM (COLOCAR EL DETALLE DE LA PRESENTACIONES Y/O TAMAÑOS ENCONTRADOS COMO DEBEN SER DADOS DE ALTA EN EL IMDB)	Colocar 1: Si se puede, 0: No se puede		COMENTARIO
						FIAMBRES FETEADOS		
						INVENTARIO	COMPROBANTES	
						Los inventarios permiten relevar los productos	Los comprobantes permiten diferenciar los productos	
20091	DOMINICA MEZA CAMAYO	JOSE ARONI	HUANCAYO	BODEGA GENERALISTA	LA PREFERIDA NE. JAMONADA 100 GR 7750151000512	1	No se encontro comprobante	
20546	ROQUE AQUINO CHICMANA	JOSE ARONI	HUANCAYO	BODEGA GENERALISTA	SUIZA NE. JAMONADA 100 GR 7750151670647	1	1	En el comprobante no menciona el gramaje
20546	ROQUE AQUINO CHICMANA	JOSE ARONI	HUANCAYO	BODEGA GENERALISTA	SUIZA NE. CHORIZO 125 GR 77500977	1	No se encontro comprobante	
20546	ROQUE AQUINO CHICMANA	JOSE ARONI	HUANCAYO	BODEGA GENERALISTA	LA PREFERIDA NE. SALCHICHA 165 GR 7750151001205	1	0	
20546	ROQUE AQUINO CHICMANA	JOSE ARONI	HUANCAYO	BODEGA GENERALISTA	SAN FERNANDO NE. SALCHICHA 100 GR 7750946002592	1	0	En el comprobante no menciona la marca: SALCHICHA DE POLLO X 100 GR
20546	ROQUE AQUINO CHICMANA	JOSE ARONI	HUANCAYO	BODEGA GENERALISTA	SAN FERNANDO NE. JAMONETA 100GR 7750946004022	1	0	En el comprobante no menciona la marca: JAMONETA DE/POLLO X 100 GR

Anexo 23: Reporte de Symbols

SERIE/SYMBOL	CIUDAD	USUARIO	Cargo	CODIGO DE AUDITOR	FECHA DE ENTREGA	BATERIAS	CUNA ADAPTADOR ENCHUFE	Estado de Symbol	TIENE CAMARA	LA CAMARA ESTA OPERATIVA	COMENTARIOS
12328521402225	HUANCAY O	Shirly Jurado Chamorro	Auditor	7006	22/11/2018	REGULAR	BUENO	BUENO	SI	SI ESTA OPERATIVO	
14049521401130	HUANCAY O	Maritza Quispe Huincho	Auditor	7013	1/04/2018	REGULAR	MALO	REGULAR	SI	NO ESTA OPERATIVO	No se puede ingresar comentarios, esta demasiado lenta y por momentos se bloquea y no responde
13261521401172	HUANCAY O	Mery Jennifer Alcalá Cordero	Auditor	7016	4/09/2018	REGULAR	MALO	REGULAR	SI	SI ESTA OPERATIVO	Ha medida que recopilamos información esta mas lenta la symbol.
14049521400573	HUANCAY O	Jose Carlos Aroni	Supervisor	7012	1/01/2017	REGULAR	BUENO	MALO	SI	SI ESTA OPERATIVO	La tecla enter no funciona y ha medida que recopilamos información esta mas lenta la symbol, por momentos se reinicia solo.
13259521401441	HUANCAY O	Wilmer Espinoza	Auditor	7017	1/08/2018	REGULAR	BUENO	REGULAR	SI	SI ESTA OPERATIVO	Solo le entregaron una batería y la symbol por momentos se cuelga y se tiene que reiniciar , la cámara toma fotos no claras

Anexo 24: Reporte de días hombre

REPORTE DIAS HOMBRE																
CODIGO SUPERVISOR	NOMBRE SUPERVISOR	CODIGO AUDITOR	NOMBRE AUDITOR	TERRITORIO	MES	DÍAS UTILES	INASISTENCIA INJUSTIFICADA	INASISTENCIA JUSTIFICADA	VAC	LICENCIAS	REUNIONES	DÍAS DE CONTRATO	DÍAS DE VIAJE	AUDITORÍA NSO	DÍAS HABLES NO LABORADOS	DÍAS EFECTIVOS
7012	JOSÉ ARONI	7006	SHIRLY JURADO	7002	MARZO	25	0	0	0	0	5.00	0.00	1	0	6.00	19.00
7012	JOSÉ ARONI	7013	MARITA QUISPE	7002	MARZO	25	0	0	13	0	3.00	0.50	0	0	16.50	8.50
7012	JOSÉ ARONI	7016	JENNIFER ALCALA	7002	MARZO	25	0	0	0	0	4.50	0.00	0	0	4.50	20.50
7012	JOSÉ ARONI	7017	WILMER ESPINOZA	7002	MARZO	25	0	0	0	0	2.00	0.00	0	0	2.00	23.00