

Sistema operativo de tu PYME

Las 5 guías que ponen tu negocio bajo control: costos, indicadores, inventario, procesos y calidad – en un solo paquete.

Este paquete reúne las cinco guías del sistema operativo de tu negocio. Tu diagnóstico mostró oportunidad de mejora en varias áreas a la vez – y están conectadas: arreglarlas como sistema es lo que de verdad transforma el negocio.

◆ Los 5 sistemas

1 Costos y Margen

Tu costo real, tu margen, el punto de equilibrio e impuestos (ITBIS/ISR).

2 Indicadores y Metas

Pocos números clave, revisados cada semana, para decidir con datos.

3 Control de Inventario

Saber qué tienes, qué rota y cuándo reordenar.

4 Procesos y SOPs

Documentar lo crítico para operar sin depender de tu memoria.

5 Autoevaluación ISO 9001

Medir tu operación contra el estándar y cerrar brechas.

◆ Cómo usar este paquete

No con todas a la vez. Empieza por el área donde tu diagnóstico marcó más brechas y trabaja una guía a la vez: léela, imprime sus plantillas, llénalas y completa su checklist antes de pasar a la siguiente.

ORDEN SUGERIDO

Costos y Margen primero (claridad de dinero), luego Indicadores (para medir), después Inventario y Procesos (para ordenar la operación), y por último la Autoevaluación ISO 9001 (para verificar el conjunto).

Costos y Margen

Deja de poner precios “a ojo”. En esta guía calculas tu costo real, tu margen verdadero y a partir de cuántas ventas empiezas a ganar — con plantillas para llenar hoy mismo.

La mayoría de los negocios pequeños ponen precio copiando a la competencia o sumando “un porcentaje” encima del costo del insumo. El problema: casi nunca incluyen los costos que no se ven (renta, servicios, comisiones, tu tiempo), y terminan vendiendo mucho para ganar poco. Esta guía lo arregla en cuatro pasos.

1. Tu costo unitario completo

Cuánto te cuesta de verdad entregar UNA unidad de tu producto o servicio.

Hay dos tipos de costo y casi todos olvidan el segundo:

- **Costos directos:** lo que cambia con cada unidad — materia prima, empaque, comisión de venta, flete.
- **Costos indirectos:** lo que pagas aunque no vendas — renta, luz, agua, internet, sueldos fijos, tu propio tiempo. Se reparten entre las unidades que vendes al mes.

LA REGLA QUE CASI NADIE APLICA

Costo indirecto por unidad = total de gastos fijos del mes ÷ unidades que vendes en el mes. Si vendes 200 unidades y tus fijos son RD\$ 60,000, cada unidad carga RD\$ 300 **antes** de tocar la materia prima.

Un ejemplo con números

Digamos que vendes bizcochos. La harina, los huevos y el empaque de un bizcocho te cuestan **RD\$ 250** — ese es tu costo directo. Además, tu renta, luz, internet y tu propio tiempo suman **RD\$ 90,000** al mes, y en un mes normal vendes 300 bizcochos. Reparte esos fijos entre las unidades: $90,000 \div 300 = \text{RD\$ } 300$ de costo indirecto por bizcocho.

Entonces tu costo real por bizcocho no es RD\$ 250: es **RD\$ 550**. Si lo vendías a RD\$ 500 “porque la competencia cobra eso”, perdías RD\$ 50 en cada venta sin darte cuenta — y mientras más vendías, más perdías. Ese es justamente el error que esta guía te ayuda a cerrar.

El orden importa: primero calculas tu número real por unidad, y solo entonces decides el precio. Ponerlo al revés —precio primero, costo después— es como manejar mirando por el retrovisor.

Para hacerlo con tus propios números, usa la plantilla de la página siguiente. Llénala una vez con calma; después actualizarla cada mes toma cinco minutos.

Plantilla – Costo de una unidad

CONCEPTO	TIPO	MONTO (RD\$)
Materia prima / insumos	Directo	
Empaque	Directo	
Comisión / flete por venta	Directo	
Renta ÷ unidades del mes	Indirecto	
Servicios (luz, agua, internet) ÷ unidades	Indirecto	
Sueldos fijos ÷ unidades	Indirecto	
Tu tiempo ÷ unidades	Indirecto	
COSTO TOTAL POR UNIDAD		

Imprime esta hoja y llénala con lápiz. Si un dato no lo sabes exacto, estima por lo alto: es preferible cobrar de más que descubrir que perdías dinero.

2. Tu margen real

Cuánto te queda de cada venta, de verdad.

Aquí vive la confusión más cara. “Le gano un 40%” puede significar dos cosas muy distintas:

Margen sobre el precio = $(\text{Precio} - \text{Costo}) \div \text{Precio} \times 100$

Ejemplo: costo RD\$ 700, precio RD\$ 1,000 → margen = $(1000 - 700) / 1000 = 30\%$. No 43%. Muchos calculan sobre el costo y creen que ganan más de lo que ganan.

OJO CON ESTO

Marcar “x2 el costo” no es 100% de margen: es 50% de margen sobre el precio. Decide siempre el margen **sobre el precio de venta**, que es lo que realmente te queda.

Plantilla – Margen por producto

PRODUCTO	COSTO (RD\$)	PRECIO (RD\$)	MARGEN %

Margen % = $(\text{Precio} - \text{Costo}) \div \text{Precio} \times 100$. Marca en rojo los que estén por debajo de tu mínimo aceptable.

3. No olvides los impuestos

El precio que cobras y la ganancia que te queda no son lo mismo: si estás formalizado, dos impuestos cambian tus números.

ITBIS (18%)

El precio que paga tu cliente incluye el 18% de ITBIS, pero ese 18% **no es tuyo**: lo cobras y se lo entregas a la DGII. Calcula tu margen sobre el precio **sin ITBIS** (el precio neto), no sobre lo que el cliente paga. El error clásico es contar el ITBIS como ingreso y creer que ganas más de lo que ganas.

TRUCO RÁPIDO

Para sacar el precio neto de un precio con ITBIS incluido, divídelo entre 1.18. Si vendes a RD\$ 1,180 con ITBIS, tu ingreso real es RD\$ 1,000 – los RD\$ 180 son de la DGII, no tuyos. El margen se calcula sobre esos RD\$ 1,000.

Del lado de los costos pasa lo contrario a tu favor: cuando compras insumos formalmente, el ITBIS que pagas se puede acreditar, así que tu costo real de insumo suele ser **sin** el ITBIS. Usa ese neto en la plantilla de costos del paso 1.

ISR (impuesto sobre la renta)

Tu ganancia también paga ISR. Trátalo como un socio silencioso que cobra sobre lo que **ganas** (no sobre lo que vendes): aparta un porcentaje de tu margen cada mes y guárdalo aparte. Así la declaración no te toma por sorpresa ni te descuadra el flujo de caja.

4. Tu punto de equilibrio

A partir de cuántas ventas dejas de perder y empiezas a ganar.

Es el número más tranquilizador que puedes tener: cuántas unidades necesitas vender al mes solo para cubrir tus gastos fijos. Debajo de ese número, pierdes; encima, ganas.

Punto de equilibrio (unidades) = $\text{Gastos fijos del mes} \div (\text{Precio} - \text{Costo directo por unidad})$

Ejemplo: fijos RD\$ 60,000; precio RD\$ 1,000; costo directo RD\$ 400 → margen de contribución RD\$ 600 por unidad → $60,000 \div 600 = 100$ **unidades al mes** para no perder. La unidad 101 en adelante ya es ganancia.

Plantilla – Punto de equilibrio

DATO	VALOR (RD\$ / UNIDADES)
Gastos fijos del mes	
Precio de venta por unidad	
Costo directo por unidad	
Margen de contribución (precio – costo directo)	
Punto de equilibrio (fijos ÷ contribución)	

5. Cuándo y cómo subir precios

Si tus insumos subieron y tú no, tu margen se está encogiendo en silencio. Revisa precios al menos cada 3 meses. Señales de que ya toca subir:

- El costo de tu insumo principal subió y no ajustaste.
- Tu margen sobre el precio bajó de tu mínimo aceptable.
- Llevas más de 6 meses con el mismo precio en un entorno de inflación.

CÓMO SUBIR SIN PERDER CLIENTES

Sube en pasos pequeños y anunciados con tiempo; sube primero los productos donde eres más fuerte o difícil de reemplazar; y acompaña el ajuste con una mejora visible (empaquete, servicio, rapidez). El cliente acepta pagar más cuando percibe más.

◆ Checklist – antes de fijar tu próximo precio

- ☐ Calculé el costo total por unidad, incluyendo indirectos y mi tiempo.
- ☐ Sé mi margen real sobre el precio (no sobre el costo).
- ☐ Calculo el margen sobre el precio sin ITBIS y aparto un porcentaje para el ISR.
- ☐ Definí mi margen mínimo aceptable por producto.
- ☐ Conozco mi punto de equilibrio del mes.
- ☐ Tengo fecha para revisar precios cada 3 meses.

SIGUIENTE PASO

Cuando tengas estas cuatro hojas llenas, ya no pones precios a ojo: los pones con números. Si quieres automatizar el cálculo mes a mes, la herramienta web **Calculadora de precios** en juanhojita.com hace estas cuentas por ti.

Indicadores y Metas

Deja de manejar tu negocio por corazonada. Elige pocos números, revísalos cada semana y toma decisiones con datos – con plantillas para tu tablero y tus metas.

La mayoría de los dueños de negocio saben cómo van “más o menos”, pero no con un número exacto. El problema de manejar por sensación es que los problemas se ven tarde, cuando ya costaron. Esta guía te arma un tablero simple de pocos números y el hábito de revisarlos.

1. Los pocos números que sí importan

No midas todo. Mide poco, pero míralo seguido.

El error clásico es querer medir veinte cosas y terminar sin mirar ninguna. Elige **un número por área** que de verdad mueva tu negocio. Para la mayoría de las PYMEs, estos cinco bastan para empezar:

- **Ventas de la semana** – ¿subieron o bajaron vs. la semana pasada?
- **Margen promedio** – ¿cuánto te queda de verdad de lo que vendes?
- **Cuentas por cobrar** – ¿cuánto te deben y desde cuándo?
- **Efectivo disponible** – ¿con cuánto cuentas hoy?
- **Entregas o servicios a tiempo** – ¿estás cumpliendo?

REGLA DE ORO

Un indicador que no vas a mirar cada semana no sirve. Es mejor tener 5 números que revisas religiosamente que 20 en una hoja que nadie abre.

Plantilla – Tu tablero semanal

INDICADOR	META	ESTA SEMANA	SEMANA PASADA	▲▼
Ventas				
Margen promedio				
Cuentas por cobrar				
Efectivo disponible				
Entregas a tiempo				

Imprime una hoja por semana o cópiala en un cuaderno. Lo importante no es la herramienta, es la constancia.

2. Cómo definir una meta que sí sirve

“Vender más” no es una meta, es un deseo. Una meta útil tiene número y fecha: **“Vender RD\$ 300,000 este mes”** o **“Bajar las cuentas por cobrar a menos de RD\$ 50,000 en 60 días”**. Con número y fecha sabes, sin discutir, si la cumpliste.

Meta útil = qué (número) + para cuándo (fecha) + cómo la mides

Plantilla – Metas del trimestre

META (NÚMERO + FECHA)	¿CÓMO LA MIDO?	RESPONSABLE

3. La revisión semanal de 15 minutos

Los números solo sirven si los miras. Aparta 15 minutos fijos cada semana –mismo día, misma hora– para llenar tu tablero y hacerte tres preguntas:

1. ¿Qué número se movió y por qué?
2. ¿Qué está lejos de su meta y qué voy a hacer esta semana?
3. ¿Qué decisión tomo hoy con esta información?

EL HÁBITO IMPORTA MÁS QUE LA HERRAMIENTA

Ponlo en tu calendario como una cita contigo mismo. Quince minutos el lunes valen más que un reporte perfecto que llega el día 20.

4. Decidir con datos, no con corazonada

El objetivo final no es tener números bonitos: es **decidir mejor**. Cuando un cliente pide descuento, mira tu margen antes de decir que sí. Cuando piensas contratar, mira tus ventas y tu efectivo. Cuando un producto “se siente” que vende, confírmalo con el número – muchas veces el que más mueve no es el que más deja.

Un buen hábito es hacerte, ante cada decisión importante, una sola pregunta: **“¿qué número me dice esto?”**. Si no lo tienes, ahí descubres qué te falta medir. Con el tiempo tus corazonadas mejoran, porque están entrenadas con datos reales y no con impresiones sueltas.

CUIDADO CON LAS MÉTRICAS DE VANIDAD

Seguidores, “me gusta” o cantidad de visitas se ven bien pero rara vez pagan las cuentas. Prioriza los números que se conectan con dinero: ventas, margen, cobros y efectivo. Lo demás es ruido bonito.

◆ Checklist – tu sistema de indicadores

- ☐ Elegí máximo 5 números clave, uno por área.
- ☐ Tengo una plantilla o cuaderno para el tablero semanal.
- ☐ Cada meta tiene número y fecha.
- ☐ Aparté 15 minutos fijos a la semana para revisar.
- ☐ La última decisión importante la tomé mirando un número, no una corazonada.

SIGUIENTE PASO

Cuando tu tablero ya sea un hábito, conéctalo con tus costos y tu inventario: los números cuentan la historia completa cuando se miran juntos.

Control de Inventario

Deja de perder ventas por faltantes y dinero por mercancía dormida. Aprende a saber qué tienes, qué rota y cuándo reordenar — sin contar a mano cada vez.

El inventario mal controlado te cuesta por los dos lados: pierdes ventas cuando falta lo que el cliente busca, y tienes capital congelado en mercancía que no se mueve. Esta guía te da un sistema simple para saber, sin adivinar, qué tienes y cuándo reponer.

1. Conteo inicial y registro vivo

No puedes controlar lo que no has contado una vez.

Empieza con un conteo físico completo de tu producto principal. A partir de ahí, la regla es simple: **cada vez que algo entra o sale, se anota**. Un registro vivo (en cuaderno, Excel o app) que se actualiza en el momento vale más que un sistema caro que nadie llena.

EL ERROR QUE DESCUADRA TODO

Anotar “después”. Si vendes tres unidades y lo apuntas al final del día, ya perdiste la cuenta. La regla es: se mueve, se anota — en el momento.

Plantilla – Registro de movimientos

FECHA	PRODUCTO	ENTRA	SALE	SALDO

2. Stock mínimo y punto de reorden

Para no quedarte sin producto justo cuando más lo venden, define un **stock mínimo**: el nivel que, al tocarlo, dispara una orden de compra. Se calcula con lo que vendes mientras esperas al suplidor.

Punto de reorden = (venta diaria promedio × días que tarda el suplidor) + colchón de seguridad

Ejemplo: vendes 10 unidades al día, el suplidor tarda 5 días, y quieres un colchón de 20 → punto de reorden = $(10 \times 5) + 20 = 70$ unidades. Al bajar de 70, ordenas.

Plantilla – Puntos de reorden

PRODUCTO	VENTA DIARIA	DÍAS DE SUPLIDOR	COLCHÓN	PUNTO DE REORDEN

3. Qué rota y qué está dormido

No todos tus productos merecen la misma atención. Clasifícalos en tres grupos según cuánto mueven:

- **A – Los que mueven el negocio:** pocos productos, la mayoría de tus ventas. Nunca deben faltar.
- **B – Los del medio:** venta constante pero moderada. Vigílalos sin obsesión.
- **C – Los dormidos:** mucho tiempo sin venderse. Ahí tienes capital congelado.

CAPITAL DORMIDO

Cada producto que lleva meses sin venderse es dinero tuyo atrapado en un estante. Identifícalos y decide: promoción, descuento, o dejar de reponer. Ese efectivo rinde más en otra parte.

4. Conteo cíclico: no cierres para contar

Cerrar el negocio un día para hacer inventario completo es costoso e incómodo. En su lugar, usa **conteo cíclico**: cuenta un pedazo del inventario cada semana (por ejemplo, todos los productos “A” cada lunes) de modo que en el mes cuentas todo, sin parar la operación. Cuando el conteo físico no cuadra con tu registro, investiga: ahí se esconden mermas, robos o errores de anotación.

◆ Checklist – tu control de inventario

- ☐ Hice un conteo físico inicial de mis productos principales.
- ☐ Tengo un registro que se actualiza con cada entrada y salida.
- ☐ Definí punto de reorden para mis productos que no pueden faltar.
- ☐ Clasifiqué mis productos en A, B y C.
- ☐ Identifiqué el capital dormido y tengo un plan para moverlo.
- ☐ Uso conteo cíclico en vez de cerrar para contar.

SIGUIENTE PASO

Un inventario bajo control alimenta tus números: la rotación y el capital dormido son de los indicadores más reveladores de la salud de tu negocio.

Procesos y SOPs

Si el negocio depende de tu memoria, no tienes un negocio: tienes un empleo que no puedes dejar. Aprende a documentar tus procesos clave para que operen sin ti.

La prueba es simple: si te ausentas una semana sin avisar, ¿el negocio sigue funcionando? Si la respuesta es no, todo vive en tu cabeza – y eso te ata. Documentar tus procesos no es burocracia: es lo que te permite delegar, crecer y descansar. Esta guía te enseña a hacerlo sin complicarte.

1. Empieza por los 3 procesos críticos

No documentes todo. Documenta primero lo que más duele si sale mal.

Querer escribir cada proceso a la vez es la forma más segura de no escribir ninguno. Elige los **tres procesos que, si fallan, más te cuestan**: normalmente cómo se atiende un pedido, cómo se cobra, o cómo se entrega. Empieza por esos.

Plantilla – Mapa de procesos críticos

PROCESO	¿QUÉ PASA SI FALLA?	¿QUIÉN LO HACE HOY?	PRIORIDAD

2. Cómo escribir un SOP que cualquiera pueda seguir

Un SOP (procedimiento operativo estándar) es una receta: pasos numerados, en orden, tan claros que alguien nuevo los sigue sin que tú expliques. La prueba: **si un empleado nuevo no puede hacer la tarea solo con el documento, el SOP no está listo**.

UN BUEN SOP TIENE

Un título claro, quién es responsable, cuándo se hace, los pasos numerados (uno por acción), y qué hacer si algo sale mal. Nada de párrafos largos: pasos cortos y directos.

El secreto: un paso, una acción

El error más común es escribir “pasos” que en realidad son varios juntos. El nuevo se pierde justo ahí. Compara:

- **Mal:** “Preparar el pedido y despacharlo.” – ¿Qué incluye preparar? ¿Cómo se despacha? Deja demasiado a la interpretación.

- **Bien:** “1) Verifica el pedido contra la orden. 2) Empaca cada artículo. 3) Pega la etiqueta de envío. 4) Registra la salida en el sistema.” – nadie tiene que adivinar.

Escribe como si le explicarás a alguien que nunca ha hecho la tarea. Empieza cada paso con un **verbo de acción** (verifica, empaca, registra) y evita palabras vagas como “manejar” o “encargarse de”. Y si un paso depende de una decisión, déjala explícita: “**si el cliente ya pagó, haz X; si no, haz Y**”. Un SOP no debe dejar preguntas abiertas.

Plantilla – Un SOP

CAMPO	CONTENIDO
Nombre del proceso	
Responsable	
Cuándo se hace	
Paso 1	
Paso 2	
Paso 3	
Si algo sale mal...	

3. Quién hace qué: la matriz RACI simple

Muchos problemas no son de proceso sino de responsabilidad: “pensé que lo hacías tú”. Una matriz RACI deja claro, para cada tarea crítica, quién **hace**, quién **aprueba** y a quién se **informa**. Los tres roles son simples:

- **Hace:** la persona que ejecuta la tarea. Idealmente una sola, para que nunca quede en el aire.
- **Aprueba:** quien da el visto bueno o toma la decisión final. Casi siempre una sola persona.
- **Se informa:** a quién hay que avisarle el resultado, aunque no participe en la ejecución.

No hace falta complicarlo con más letras ni matrices enormes: para una PYME, saber quién hace, quién aprueba y a quién se informa cubre el 90% de los enredos de responsabilidad.

LOS DOS ERRORES TÍPICOS

Que **nadie** tenga el rol de “hace” (la tarea queda huérfana y no se hace) o que **demasiados** tengan “aprueba” (todo se traba esperando firmas). Cada tarea necesita exactamente un responsable de hacerla y, cuando aplique, uno solo de aprobarla.

Plantilla – Responsabilidades (RACI simple)

TAREA CRÍTICA	HACE	APRUEBA	SE INFORMA A

4. Que sobreviva sin ti – y se mantenga vivo

Un SOP guardado en una gaveta que nadie actualiza es un documento muerto. Para que sirva: guárdalo donde el equipo lo vea, revísalo cuando el proceso cambie, y haz la **prueba de la semana fuera** – deja que alguien opere solo con los documentos y anota dónde se traba. Ahí está lo que falta pulir.

La documentación no es un proyecto que se termina; es una práctica que se mantiene. Cada vez que cambies cómo se hace algo, actualiza el SOP el mismo día – si no, en un mes el papel dice una cosa y la realidad otra, y el equipo deja de confiar en él.

LA SEÑAL DE QUE LO LOGRASTE

Cuando puedas tomarte una semana libre y volver sin encontrar el negocio en llamas, tienes un sistema – no un empleo disfrazado de negocio. Ese es el objetivo real de documentar.

◆ Checklist – tus procesos documentados

- ☐ Identifiqué mis 3 procesos más críticos.
- ☐ Escribí al menos un SOP con pasos numerados.
- ☐ Un empleado podría seguir el SOP sin que yo explique.
- ☐ Tengo clara la responsabilidad de cada tarea crítica (RACI).
- ☐ Los documentos están donde el equipo los ve y se actualizan.

SIGUIENTE PASO

Con tus procesos por escrito ya puedes verificar su calidad de forma estructurada – ese es el salto hacia un estándar como ISO 9001.

Autoevaluación ISO 9001

Descubre dónde está tu operación frente al estándar de calidad más reconocido del mundo – sin contratar un consultor todavía. Una autoevaluación por brechas para saber qué te falta.

ISO 9001 suena a algo de empresas grandes, pero en el fondo es sentido común organizado: entender a tu cliente, tener procesos claros, medir, y mejorar cuando algo falla. Esta guía te ayuda a hacer un **gap analysis** – comparar dónde estás hoy contra el estándar – para saber por dónde empezar antes de invertir en certificarte.

1. ISO 9001 en cristiano

No necesitas memorizar la norma. Se apoya en unas pocas ideas que cualquier negocio bien llevado ya persigue:

- **Enfoque al cliente:** entiendes lo que tu cliente necesita y cumples.
- **Procesos claros:** las cosas se hacen de una forma definida, no improvisada.
- **Basado en evidencia:** decides con datos y registros, no de memoria.
- **Mejora continua:** cuando algo falla, lo corriges para que no se repita.

Qué NO es ISO 9001

Aclarar los mitos ayuda tanto como entender la norma:

- **No es solo papeleo.** Los documentos son el medio, no el fin; el fin es que el cliente reciba calidad constante.
- **No es solo para empresas grandes.** Un negocio de tres personas se beneficia igual –o más– de tener sus procesos claros.
- **No es un trámite de una sola vez.** Es una forma de operar que se mantiene y mejora con el tiempo.
- **No promete que tu producto sea “el mejor”.** Promete que sea **consistente**: que el cliente reciba lo mismo, bien hecho, cada vez.

LA BUENA NOTICIA

No tienes que certificarte para beneficiarte. El solo hecho de cerrar las brechas más grandes ya te hace operar mejor. La certificación viene después, si el negocio la necesita.

2. Autoevaluación por brechas

Responde cada punto con honestidad: **Sí** (lo hacemos y hay evidencia), **Parcial** (a veces, sin registro) o **No** (no existe). Cada “No” o “Parcial” es una brecha que atacar.

Plantilla – Brechas frente al estándar

PUNTO	SÍ	PARCIAL	NO
Sé qué esperan mis clientes y lo tengo por escrito			
Mis procesos clave están documentados			
Registro quejas y no conformidades			
Tengo indicadores que reviso periódicamente			
Cuando algo falla, hay una acción para que no se repita			
Las responsabilidades están claras y definidas			
Controlo la calidad antes de entregar al cliente			

3. Manejo de no conformidades y quejas

El corazón de la calidad es qué haces cuando algo sale mal. No basta con resolver el caso puntual: hay que evitar que se repita. El ciclo es simple: **registra** qué pasó, **corrige** con el cliente, busca la **causa raíz** (por qué ocurrió de verdad) y **previene** con una acción.

Plantilla – Registro de no conformidades

QUÉ PASÓ	CAUSA RAÍZ	ACCIÓN PARA QUE NO SE REPITA	RESPONSABLE

4. De la brecha al plan de acción

Toma tus “No” y “Parcial” del paso 2 y priorízalos: primero los de **más impacto en el cliente** y más fáciles de cerrar. No intentes cerrarlas todas a la vez; una brecha bien cerrada al mes es progreso real.

Para cada brecha prioritaria define una acción concreta, un responsable y una fecha – igual que una meta. Sin dueño ni fecha, las brechas se quedan eternamente “pendientes”. Y documenta lo que vas cerrando: esa evidencia es justo lo que un día pedirá un auditor, y mientras tanto te sirve para ver tu propio avance.

EMPIEZA PEQUEÑO

No necesitas un manual de calidad de 100 páginas para mejorar. Cierra la brecha de mayor impacto este mes, documenta cómo lo hiciste, y repite. La calidad se construye por acumulación, no de un solo golpe.

◆ Checklist – tu camino a la calidad

- ☐ Entiendo las 4 ideas base de ISO 9001.
- ☐ Completé la autoevaluación por brechas con honestidad.
- ☐ Tengo un registro de quejas y no conformidades.
- ☐ Cada falla tiene una acción para no repetirse.
- ☐ Prioricé mis brechas y elegí la primera a cerrar.

SIGUIENTE PASO

Si al cerrar tus brechas ves que quieres certificarte formalmente, ese es el momento de un acompañamiento especializado. Escríbeme a juanhoyita.com y lo vemos.