

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**  
**Departamento de Procesos Tecnológicos e Industriales**

**Desarrollo Tecnológico y Generación de Riqueza Sustentable**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

**PROGRAMA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD, PRODUCTIVIDAD  
Y LOGÍSTICA**



**ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara**

**60**  
*años*

**Proyectos de Aplicación Profesional**

**4F04: Mejoramiento de la calidad, productividad y logística en la industria  
regional**

**AP Distribución & Genomma Lab Guadalajara**

**Actualización y validación del manual de procedimientos de la empresa en  
los apartados de capacitación, venta y preventa.**

**PRESENTAN**

Ing. Industrial. Fernando Cárdenas Castrejón

Ing. Industrial. Arturo Ramiro Montes de Oca

**Profesor(es) PAP**

Francisco Javier Villanueva Villanueva

Jorge Luis Chimal Figueroa

Tlaquepaque, Jalisco, octubre de 2018

## Contenido

REPORTE PAP .....	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional .....	3
Resumen .....	3
Summary .....	4
1. Introducción.....	5
1.1. Objetivos.....	5
1.2. Justificación .....	5
1.3. Antecedentes.....	6
2. Desarrollo .....	7
2.1. Sustento teórico y metodológico .....	7
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto .....	15
3. Resultados del trabajo profesional.....	18
Comparación de Métricas: .....	42
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.....	46
Aprendizajes profesionales .....	46
Aprendizajes Éticos.....	47
Aprendizajes Sociales .....	48
5.Conclusiones.....	49
6. Bibliografías formato APA .....	50
7.Anexos .....	51

# REPORTE PAP

## Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

## Resumen

Éste proyecto da continuidad al desarrollo del manual de procedimientos de la empresa AP distribución y Genomma Lab que iniciaron alumnos provenientes del ITESO en semestres anteriores; AP distribución es una empresa de reciente creación que tiene sede en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, actualmente cubre ciertas áreas de la zona metropolitana y alrededores. El giro de la empresa consiste en la distribución de productos manejados por la compañía Genomma Lab mediante dos modalidades de reparto: venta en moto y preventa, las cuales son el centro de éste proyecto y desarrollaremos a fondo más adelante; cabe destacar que ésta última aún se encuentra en pleno auge y sin un procedimiento bien definido, por lo que nos daremos a la tarea de plasmar dicha actividad, recabando información de proyectos anteriores, investigaciones de campo, y documentos realizados por la gerencia, con la finalidad de presentar un documento bien estructurado, práctico y fácil de entender para futuros lectores; a su vez se llevó a cabo una actualización del manual

de procedimientos, abarcando las siguientes temáticas: capacitación interna y externa del personal en dichas modalidades, actualización del proceso de venta y documentación del proceso de preventa así como sus respectivas validaciones , también se añadió una serie de áreas de oportunidad con sus respectivas propuestas de mejora.

## Summary

This project gives continuity to the development of the manual of procedures of the company AP distributors and Genomma Lab that students from ITESO initiated in previous semesters; AP distributors is a newly created company that has a headquarters in the city of Guadalajara Jalisco, currently covers certain areas of the metropolitan area and surroundings, the company's business consists of the distribution of products handled by the company Genomma Lab supply; which are: motorcycle sales and pre-sale, which we will develop later; it should be noted that the latter is still in full swing and without a well-defined procedure, so we will take on the task of capturing this activity, gathering information from previous projects, field investigations, and documents made by management, with the purpose of presenting a well-structured, practical and easy to understand document for future readers; at the same time we will carry out a general update of the procedures manual, covering the following topics: internal and external training of personnel in these modalities, updating of the sales process and documentation of the pre-sale process as well as their respective validations, we will also add a series of areas of opportunity with their respective improvement proposals.

## 1. Introducción

### 1.1. Objetivos

El principal objetivo de éste proyecto reside en la actualización del manual de procedimientos de la empresa AP distribución abarcando las temáticas siguientes:

- Documentación de los procesos de capacitación interna y externa en las diferentes modalidades de venta; venta en moto y preventa.
- Actualización y validación del proceso de venta.
- Documentación del proceso de preventa.
- Estructuración de un proceso óptimo de venta en el que los repartidores puedan tener un mejor desempeño.
- Documentación del proceso de desarrollo de las rutas de distribución mediante el uso de la aplicación Google Maps”.
- Desarrollo de un apartado de propuestas de mejora y áreas de oportunidad detectadas a lo largo del proyecto.
- Documentación del proceso de geolocalización del personal y creación de una cuenta en Gmail.

### 1.2. Justificación

La finalidad que tiene el desarrollo y actualización de éste manual de procedimientos de la empresa AP distribución consiste en proporcionar un mayor control en las operaciones de la empresa, teniendo como objetivo principal estandarizar los procesos operativos y administrativos de dicha organización, de tal manera que las futuras franquicias puedan tener acceso a ésta información y por ende operar de la misma manera.

AP distribución ha presentado un amplio desarrollo a lo largo de los últimos dos años, debido a la creciente demanda de sus productos en el mercado, y a la eficiencia de sus colaboradores en el desempeño de sus actividades; sin embargo, la empresa ha optado por adentrarse a nuevas modalidades de venta, con la intención de brindar un mejor servicio a sus clientes, acaparando zonas potenciales, economizando gastos e incrementando sus

utilidades; es por ello que la gerencia encuentra indispensable sentar las bases de los procesos que conforman cada una de las áreas de la organización, para poder administrar un funcionamiento óptimo y estandarizado en cada uno de sus establecimientos.

### 1.3. Antecedentes

A.P distribución es una empresa que tiene su origen en el año 2016, la cual se dedica a la distribución de productos pertenecientes a la compañía Genomma Lab entre las marcas que manejan se encuentran las siguientes: shampoo vanart, condones M, suerox, XL3, aliviax, next, wildroot, pomada de la campana, jabón nórdico, entre muchas otras; la empresa actualmente distribuye sus productos a tiendas minoristas, mediante repartidores en motocicleta; sin embargo para el año 2017, se instauró una nueva modalidad de distribución, la cual consiste en el abastecimiento de los productos Genomma Lab, mediante un proceso de preventa, el cual consiste en una visita previa a los establecimientos de los clientes, para levantar el pedido que soliciten, y el cual es abastecido un día después.

#### ANTECEDENTES DE PROYECTOS ANTERIORES

Un grupo de estudiantes del ITESO dio inicio a su colaboración con la empresa en el periodo de primavera de éste mismo año, sentando el punto de partida para realizar éste proyecto, enfocándose en el área de capacitación del personal, y un proceso estandarizado en las ventas realizadas por los repartidores, es por ello que se introdujeron en el desarrollo del manual de procedimientos de la empresa “AP distribución”, en el cual plasmaron gran parte de las actividades realizadas por dicha organización, apegándose a un formato bien estructurado y fácil de entender para los colaboradores.

En el periodo de verano nuestros compañeros se centraron en darle continuidad al trabajo de primavera, sin embargo, su enfoque principal se basó en la documentación del proceso de venta de los repartidores, desarrollando cada uno de los pasos que debe seguir un repartidor para realizar una venta satisfactoria; a su vez introdujeron una modalidad innovadora para la empresa, que data del monitoreo de los repartidores vía GPS, utilizando la plataforma de GOOGLE MAPS.

Nuestra participación en éste curso consta de retomar el trabajo realizado por nuestros compañeros y trabajar en el desarrollo del apartado de preventa, así como la documentación del proceso de desarrollo de las rutas, y la actualización de los apartados de capacitación y ventas; para enriquecer el contenido de éste documento citaremos fuentes pertenecientes a dichos trabajos, a su vez llevaremos a cabo investigaciones de campo en compañía de los vendedores con la intención de asimilar el contexto que vamos a estudiar, durante el desarrollo del trabajo tendremos el apoyo por parte de los directivos de la empresa, y de los coordinadores del proyecto.

## 2. Desarrollo

### 2.1. Sustento teórico y metodológico

Para llevar a cabo el desarrollo de los apartados del manual de procedimientos y de las propuestas de mejora llevamos a cabo una investigación en la cual recabamos información de diversas fuentes, las cuales son: investigaciones de campo con los repartidores en las modalidades de venta y preventa, así como citas pertenecientes a otros documentos RPAP, nos apoyamos de investigaciones de internet y definiciones de la Real Academia Española, así como de otros sitios web, entre los conceptos que definiremos en éste apartado, se encuentran los siguientes:

*Manual de procedimientos:* “El manual de procedimientos es un componente del sistema de control interno, el cual se crea para obtener una información detallada, ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realizan en una organización.” (Gestiopolis. 2018).

*Venta:* “Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado”. (RAE. 2018).

*Capacitación:* “Conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa”. (conceptodefinicion.de.2018).

*Seguimiento:* “Es el chequeo del grado de satisfacción del cliente, es agregar un eslabón más a la empatía desarrollada en el Acercamiento, es reafirmar la confianza del cliente”. (Servicio-al-cliente-58.web.node.2018).

*Centro de distribución:* “Espacio logístico en el que se almacena mercancía y se embarcan órdenes de salida para que sean distribuidos en el comercio mayorista o minorista.” (Zonalogística.com-2018).

*Preventa:* “Es el proceso donde se ofrecen ciertos productos y servicios a los consumidores antes de la venta, habitualmente se suele dar a conocer el uso del producto a ofrecer, el conocimiento de las necesidades y las características de los mismos”. (marketingdirecto.com. 2018).

*Fundamentales de venta:* “Tienen la finalidad de incrementar las ventas, promover la rotación de productos e incrementar la participación en el mercado” (Documentos de la empresa. 2018).

*Promociones de temporalidad:* “Cada mes Genomma Lab. Ofrece nuevas promociones con las cuales los vendedores pueden incrementar sus niveles de venta, es importante estar al tanto de la vigencia de las mismas” (Documentos de la empresa. 2018).

*Supervisor:* “Persona encargada de la dirección y vigilancia del desarrollo de una actividad”. (diccionario.reverso.net. 2018)

*Ruta:* “Camino o dirección que se toma para un propósito.” (RAE. 2018).

*Zona de venta:* “Conjunto de clientes actuales, antiguos y potenciales asignados a un determinado vendedor, delegación, distribuidor; La zona de ventas tiene que estar localizada en un área que facilite su adecuada y rentable cobertura, quedando bien definidos sus límites geográficos para facilitar la tarea de valoración y control.” (foromarketing.com. 2018).

*Indicadores de desempeño:* “Son instrumentos que proporcionan información cuantitativa sobre el desenvolvimiento y logros de una institución, programa, actividad o proyecto a favor de la población u objeto de su intervención, en el marco de sus objetivos estratégicos y su Misión”.

*Sistema de posicionamiento global (GPS):*” Es un servicio que permite localizar vehículos, personas u objetos en cualquier parte del mundo por medio de triangulación de señales emitidas por 27 satélites geoestacionarios alrededor del planeta.” (significados.com-2018).

*Geolocalización:* “Es una herramienta que permite obtener la ubicación geográfica real de cualquier tipo de objeto o persona, esto se realiza a través de, por ejemplo, un dispositivo móvil o un computador conectado a internet, el término geolocalización está intrínsecamente ligado al uso de sistemas de posicionamiento, teniendo mayor énfasis en una determinada posición significativa.” (iiemd.com-2018).

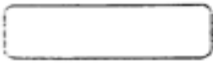
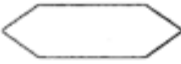





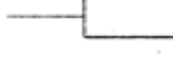



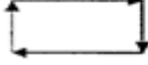
*Inspección:* “De acuerdo a la Ley 21/1992, de 16 de julio, de Industria, la inspección es: la actividad por la que se examinan diseños, productos, instalaciones, procesos productivos y servicios para verificar el cumplimiento de los requisitos que le sean de aplicación” (aec.es-2018).

*Inventario:* “El inventario es aquel registro documental de los bienes y demás objetos pertenecientes a una persona física, una empresa, una dependencia pública, entre otros, y que se encuentra realizado a partir de mucha precisión y prolijidad en la plasmación de los datos”. (definicionabc.com-2018).


*Mapa:* “Representación geográfica de la Tierra, o de parte de ella, sobre una superficie plana, de acuerdo con una escala.” (diccionario-google-2018)

*Diagrama de flujo:* “Es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso se representa por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso”

Simbología empleada en los diagramas de flujo:

SIMBOLOGÍA		
SÍMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	Inicio o término	Señala donde se inicia o termina un diagrama; además se usa para indicar un órgano administrativo o puesto que realiza la actividad.
	Interconexión	Representa la conexión con otro procedimiento.
	Actividad	Representa la ejecución de una o más actividades de un procedimiento.
	Decisión	Indica las posibles alternativas dentro del flujo del procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entre o salga en el procedimiento.
	Archivo definitivo	Indica que se guarda un documento en forma permanente.
	Archivo temporal	Indica que se guarda un documento durante un período establecido.
	Anotación	Se usa para comentarios adicionales a una actividad y se puede conectar a cualquier símbolo del diagrama en el lugar donde la anotación sea significativa.
	Comunicación remota	Representa la transmisión de información entre dos o más órganos administrativos vía telefónica, telegráfica y de radio entre otros.
	Conector	Representa el enlace de actividades con otra dentro de un procedimiento.
	Conector de Página	Representa el enlace de actividades en hojas diferentes en un procedimiento.
	Dirección de flujo	Conecta símbolos, señalando el orden en que línea de unión debe realizarse.

*Simbología empleada para los diagramas de flujo en las modalidades de venta (imagen 1)*

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Pagina 2 de 83
	Emite: Genomma Lab Internacional S.A.B DE C.V.	Revisión: 1
		Fecha: 16/11/2016

## 1. INDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>2. PROCESOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS</b>	<b>6</b>
2.1. Procedimiento de alta de persona	6
2.1.1. Propósito	6
2.1.2. Alcance	6
2.1.3. Responsabilidades	6
2.1.4. Definiciones	6
2.1.5. Descripción del Procedimiento	6
2.1.6. Diagrama de Flujo	8
2.1.7. Anexos	9
2.2. Procedimiento de baja de personal	18
2.2.1. Propósito	18
2.2.2. Alcance	18
2.2.3. Responsabilidades	18
2.2.4. Definiciones	18
2.2.5. Descripción del Procedimiento	18
2.2.6. Diagrama de Flujo	20
2.2.7. Anexos	22
2.3. Procedimiento de entrenamiento de personal	26
2.3.1. Propósito	26
2.3.2. Alcance	26
2.3.3. Responsabilidades	26
2.3.4. Definiciones	26
2.3.5. Descripción del Procedimiento	26
2.3.6. Diagrama de Flujo	27

*Índice del manual de procedimientos de la empresa (Imagen 2)*

Aplicación Google Maps.

Google te muestra los diferentes caminos para llegar a distintos destinos, y te indica cuánto tiempo tardarías en función de la ruta elegida y el tráfico en tiempo real. Además, está disponible para ir en coche, caminando o en bicicleta.

Ventajas

- Muy fácil de utilizar. Ofrece la capacidad de hacer acercamientos o alejamientos para mostrar el mapa.
- Ofrece mucha información adicional sobre gran parte de los lugares del mundo.

- Nos muestra rutas para llegar a diferentes desde nuestra situación.
- Podemos imprimir, enviar o enlazar los mapas.

#### Desventajas

- Requiere obligatoria mente una conexión a Internet.
- Google Street View aún no está completo, ya que solo nos ofrece algunas ciudades.

## Fotografías tomadas a lo largo del desarrollo del proyecto

Tuvimos la oportunidad de conocer la nueva instalación a las que se mudó la empresa, la cual está distribuida de la siguiente manera:



*Mapa general de la zona metropolitana de Guadalajara (imagen 3)*



*Área de abastecimiento de la mercancía (imagen 4)*



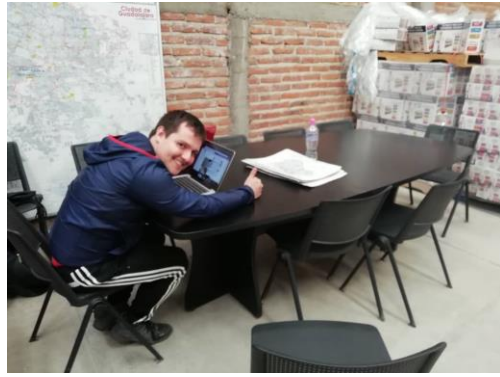
*Nuevas instalaciones de la empresa 250 metros cuadrados (imagen 5)*



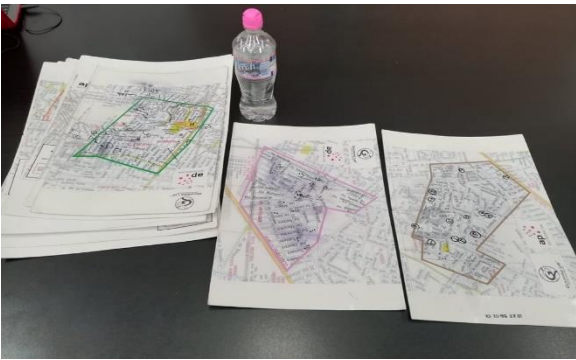
*Área de Scrap (imagen 6)*



*Dimensiones de la caja (60 X 60)  
(imagen 7)*



*Sala de juntas (imagen 8)*



*Mapas de las rutas (imagen 9)*

## 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

A continuación, presentamos las actividades realizadas en nuestras visitas a la empresa a lo largo del semestre, señalando el tipo de actividad, los recursos utilizados y las fechas en las que se llevó a cabo cada una de las visitas.

ACTIVIDADES	TIPO DE ACTIVIDAD	RECURSOS NECESARIOS	FECHAS PREVISTAS
Presentación con los directivos	definición del alcance	Humano, tiempo	17/08/2018
Presentación del panorama actual de la empresa	Analíticas y operativas	Humano, manuales	22/08/18
Plática con auxiliar del encargado de recursos humanos	Analíticas y operativas	Humano, manuales, documentos de la empresa, Software	23/08/18
Revisión de los procesos de capacitación interna y externa del personal	Analíticas	Humano, formatos de evaluación del personal	28/08/18
Documentación del proceso de venta en moto	Investigación de campo	Humano, formatos, registros, tiempos, tecnológicos	03/09/18
Documentación del proceso de preventa	Investigación de campo	Humano, formatos, registros, tiempos, tecnológicos	13/09/18
Trabajo en el manual de procedimientos de la empresa	Analíticas y operativas	Humano, manuales	20/09/18
Trabajo en el manual de procedimientos de la empresa (diagramas de flujo y RPAP)	Analíticas y operativas	Humano, manuales y formatos de la empresa	27/09/18

Presentación de avances en proyecto	Analíticas	Humano	04/10/18
Documentación del proceso de trazado de rutas	Operativas	Humano, manuales de la empresa	12/10/18
Documentación del proceso geolocalización del personal y creación de cuentas en Gmail	Operativas	Humano, manuales de la empresa, Software "google maps"	19/10/18
Revisión de avances y desarrollo del apartado de propuestas de mejora	Operativas	Humano	25/10/18

*Planeación de actividades (Tabla 1)*

Como se puede apreciar en la tabla, las actividades realizadas y las fechas previstas en las visitas a la empresa, coinciden en gran medida con las proyecciones realizadas en el cronograma de actividades; dado que procuramos apegarnos a dicha planeación; sin embargo, hubo actividades que requirieron más tiempo de lo estimado por tal motivo las actividades de las últimas sesiones no coinciden con dicha tabla.

### **Cronograma de Actividades**

Éste apartado lo llevamos a cabo en la semana 3, consiste en una planeación de las actividades a realizar y una estimación de tiempo de la duración de las mismas; cabe mencionar que pudimos apegarnos en gran parte a ésta proyección sin embargo hubo actividades que nos demoraron más tiempo de lo previsto.

**Cronograma de Actividades del proyecto: Genomma Lab.**

Actividades / Semana	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<b>Trabajo de campo</b>																
Desarrollo del plan general del proyecto																
Actualización de la minuta																
Desarrollo de la bitácora semanal																
Revisión de avances																
Entrega del reporte PAP																
Entrega del cronograma de actividades																
Proceso de observación, medición y evaluación de los procesos en estudio																
Estudio de los procesos del área de recursos humanos																
Estudio de los procesos del área de ventas y finanzas																
Estudio de los procesos del área de operaciones e inspección de																
Desarrollo del manual de procedimientos																
Actualización del proceso de venta																
Documentación del proceso de preventa																
Documentación del proceso de trazado de rutas																
Desarrollo de diagramas de flujo y anexos al manual de																
<b>Análisis de resultados</b>																
<b>Propuesta de solución</b>																
Observación y medición del proceso de ventas de los distribuidores																
Análisis y propuestas de mejora																
Desarrollo del reporte con los resultados obtenidos																
Desarrollo de los primeros apartados del RPAP (INTRODUCCIÓN)																
Desarrollo del cuerpo del RPAP (DESARROLLO)																
Desarrollo del apartado de resultados del trabajo profesional																
Asesoría con profesores respecto a los avances del proyecto																
Conclusiones y aprendizajes																
Revisión y ajustes finales del documento																
Desarrollo de la presentación final																
Revisión del proyecto con directivos de la empresa																
<b>Presentación Final del proyecto</b>																

*Cronograma de actividades periodo otoño 2018 (imagen 10)*

### 3. Resultados del trabajo profesional

#### Documentación del proceso de capacitación del personal

En éste apartado seccionamos las actividades realizadas respecto a la capacitación de los operarios de acuerdo al día correspondiente, cabe mencionar que los procesos de capacitación para las modalidades de venta y preventa son muy similares, por tal motivo optamos por cubrirlas en una sola tabla.

Capacitación interna	Actividad	Responsable
Día 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Se realiza una introducción a la empresa.</li> <li>*Se presenta al vendedor el catálogo de productos.</li> <li>*El distribuidor deberá tener 3 principales conocimientos acerca del producto: ¿qué sustancia contiene?, ¿para qué sirve? y ¿quiénes pueden tomarlo?.</li> </ul>	DISTRIBUIDOR
Día 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Se presenta al vendedor el catálogo de precios unitarios y promociones de temporalidad y presentación de marcas y contra quien se compite. Anexo presentación de marcas.</li> </ul>	DISTRIBUIDOR
Día 3	Se capacita al vendedor para el proceso de venta: <ul style="list-style-type: none"> <li>*Anexo fundamentales de venta presentación.</li> <li>*Imagen personal.</li> <li>*Comunicación en campo.</li> <li>*Anexo proceso de ventas manual.</li> <li>*Manejo de objeciones.</li> <li>*Responsabilidades del vendedor.</li> </ul>	DISTRIBUIDOR

*Capacitación interna de personal (Tabla 2)*

Capacitación externa	Actividad	Responsable.
Día 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Asignación de un vendedor con experiencia para mostrar el proceso, el nuevo repartidor saldrá a ruta para observar el proceso de venta.</li> </ul>	DISTRIBUIDOR
Día 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>*El repartidor sale a ruta a poner en práctica lo aprendido, un supervisor lo acompaña para introducirlo con los clientes y evaluar su desempeño con el Formato de evaluaciones</li> </ul>	SUPERVISOR

	(Anexos). Si es aprobado termina la capacitación y puede empezar labores, si no aprueba, dependiendo con el resultado de la evaluación se definirá el área a reforzar y se repite los días 4 y 5.	
--	---	--

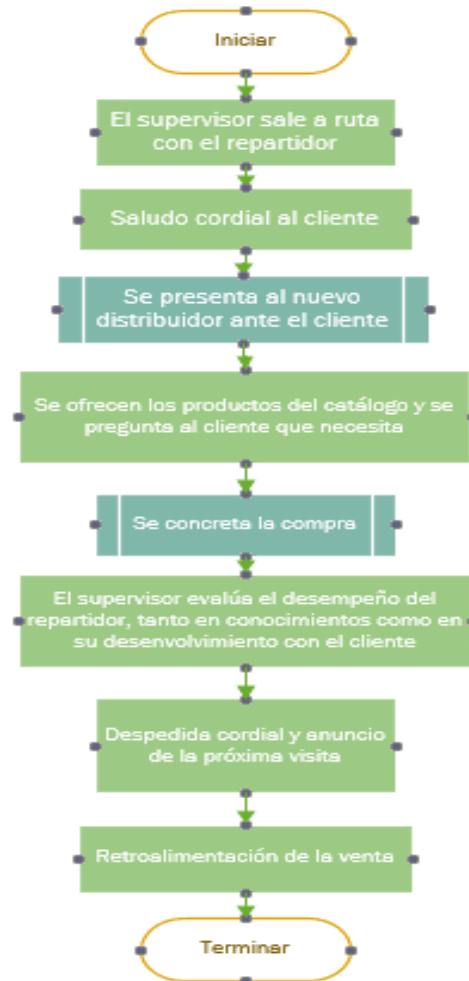
*Capacitación externa de personal (Tabla 3)*

En el manual de procedimientos se creó un nuevo apartado llamado “Capacitación de personal”, en el cual se describe el proceso a seguir para poder capacitar personal nuevo y supervisar el existente. Para ello se crearon 3 tablas: una para hablar sobre los primeros tres días de entrenamiento que son tronco común y después creamos dos tablas porque los últimos dos días el personal de preventa tiene un proceso y el repartidor de moto otro.

Secuencia de Etapas	Actividad	Responsable
1.0 Capacitación interna.	1.1 Se realiza una capacitación interna a los vendedores con una duración de 4 días en la que se le da información sobre: - La empresa - Catálogo de productos - Imagen personal - Fundamentales de venta - Comunicación en campo - Procedimiento básico de la visita - Manejo de objeciones - Responsabilidades del vendedor - Iniciativas y productos	DISTRIBUIDOR
2.0 Capacitación en campo	2.1 Después de que los vendedores recibieron la capacitación interna se procede a realizar la capacitación en campo con una duración de 1 día, la cual consiste en lo siguiente: - Asignación de vendedor con experiencia para conocer el proceso. - Salida a campo con un vendedor de mayor experiencia. - El vendedor de mayor experiencia le muestra al nuevo vendedor como es el proceso de visita a clientes y venta.	DISTRIBUIDOR

*Formato anterior del apartado de capacitación externa de personal (Tabla 4)*

Realizamos un diagrama de flujo referente a la llegada de los repartidores a los establecimientos de venta, en ésta representación añadimos el papel del supervisor, dicho proceso se desarrolla el día 5 de la capacitación del personal



*Diagrama de flujo del proceso de capacitación del personal (Imagen 11)*

## Documentación del proceso de Moto-Venta

En el siguiente apartado desarrollaremos paso a paso el proceso de venta en moto, acaparando los elementos esenciales que se ven envueltos a la hora de visitar uno de los establecimientos del mapa; para ello seccionamos el proceso en etapas, de tal manera que ningún elemento pase desapercibido.

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO MOTO VENTA	ACTIVIDAD
Protocolo de arribo	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El repartidor debe acudir al punto de partida de ruta señalado en el GPS (8:00 a.m).</li><li>2. Hacer revisión de los puntos a visitar.</li><li>3. Bajarse de la moto junto con el material de trabajo (lápiz, celular, bloc de notas, franela)</li><li>4. Saludar cordialmente al cliente.</li></ol>
Proceso de venta	<ol style="list-style-type: none"><li>5. Preguntar al cliente si le hace falta surtir mercancía nueva</li><li>6. Ofrecer catálogo de productos al cliente</li><li>7. El repartidor da a conocer las promociones vigentes de temporada o ciertas facilidades que da la empresa en cuanto a compras por volumen.</li><li>8. En caso de traer un producto nuevo, ofrecerlo al cliente con una descripción del mismo para que conozca su composición y usos.</li><li>9. En caso de que el cliente desee adquirir algún producto, el repartidor procede a sacarlo de la motocicleta y a entregarlo al cliente.</li><li>10. Proceder a realizar el cobro de la venta, entregar nota al cliente con su cambio.</li></ol>
Inspección	<ol style="list-style-type: none"><li>11. Una vez dejado el pedido en el mostrador, el repartidor deberá ofrecerse en acomodarlo en el estante designado para dichos productos.</li><li>12. Se realiza una inspección visual de la mercancía en los aparadores, si se encuentra sucia se limpia con la franela o si está expirada se notifica al cliente que se puede reemplazar por uno nuevo sin costo si así lo desea.</li></ol>
Despedida	<ol style="list-style-type: none"><li>13. Despedirse amablemente haciendo saber el día de la próxima visita (semanal o quincenal).</li></ol>
Revisión	<ol style="list-style-type: none"><li>14. Revisar el inventario existente en la moto.</li><li>15. Actualizar la ruta y revisar el siguiente destino.</li><li>16. Una vez terminada la ruta, el repartidor regresa a la base.</li></ol>

Documentación	<p>17. Informar al administrador sobre las ventas realizadas y realizar corte de los productos vendidos.</p> <p>18. Reabastecer mercancía para la venta del día siguiente.</p>
<p><b>Tiempo promedio de visita 10 minutos.</b></p>	

*Proceso de Moto-venta (Tabla 5)*

A continuación, se muestra un diagrama de flujo del proceso de moto-venta, éste fue creado para poder hacer una representación visual del proceso, fue agregado al Manual de Procedimientos en el apartado de Anexos para complementar la información de la tabla anterior, ya que ambos se refieren al mismo proceso.

En éste diagrama se pueden visualizar tres decisiones importantes, entre ellas:

Si el cliente desea adquirir algún producto; si el producto se encuentra en buen estado, y si el recorrido ha llegado a su fin.



*Visita de los repartidores a los establecimientos marcados (imagen 12)*

PROCESO DE MOTO-VENTA

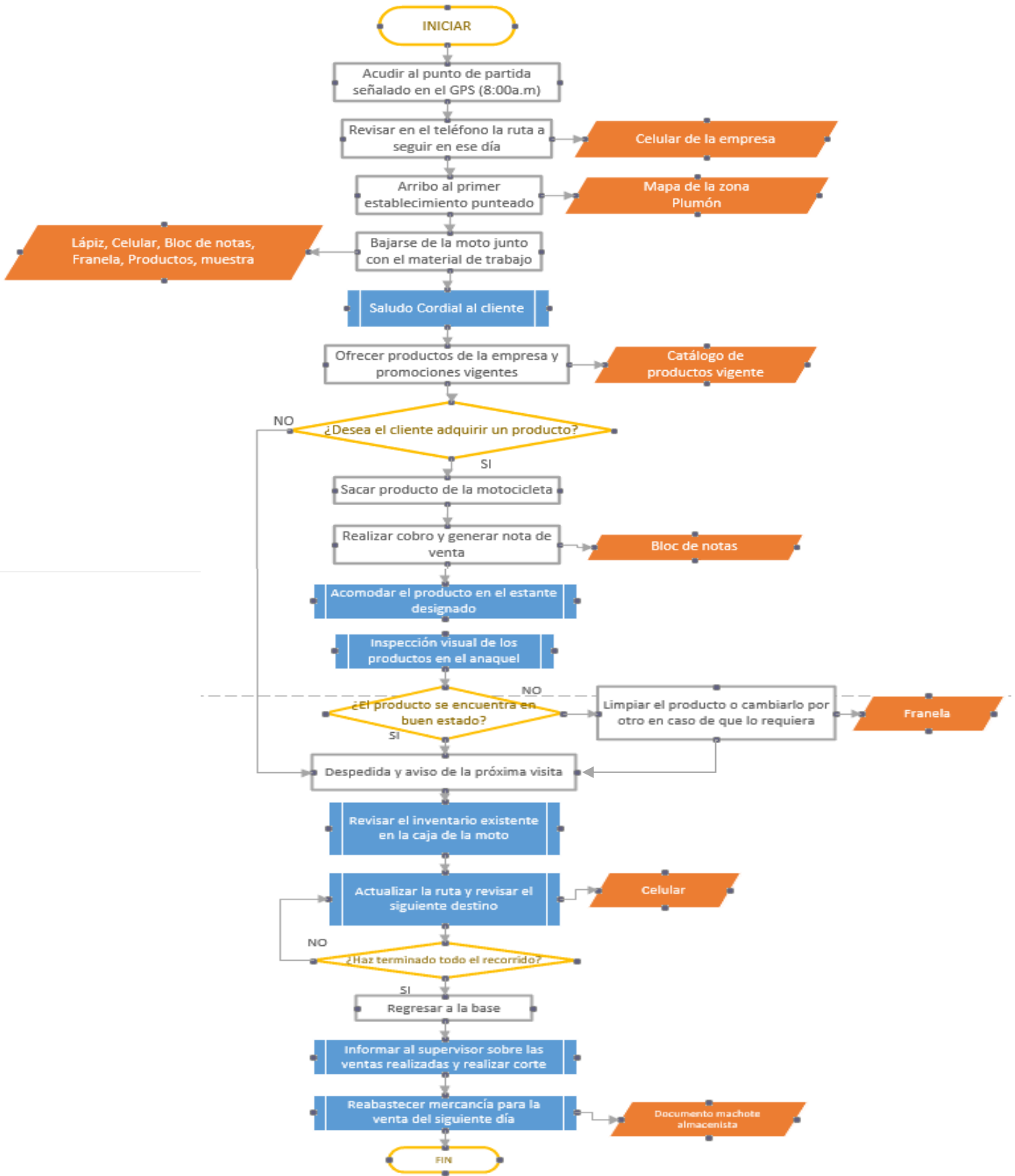


Diagrama de flujo del proceso de venta en moto (imagen 13)

### **Experiencia en investigación de campo:**

En esta visita se trabajó con el vendedor en moto, tuvimos la oportunidad de acompañar a dos de ellos; gracias a que cuentan con el vehículo pudimos cubrir una zona amplia. Acordamos un punto de encuentro y una vez reunidos, seguimos en nuestro propio vehículo al vendedor; cabe mencionar que el gerente de la empresa fue quien nos asignó a dichos vendedores dado que estaban en proceso de evaluación de desempeño, por lo que a su vez nos acompañó el supervisor de las rutas; esto con la finalidad de observar todos los elementos que se toman en cuenta a la hora de visitar cada uno de los establecimientos.

Nuestra labor fue observar el proceso de venta, en cada visita nos bajábamos del vehículo y acompañamos al vendedor, no interactuamos con el cliente. El trabajo a realizar fue observar el proceso y hacer anotaciones para poder documentarlo.

Algo que me llamó mucho la atención fue el trato que se tenía, no era de negocios, estaban en confianza, tanto el repartidor como el cliente se trataban como si fueran amigos, esto debido a los años que tiene visitando esa ruta, nos explicó el distribuidor.

Cabe mencionar que justo cuando se acercaba la hora de terminar la ruta, se escucharon ruidos como balazos a distancia, situación que nosotros ignoramos en el momento ya que continuamos con el trabajo a realizar, ese mismo día en la tarde nos enteramos que fueron asesinados dos policías en Tonalá, a 3 cuadras de donde nosotros no encontrábamos.



*Investigación de campo con los repartidores de la empresa (imagen 14)*

### Documentación del proceso de preventa:

A continuación, presentamos el proceso para llevar a cabo la preventa de los productos de Genomma Lab A través de una serie de pasos bien estructurados que engloban en su totalidad a dicho proceso.

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO PREVENTA	ACTIVIDAD
Protocolo de arribo	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Revisar en el teléfono la ruta a seguir en el día.</li><li>2. Saludo Cordial al cliente.</li></ol>
Proceso de venta	<ol style="list-style-type: none"><li>3. Ofrecer productos de la empresa.</li><li>4. Mencionar ofertas y promociones vigentes, así como descuentos en pedidos por volumen.</li><li>5. Generar la nota de venta.</li><li>6. Apuntar la dirección del establecimiento y el nombre del cliente al reverso de la nota para que el repartidor pueda identificar más fácilmente.</li></ol>
Inspección	<ol style="list-style-type: none"><li>7. Inspección visual de los productos en el anaquel, limpiar y acomodar si necesario.</li></ol>
Despedida	<ol style="list-style-type: none"><li>8. Despedida y aviso de la próxima visita (una semana).</li><li>9. Marcar en el mapa el establecimiento visitado.</li><li>10. Una vez terminado el recorrido, el repartidor regresará a la base.</li></ol>
Documentación	<ol style="list-style-type: none"><li>11. Levantar el pedido contabilizando cada una de las notas emitidas.</li><li>12. Concentrar por producto cada una de las ventas del día.</li><li>13. Revisar que los precios unitarios y las unidades pedidas coincidan con el monto total.</li><li>14. Pasar el pedido al encargado de almacén.</li></ol>
<b>Tiempo promedio de visita 7 minutos.</b>	

*Proceso de preventa (Tabla 6)*

A continuación presentaremos el diagrama de flujo del proceso de preventa, que se desarrolló en el apartado superior, el cual cuenta con dos decisiones importantes a lo largo de dicho proceso; las cuales son: la visualización del estado de la mercancía y si el cliente desea adquirir algún producto en específico.

El equipo con el que cuenta el repartidor es el siguiente: mapa de la zona a cubrir, franela, plumón, catálogo de productos vigente, bloc de notas, pluma, calculadora y teléfono celular.

PROCESO DE PREVENTA

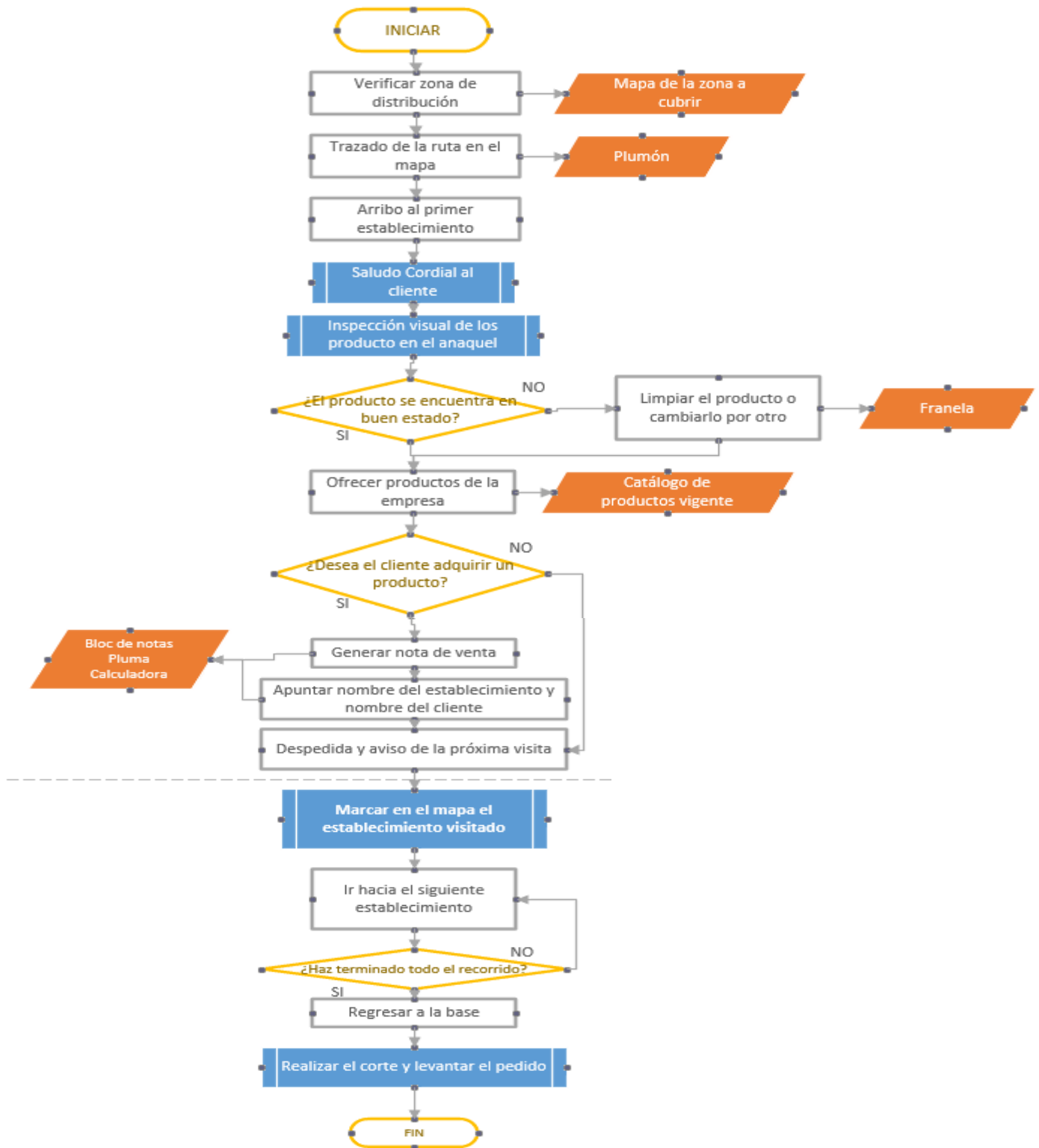


Diagrama de flujo del proceso de preventa (imagen 15)

### **Experiencia en investigación de campo:**

Acompañamos al vendedor de la preventa a realizar el recorrido de su ruta, esto con la finalidad de conocer el proceso de inicio a fin, nos echamos toda la jornada laboral de 8 horas. Lo que observamos principalmente fue el protocolo de venta, desde el saludo al cliente hasta la despedida, todo el proceso de lo que sucede mientras el representante de AP distribución se encuentra en la tienda concretando la venta.

La dinámica fue la siguiente: es sabido que cada zona a recorrer tiene en promedio 40 tiendas y todas deben cubrirse, nosotros íbamos caminando con la preventista Mónica y ella nos guiaba hacia la siguiente locación. Nosotros sólo saludábamos al cliente, no interveníamos para nada en el proceso, nuestra labor era sólo observar y hacer anotaciones sobre el procedimiento que se sigue para realizar una venta.

En el recorrido de una tienda a otra, platicábamos con la preventista, ella nos hacía observaciones extras de aspectos ajenos a la visita, por ejemplo, nos comentó que el principal problema por que cuál no se concretan las ventas es debido a que a veces el dueño no se encuentra en el establecimiento y los empleados no tienen autoridad para hacer compras.

Cabe mencionar que empezamos el recorrido desde muy temprano por lo cual intervino con la hora del desayuno, para esto, hicimos una pausa de 30 minutos en un tianguis cercano, aprovechamos para desayunar y conocernos mejor.



*Documentación del proceso de preventa (imagen 16)*

**Documentación del proceso de desarrollo de las rutas de distribución mediante el uso de la aplicación de “Google Maps”.**

En el siguiente apartado describiremos paso a paso el proceso de desarrollo de rutas de distribución, desde el punto de vista administrativo; para el cual describiremos la actividad a realizar y la persona encargada de la misma.

<b>PRIMERA ETAPA</b>	
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABILIDAD</b>
Acceder a la aplicación “google maps”.	Gerente de sucursal
Definir la zona de venta que se cubrirá en el mapa dependiendo de la modalidad: * <b>Moto venta:</b> Las zonas delimitadas se pueden encontrar en diferentes puntos del mapa. (ANEXO IMAGEN) * <b>Preventa:</b> las zonas se delimitan con 4 cuadrantes, y se encuentran juntas entre ellas. (ANEXO IMAGEN)	Gerente de sucursal
Definir el día que comprenderá la ruta trazada; en primera instancia el periodo de abastecimiento será quincenal.	Gerente de sucursal
Puntear en el mapa los establecimientos partiendo de la premisa de que en cada cuadrante existe una tienda de abarrotes, según estadísticas del INGEI (40 establecimientos en total)	Gerente de sucursal
Encerrar el cuadrante, cubriendo todos los puntos generados en el mapa	Gerente de sucursal
Generar base de datos en la aplicación con las rutas delimitadas	Gerente de sucursal
Nombrar la zona y añadirles un color	Gerente de sucursal
Una vez definida la ruta se manda a Imprimir el mapa en físico con el socio GUIA ROJI	Gerente de sucursal
<b>SEGUNDA ETAPA</b>	
Crear cuenta de correo Gmail (ANEXOS)	Gerente de sucursal
Asignar teléfono celular al repartidor	Gerente de sucursal
Entregar a repartidor mapa en físico de la zona delimitada	Gerente de sucursal

Salir a la ruta definida	Repartidor
Recorrer calle por calle la zona delimitada en el mapa	Repartidor
Corroborar la presencia de las tiendas de abarrotes y puntarlas en el mapa	Repartidor
Guardar la ubicación de los establecimientos en el día que corresponde a la zona recorrida	Repartidor
Actualizar los puntos marcados en el mapa generado en primera instancia y precisar su ubicación	Gerente de sucursal
Guardar la ruta actualizada en la aplicación	Gerente de sucursal

*Proceso de desarrollo de las rutas de distribución (Tabla 7)*

La intención que se tiene con la formación de éste apartado es documentar el proceso de desarrollo de las rutas de distribución, desde que el repartidor se da de alta en la empresa, hasta que se le hace entrega de su celular.

Éste proceso tiene como finalidad el monitoreo en tiempo real del personal de trabajo a través de la geoposición de los dispositivos celulares de los operarios vía GOOGLE MAPS.

Mediante ésta modalidad, el administrador puede tener mayor control en el rendimiento de los trabajadores, así como las rutas realizadas a lo largo de la jornada laboral.

### **Traslado a un centro de distribución más amplio**

Al inicio del proyecto la empresa estaba asentada en una casa pequeña que rentaban, el problema es que ya tenían demasiado inventario, lo cual les provocaba muchas mermas porque el producto perecía debido a que estaba a la intemperie, hecho que los orilló a migrar.

Ya en el último mes del proyecto pudieron mudar su ubicación a un almacén mucho más grande completamente techado y muy cerca de su locación anterior. Cabe mencionar que escogieron un lugar que iba más allá de sus necesidades actuales viendo a futuro, para que pudieran darse abasto.

## APARTADO INFORMATIVO

En el siguiente apartado presentaremos una serie de procedimientos y anexos que se complementan con el contenido presentado; para el desarrollo de éste apartado tuvimos acceso a documentos realizados por la empresa y en proyectos anteriores.

### 1. Fundamentales de venta

Son una serie de métricas que tienen como finalidad el incrementar las ventas, promover la rotación de productos e incrementar la participación en el mercado; así como un mejor desempeño en el proceso de venta del producto una vez que se llega a un establecimiento.

FUNDAMENTALES DE VENTA		
	Definición	Beneficios
Distribución	Realizar un inventario con el cliente sobre las existencias de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Asegura la compra máxima del consumidor</li> <li>*El consumidor no compra otra marca</li> </ul>
Visibilidad	Cerciorarse que los productos estén visibles y presentables para el consumidor en el anaquel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Reduce agotados y costos en mano de obra</li> <li>*Maximiza ventas y utilidades</li> <li>*Genera una buena imagen de la tienda</li> </ul>
Precio Correcto	Supervisar que los precios se encuentren en los rangos establecidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Atrae y retiene al consumidor</li> <li>*Asegura la rentabilidad del cliente</li> <li>*Genera confianza</li> </ul>
Mercadeo	Actividades que llaman la atención del consumidor (carteles publicitarios del producto, anaqueles exclusivos de la empresa, catálogo de productos, entre otros.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Genera compras no planeadas</li> <li>*Mejora la experiencia del consumidor</li> <li>*Genera lealtad</li> </ul>

*Tabla de fundamentales de venta (Tabla 8)*

<p>1 Ingresar al Google Drive en la cuenta del distribuidor con este link:</p>	<p><a href="https://drive.google.com/drive/my-drive">https://drive.google.com/drive/my-drive</a></p>
<p>2 En la barra de menú izquierda, seleccionar la opción “Nuevo”.</p>	
<p>3 Se desplazará una ventana de opciones, seleccionar más y seleccionar “Google My Maps”.</p>	
<p>4 Se redirigirá al mapa, aquí debemos buscar la ciudad en la que se va a trabajar, por ejemplo, Guadalajara.</p>	
<p>5 En la parte superior del mapa tenemos las herramientas para crear el polígono de zona, seleccionamos la que dice “trazar una línea”.</p>	

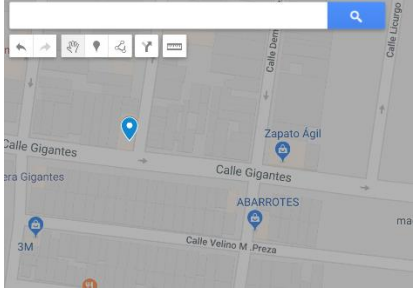
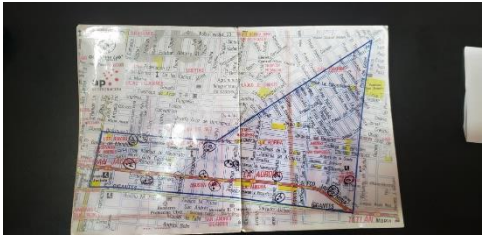
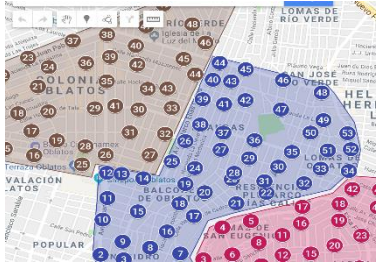
## 2. Documentación del proceso de trazado de rutas y delimitación de áreas

Para poder asignar una nueva zona de trabajo, se nos pidió crear un nuevo apartado en el Manual de Procedimientos de la empresa llamado “Designación de zonas”, en el cuál se

explica lo que es una zona, las características que ésta debe cumplir y su respectivo monitoreo.

Para ello, hicimos una tabla en que la que se especifica por pasos el proceso a seguir para poder crear una zona con la herramienta GOOGLE MAPS, adjuntamos también una ilustración de cada actividad para su mejor comprensión.

<p>6</p> <p>Se procede a trazar un polígono aleatorio como se muestra en la foto procurando cumplir con el aproximado de 40 cuadras por zona.</p>	
<p>7</p> <p>Se abrirá una pestaña para asignar un nombre a la figura, se deberá agregar el número del repartidor que va a visitar la zona y el día asignado para la visita, dar guardar.</p>	
<p>8</p> <p>Volviendo a la barra de herramientas, ahora utilizamos la opción agregar marcador para hacer la asignación de establecimientos a visitar.</p>	
<p>9</p> <p>Se selecciona un punto aleatorio en el mapa, se despliega la pestaña que se muestra a continuación y se da en guardar. Repetir este paso 40 veces.</p>	

<p>10 A veces el mapa muestra establecimientos como “ABARROTES” que podemos usar para saber que ahí ya existe una tienda y guardar la ubicación.</p>	
<p>11 Se imprime el mapa de la zona y se entrega al repartidor designado para buscar las tiendas existentes, se marcará en el mapa físico las ubicaciones encontradas.</p>	
<p>12 El repartidor regresa y entrega al distribuidor el mapa actualizado, para que posteriormente lo actualice en el mapa virtual como se indica en el paso 9, finalmente se les asigna color para diferenciarlas.</p>	

*Trazado de rutas de distribución (Tabla 9)*

En base a informes del INEGI, se confirma que existe en promedio una tienda de abarrotes en cada cuadra de una colonia, partiendo de ésta premisa, hacemos una designación aleatoria de zona, procurando que haya una existencia de aproximadamente 40 cuadras, siguiendo los pasos presentados.

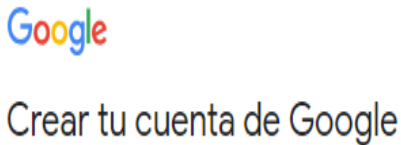


### 3. Creación de cuenta en Gmail





Se creó un nuevo apartado en el Manual de Procesos llamado Creación de cuenta Gmail, este debido a que todos los empleados de AP Soluciones tienen una cuenta Gmail asignada y todas estas cuentas son administradas por una cuenta padre, que las supervisa desde su



monitor, esto con el fin de poder observar el recorrido que realizan los repartidores para poder asegurarse de que cumplan con la ruta completa y que hayan iniciado a la hora adecuada.

Para poder ilustrarlo mejor, creamos una tabla con los pasos a seguir para poder crear una cuenta de Gmail con especificaciones para AP distribución en la que en cada paso agregábamos una ilustración del proceso para su mejor entendimiento.

Mediante el siguiente formato pretendemos explicar paso por paso el procedimiento para llevar a cabo una cuenta en Gmail, bajo los lineamientos de la empresa; es importante que el lector siga las instrucciones como se señalan en dicho formato, para lograr dar de alta en el sistema a un repartidor.

<p><b>1</b> Entrar a la página de google.com, ingresando el siguiente link en el buscador del navegador:</p> <p><a href="https://accounts.google.com/signup/v2/webcreateaccount?hl=es-419&amp;flowName=GlifWebSignIn&amp;flowEntry=SignUp">https://accounts.google.com/signup/v2/webcreateaccount?hl=es-419&amp;flowName=GlifWebSignIn&amp;flowEntry=SignUp</a></p>	
<p><b>2</b> Registrar el nombre del usuario en la casilla correspondiente</p> <p>La primera letra del nombre de usuario hace referencia a la ciudad en la que radica la empresa. Ejemplo: "G" Guadalajara, y posteriormente el número de usuario que hará uso de la cuenta</p>	
<p><b>3</b> Registrar el apellido en la casilla correspondiente</p> <p>Ingresar el nombre de la organización, en éste caso:</p> <p><i>Genomma Lab</i></p>	

<p><b>4</b> Ingresa el nombre del usuario, siguiendo la misma metodología que en los pasos anteriores</p>	<p>Nombre de usuario</p> <p>RUTAG0001 <span style="float: right;">@gmail.com</span></p> <p>Puedes usar letras, números y signos de puntuación</p> <p><a href="#">Usar mi dirección de correo electrónico actual en su lugar</a></p>
<p><b>5</b> Ingresa una contraseña y confírmala</p> <p>De preferencia todos los usuarios deben tener la misma para facilitar el acceso del distribuidor</p>	<p>Contraseña <span style="float: right;">Confirmar contraseña</span></p> <p>..... <span style="float: right;">.....</span> </p> <p>Usa 8 o más caracteres con una combinación de letras, números y símbolos</p>
<p><b>6</b> Ingresa el número de teléfono que se le asignará al repartidor.</p> <p>Nota: Es importante que todos éstos datos ingresados sean añadidos a un documento de Excel</p>	<p> RUTAG0001@gmail.com</p> <p>Número de teléfono (opcional)</p> <p> 3314567890</p> <p>Usaremos tu número como medida de seguridad. Nadie podrá verlo.</p>
<p><b>7</b> Añadir la dirección de correo electrónico del distribuidor (<b>cuenta padre</b>) en caso de que se requiera proteger la cuenta.</p>	<p><a href="#">Dirección de correo de recuperación (opcional)</a></p> <p>xxxx@gmail.com</p> <p>La usaremos para proteger tu cuenta</p>
<p><b>8</b> Añadir los siguientes datos, para proteger la cuenta, de preferencia que sea datos que el distribuidor conoce y que sean repetitivos en todas las cuentas</p>	<p>Día Mes Año</p> <p>XX Marzo 1995</p> <p>Tu fecha de nacimiento</p> <p>Género</p> <p>Prefiero no decirlo</p>
<p><b>9</b> Ingresar el código que la página manda al celular del repartidor, para verificar su autenticidad.</p> <p>El mensaje enviado es vía SMS, mensaje de texto, Una vez ingresado el código se presiona “verificar”</p>	<p> 01 33 1456 7890</p> <p>Ingresa el código de verificación.</p> <p>G-   _____</p> <p><a href="#">Atras</a> <a href="#">Llamar</a> <a href="#">Verificar</a></p>

<p><b>10</b> Asignar como foto de perfil el tipo de modalidad que desempeñará el usuario: ya sea venta o preventa A su vez la imagen debe comprender el número del usuario y el nombre la empresa.</p>	
<p><b>11</b> Es importante que todos los datos ingresados, sean capturados en un documento de excel; esto con la intención de llevar un mayor control en las cuentas de los usuarios</p>	<p>ANEXO:  LISTA MAESTRA DE USUARIOS.xlsx</p>

*Creación de cuenta de Gmail (Tabla 10)*



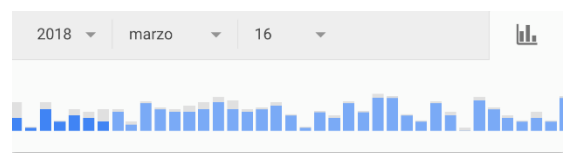
Como se puede apreciar en el último paso del procedimiento, es importante que el encargado de realizar dicha actividad, agregue todos los datos del usuario en una base de datos, la cual llevará el nombre de “lista maestra de usuarios”, en la que se podrá visualizar la información perteneciente a cada uno de los repartidores que conforman la organización, ya sean de la modalidad de venta o preventa.

#### 4. Geolocalización (responsabilidades del vendedor)

<p>1</p> <p>Ir a la barra de menú en la aplicación Google Maps y seleccionar Comparte tu ubicación</p>	
<p>2</p> <p>Seleccionar la opción “hasta desactivarlo” y “seleccionar personas”.</p>	
<p>3</p> <p>Agregar la cuenta padre para compartir la información en tiempo real todo el tiempo.</p>	
<p>4</p> <p>La aplicación identificará el correo agregado, seleccionar a la persona y dar “compartir”.</p>	
<p>5</p> <p>La aplicación redirigirá al mapa y desplegará el siguiente recuadro.</p>	

Geolocalización de personal desde la perspectiva del vendedor (Tabla 11)

## 5. Instrucción de trabajo para la Geolocalización del personal (Responsable administrador)

<p>1</p> <p>Primero, el administrador debe ingresar a la cuenta Gmail del repartidor que va a observar, después dirigirse al menú y seleccionar “Tus rutas”.</p>	
<p>2</p> <p>La página redirigirá al mapa y se desplegará una tabla con rangos de tiempo, aquí se selecciona la fecha del recorrido que se quiere observar.</p>	
<p>3</p> <p>Se observará en el mapa el recorrido tomado durante las 24 horas de ese día.</p>	
<p>4</p> <p>Las gráficas que aparecen representan qué tanta distancia fue recorrida, cada barra representa un día.</p>	

*Geolocalización de personal desde la perspectiva del administrador (Tabla 12)*

## 6. Instrucción de trabajo para el mapeo de ruta

1

Ingresa a la aplicación Google Maps e ir al menú en la parte izquierda superior (3 líneas horizontales).



2

Ir a Tus lugares



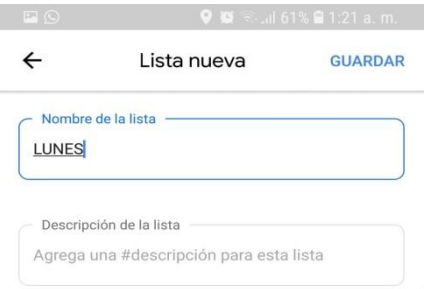
3


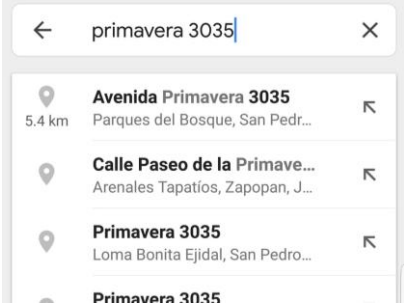
Ir a Guardados y seleccionar el círculo azul en la esquina inferior derecha. Agregar nuevo.



4

Agregar una lista nueva, esta representará un día de visita y en ella se agregarán las tiendas físicas que el repartidor vea, a la lista le asignará el nombre del día que toca visita. Dar guardar.



<p>5</p> <p>Seleccionar Agregar.</p>	
<p>6</p> <p>Agregar la dirección del establecimiento y seleccionar de las opciones dadas por la aplicación. Repetir éste paso para registrar todas las locaciones existentes dentro de la zona.</p>	

*Mapeo de ruta haciendo uso de la aplicación Google Maps. (Tabla 13)*

## 7. Actualización del archivo de vendedores y supervisores

**2. Archivo evaluación de vendedores y supervisores**

VENDEDOR:	PARTNER:	FECHA: / /
FRECUENCIA DE VISITA:	PRE-VENTA / AUTO-VENTA:	FECHA INGRESO: / /
RUTA:	COLONIA:	UNIDAD:

EVALUACION VENDEDOR		*Usar formato con los siguientes parámetros: 1 = Si cumple 0 = No cumple															
<b>PRESENCIA PERSONAL</b>		<b>PLANEACION</b>															
Cumple con reglamento de Vestimenta / Imagen		Conoce la ruta del día?															
Tiene material de ventas (catálogo, calculadora, notas)		Conoce sus objetivos? (visitas, ticket promedio, ventas efectivas, clasificación de vendedor)															
Porta Gafete Visible																	
	SUMA																
	% de cumplimiento																
*Verificar en cada tienda visitada		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<b>CONOCIMIENTO DEL CLIENTE</b>																	
Se muestra cordial en el saludo																	
Comprador/tendero conoce al vendedor																	
	SUMA																
	% de cumplimiento																
<b>CONOCIMIENTO DE PRODUCTO</b>																	
Comunica los precios, promociones, productos																	
Explica beneficios de los productos																	
Identifica oportunidades de catalogación																	
	SUMA																
	% de cumplimiento																
<b>HABILIDADES DE VENTA</b>																	
Realizó una venta fácil?																	
Si la respuesta anterior es 0 contesta las siguientes preguntas																	
Entendió la Objeción?																	
Manejó la Objeción?																	
	SUMA																
	% de cumplimiento																
	TOTAL																
	RESULTADO																
	VENTA EN PESOS																

Formato de evaluación de vendedores y supervisores (imagen 17)

Éste documento es utilizado en el proceso de vaciado de las ventas realizadas, cotejando cada una de las notas emitidas por los repartidores a los clientes; dicho formato debe coincidir con la cantidad neta de las ventas realizadas y las unidades vendidas en cada establecimiento.

## Comparación de Métricas:

En éste apartado desarrollaremos las propuestas de mejora y áreas de oportunidad que visualizamos a lo largo de las visitas realizadas a la empresa, cabe destacar que éstas no sólo se limitan a los procesos de Moto venta y preventa, sino a todas las áreas de la organización en general.

### AREAS DE OPORTUNIDAD

- Proceso de abastecimiento de mercancía en cada moto (muchas veces las motos llevan excedentes de peso, lo que pone en riesgo al vendedor al equipo y la mercancía).

En la visita con el vendedor, pudimos observar muchos aspectos a mejorar, pero algo que no tomamos en cuenta son las condiciones de trabajo de los vendedores. Lo primero que nos comentó el vendedor fue que seguido le pasa que cuando viene iniciando la ruta, tiene problemas con el manejo de la moto debido a que viene cargada a tope con el producto, lo que la vuelve más difícil de manejar aumentando el riesgo de volcadura, principalmente al momento de dar vuelta o en alto total, donde el equilibrio y peso de la moto depende de la pierna del conductor.

- Se sugiere hacer una investigación sobre las especificaciones de las motos, para saber cuál es el peso máximo que pueden cargar, así como un estudio ergonómico para poder definir el impacto físico de estas prácticas sobre los trabajadores.
- Periodo de reorden de mercancía (cada 21 días) al tanteo (herramienta de análisis para la cantidad óptima de pedido). La empresa se abastece de productos cada 21 días, sin embargo, no se toman en cuenta elementos críticos que están generando fugas importantes de capital, tal es el caso del exceso de inventarios de productos de baja rotación, obsolescencia de la mercancía y costos generados a partir del traslado (fletes) y almacenamiento de la misma.
- Ingreso de nuevos productos y presentaciones al sistema: ofertas y promociones por temporada de acuerdo al comportamiento de la demanda a lo largo del año

## PROPUESTAS DE MEJORA

- Considerar las especificaciones del uso de la motocicleta, tanto de la capacidad como de la seguridad del equipo, con la intención de evitar posibles accidentes o acelerar el deterioro del mismo.



*Motocicleta de la empresa, con su respectivo número de usuario y logo (imagen 18)*



*Llenado de la caja con la mercancía seleccionada (imagen 19)*

Las marcas de los equipos utilizados son: Kanguro y Honda

La caja tiene un volúmen de 34 m<sup>3</sup>. El peso de la mercancía es muy variable dependiendo los productos, sin embargo en promedio gira entre los 20 y 30 kg.

Cabe mencionar que dichas dimensiones fueron modificadas con la finalidad de introducirles la mayor cantidad de mercancía posible, sin considerar el peso de la misma y el riesgo que conlleva al vendedor al manejarla.

- Introducir un programa de proyecciones en las ventas de productos con un comportamiento estable en el mercado a lo largo del año (promedio móvil

ponderado, suavización exponencial, sesgo, desviación media absoluta, entre otros) con la intención de llevar un mayor control en el abastecimiento de la mercancía y la rotación del inventario de los productos.

- Segmentación de los inventarios en un sistema A, B, C; con la intención de conocer el tipo de rotación de los productos, así como el porcentaje de utilidad que generan. Para ello es necesario contar con las datos históricos de las ventas realizadas en los periodos pasados y generar un esquema que arroje las unidades vendidas de cada producto y la utilidad recabada a partir de la misma; de tal manera que podamos visualizar que productos son más demandados por los clientes, que presentaciones de envases son más solicitadas y que productos dejan un margen de utilidad más considerable; ésto con la intención de obtener un panorama más amplio



*Almacén de productos a distribuir (imagen 20)*

- Cambiar el formato de las ventas realizadas, para agilizar el llenado del mismo y el abastecimiento de la mercancía (mediante el sistema de numeración unario). Consideramos introducir un formato nuevo de llenado que se alimente a manera de destajo, de modo que una vez que se llene una nota en todos los recuadros del pedido, ésta ya no tenga que ser utilizada; y así evitar el manejo de varias notas y facilitar el vaciado de la información de cada uno de los productos solicitados.



*Sistema de numeración unario (imagen 21)*

- Implementar el uso de la herramienta EOQ, para el abastecimiento de la mercancía, y evitar costos generados por sobre inventarios o productos percederos.

Este sistema de abastecimientos se enfoca en economizar las adquisiciones de la mercancía, tomando en cuenta los volúmenes de venta solicitados, y el costo generado a partir del almacenamiento de la misma, así como el de los fletes; éste método de planeación traería consigo ahorros económicos dado que se solicita únicamente lo que se va a vender considerando los costos de transporte y almacenamiento generados a partir de la misma solicitud.



*Proceso de abastecimiento de mercancía (imagen 22)*



*Área de abastecimiento de mercancía (imagen 23)*

## Economic Order Quantity

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times D \times S}{H}}$$

D = Annual demand (units)

S = Cost per order (\$)

C = Cost per unit (\$)

I = Holding cost (%)

H = Holding cost (\$) = I x C

*Formula EOQ (imagen 25)*

- Implementar el uso de Macros en Excel en el área de vaciado de datos, con la intención de agilizar el proceso del comportamiento diario de las ventas realizadas, así como de los pedidos levantados por preventa.

Dicho programa consta de la síntesis de pasos llevados a cabo en el proceso de vaciado de datos, evitando acciones repetitivas y de nula importancia tales como: añadir tablas, incluir espacios, copiar formatos, agragar hojas, entre muchos otros comandos que solamente demoran el proceso y a su vez son mas susceptibles a generar errores por el usuario al realizarlos.

## 4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

Aprendizajes profesionales

### **Fernando Cárdenas**

En éste proyecto puse en práctica mis conocimientos adquiridos a lo largo de la profesión, diseñamos un plan de trabajo óptimo para el desarrollo de los procesos de venta y preventa de la empresa, así como la estructuración de un documento con una serie de métricas bien definidas, con el fin de estandarizar el manejo de los recursos en los diferentes sectores de la empresa.

Desde mi perspectiva siento que pude poner en práctica mis habilidades en el desarrollo y documentación de procesos, así como en la detección de oportunidades de mejora en los diferentes niveles de la empresa, cabe destacar que no sólo nos limitamos al enfoque de ventas, sino también pudimos adentrarnos a muchas otras, que mantienen una fuerte interacción con dicha área, entre ellas: suministro, logística y desempeño del personal

### **Arturo Montes de Oca**

A lo largo del proyecto pude conocer más a fondo las partes de la empresa, en este caso trabajamos en la parte de almacenamiento, distribución y ventas. Al inicio del semestre, cuando recién conocí la empresa, me pareció que había mucho desorden físico productos mezclados o dañados por estar a la intemperie, los motociclistas no cabían todos dentro a la hora de llegada por lo que muchos tenían que esperar en la banqueta, entre otros, desgraciadamente el espacio del que disponían no era suficiente para contener todo el producto que les llegaba.

Unas semanas antes de la terminación del proyecto, se mudaron a una nueva ubicación con espacio suficiente asignado para el inventario, administrativo y recibimiento de repartidores, inmediatamente notaron una mejoría en el sistema interno de la empresa, el inventario era mucho más fácil de manipular y acceder, en el área administrativa se asignaron bahías de trabajo para cada empleado y los motociclistas ya no se estorbaban entre sí para hacer el corte.

Fue cuando empecé a ver las mejorías en el flujo del sistema de la empresa que me di cuenta la importancia de tener orden, todos los procesos internos se optimizaron solamente por fallas en el aspecto de distribución y la importancia de tener conocimiento y control de todo.

### Aprendizajes Éticos

### **Fernando Cárdenas**

En el desarrollo del proyecto pude concientizarme en cuanto al ambiente de trabajo que existe en la empresa, la forma en cómo se relacionan los repartidores y directivos y las políticas y valores que rigen en dichas relaciones.

En mi estancia en la empresa pude apreciar la importancia que se le dan a los valores, que incentivan la convivencia en los espacios de trabajo; soy consciente de que la comunicación dentro de una organización es un elemento clave para llegar al éxito.

La relación con los directivos y colaboradores de la empresa a lo largo del desarrollo del proyecto fue muy profesional y de suma importancia; aprendí mucho de ellos en cuanto a su labor en la organización, y su desenvolvimiento con las demás personas.

### **Arturo Montes de Oca**

Otro aspecto que me llamó la atención es el enfoque de trabajo de la empresa, como empresa transnacional uno espera ver Genomma Lab en las grandes tiendas y farmacias, pero a través de AP distribución han podido tomar en cuenta el mercado de los minoristas, todos aquellos pequeños consumidores en los que la marca no tenía presencia. Es una red de logística que se tiene por toda la zona metropolitana para asegurarse que hasta el producto pueda llegar más fácilmente a otro tipo de clientes.

### [Aprendizajes Sociales](#)

### **Fernando Cárdenas**

En cuanto al ámbito social siento que pude mejorar en mi desenvolvimiento con el personal de trabajo, ya que pude interactuar personalmente con ellos y observar su desempeño en el puesto que laboran; considero que el poner en práctica mis habilidades para comunicarme con las demás personas es una de las actividades más importantes que adquirí en éste proyecto, puesto que constantemente tuve que conversar con el personal y los encargados de ciertas áreas para recabar información y documentarla en el manual de procedimientos de la empresa.

## **Arturo Montes de Oca**

Cabe mencionar que las ventas se realizan en su mayoría en colonias populares, el cuál es un segmento de la población que generalmente no es tomado en cuenta por las grandes compañías como parte del mercado, en lo cual, Genomma Lab supo aprovechar esa baja competencia para hacerse presente. A mi parecer esto es una muy buena estrategia de negocio, prueba de ello es que AP distribución tiene años operando y ha demostrado financieramente que es un negocio rentable.

## **5. Conclusiones**

A lo largo del proyecto pudimos involucrarnos en muchas áreas de la empresa, en las cuales tuvimos la oportunidad de trabajar con el personal y conocer los procesos internos de la organización; donde más estuvimos involucrados fue en la parte de ventas, lo cual nos llevó a salir a campo, para vivir la experiencia que realizan día a día los repartidores de la empresa; aprendimos la metodología de cómo se lleva a cabo el trato con el cliente, y el proceso de arribo a los establecimientos marcados en el mapa, nos percatamos que en dicho proceso existía cierta amistad que los repartidores iban formando con los clientes, dada la frecuencia de las visitas a sus tiendas; nos pareció un punto importante ya que la consolidación de la venta tenía más posibilidades de realizarse.

Otro factor a resaltar es la red de logística de la empresa, ya que sólo una persona está encargada de asignar las rutas y los repartidores lo cual es una carga de trabajo pesada, sin embargo, manejan muchas herramientas y software para tener todo bajo control, entre ellos GOOGLE MAPS para la geolocalización del personal y GOOGLE DRIVE para el fácil acceso de los colaboradores a la información de la empresa; a su vez manejan programas como OFFICE para el manejo de datos y programas como COMPAQ para la parte fiscal y administrativa.

Nos pareció un proyecto muy interesante en el que pusimos en práctica nuestros conocimientos referentes al análisis y observación de procesos, consideramos que la implementación de un manual de procedimientos en la empresa es una práctica de gran

ayuda para la estandarización de los procesos en cualquiera de las áreas que la conforman, con el fin de incrementar el control y la administración de los negocios pertenecientes a la franquicia.

Actualmente se tienen 25 rutas destinadas a la modalidad de Moto-venta y 10 a la de preventa; sin embargo, se tiene pensado ampliar la cobertura de la zona metropolitana de Guadalajara incorporando 10 rutas más de preventa a la planilla de distribución, es por ello el interés de estandarizar y conceptualizar cada uno de los procesos que se ven envueltos en la empresa.

## 6. Bibliografías formato APA

Servicio-al-cliente58.webnode.com.co. (2014). VENTA, PREVENTA Y POSVENTA. 20/08/18, de servicio-al-cliente58.webnode.com.co Sitio web: <https://servicio-al-cliente58.webnode.com.co/news/venta-preventa-y-posventa/>

diccionario.reverso.net. (2011). definición supervisor. 2018, de diccionario.reverso.net Sitio web: <https://diccionario.reverso.net/espanol-definiciones/supervisor>

http://dle.rae.es/?id=7HamHPs. (2018). definición de capacitación. 2018, de rae.es Sitio web: <http://dle.rae.es/?id=7HamHPs>

Giovanny Gómez. (11.12.2001). Manuales de procedimientos y su uso en control interno. 2018, de gestiopolis.com Sitio web: <https://www.gestiopolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>

zona logística. (15 enero, 2018). ¿Qué es un centro de distribución? 2018, de zona logística Sitio web: <https://www.zonalogistica.com/que-es-un-centro-de-distribucion/>

iiemd.com. (-). QUE ES GEOLOCALIZACION: DEFINICION. 2018, de iiemd.com Sitio web: <https://iiemd.com/geolocalizacion/que-es-geolocalizacion>

aec.es. (-). Inspección. 23/09/18, de aec.es Sitio web: <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/inspeccion>

definicionabc.com. (-). Definición de Inventario. 2018, de .definicionabc.com Sitio web: <https://www.definicionabc.com/economia/inventario.php>

## 7. Anexos

A continuación, presentaremos los apartados del manual de procedimientos de la empresa que desarrollamos y validamos a lo largo del proyecto, apegándonos al formato ya establecido y a las definiciones utilizadas; por cuestiones de facilitar al supervisor la lectura de nuestras modificaciones, optamos por enmarcar con color azul cada una de ellas y así poder darles mayor trazabilidad a las actualizaciones del documento.

Entre los apartados modificados se encuentran los siguientes:

Creación de cuenta de Gmail (tablas de contenido y definición de conceptos)

En éste apartado del manual añadimos lo correspondiente al proceso de creación de la cuenta de Gmail del personal, una vez que se la ha hecho entrega del teléfono celular al vendedor.

2.1. Procedimiento de alta de persona .....	6
2.1.1. Propósito .....	6
2.1.2. Alcance .....	6
2.1.3. Responsabilidades .....	6
2.1.4. Definiciones .....	6
2.1.5. Descripción del Procedimiento.....	6

*Recorte del índice de la sección de alta de personal (imagen 26)*

Documentación de apartados de venta y preventa, (conceptos y anexos)

2.3. Procedimiento de entrenamiento de personal .....	29
2.3.1. Propósito .....	29
2.3.2. Alcance .....	29
2.3.3. Responsabilidades .....	29
2.3.4. Definiciones .....	29
2.3.5. Descripción del Procedimiento.....	29
2.3.6. Documentación de venta y preventa.....	33

*Recorte del índice de la sección de venta, preventa y capacitación del personal (imagen 27)*

En ésta apartado añadimos los diagramas de flujo de procesos en cada una de las modalidades de venta, los esquemas de capacitación, los fundamentales de venta y las definiciones correspondientes a cada una de ellas.

Designación de zonas, Geolocalización de personal y mapeo de ruta, (tablas de contenido y definición de conceptos)

4.3. Procedimiento de diseño de rutas.....	69
4.3.1. Propósito .....	69
4.3.2. Alcance .....	69
4.3.3. Responsabilidades .....	69
4.3.4. Definiciones .....	69
4.3.5. Descripción del Procedimiento.....	69

*Recorte del índice de la sección de venta, preventa y capacitación del personal  
(imagen 28)*

En ésta aparatado añadimos lo que corresponde a las instrucciones de trabajo para realizar el proceso de geolocalización del personal y mapeo de ruta haciendo uso de la aplicación Google Maps.