

Eduardo Yanes Cadenas

ID UB20751BBU28821

INNOVATION AND TECHNOLOGY:

INNOVACION Y TECNOLOGIA

UTILIZACION DE CENSO PARA EL MEJORAMIENTO EN DESEMPEÑO, ASPECTO INNOVADOR CON SOPORTE DE TECNOLOGIA INFORMATICA

INNOVATION AND TECHNOLOGY

CENSUS USE FOR IMPROVEMENT IN PERFORMANCE, APPEARANCE WITH INNOVATIVE COMPUTER TECHNOLOGY SUPPORT

Fecha: Mayo, 2013

Lugar: Santo Domingo, Rep. Dominicana



Atlantic International University

Honolulu, Hawaii

Summer 2012

Índice:

1. Introducción
2. Situación actual.
 - 2.1. Resultados censo a detallistas, por vendedor / sector.
 - 2.2. Formulario Censo a Detallista.
 - 2.3. Mapa ciudad Santo Domingo, por sectores / polígonos.
3. Análisis e interpretación
4. Conclusiones
- 5. Anexos:**
 - 5.1. Utilización sistema Hand-Held.
 - 5.2. Cuadros relación, costos distribución ventas libras e indicadores actual.
 - 5.3. Cuadro relación costos distribución ventas en libras e indicadores. Reestructuración.
 - 5.4. Cronología del Censo realizado. Su metodología.

1. Introducción.

Remontándonos en el pasado, cuando por primera vez se vendía un producto, las compañías de la época, se limitaban exclusivamente a producir y vender, a través del tiempo y con el surgimiento de otros competidores, se ha presentado la necesidad creciente de obtener información que nos permita conocer nuestra posición en el mercado, respecto a la competencia, para ello, se inició un proceso nuevo, en donde, se han determinado índices de mercado y distribución, tan amplio como sea necesario estudiar, y que la mejor manera para el logro de lo requerido para la ocasión son los censos a detallistas, sistema que sigue vigente, y por lo tal, lo hemos utilizados por considerar la importancia de los mismos en el desarrollo de la empresa, apuntalándolo como factor innovador para crear un mejor apalancamiento por el diagnóstico que surja de los resultados.

A la fecha, la mejoría de las compañías de productos masivos han instituido realizar censo permanente de sus detallistas, y que nosotros, estamos también incursionando en dicha modalidad, para el logro de información para el negocio.

En cuanto al procedimiento de información surgida, la misma se recopila y procesa a través de los sistemas de procesamiento de datos con cuenta la industria hoy día. El censo, además de presentar un análisis de los índices investigados, nos informa a cuales áreas hay que prestar mayor atención, que nuestro caso de estudio.

Ahora bien, el censo a detallista desarrollado se enfocó en tres (3) vertientes primordiales que cumplir:

- 1ro. Ser un elemento de juicio para evaluar a nuestros detallistas, y asimismo, conocer la situación de nuestros productos y su presencia en el mercado. **Concentrado puntualmente en nuestra presencia, sin tomar en cuenta la competencia.**

- 2do. Servir de base para tomar decisiones determinante en el menor tiempo posible, y con mayor probabilidad de ser atinada, ya sea para contrarrestar a las actividades de la competencia o solamente para mejorar nuestra situación en el mercado, objetivo principal del referido censo a detallista.
- 3ro. Poder estructurar o reestructurar el sistema de ventas, basado en el censo a detallistas que decidimos realizar para observar nuestra situación.
- 4to. Incorporar cualquier tecnología de información que ayude a mejorar la eficiencia de la operación de ventas.

En cuanto a los principales índices para sacarles el provecho, que justifica dicho censo a detallistas, fueron:

1. Nombre, dirección, y tipo de negocio, teléfono.
2. Clientes que no venden nuestros productos. (En nuestro caso razón del censo a detallistas realizado).
3. Frecuencia de visita.
4. Existencias.

De los índices descritos la razón principal fueron, el (1), (2), y (7) clientes que no venden. Esto por la necesidad de obtener información básica de la estructura de ventas.

2. Situación Actual.

En la actualidad la compañía consta de 15 rutas de auto-venta urbana para Santo Domingo, todas directas de la fábrica. Observando cómo se han venido desarrollando, reflejada por la disminución en los niveles de ventas por clientes, entendiendo también en la participación de mercado en cada territorio, reflejada por los volúmenes de ventas, con relación a la expansión que ha tenido el mercado, no reflejado en las cifras que se han estado logrando en los últimos años.

Esta situación nos llevó a reflexionar sobre la manera en que debíamos abordar a nuestra organización de ventas, y así, obtener las informaciones necesarias con las cuales nos evidenciar a nuestra posición, como una radiografía de nuestro sistema de ventas, y estructura de rutas.

Basado en dichos cuestionamientos, procedimos a desarrollar un censo a detallistas, para el área urbana, de Santo Domingo, y con esta herramienta, medir el grado de **presencia de nuestros productos en el mercado**, sin otra variante a considerar en esta ocasión.

Cualquier operación que su función básica sea satisfacer al consumidor a través de sus productos, tendrá que buscar las alternativas que hagan más eficiente esa gestión. A tal efecto, nuestra función indispensable es mantener una visión amplia referente a los rendimientos que como resultados de las ventas deberán obtenerse. Sin embargo, si la organización y planificación de los sistemas de rutas son inadecuado, posiblemente los resultados no serán los más satisfactorios, ya que podrían presentarse diferentes tipos de situaciones:

- a) Rutas de ventas sobredimensionadas en tiempo y espacio, que percibíamos como el principal problemas, tocando mucho territorio, seleccionando clientes.
- b) Concentración de clientes en pocos territorios, con ventas adecuadas y un servicio al cliente deficiente.
- c) Cobertura de territorio con servicios por debajo de la potencialidad de clientes.

Estas razones principales nos llevaron a estudiar y analizar el comportamiento de cierta estructura de ventas (auto-venta).

Los resultados obtenidos por las 15 rutas urbanas de Santo Domingo en auto-venta, nos llevaron a ratificar la necesidad de un censo a detallistas, cuyo único nivel sería:

1. Determinar la presencia de producto en el segmento detallista.
2. Localización de los clientes dentro del referido territorio.
3. Niveles de desempeño por vendedores.

Las figuras numéricas que se tenían como marco de referencia sobre los niveles de cobertura, aún con ventas que para la compañía eran satisfactorio, para el área de marketing se entendía que los niveles de rendimiento en servicio era relativamente pobre, visto por el universo de clientes, y el sistema de ruta de auto-venta, que era de:

Universo de detallistas	6,342
# rutas (auto-venta)	15
Clientes / rutas promedio	422
Clientes / día	60

Los aspectos descritos sirvieron para formularnos el referido censo a detallistas.

De los aspectos descritos se procedió a implementar el censo a detallistas a la mayor brevedad, cuyo proceso describimos a continuación, como una cronología, aunque en anexo, está descrito todo el proceso de desarrollo.

Etapas de proceso:

Fase I Decisión de la necesidad del censo, establecimiento en las áreas que va a censarse.

Fase II

- a) Establecimiento de responsabilidad de quien desarrollaría y realizaría el censo.

- b) Esta etapa conjuga “coordinación”:
1. La coordinación del inicio de censo, y la definición del territorio para censar, objetivos del censo, reestructuración, información del mercado, etc, el personal disponible, personal a contratar, tiempo estimado del censo, y el respectivo presupuesto de censo.
 2. Preparación de materiales necesarios para el censo.
 3. Revisión de leyes laborales, y hacer contratos correspondientes.
 4. Establecimientos del flujo de dinero necesario para el censo.
 5. Contratación del personal necesario.
 6. Entrenamiento de personal de supervisión, y general.
 7. Preparación plan de trabajo, para el censo en conjunto con los supervisores responsables.

Fase III. Actividades de los supervisores.

1. Preparar plan de trabajo para el censo en conjunto con la coordinación (fase II).
2. Entrenar los encuestadores en el campo.
3. Supervisar el trabajo diario y velar por el plan de trabajo.

Fase IV. Actividades de oficina.

1. Preparación plan de trabajo para el censo en conjunto con el coordinador.
2. Preparar y mantener contabilidad del censo.
3. Supervisar trabajo diario y velar por el cumplimiento del plan de trabajo.

Fase V. Realización del censo.

1. Ejecución del censo con base al plan de trabajo.
2. Los oficinistas, al final empacarán todo el material para su revisión y procesamiento.

Fase VI. Reporte del censo.

Esta fue la responsabilidad de la coordinación general del censo. Pudiendo hacer toda la gestión solo, o con ayuda de los supervisores que fue la mejor vía utilizada.

En cuanto al procedimiento seguido en el desarrollo del censo a detallistas, tenemos:

Actividades:

- 1) Revisar encuestas entregadas diariamente para asegurar que estén correctamente llenados. Siempre manteniéndose alerta a posibles fraudes.
- 2) Revisar las encuestas para separar los diferentes categorías a ser censados, como sería:
 - Clientes exclusivos.
 - Clientes cerrados.
 - Clientes activos.
- 3) Organizar las encuestas en cada zona por avenidas y calles, o por direcciones pertinentes.
- 4) Cada día revisar por duplicidad de encuestas.
- 5) Diariamente llenar la hoja de control de encuestadores y entregados al supervisor correspondiente, incluyendo los rechazados por cualquier motivo.
- 6) Al acabar cada zona / sector o polígono preparar el resumen de datos obtenidos, incluyendo.
 - a) Total de encuestas realizadas.
 - b) Total de encuestas rechazadas.

- 7) Enumerar en cada zona las encuestas en el espacio del cliente número, consecutivamente.
- 8) Luego de finalizado el proceso de encuesta, se procedió a reportar los registros realizados, para su procesamiento y entrega de resultados.

Métodos de censado en la ciudad utilizado:

A) Censado en el ciudad de Santo Domingo.

1. Se procedió mantener por los grupos de encuestadores, los supervisores designados en el área definida. Este proceso no contempló enviar a los miembros del mismo grupo a áreas separadas, pues dificultaría la supervisión.
2. Se utilizó el sistema de **peinado de áreas urbanas con cuadrantes definidas (con mapas guías)**. La utilización de este sistema, es por ser considerado eficaz, pues se ahorra tiempo al censado evitando pasar dos o más veces por un mismo punto.

En cuanto al sistema utilizado para los fines urbanos, consistió, en:

Distribuir a los encuestadores bajo el siguiente esquema:

Un grupo de encuestadores en sus áreas de trabajo fueron ubicadas en dirección Norte / Sur, responsables estos, de los detallistas (clientes) ubicados a izquierda y derecha de la calle o avenida, **pero excluyendo los esquemas**, los cuales serían hechos por el encuestador Este / Oeste respectivamente.

Bajo el procedimiento descrito, procedimos a la realización del censo a detallista establecido como de vital importancia en nuestra estructura de ventas.

2.1. Resultados Censo a Detallistas, por Vendedor / Sector.

Resultados Censo a Detallistas y presencia de productos por clientes.

Vendedor	Presencia		Ausencia		Total Detallistas
	Productos	%	Producto	%	
1 H. Pérez	215	< 19	907		1122
2 V. Vicioso	146	< 12	1067		1213
3 Ml. de los Santos	70	< 12	537		607
4 F. Ramírez	107	< 13	711		818
5 F. Matos	237	< 16	1249		1486
6 B. Lorenzo	222	> 53	200		422
7 J. Medina	493	> 42	688		1181
8 H. Surriel	261	> 23	861		1122
9 B. Abad	370	> 30	870		1240
10 A. Jiménez	258	< 18	1196		1454
11 J. Brea	201	< 20	799		1000
12 Ml. Rosado	120	< 15	666		786
13 B. Quezada	298	< 18	1370		1668
14 G. Paradas	131	> 27	350		481
15 A. Hernández	277	> 33	568		845
	3.406	22	12.039		15.445
>	6		40		
<	9		60		
	15		100		
Cientes actuales	6.342				15.445
Cientes x vendedor (15)	422				
Presencia productos	54%				3.406
Presencia sobre cobertura					
Total clientes censo a detallistas	22%				
Ausencia producto	78%		12.039		

Anexo: Detalles por sectores / polígonos obtenidos, así como la disposición de la disposición y presencia de vendedores por diferentes sectores.

RESULTADOS CENSO A DETALLISTA POR SECTORES Y POLIGONOS.

AREA URBANA: SANTO DOMINGO

		SI	%	NO	%	Total	%
Sector 1	Ciudad Satélite	76	45%	94	55%	170	100%
Sector 2	Carlos Álvarez	69	26%	201	74%	270	100%
Sector 3	Marañón II	1	100%	0	0%	1	100%
Sector 4	Ciudad Modelo	11	55%	9	45%	20	100%
Sector 5	Villa mella	19	63%	11	37%	30	100%
Sector 6	El Bonito	12	26%	35	74%	47	100%
Sector 7	Paseo del Llano	28	30%	65	70%	93	100%
Sector 8	Progreso	12	11%	93	89%	105	100%
Sector 9	El Milloncito	11	22%	40	78%	51	100%
Sector 10	Lotes y Servicios	43	49%	45	51%	88	100%
Sector 11	Los Palmares	24	27%	64	73%	88	100%
Sector 12	Salomé Ureña	38	60%	25	40%	63	100%
Sector 13	Sabana Centro	6	4%	130	96%	136	100%
Sector 14	Sabana Perdida	18	43%	24	57%	42	100%
Sector 15	La Javilla	12	16%	61	84%	73	100%
Sector 16	El Edén	13	19%	55	81%	68	100%
Sector 17	Buena Vista	9	15%	51	85%	60	100%
Sector 18	Santa Cruz	6	10%	54	90%	60	100%
Sector 19	Los Cacique	13	24%	41	76%	54	100%
Sector 20	El Tamarindo	14	33%	28	67%	42	100%
Sector 21	El Dorado II	5	6%	81	94%	86	100%
Sector 22	Colonia de los Doctores	5	6%	83	94%	88	100%
Sector 23	Colina del Arroyo	5	12%	38	88%	43	100%
Sector 24	Guaricano	4	3%	142	97%	146	100%
Sector 25	Brisa del Norte	2	40%	3	60%	5	100%

Sector 26	La Mina	23	62%	14	38%	37	100%
Sector 27	Bo. Hnas. Mirabal.	25	86%	4	14%	29	100%
Sector 28	Cerros de Arroyo Hondo	22	52%	20	48%	42	100%
Sector 29	Altos de Arroyo Hondo II	33	67%	16	33%	49	100%
Sector 30	Urb. Puerta de Hierro	2	7%	27	93%	29	100%
Sector 31	Palma Real	25	20%	101	80%	126	100%
Sector 32	Los Girasoles	9	9%	95	91%	104	100%
Sector 33	Urb. Arroyo Manzano	2	67%	1	33%	3	100%
Sector 34	Los peralejos	29	35%	55	65%	84	100%
Sector 34,1	Pantoja	11	20%	44	80%	55	100%
Sector 35	los García	19	16%	98	84%	117	100%
Sector 36	Batey Palmarejo	0	0%	50	100%	50	100%
Sector 37	Ciudad Satélite Duarte	2	3%	66	97%	68	100%
Sector 38	Bo. Chavón	35	56%	27	44%	62	100%
Sector 39	Bo. La Fe	3	5%	59	95%	62	100%
Sector 40	Bo. Nuevo Amanecer	142	70%	62	30%	204	100%
Sector 41	Alcarrizos Viejos	70	45%	86	55%	156	100%
Sector 41,1	Pueblo Nuevo	46	68%	22	32%	68	100%
Sector 42	Los Alcarrizos, D.M.	50	48%	55	52%	105	100%
Sector 43	Bo. Las Mercedes, Alc.	60	65%	32	35%	92	100%
Sector 44	Libertador, Los Alc.	74	46%	87	54%	161	100%
Sector 45	Los Americanos	4	6%	64	94%	68	100%
Sector 46	Hato Nuevo Caballona	1	1%	70	99%	71	100%
Sector 47	Bella Colina	1	4%	23	96%	24	100%
Sector 48	Las Palmeras	4	8%	49	92%	53	100%
Sector 49	Manoguayabo	0	0%	97	100%	97	100%
Sector 50	Alameda	28	57%	21	43%	49	100%
Sector 51	Bo. Enriquillo	38	39%	59	61%	97	100%
Sector 52	Las Caobas	45	35%	84	65%	129	100%

Sector 53	Res. Las Caobitas	42	35%	77	65%	119	100%
Sector 54	Villa Hilda	18	45%	22	55%	40	100%
Sector 55	La Rosa	18	19%	78	81%	96	100%
Sector 56	La Hora de Dios	32	26%	91	74%	123	100%
Sector 57	Zona Ind. de Herrera	15	19%	64	81%	79	100%
Sector 58	Libertador de Herrera	1	1%	80	99%	81	100%
Sector 59	Urb. Colinas del Oeste	21	19%	90	81%	111	100%
Sector 60	Urb. Altos de Emgombe	62	37%	107	63%	169	100%
Sector 61	Bo. Paraíso	11	5%	202	95%	213	100%
Sector 62	Zona Ind. de Herrera	13	26%	37	74%	50	100%
Sector 63	El Café	44	24%	137	76%	181	100%
Sector 64	Bo. Nuevo de Haina	3	8%	36	92%	39	100%
Sector 65	Costa Azul	6	25%	18	75%	24	100%
Sector 66	16 de Agosto	4	5%	71	95%	75	100%
Sector 67	El Pedregal	18	45%	22	55%	40	100%
Sector 68	Solimar	13	18%	59	82%	72	100%
Sector 69	Alfimar	9	11%	70	89%	79	100%
Sector 70	Hondura	11	16%	59	84%	70	100%
Sector 71	30 de Mayo	15	12%	107	88%	122	100%
Sector 72	Ramón Bdo. Díaz	14	44%	18	56%	32	100%
Sector 73	Ens. La Paz	24	56%	19	44%	43	100%
Sector 74	El Manguito	24	33%	48	67%	72	100%
Sector 75	La Feria	6	33%	12	67%	18	100%
Sector 76	Villa María	7	21%	27	79%	34	100%
Sector 77	La Julia	1	8%	11	92%	12	100%
Sector 78	Atalaya	5	28%	13	72%	18	100%
Sector 79	Jardines El Embajador	5	24%	16	76%	21	100%
Sector 80	Bella Vista	14	29%	35	71%	49	100%
Sector 81	Mirador Norte	9	15%	50	85%	59	100%
Sector 82	Los Maestros	7	37%	12	63%	19	100%

Sector 83	Mirador Sur	11	52%	10	48%	21	100%
Sector 84	Los Cacicazgos	5	45%	6	55%	11	100%
Sector 85	Renacimiento	4	13%	26	87%	30	100%
Sector 86	La Plaza	6	18%	27	82%	33	100%
Sector 87	Los Restauradores	14	22%	50	78%	64	100%
Sector 88	Los Millones	7	33%	14	67%	21	100%
Sector 89	Ciudad Moderna	0	0%	7	100%	7	100%
Sector 90	San Gerónimo	9	38%	15	63%	24	100%
Sector 91	Los Próceres	7	19%	30	81%	37	100%
Sector 92	Los Ríos	9	24%	28	76%	37	100%
Sector 93	Bo. La Esperanza	8	13%	56	88%	64	100%
Sector 94	La Yuca de los Ríos	16	20%	66	80%	82	100%
Sector 95	Las Colinas	4	9%	41	91%	45	100%
Sector 96	Villas Claudia	2	7%	26	93%	28	100%
Sector 97	Altos de Arroyo Hondo III	0	0%	0	0%	0	0%
Sector 98	Los Conquistadores	4	67%	2	33%	6	100%
Sector 99	Los Pinos	4	31%	9	69%	13	100%
Sector 100	Altos de Arroyo Hondo	3	8%	37	93%	40	100%
Sector 101	La Agustina	8	44%	10	56%	18	100%
Sector 102	Ensanche la Fe	12	39%	19	61%	31	100%
Sector 103	Los Caminos	9	27%	24	73%	33	100%
Sector 104	Jardines del Norte	5	12%	37	88%	42	100%
Sector 105	Paraíso	16	39%	25	61%	41	100%
Sector 106	Urb. Charles Summer	18	20%	73	80%	91	100%
Sector 107	Los Prados	14	18%	63	82%	77	100%
Sector 108	El Millón	9	20%	37	80%	46	100%
Sector 109	Ens. Quisqueya	14	14%	84	86%	98	100%
Sector 110	Piantini	14	25%	43	75%	57	100%
Sector 111	Naco	6	50%	6	50%	12	100%
Sector 112	Serralles	12	52%	11	48%	23	100%

Sector 113	Naco	11	52%	10	48%	21	100%
Sector 114	Naco	10	36%	18	64%	28	100%
Sector 115	Naco	3	30%	7	70%	10	100%
Sector 116	Naco	7	39%	11	61%	18	100%
Sector 117	Centro Olímpico	0	0%	9	100%	9	100%
Sector 118	Ens. Kennedy	3	10%	27	90%	30	100%
Sector 119	Ens. Kennedy	9	15%	51	85%	60	100%
Sector 120	Ana Gotier	11	12%	84	88%	95	100%
Sector 121	Cristo Rey	32	21%	117	79%	149	100%
Sector 122	La 40	122	59%	85	41%	207	100%
Sector 123	Villas Agrícolas	26	20%	106	80%	132	100%
Sector 124	Bo. Las Flores, Cristo Rey	21	28%	54	72%	75	100%
Sector 125	La Fe	6	33%	12	67%	18	100%
Sector 126	Ens. La Fe	23	27%	62	73%	85	100%
Sector 127	Villa Juana	62	31%	140	69%	202	100%
Sector 128	Villas Agrícolas	33	26%	95	74%	128	100%
Sector 129	Puerto Isabela	3	4%	64	96%	67	100%
Sector 129,1	Ens. Luperon	49	27%	132	73%	181	100%
Sector 129,2	Capotillo	14	25%	42	75%	56	100%
Sector 130	Simón Bolívar	20	15%	115	85%	135	100%
Sector 131	Bo. 24 de Abril	29	30%	68	70%	97	100%
Sector 132	Gualey	0	0%	52	100%	52	100%
Sector 133	Domingo Savio	8	6%	132	94%	140	100%
Sector 134	María Auxiliadora	16	8%	192	92%	208	100%
Sector 135	Ens. Espailat	8	5%	145	95%	153	100%
Sector 136	Ens. Luperón	6	14%	36	86%	42	100%
Sector 137	Villa Fontana	15	17%	75	83%	90	100%
Sector 138	Mejoramiento Social	8	12%	60	88%	68	100%
Sector 139	Villa Consuelo	13	6%	205	94%	218	100%
Sector 140	Villa Consuelo	11	17%	54	83%	65	100%

Sector 141	Miraflores	7	20%	28	80%	35	100%
Sector 142	Don Bosco	9	22%	32	78%	41	100%
Sector 143	La Esperilla	7	35%	13	65%	20	100%
Sector 144	Ciudad Universitaria	4	13%	26	87%	30	100%
Sector 145	San Gerónimo	6	14%	38	86%	44	100%
Sector 146	Gascue	16	19%	69	81%	85	100%
Sector 147	Plaza de la Cultura	0	0%	18	100%	18	100%
Sector 148	Gascue	1	6%	16	94%	17	100%
Sector 149	Ciudad Nueva	8	14%	51	86%	59	100%
Sector 150	Ciudad Colonial	10	20%	41	80%	51	100%
Sector 151	San Miguel	7	13%	47	87%	54	100%
Sector 152	San Carlos	12	14%	75	86%	87	100%
Sector 153	San Carlos	20	18%	93	82%	113	100%
Sector 154	Villa Francisca	8	20%	32	80%	40	100%
Sector 155	Borojol	10	29%	25	71%	35	100%
Sector 156	Calero	14	31%	31	69%	45	100%
Sector 157	Pueblo Nuevo	10	37%	17	63%	27	100%
Sector 158	Las Américas	2	4%	52	96%	54	100%
Sector 159	Parque Del Este III	0	0%	12	100%	12	100%
Sector 160	Maquiteria	1	3%	36	97%	37	100%
Sector 161	Villa Duarte	19	17%	93	83%	112	100%
Sector 162	Los Molinos	2	15%	11	85%	13	100%
Sector 163	Mirador Este	25	19%	105	81%	130	100%
Sector 164	Los Mameyes	15	31%	33	69%	48	100%
Sector 165	Urb. Brizas del Mar	10	29%	25	71%	35	100%
Sector 166	Los Coquitos	20	22%	70	78%	90	100%
Sector 166,2	Los Farallones	83	61%	54	39%	137	100%
Sector 166,0	La Isabelita	29	26%	83	74%	112	100%
Sector 167	Los Tres Ojos	1	2%	40	98%	41	100%
Sector 168	Paraíso Oriental	4	18%	18	82%	22	100%

Sector 169	Res. Oasis	7	16%	37	84%	44	100%
Sector 170	Urb. Capotillo	6	33%	12	67%	18	100%
Sector 171	Villa Faro	3	7%	39	93%	42	100%
Sector 172	Ens. Alma Rosa	23	26%	65	74%	88	100%
Sector 173	Alma Rosa	13	32%	28	68%	41	100%
Sector 173,1	Alma Rosa	11	35%	20	65%	31	100%
Sector 173,1	Alma Rosa	16	40%	24	60%	40	100%
Sector 173,1	Alma Rosa	12	26%	35	74%	47	100%
Sector 174	Res. Patria	3	6%	46	94%	49	100%
Sector 175	Ens. Ozama	11	30%	26	70%	37	100%
Sector 176	Bo. Oxigeno	6	15%	35	85%	41	100%
Sector 177	Ens. Ozama	5	16%	27	84%	32	100%
Sector 178	Los Minas	20	22%	71	78%	91	100%
Sector 179	Ens. Ozama	2	14%	12	86%	14	100%
Sector 180	Bo. Enfermera	5	17%	25	83%	30	100%
Sector 181	Los Mina Viejo	19	21%	71	79%	90	100%
Sector 182	Los Tres Brazos	9	8%	99	92%	108	100%
Sector 183	Los Tres Brazos	30	27%	83	73%	113	100%
Sector 184	Ramón M. Mella	15	23%	51	77%	66	100%
Sector 185	La Fruta	20	27%	54	73%	74	100%
Sector 186	Katanga	55	28%	141	72%	196	100%
Sector 187	Los Minas	3	5%	52	95%	55	100%
Sector 188	Los Minas	15	16%	80	84%	95	100%
Sector 189	Alma rosa	7	17%	35	83%	42	100%
Sector 190	Mendoza	4	8%	45	92%	49	100%
Sector 191	El Brisal	6	15%	34	85%	40	100%
Sector 192	Altos de Cancino	4	6%	63	94%	67	100%
Sector 193	Vista Hermosa	2	6%	31	94%	33	100%
Sector 194	Cancino	5	56%	4	44%	9	100%
Sector 195	Lucerna	5	13%	33	87%	38	100%

Sector 196	El Cachón	9	10%	83	90%	92	100%
Sector 197	Res. Rosario Sánchez	2	8%	24	92%	26	100%
Sector 198	El Alba Carola	8	10%	72	90%	80	100%
Sector 199	Res. Milenium	1	3%	32	97%	33	100%
Sector 200	Bello Campo	3	7%	40	93%	43	100%
Sector 201	Cancino II	5	8%	54	92%	59	100%
Sector 201,1	Issfapol	4	14%	25	86%	29	100%
Sector 202	Los Trinitarios	15	31%	33	69%	48	100%
Sector 203	Los Rosales	0	0%	29	100%	29	100%
Sector 203-B	Cansino Adentro	0	0%	90	100%	90	100%
Sector 203-A	Cansino Adentro	0	0%	29	100%	29	100%
Sector 204	El Tamarindo	1	2%	41	98%	42	100%
Sector 205	Proyecto José Fco. Peña G.	3	18%	14	82%	17	100%
Sector 206	Ciudad del Almirante	33	36%	59	64%	92	100%
Sector 207	Los Pinos	0	0%	63	100%	63	100%
Sector 208	Hainamosa	2	3%	69	97%	71	100%
Sector 209	Bo. Solares	16	21%	60	79%	76	100%
Sector 210	Invivienda	8	11%	67	89%	75	100%
Sector 211	Villa Carmen	3	3%	84	97%	87	100%
Sector 212	Nuevo Renacer	0	0%	0	0%	0	0%
Sector 213	Paseo Oriental	0	0%	16	100%	16	100%
Sector 214	Los coquitos	2	3%	78	98%	80	100%
Sector 215	Res. La Moneda	3	12%	23	88%	26	100%
Sector 216	San José de Mendoza	6	8%	73	92%	79	100%
Sector 217	Mirador del Este	2	8%	24	92%	26	100%
Sector 218	Brisal del Este	0	0%	42	100%	42	100%
Sector 219	Villa Eloisa	1	3%	35	97%	36	100%
Sector 220	Lotificación del Este	3	14%	18	86%	21	100%
Sector 221	Corales del sur	1	5%	20	95%	21	100%

Sector 222	Los Frailes	4	5%	74	95%	78	100%
Sector 223	Marbella	5	23%	17	77%	22	100%
Sector 224	Bo. Nuevo	4	5%	71	95%	75	100%
Sector 225	Los Frailes	0	0%	81	100%	81	100%
Sector 226	San Bartolo	0	0%	46	100%	46	100%

3.406	22%	12.039	78%	15.445	100%
--------------	------------	---------------	------------	---------------	-------------

2.2. Formulario Censo a Detallista.

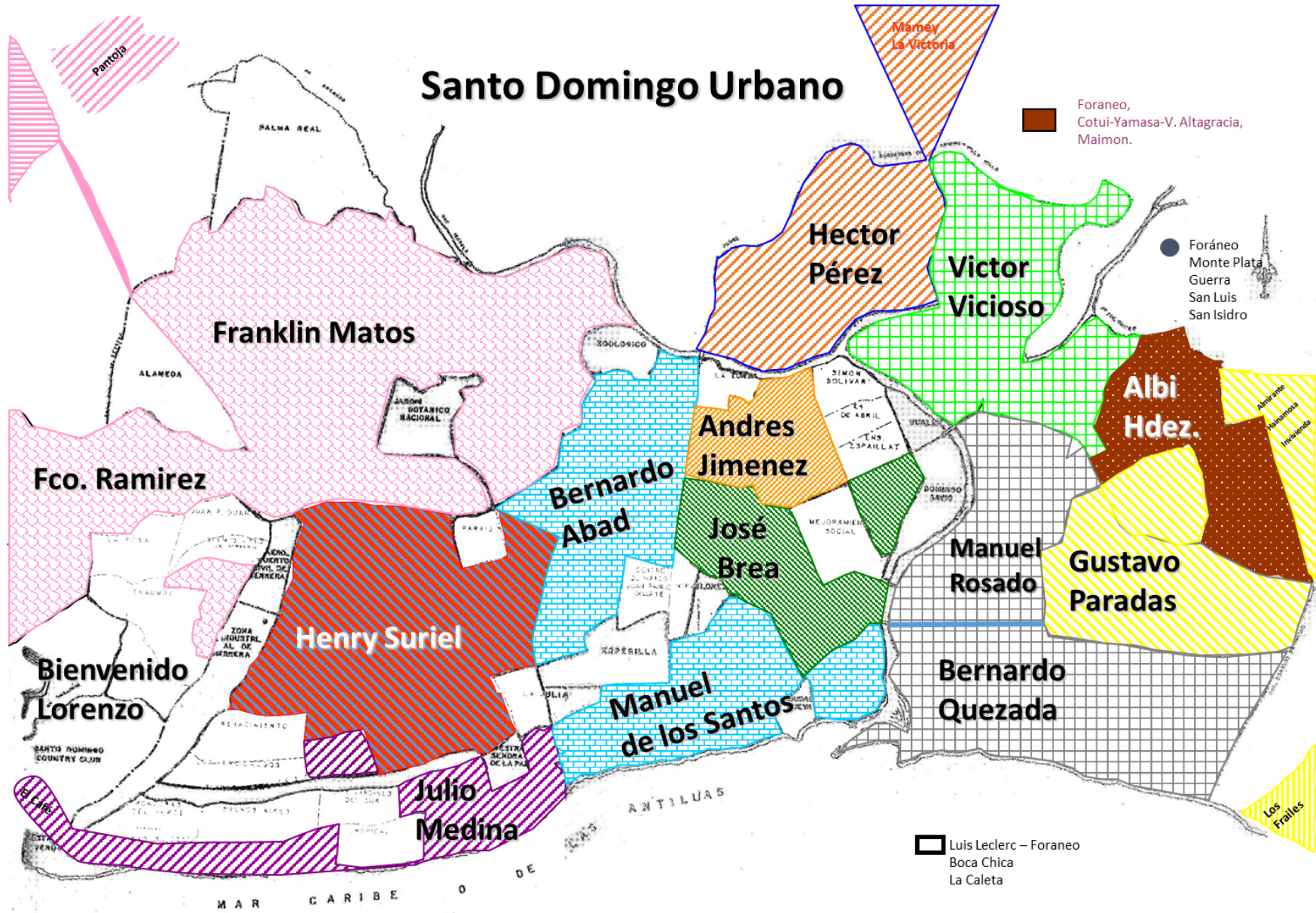
CUESTIONARIO CENSO A DETALLISTAS						
Nombre Cliente	Nombre del Negocio	Tipo (1)	NSE (2)	Tamaño (3)	Encuestas	Teléfono
Direccion				Sector	Poligono	Vendedor
* Productos	Tiene	No tiene	Refrigerado	Publicidad		Frecuencia Servicio
				Ext.	Int.	
*Marcas Producto						
Encuestador	Supervisor		Fecha / Encuesta	Código Observación		
Observaciones: _____						
(1) Tipo de Negocio (3) Tamaño Negocio (5) Publicidad 0 = no hay (2) NSE A, B, C (4) Frecuencia servicio 1, 2, 3, 4, 5, 6 1 = Si hay						

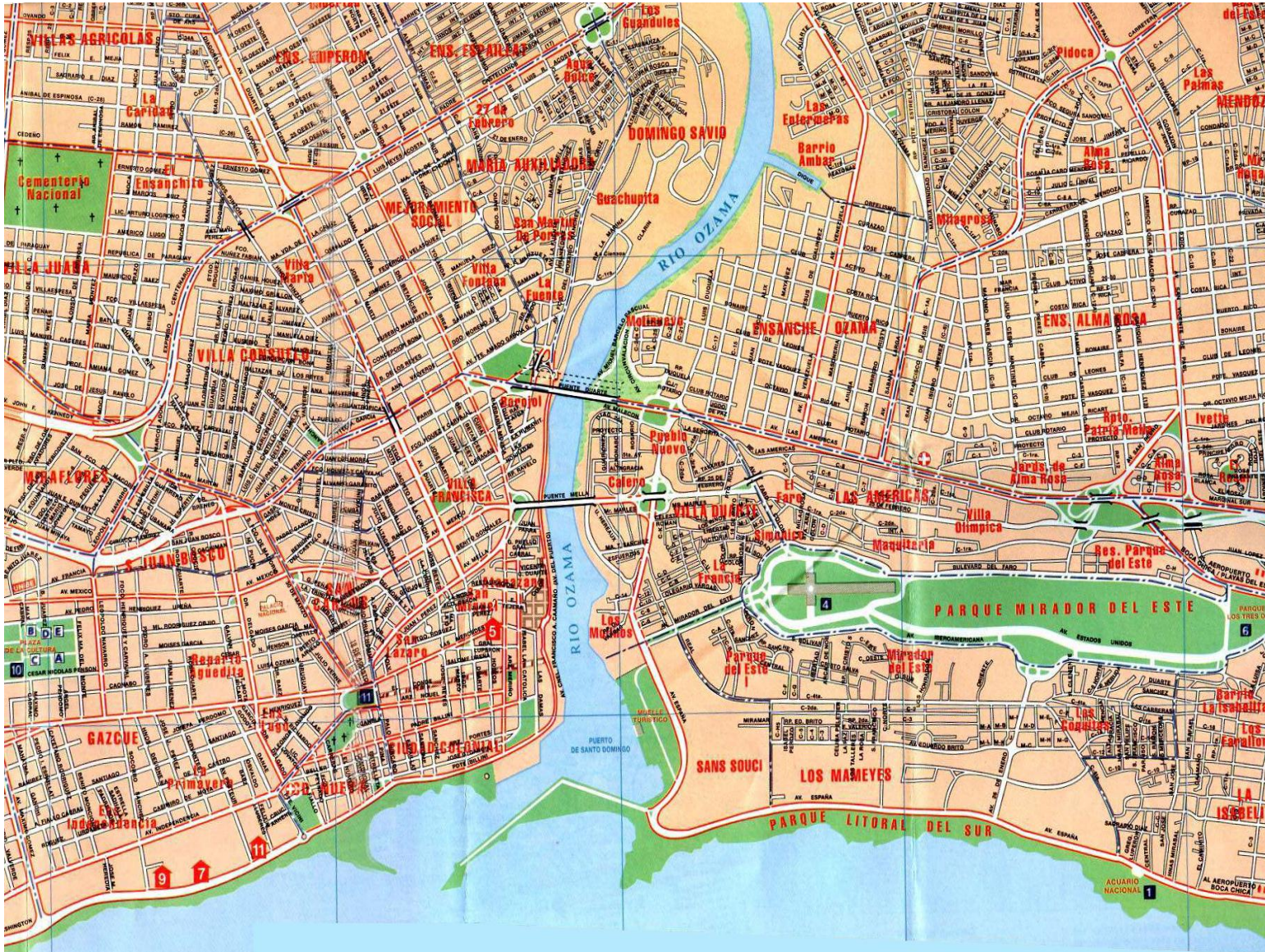
Hoja de control Encuestadores

Encuestador _____ Dia: _____
 No. Cuestionario: _____
 Supervisor: _____

Nombre Negocio	Direccion	Barrio / Poligono	Sector	A	R

2.3. Mapa de la Ciudad Santo Domingo, por Sectores / Polígonos.







3. Análisis e interpretación:

De acuerdo a todo lo externado en los párrafos anteriores, se procedió al levantamiento de los datos del censo a detallistas, cuyos resultados describiremos a continuación:

	Estructura Actual	Resultados Censo a detallistas
Universo de detallistas	6,342	15,445
# de rutas	15	15
Clientes rutas promedio	422	1029
Frecuencia de visita/mes	4 / mes	1.52 / mes
Clientes / día	60	60
Cobertura	54%	22%
Clientes activos	3,406	

En este primer nivel de análisis pudimos constatar:

1. El pobre aprovechamiento del universo de detallistas, llegando simplemente al 22% de los clientes activo del referido canal de distribución detallista.
2. Se entiende que individualmente por vendedor / ruta, podrían estas tener números favorables por el volumen inmenso de clientes, los cuales por la cantidad podrían ser visitados 1.5 veces al mes, haciendo las visitas discriminatoria, y concentradas en un grupo de clientes, en un gran territorio, ya que plantean una relación de $1,029 \div 422$, igual a: 2.44 clientes más que lo establecido en su estructura de ventas original (actual).
3. En término generales podemos externar que el sistema de ventas estructurado, está completamente desarticulado a la realidad de los territorios de ventas.
4. Se verificó, como de hecho era de esperar, la falta de una guía de visitas programadas por día, lo cual justificaba en gran medida lo planteado en el punto 2.

5. Pobre supervisión de ventas en toda la extensión de esa función dentro de la empresa.
6. En cuanto a la cobertura de distribución, tenemos que a los resultados de presencia de productos en el censo a detallistas, reflejó una falta de productos de **78%**, igual a **12,039**, **1.89** veces más que los clientes regulares visitados.
7. Los resultados del censo a detallistas plantea una brecha de clientes sin productos de 9,103, un 143% más de clientes que la actual plataforma de clientes.

Luego de analizar los datos arrojados por el referido censo, propusimos desarrollar un plan con niveles de **creatividad e innovación** que nos permitiera insertarnos rápidamente en el mercado, y tratar de recuperar espacio de ventas, así como de participación en el referido territorio. A continuación acciones que se desarrollaron como primera alternativa:

1. Reestructuración total del sistema de rutas, modificando el universo de 6,342 clientes actuales, por el nuevo universo de 15,445 clientes.
2. Dimensionar la flota de vehículos necesaria para dar cubrimiento a todo el territorio, de los nuevos clientes 9,103 censados. A su vez, determinar las posibilidades económicas para la adquisición de los vehículos adicionales si es que fuera necesario adquirir:

Basado en una (1) visita semanal, el promedio de clientes por ruta sería de 422, (estructura anterior). Partiendo de esa figura numérica, necesitaríamos 22 vehículos, lo cual implicaría un aumento de la flota en 143%, y que analizado para el corto plazo la disposición económica no era viable, aunque se podía lograr financiamiento, cuestión factible para la referida ampliación, a sabiendas que las ventas a generar por las nuevas rutas cubrirían su Punto de Equilibrio. No obstante a lo planteado, se procedió a desarrollar un híbrido entre la auto-venta y la pre-venta, creando un sistema de pre-venta motorizado en el orden siguiente:

Estructura

Propuesta / pre-venta motorizada.

Universo	:	15,445
# de rutas	:	19 pre-venta motorizada
# Despachadores	:	10 vehículos
Relación	:	1 despachador x 2 vendedores motorizados
Clientes ruta (135 / día)	:	812 visita semana
Frecuencia visita	:	1 semanal / 4.3 mes
Expansión clientes	:	8,185 (basada en cobertura 54%)
Cobertura (anterior)	:	54%
Mejora en cobertura clientes:	:	129% (8,185 ÷ 6,342)

Naturalmente este es el cuadro inicial que tendríamos como primera fase, ya que el objetivo estará el cubrir en los próximos 12 meses el **47% restante, y así, tener una cobertura total en dicho territorio.**

Como forma de fortalecer lo antes mencionado, y poder lograr los objetivos descritos sobre la eficacia que esperamos. Decidimos a su vez, incorporar para el sistema reestructurado híbrido de pre-venta motorizado, y despacho combinado, el uso de sistema de **Hand Held** para ser incorporado a los vendedores motorizados (pre-venta), así como también a los despachadores. De esta forma se creará una estructura sólida y eficiente con una dinámica de control altamente satisfactoria, y en donde, el costo de los equipos será redimido en el primer año de operación. Pudiendo obtener niveles de control sobre la operación por un mejor manejo de:

- a) Inclusión de seis (6) nuevas rutas, para reestructurar con las 19 existentes, así como la inclusión de 3 vehículos para despacho, más (2) dos vehículos para supervisión.
- b) Para una mejor comprensión presentaremos los aspectos básicos a incluir del sistema para la administración de rutas MultiRoute que

se utilizará para el mejoramiento en los resultados de ventas, así como en el logro de una mayor participación en el territorio al cual servimos:

En cuanto al multiroute a utilizar, tenemos las informaciones que generaremos, y algunas de las características de los equipos:

- Calculadora.
- Selección de productos.
- Revisión de cuotas.
- Revisión de actividades.
- Revisión de ventas programadas
- Inventario de camión despacho.
- Encuestas.
- Lista de rutas.
- Ordenes sugeridas.
- Impresión factura.
- Impresión de reporte.
- Reporte lista de productos.
- Productos devueltos y créditos por devolución.
- Depósitos y cobros.

Por esta vía buscaremos mejorar nuestros beneficios, por el propio efecto de la automatización del procesamiento de la data de la fuerza de ventas, lo cual servirá para mejorar lo siguiente:

- Incremento del # de visitas al reducir el trabajo escrito y los cálculos.
- Actualización de los archivos contables electrónicamente.
- Actualización de las estadísticas de ventas para el vendedor.
- Actualización de las estadísticas para los gerentes de la compañía.
- Mejora en el servicio al cliente mediante el archivo electrónico histórico de la cuenta.
- Captura electrónica de firmas para la aprobación de la orden.
- Factura impresa del cliente.
- Reconciliación del inventario de carga del camión.
- Reporte de transmisión.
- Encuestas competitivas.

Entendemos que con lo innovado en la indagación de posición en los territorios y nuestros servicios a través del censo a detallistas realizado, y la incorporación del Hand-Held, genere el resultado esperado con la referida tecnología de la informática (hand-held) la mejoría está garantizada.

Con los resultados obtenidos en el censo a detallistas y la incorporación de Hand-Held se procedió a la re-estructurar el sistema de distribución con las 20 rutas motorizadas de preventa, las cuales se conformarían teniendo en cuenta:

- # de visitas / día.
- Logística de visita en secuencia.
- Registro en hoja de ruta visitas programada diariamente. (esta información sería incorporada al sistema de informática para gestión de ventas hand-held).

Estas 20 rutas serían apoyada para entrega por 10 despachadores, utilizando de los 15 vehículos para dicha actividad, así como también, tres (3) para la supervisión de ventas, y las (2) dos restantes para reemplazo o espera.

4. Conclusiones.

Entendemos que la mejor decisión que se pudo haber tomado dentro de la situación por la cual atravesaba la compañía, fue desarrollar el censo a detallistas para el área de Santo Domingo, ya que pudo observarse la situación de deterioro en el mercado, y a la vez, obtener un diagnóstico que permitirá decidir sobre las modificaciones que podrían generarse en la organización, de considerarlas válidas.

Por lo externados, se entendió la necesidad de reestructurar el sistema de ventas, por un híbrido de ventas motorizados, y un despacho combinado, utilizando la misma flota, y buscando lograr una cobertura por localización de clientes lo suficientemente amplia en los propósitos de crecimiento de las ventas.

Como puede observarse, los resultados en la estructura actual, las mismas sirvieron para decidir la realización del referido censo a detallistas, tomando en consideración las variables siguientes:

Estructura actual vs. Reestructuración rutas.

- a) Costo de distribución por ventas en libras logradas.
- b) Ventas en libras por rutas.
- c) KMS recorridos vs. Ventas logradas.

A su vez, los costos en distribución con la inclusión de las 5 rutas, los desembolsos generados por las mismas fue de RD\$2,660,394.00, existentes, en donde, la diferencia reflejada fue de RD\$9,395.00, lo que representa un incremento insignificante, denotando que la nueva reestructuración la misma para el referido concepto de gastos no afecto a el cambio.

En cuanto a las ventas en libras para la estructura actual, las 15 rutas generaron ventas de 3,325,674 de libras, y con la reestructuración los resultados logrados fueron de 4,331,011 libras / año, representando un aumento del orden del 30%, y cuya situación de resultados fue como sigue:

	Sistema actual (15)		Sistema reestructuración (20)
	Costo distribución / libras vendidas	%	Costo distribución / libras vendidas
Ventas (libras)	3.325.674		2.650.999
Ventas libras reestructuración	4.331.011	30,00	2.660.394

Además, podemos decir en cuanto al recorrido de Kms., los mismos responden a la siguiente:

	Sistema actual (15)	Sistema reestructuración (19)	± %
Kms. recorridos por ventas	42.210	53.206	26,0
Ventas libras reestructuración	3.325.674	4.331.001	30,0
Relación 2 ÷ 1 Ventas por Kms.	78,78	80,94	3,0
Base Total clientes	6.342,00	15.445,00	
Cobertura	54%	8.340,00	
Más expansión clientes 12 meses		12.176,00	
Cobertura		79%	
Clientes Activos (47%)	3.406,00	12.176,00	
Ventas en libras clientes	976,00	976,00	
Volumen de ventas esperadas libras	3.325.674,00	11.888.845,00	257,0
RD\$	232.797.180,00	832.219.150,00	

Precio promedio RD\$ 70,00 / libra.

Nota: Las figuras numéricas responde a una cobertura de 84%, y con los mismos niveles de ventas, será de 11,888,845.00 libras. Sin embargo, será necesario la inclusión de seis (6) nuevas rutas, para incorporarlos a las 20 reestructuradas, con tres (3) vehículos de despacho, y (2) dos para supervisión.

A su vez, el uso de Hand-Held, dará a la compañía la profundidad necesaria para alcanzar los objetivos establecidos de lograr en los próximos 12 meses, la cobertura total de servicio a sus clientes.

5. Anexos:

5.1. Utilización de Sistema Hand-Held.

DESCRIPCION DEL SISTEMA

Esta sección describe las características de los componentes del equipo y presenta las alternativas para la comunicación entre la red de la compañía y las unidades portátiles.

La energía de un POA, una computadora y un explorador en las manos de sus trabajadores móviles con el MC7090. Diseñado para soportar el uso diario en casi cualquier ambiente, este dispositivo compacto rugoso entrega versatilidad dondequiera con comunicaciones de datos de LAN/PAN , 802.11 *a/b/g*, teclado, scanner láser 1D Y batería extendida. El MC70 proporciona a los trabajadores móviles que necesitan estar fuera de la empresa un nuevo nivel de productividad al momento de facturar productos, brindar servicios, hacer inventario y verificar órdenes.

Las ventajas y el valor agregado con las impresoras económicas del recibo de **MZ-220**. Cada impresora minúscula de MZ puede ser una ayudante elegante para el recibo móvil que imprime los usos donde necesitas recibos rápidos, simples en demanda. [Utilizar 802.11g, Bluetooth, o IrDA para conectar con un dispositivo handheld o elegante del teléfono y para producir recibos quebradizos, claros!

MULTIROUTE CE

MultiSystems tiene un módulo básico para el sistema de administración de rutas que puede ser moldeado basándose en las necesidades particulares de cada cliente.

Las aplicaciones de las unidades portátiles corren bajo el sistema operativo de Windows MB (CE Pocket PC). Windows MB ofrece un ambiente de trabajo con las siguientes características:

1. WIN MB provee una interfaz gráfica en la unidad portátil.
2. Interfaz de usuario simplificada con velocidad mejorada y mayor fiabilidad.
3. Las herramientas del Escritorio de Microsoft están disponibles para la plataforma de CE y Pocket PC.
4. Es compatible con la estructura de E-mail de la plataforma de Microsoft Windows.
5. "Pop-ups" manejados por Menú para seleccionar de la lista.
6. Capacidad para recoger firmas y de reconocimiento de escritura manual.

Algunas de las características disponibles son:

- Calculadora
- Revisión de Cuota
- Perfil del cliente
- Inventario del camión
- Impresión de Lista de Reposición
- Ordenes Sugeridas
- Impresión de reportes
- Productos devueltos y créditos por devolución
- Reportes de Fuera de Inventario
- Depósitos y Cobros
- Selección de productos
- Revisión de Actividades
- Revisión de Visitas
- Encuestas
- Lista de Rutas
- Impresión de Factura No Oficial
- Reporte de Lista de Productos
- Información de Cuentas por Cobrar

PANTALLA PRINCIPAL

File (Archivo) - Permite elegir el idioma y permite que el personal técnico pueda determinar las funciones específicas para la aplicación

Tools (Herramientas) - Provee funciones como son calculadora, E-mail y cuota.

Vehicle (Vehículo) - Módulo de Administración del Inventario del Camión. Permite controlar la carga y el inventario del camión.

Visits (Visitas) - Procesos relacionados a la visita del cliente. Vea la próxima sección para una mayor descripción. La primera pantalla le permite saber cuantas visitas han sido completadas de las programadas para ese día.

Deposits (Depósitos) - Controla los depósitos realizados en el día.

Send/Receive (Envío/Recepción) - El sistema provee los medios para comunicarse vía módem, COMA, cradle o TCP/IP inalámbrico.

Settlement (Cuadre) - El cierre del día resume las operaciones del día en un reporte impreso o en la pantalla.

CLIENTES PROGRAMADOS POR RUTA:

- Los clientes disponibles por unidad pueden ser vistos
- basados en lo siguiente:
- La Semana Completa
- Hoyo un Día Específica de la Semana
- Visita Abierta o Todas las Visitas Realizadas
- Sorteados por Nombre o Número de Cuenta
- Reporte de Clientes No Visitados

PANTALLA PRINCIPAL

File (Archivo) - Permite elegir el idioma y permite que el personal técnico pueda determinar las funciones específicas para la aplicación

Tools (Herramientas) - Provee funciones como son calculadora, E-mail y cuota.

Vehicle (Vehículo) - Módulo de Administración del Inventario del Camión. Permite controlar la carga y el inventario del camión.

Visits (Visitas) - Procesos relacionados a la visita del cliente. Vea la próxima sección para una mayor descripción. La primera pantalla le permite saber cuantas visitas han sido completadas de las programadas para ese día.

Deposits (Depósitos) - Controla los depósitos realizados en el día.

Send/Receive (Envío/Recepción) - El sistema provee los medios para comunicarse vía módem, CDMA, cradle o TCP/IP inalámbrico.

Settlement (Cuadre) - El cierre del día resume las operaciones del día en un reporte impreso o en la pantalla.

CLIENTES PROGRAMADOS POR RUTA

Los clientes disponibles por unidad pueden ser vistos basados en lo siguiente:

- La Semana Completa
- Hoyo un Día Específica de la Semana
- Visita Abierta o Todas las Visitas Realizadas
- Sorteados por Nombre o Número de Cuenta
- Reporte de Clientes No Visitados

VISITAS / OPERACIONES

- **Orden** - Permite hacer una nueva orden manual o la aplicación crea una orden sugerida basada en el historial de órdenes y/o en el merchandising.
 - Entrada Manual de Ordenes
 - Ordenes Sugeridas
 - Recibo de Ordenes

- Cobros de Cuentas por Cobrar - Este módulo incluye:
 - Créditos
 - Cobros
 - Procesos en Efectivo, Cheques y Cheques de Terceros
 - Impresión de estados de la división correspondiente o todas las divisiones

- **Merchandise (Inventario)** - Este módulo se basa en la cantidad que falta para reponer los productos por localización.
 - Reposición de Niveles de Productos
 - Inventario
 - Confirmación de niveles de Stock
 - Reportes de Detección de Productos Fuera del Inventario
 - Visita previa y orden trabajada.
 - Orden sugerida en base a la capacidad y última venta.
 - Inventario actual en tramos

ACCION / PERFIL

- Ver información general del cliente
 - Número de cuenta
 - Nombre del contacto
 - Dirección

- Ver información de actividad
 - Última actividad, estado y pagos
 - Ventas

- Información de Cuentas
 - Términos
 - Límite de Crédito
 - Requisitos Especiales

ORDENES

- Cada handheld se puede configurar en el MultiRoute Manager para el acceso a las características tales como validación del precio, promociones y gerencia de inventario del camión (si está configurado como DSD).

- El equipo maneja la impresión de la orden de las ventas cuando está en modo de preventas o facturas cuando en modo de DSD).

- La seguridad es controlada por el manager y los controles para cambio de precio, módulos de supervisión e inventario del camión entre otros.

- Cada equipo portátil lleva la información del cliente tal como nombre de compañía, dirección, contacto, número de teléfono, balance puesto al día de la cuenta, saldos acreedores, términos y órdenes permitidas.

- Los niveles del inventario en los almacenes presentan la disponibilidad durante proceso de pre ventas.

CUADRE DIARIO:

- Diariamente o periódicamente se realiza el cuadro de efectivo, según las entradas en la unidad, se confirma el inventario, se emite un reporte de las visitas no realizadas y los depósitos por vendedor de ruta.
- El cuadro diario provee un reporte de las transacciones realizadas y un sub totales según el resultado de las ventas individuales por ruta.
- MultiRoute Manager puede hacer salidas de efectivo de forma separada, cuando las unidades hayan actualizado todas las transacciones al sistema.

SISTEMA DE SEGURIDAD:

Múltiples usuarios I.D. y contraseñas se asignan a la aplicación dependiendo de la función requerida. Las contraseñas pueden cambiarse cada vez que la unidad comunica con la aplicación. Controles administrativos pueden actualizarse incluyendo las funciones de configuración, manejo de precios, inventario, agregar nuevos productos y contrato de clientes entre otros.

COMUNICACION:

El sistema permite varios perfiles de comunicación.

El usuario selecciona el tipo en el punto de conexión. Estos pueden ser a través de un teléfono celular, Cuna con modem, modem en la red y puertos seriales.

Los perfiles de comunicación aplicables pueden ser actualizados desde el Manager, de modo que el administrador no tenga que configurar cada unidad de forma independiente.

HISTORIAL

Actividades Anteriores se muestran en forma de árbol.

Símbolos especiales indican los procesos realizados y el estado (abiertos o cerrados)

Una vez realizada la transmisión se pueden ver las visitas abiertas o re-visitar las cerradas

Se pueden ver las órdenes de los clientes por producto por fecha y la fecha la define el usuario.

SEGUIMIENTO POS:

- El registro de equipos de POS incluye:
 - Modelo
 - Numero Serial
 - Última fecha de servicio
 - Estatus previo
 - Estado actual
 - Comentarios

- Requerimiento para el manejo de un nuevo equipo de POS.

- El registro de POS es utilizado para eliminar el uso innecesario de recursos.

PROCESO DE TRANSMISION:

- Muestra todas las actividades desde la última transmisión.

- Una vez finalizada la data es transmitida al host.

- Se puede imprimir el reporte de la transmisión.

TRANSMISION DE DATOS:

- Envío de todas las transacciones y recibo de archivos actualizados con:
 - Productos nuevos
 - Nuevas cuotas
 - Niveles de inventario actualizados
 - Asignaciones de Rutas actualizadas
 - E-mails
 - Nuevos Clientes

CommTroller - Comunicaciones

CommTroller es un programa de comunicaciones en general para computadoras fijas o portátiles. Esta herramienta integra los diferentes métodos de colección de data en la red de comunicaciones de la empresa. La siguiente es una lista de las comunicaciones que soporta:

- Comunicación serial entre el Host y las unidades de colección de datos
- Comunicación serial entre los cradles o multicradles y el host
- Comunicación por dirección IP de la red
- Conexión por módem telefónico
- Conexión por módem óptico
- Comunicación WAN
- Transferencia FTP
- Comunicación TCP/IP
- Comunicación celular

Los eventos de comunicación pueden ser programados por el usuario como se muestra en la figura de la derecha.

CommTroller además monitorea las conexiones de la ruta y mantiene un log de los eventos de comunicaciones.

VENDEDORES

Define cada criterio operación específico ruta como:

- Las Contraseñas para cambiar el perfil, precio, ajustes y salir de la aplicación.
- Obliga la impresión de los recibos de depósitos, reportes de ventas y OOS, no visitados y cuadro de efectivo.
- Define las rutas como pre-ventas, rancheros (con inventario), híbridos o de entrega.
- Define el número de días para el histórico en la unidad.
- Define el número de días para la entrega.
- Define las visitas programadas por cliente. Permite programar visitas semanales y mensuales y el día específico de la semana.
- Define la cuota por marca, cliente, paquete, producto o total.
- Define la cuota sobre la base de tiempo (mensual, semanal o en un marco de tiempo específico).
- Selecciona el valor en dinero o cantidad basado en la cuota.

5.2. Cuadros relación, costos distribución ventas libras e indicadores actual.

Costo de Distribucion vs. Ventas / libras actual														
Division: Auto-venta														
Rutas: 15 urbana														
Ficha	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Costo/Prom	Cost/Total
F-001	1,66	1,86	2,32	2,15	1,84	1,71	1,69	1,90	2,16	1,82	1,82	1,90	9.430,03	113.160,36
F-002	0,57	0,58	0,73	0,68	0,74	0,68	0,71	0,66	0,79	0,72	0,56	0,67	18.733,37	224.800,44
F-003	0,97	1,22	1,33	1,16	0,96	1,04	1,30	0,91	0,97	0,70	0,57	1,01	13.537,97	162.455,64
F-004	1,25	1,36	1,51	1,42	1,44	1,39	1,44	1,41	1,51	1,39	1,43	1,41	10.202,13	122.425,56
F-005	1,86	1,09	1,34	1,20	1,41	1,13	1,01	1,06	1,12	1,14	1,04	1,22	9.324,62	111.895,44
F-006	1,26	0,94	1,24	1,45	1,28	1,12	1,57	1,21	1,56	1,37	1,10	1,28	11.194,07	134.328,84
F-007	0,27	0,58	0,24	0,47	0,37	0,43	0,24	0,19	0,41	0,30	0,26	0,34	23.756,15	285.073,80
F-008	0,63	0,41	0,64	0,61	0,57	0,56	0,51	0,50	0,57	0,57	0,62	0,56	14.876,50	178.518,00
F-009	0,84	0,79	0,96	0,96	0,88	1,06	0,93	0,85	0,95	0,87	0,81	0,90	17.341,45	208.097,40
F-010	1,86	2,07	2,51	2,80	2,69	2,54	2,11	1,75	1,73	1,88	1,63	2,14	10.187,17	122.246,04
F-011	0,88	1,10	1,20	0,99	1,56	1,48	1,08	1,13	1,15	0,91	0,99	1,13	16.339,58	196.074,96
F-012	1,05	1,19	1,16	1,14	1,99	1,14	1,11	1,02	0,93	0,91	0,88	1,14	18.773,59	225.283,08
F-013	1,68	1,92	2,43	2,96	2,85	3,15	2,36	2,46	2,73	2,10	1,76	2,40	18.773,59	225.283,08
F-014	0,78	0,64	0,79	0,93	0,65	0,51	0,43	0,48	0,40	0,34	0,26	0,56	10.702,22	128.426,64
F-015	0,75	0,82	1,32	2,73	0,94	1,67	1,47	1,30	1,24	0,77	0,69	1,25	17.744,20	212.930,40
Total	1,09	1,10	1,31	1,44	1,34	1,31	1,20	1,12	1,21	1,05	0,96	1,20	14.727,78	2.650.999,68

Ventas en libras / rutas. Actual

Division: Auto-venta

Rutas: 15 urbana

Ficha	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Vtas/Prom	Vtas Total
F-001	5.680,74	5.069,91	4.064,67	4.386,06	5.125,02	5.514,64	5.579,90	4.963,17	4.365,75	5.181,34	5.181,34	4.956,06	5.005,72	60.068,59
F-002	32.865,56	32.298,91	25.662,15	27.549,07	25.315,36	27.549,07	26.385,03	28.383,89	23.713,13	26.018,57	33.452,45	27.771,84	28.080,42	336.965,04
F-003	13.956,67	11.096,70	10.178,92	11.670,66	14.102,05	13.017,28	10.413,82	14.876,89	13.956,67	19.339,96	23.750,82	13.379,84	14.145,02	169.740,30
F-004	8.161,70	7.501,57	6.756,38	7.184,60	7.084,81	7.339,66	7.084,81	7.235,55	6.756,38	7.339,66	7.134,36	7.216,94	7.233,04	86.796,42
F-005	5.013,24	8.554,70	6.958,67	7.770,52	6.613,21	8.251,88	9.232,30	8.796,81	8.325,55	8.179,49	8.965,98	7.654,54	7.859,74	94.316,88
F-006	8.884,18	11.908,59	9.027,48	7.720,05	8.745,37	9.994,71	7.129,98	9.251,30	7.175,69	8.170,85	10.176,43	8.732,96	8.909,80	106.917,57
F-007	87.985,74	40.958,88	98.983,96	50.545,00	64.205,81	55.246,86	98.983,96	125.032,37	57.941,83	79.187,17	91.369,81	69.499,38	76.661,73	919.940,76
F-008	23.613,49	36.284,15	23.244,53	24.387,70	26.099,12	26.565,18	29.169,61	29.753,00	26.099,12	26.099,12	23.994,35	26.436,43	26.812,15	321.745,81
F-009	20.644,58	21.951,20	18.064,01	18.064,01	19.706,19	16.359,86	18.646,72	20.401,71	18.254,16	19.932,70	21.409,20	19.268,28	19.391,88	232.702,62
F-010	5.476,97	4.921,34	4.058,63	3.638,28	3.787,05	4.010,70	4.828,04	5.821,24	5.888,54	5.418,71	6.249,80	4.754,30	4.904,47	58.853,59
F-011	18.567,70	14.854,16	13.616,32	16.504,63	10.474,09	11.040,26	15.129,24	14.459,81	14.208,33	17.955,58	16.504,63	14.413,42	14.810,68	177.728,17
F-012	17.879,61	15.776,13	16.184,13	16.468,06	9.433,96	16.468,06	16.913,14	18.405,48	20.186,66	20.630,32	21.333,63	16.494,37	17.181,13	206.173,54
F-013	11.174,76	9.777,91	7.725,76	6.342,43	6.587,22	5.959,87	7.954,91	7.631,54	6.876,77	8.939,80	10.666,81	7.822,33	8.121,68	97.460,12
F-014	13.720,79	16.722,22	13.547,11	11.507,76	16.464,95	20.984,75	24.888,88	22.296,29	26.755,55	31.477,12	41.162,38	18.957,23	21.540,42	258.485,05
F-015	23.658,93	21.639,27	13.442,58	6.499,71	18.876,81	10.625,27	12.070,88	13.649,38	14.309,84	23.044,42	25.716,23	14.247,17	16.481,71	197.780,49
Total	297.284,68	259.315,62	271.515,29	220.238,54	242.621,04	238.928,03	294.411,23	330.958,44	254.813,96	306.914,81	347.068,21	261.605,09	18.475,97	3.325.674,95
PRECIO PROMEDIO LIBRA = RD\$70.00														

Kilometros recorridos vs. Ventas libras (Actual)													
Division: Auto-venta Urbana													
Ruta: 15													
Ficha	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	KM. Rec.
F-001	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1.929,00
F-002	7	7	6	6	6	6	6	6	5	6	7	6	4.522,00
F-003	7	5	5	6	7	6	5	7	7	9	11	6	2.121,00
F-004	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2.393,00
F-005	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2.276,00
F-006	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2.436,00
F-007	14	6	15	8	10	9	15	20	9	12	14	11	6.398,00
F-008	5	8	5	6	6	6	7	7	6	6	6	6	4.358,00
F-009	7	7	6	6	7	5	6	7	6	7	7	6	3.007,00
F-010	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	1.733,00
F-011	7	5	5	6	4	4	6	5	5	7	6	5	2.740,00
F-012	5	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	3.915,00
F-013	7	6	5	4	4	4	5	5	4	6	7	5	1.555,00
F-014	5	6	5	4	6	8	9	8	10	12	16	7	2.654,00
F-015	11	10	6	3	9	5	6	6	7	11	12	7	2.173,00
Total	6	6	5	4	5	5	6	6	5	6	7	5	44.210,00

5.2. Cuadros relación, costos distribución ventas libras e indicadores. Re-estructuración.

Resultado Reestructuracion Relacion de Costo de distribucions vs. Ventas libras														
Division: Pre-venta														
Rutas: 20 urbana														
Ficha	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Vtas/Prom	Vtas Total
F-001	5.642,68	5.035,94	4.037,43	4.356,67	5.090,68	5.477,69	5.542,51	4.929,92	4.336,50	5.146,62	5.146,62	4.922,85	4.972,18	59.666,13
F-002	32.645,36	32.082,51	25.490,21	27.364,49	25.145,75	27.364,49	26.208,25	28.193,72	23.554,25	25.844,25	33.228,32	27.585,77	27.892,28	334.707,38
F-003	13.863,16	11.022,35	10.110,73	11.592,47	14.007,57	12.930,06	10.344,05	14.777,21	13.863,16	19.210,38	23.591,69	13.290,20	14.050,25	168.603,04
F-004	8.107,02	7.451,31	6.711,11	7.136,46	7.037,34	7.290,49	7.037,34	7.187,07	6.711,11	7.290,49	7.086,56	7.168,59	7.184,57	86.214,89
F-005	4.979,65	8.497,38	6.912,05	7.718,45	6.568,90	8.196,59	9.170,44	8.737,87	8.269,77	8.124,69	8.905,91	7.603,25	7.807,08	93.684,95
F-006	8.824,66	11.828,80	8.966,99	7.668,32	8.686,77	9.927,74	7.082,21	9.189,31	7.127,61	8.116,11	10.108,25	8.674,45	8.850,10	106.201,22
F-007	87.396,24	40.684,45	98.320,77	50.206,35	63.775,63	54.876,71	98.320,77	124.194,65	57.553,62	78.656,61	90.757,63	69.033,73	76.148,10	913.777,15
F-008	23.455,28	36.041,04	23.088,79	24.224,31	25.924,26	26.387,19	28.974,17	29.553,65	25.924,26	25.924,26	23.833,59	26.259,31	26.632,51	319.590,12
F-009	20.506,26	21.804,13	17.942,98	17.942,98	19.574,16	16.250,25	18.521,79	20.265,01	18.131,86	19.799,15	21.265,76	19.139,18	19.261,96	231.143,51
F-010	5.440,28	4.888,37	4.031,44	3.613,90	3.761,68	3.983,83	4.795,69	5.782,24	5.849,08	5.382,40	6.207,92	4.722,45	4.871,61	58.459,28
F-011	18.443,30	14.754,64	13.525,09	16.394,05	10.403,91	10.966,29	15.027,87	14.362,92	14.113,13	17.835,28	16.394,05	14.316,85	14.711,45	176.537,39
F-012	17.759,82	15.670,43	16.075,70	16.357,73	9.370,76	16.357,73	16.799,83	18.282,16	20.051,41	20.492,10	21.190,69	16.383,86	17.066,02	204.792,18
F-013	11.099,89	9.712,40	7.673,99	6.299,93	6.543,09	5.919,94	7.901,61	7.580,41	6.830,70	8.879,91	10.595,34	7.769,92	8.067,26	96.807,14
F-014	13.628,87	16.610,18	13.456,35	11.430,66	16.354,64	20.844,15	24.722,13	22.146,91	26.576,29	31.266,22	40.886,60	18.830,22	21.396,10	256.753,20
F-015	23.500,42	21.494,29	13.352,51	6.456,16	18.750,33	10.554,08	11.990,01	13.557,93	14.213,96	22.890,02	25.543,93	14.151,71	16.371,28	196.455,36
F-016	12.412,27	11.568,71	9.609,50	9.237,04	8.450,90	9.767,03	10.098,12	10.832,52	10.098,12	10.832,52	10.734,93	10.224,14	10.322,15	123.865,80
F-017	13.758,16	16.982,73	11.943,90	12.351,08	13.758,16	11.687,04	10.063,84	11.321,82	10.063,84	11.562,71	14.301,25	12.249,84	12.503,70	150.044,36
F-018	15.892,75	19.804,81	14.796,70	11.702,84	14.464,19	16.718,35	21.818,86	22.195,05	18.390,18	19.804,81	18.931,07	17.081,35	17.633,41	211.600,97
F-019	22.137,00	17.955,56	16.833,34	18.363,65	21.837,85	22.444,46	25.650,81	29.381,83	23.764,72	32.320,02	43.675,70	23.206,28	24.797,60	297.571,19
F-020	16.019,63	19.916,30	21.359,51	18.422,57	19.392,18	21.359,51	24.979,76	25.410,45	17.137,28	19.140,34	21.359,51	20.039,39	20.378,03	244.536,41
Total	375.512,68	343.806,32	344.239,08	288.840,11	318.898,76	319.303,59	385.050,06	427.882,69	332.560,84	398.518,87	453.745,30	342.653,34	30.076,47	4.331.011,66
PRECIO PROMEDIO LIBRA = RD\$70.00														

Resultado Reestructuracion Relacion de Costo de distribucions vs. Ventas libras														
Division: Pre-venta														
Rutas: 20 urbana														
Ficha	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Costo/Prom	Cost/Total
F-001	0,78	0,69	0,56	0,60	0,70	0,75	0,76	0,68	0,60	0,71	0,71	0,68	7.261,12	87.133,48
F-002	2,26	2,22	1,77	1,90	1,74	1,90	1,82	1,95	1,63	1,79	2,30	1,91	14.424,69	173.096,34
F-003	1,33	1,06	0,97	1,11	1,34	1,24	0,99	1,42	1,33	1,84	2,26	1,27	10.424,24	125.090,84
F-004	1,03	0,95	0,85	0,91	0,90	0,93	0,90	0,91	0,85	0,93	0,90	0,91	7.855,64	94.267,68
F-005	0,69	1,18	0,96	1,08	0,91	1,14	1,28	1,22	1,15	1,13	1,24	1,06	7.179,96	86.159,49
F-006	1,02	1,37	1,04	0,89	1,01	1,15	0,82	1,07	0,83	0,94	1,17	1,01	8.619,43	103.433,21
F-007	4,78	2,22	5,38	2,74	3,49	3,00	5,38	6,79	3,15	4,30	4,96	3,77	18.292,24	219.506,83
F-008	2,05	3,15	2,02	2,11	2,26	2,30	2,53	2,58	2,26	2,26	2,08	2,29	11.454,91	137.458,86
F-009	1,54	1,63	1,34	1,34	1,47	1,22	1,39	1,52	1,36	1,48	1,59	1,43	13.352,92	160.235,00
F-010	0,69	0,62	0,51	0,46	0,48	0,51	0,61	0,74	0,75	0,69	0,79	0,60	7.844,12	94.129,45
F-011	1,47	1,17	1,08	1,30	0,83	0,87	1,19	1,14	1,12	1,42	1,30	1,14	12.581,48	150.977,72
F-012	1,23	1,08	1,11	1,13	0,65	1,13	1,16	1,26	1,39	1,42	1,47	1,13	14.455,66	173.467,97
F-013	0,77	0,67	0,53	0,44	0,45	0,41	0,55	0,52	0,47	0,61	0,73	0,54	14.455,66	173.467,97
F-014	1,65	2,02	1,63	1,39	1,98	2,53	3,00	2,69	3,23	3,79	4,96	2,29	8.240,71	98.888,51
F-015	1,72	1,57	0,98	0,47	1,37	0,77	0,88	0,99	1,04	1,68	1,87	1,04	13.663,03	163.956,41
F-016	1,34	1,25	1,04	1,00	0,91	1,06	1,09	1,17	1,09	1,17	1,16	1,11	9.237,04	110.844,43
F-017	1,63	2,02	1,42	1,47	1,63	1,39	1,19	1,34	1,19	1,37	1,70	1,45	8.425,54	101.106,48
F-018	1,59	1,98	1,48	1,17	1,45	1,68	2,19	2,22	1,84	1,98	1,90	1,71	9.979,17	119.750,03
F-019	1,77	1,43	1,34	1,47	1,74	1,79	2,05	2,35	1,90	2,58	3,49	1,85	12.527,14	150.325,65
F-020	1,40	1,74	1,87	1,61	1,70	1,87	2,19	2,22	1,50	1,68	1,87	1,75	11.424,85	137.098,22
Total	1,54	1,50	1,39	1,23	1,35	1,38	1,60	1,74	1,43	1,69	1,92	1,45	11.084,98	2.660.394,57

Kilometros recorridos vs. Ventas libras, basado en reestructuración de ruta													
Division: Pre-venta													
Ruta: 20													
Ficha	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	KM. Rec.
F-001	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1.929,00
F-002	7	7	6	6	6	6	6	6	5	6	7	6	4.522,00
F-003	7	5	5	5	7	6	5	7	7	9	11	6	2.121,00
F-004	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2.393,00
F-005	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2.276,00
F-006	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2.436,00
F-007	14	6	15	8	10	9	15	19	9	12	14	11	6.398,00
F-008	5	8	5	6	6	6	7	7	6	6	5	6	4.358,00
F-009	7	7	6	6	7	5	6	7	6	7	7	6	3.007,00
F-010	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	1.733,00
F-011	7	5	5	6	4	4	5	5	5	7	6	5	2.740,00
F-012	5	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	3.915,00
F-013	7	6	5	4	4	4	5	5	4	6	7	5	1.555,00
F-014	5	6	5	4	6	8	9	8	10	12	15	7	2.654,00
F-015	11	10	6	3	9	5	6	6	7	11	12	7	2.173,00
F-016	9	9	7	7	6	7	7	8	7	8	8	8	1.351,00
F-017	8	9	7	7	8	6	5	6	5	6	8	7	1.834,00
F-018	7	9	7	5	7	8	10	10	8	9	9	8	2.200,00
F-019	13	11	10	11	13	13	15	17	14	19	26	14	1.706,00
F-020	7	9	10	8	9	10	11	12	8	9	10	9	2.205,00
Total	7	6	6	5	6	6	7	7	6	7	8	6	53.506,00

5.5. CRONOLOGIA DEL CENSO REALIZADO. SU METODOLOGIA.

DECISION DE NECESIDAD:

FASE I

Decisión de necesidad de un censo por parte de la empresa, estableciendo en conjunto el área que se va a censar, y la fecha en que se a empezar.

ACTIVIDADES DEL COORDINADOR:

FASE II

- a) La compañía establece quien será responsable del desarrollo y realización del censo.
- b) El coordinador que se designe asume la realización del censo para realizar las funciones:
 1. Reunión con la personas interesadas para definir el territorio para censar, el objetivo del censo i.e. reestructuración, información de mercado, etc.; el personal disponible y el personal por contratar, el tiempo estimado del censo y el presupuesto del censo.
 2. Preparar material necesarios como delineados en la lista de materiales.
 3. Revisar leyes laborales del país y hacer contratos correspondientes.
 4. Establecer flujo de dinero para el censo.

5. Contratar personal necesario.
6. Entrenar a Supervisores y Encargado de Oficina.
7. Preparar plan de trabajo para el Censo en conjunto con los Supervisores y el Encargado de Oficina.
8. Contratar oficina y salón de entrenamiento para los encuestadores y oficinistas.

ACTIVIDADES DE LOS SUPERVISORES:

FASE III

1. Preparar plan de trabajo para el Censo en conjunto con el coordinador.
2. Entrenar los encuestadores en el campo.
3. Supervisar el trabajo diario y velar por el cumplimiento del plan de trabajo.

ACTIVIDADES DEL ENCARGADO DE OFICINA:

FASE IV

1. Preparar plan de trabajo para el Censo en conjunto con el Coordinador.
2. Entrenar a los oficinistas.
3. Preparar y mantener contabilidad del Censo.
4. Supervisar el trabajo diario y velar por el cumplimiento del plan de trabajo.

REALIZACIÓN DEL CENSO:

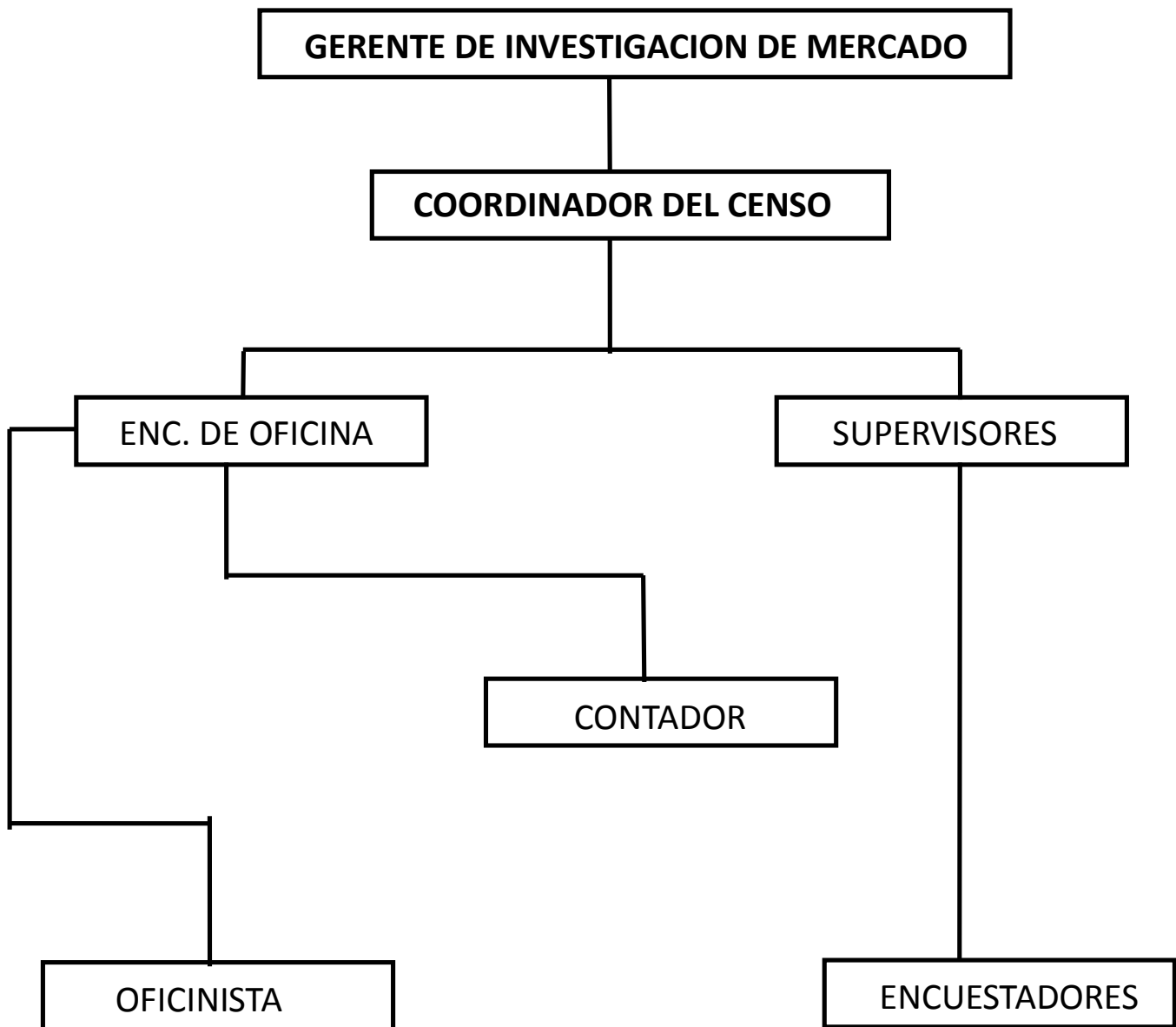
FASE V

1. Realizar el Censo con base en el plan de trabajo.
2. Los oficinistas, al final del trabajo de campo empacarán todo el material para procesar.

REPORTE DEL CENSO:

FASE VI

Esta es la responsabilidad del coordinador del Censo. Este lo puede hacer o con la ayuda de los Supervisores y el Encargado de Oficina.



Nota: Este organigrama se presenta como un modelo ideal para un censo de gran magnitud. Se puede ajustar a cualquier tipo de censo dependiendo de tamaño, geografía y propósito, que fue nuestra realidad.

COORDINADOR: RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES

RESPONSABILIDADES:

- I. El coordinador es el responsable de preparar, realizar, analizar y reportar los datos del censo.

ACTIVIDADES:

I. PREPARACIÓN DEL CENSO.

- a) Analizar estudios anteriores, si existen.
- b) Conseguir materiales necesarios para el censo, usando la lista de materiales como base.
- c) Revisar leyes laborales y procedimientos de contratación.
- d) Contratar oficina y sala de entrenamiento para encuestadores.
- e) Contratar Personal.
 - 1. Decidir cantidad de personal requerido en cada función del censo.
 - 2. Decidir estructura del pago.
 - 3. Hacer contratos y solicitudes de trabajo.
 - 4. Preparar calendario de trabajo general.
 - 5. Decidir lugar para entrevistas de personal potencial y, si es necesario, contratarlo.

6. Localizar e investigar personal con experiencia, sea que haya trabajado con nosotros anteriormente o que este recomendado por otra agencia de investigación.
7. Notificar al personal potencial, sea por medios publicitarios o por referencia, la fecha, el tiempo y el lugar en donde presentarse para su entrevista.

8. Contratación
 - a) Llenar solicitudes de trabajo
 - b) Revisar solicitudes de trabajo y seleccionar.
 - c) Avisar de aceptación y fecha de entrenamiento.
 - d) Firmar contrato.

Nota: Sugerimos que el personal contratado cumpla con las siguientes características mínimas:

1. Letra legible
2. Haber cursado enseñanza secundaria
3. Habilidad matemática
4. Relaciones públicas.
 - e) Entrenar Supervisores y Jefe de Oficina.
 1. Explicar propósito del censo.
 2. Explicar cuestionario y examinar.
 3. Explicar métodos de encuestar.
 4. Explicar métodos de supervisar
 5. Explicar tipos de reportes para Supervisor.

- I. Hoja de control de encuestadores.
- II. Reporte de progreso a coordinador.
- III. Plan de trabajo de oficinista.

6. Explicar el trabajo de oficinista.
7. Explicar contabilidad.
8. Explicar tipos de reportes para Jefe de Oficina.

- I. Hoja de control de encuestadores
- II. Reporte de progreso a coordinador
- III. Libro control de zonas

9. Hacer plan de entrenamiento para encuestadores y oficinistas

- f) Supervisar entrenamiento de encuestadores.
- g) Supervisar entrenamiento de oficinistas.
- h) Hacer plan de trabajo para el censo.

II. REALIZACIÓN.

- a) Supervisar labores de oficina y supervisión.
- b) Mantener flujo de materiales y dinero durante el censo.
- c) Mantener comunicación entre la compañía, el coordinador y terceras personas involucradas en el censo.

III. Análisis y Reporte Final.

Al final del censo, analizar los datos correspondientes al censo y hacer el reporte final.

ENCARGADO DE OFICINA

RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES

RESPONSABILIDADES:

- I. El encargado de oficina es el responsable de entrenar a los oficinistas, de recopilar y reportar los datos del censo, de hacer la labor de contabilidad incluyendo plantilla, pago de viáticos, recibos y planeación del flujo del efectivo.

ACTIVIDADES:

I. ENTRENAR A OFICINISTAS

- a) Explicar el propósito del censo.

Nota: No siempre se le explica al oficinista el propósito real del censo; pero es recomendable darle al mismo una razón, con el propósito de que se identifique con su labor.

- b) Explicar el cuestionario detalladamente y examinar

Nota: Es importante que se explique detalladamente a los oficinistas los sistemas de chequeo integrados en cuestionarios y las indicaciones para encontrar cuestionario falsas.

CHEQUEO DE CUESTIONARIO:

1. Los productos serán los que están visible y que puedan ser contados.
2. El promedio de ventas por semana (unidades) no puede ser más que la suma de las unidades censadas y multiplicado por la frecuencia de servicio.

INDICADORES DE ENCUESTAS FALSAS:

1. Muchas encuestas parecidas por el mismo encuestador.
 2. Muchas encuestas limpias. Se supone que el encuestador está trabajando en la calle y que sus cuestionarios se van a ensuciar levemente. Si las encuestas están todas limpias, puede indicar que el encuestador las falsifico.
 3. Diferencias en frecuencia de servicio en una zona. Se supone que el vehículo de ruta visita a sus clientes con una frecuencia determinada y si hay mucha variación en una misma zona, puede ser que están falsificadas.
 4. Demasiadas encuestas entregadas por un encuestador. Hay un límite en la cantidad de encuestas que un encuestador puede realizar en un tiempo definido, si un encuestador se sobrepasa, se debería investigar.
- c) Explicar el método de trabajo de oficinista.

1. Revisar encuestas entregadas diariamente para asegurar que estén correctamente llenadas. Siempre manteniéndose alerta a posibles falsificaciones.
2. Al revisar las encuestas se debe separar negocios exclusivos y los cerrados.
3. Organizar las encuestas en cada zona por avenidas y calles por direcciones pertinentes, o por polígono de población.
4. Cada día revisar por duplicidad de encuestados
5. Diariamente llenar la hoja de control de encuestadores y entregar al supervisor correspondientes, con las encuestas cerradas y de noche, así como las rechazadas por cualquier motivo.
6. Reportar diariamente al Encargado de Oficina los datos recopilados en el país.
7. Al acabar cada zona se debe preparar un resumen de datos incluyendo al siguiente:
 - a) Total de encuestas
 - b) Número de productos y tamaño
8. Al acabar cada zona se deben numerar las encuestas en el espacio de cliente número, consecutivamente.
9. Al acabar el punto anterior se deben empacar las encuestas de cada zona con su respectiva hoja de resumen.
10. Reportar los datos totales al encargado de oficinas para su respectivo registro y entregarle la zona empacada.
11. Pedir materiales necesarios al Encargado de Oficina.

II. RECOPILAR DATOS DEL CENSO

1. Supervisar oficinistas en la labor de recopilar datos del censo.
2. Trabajar como oficinistas.

III. REPORTAR DATOS DEL CENSO.

- a) Diariamente reportar los datos recopilados al coordinar así como cualquier problema encontrado.
- b) Mantener el libro de control de zonas.

IV. CONTABILIDAD.

- a) Planificar el flujo del efectivo para el censo, en conjunto con el coordinador.
- b) Mantener el libro de contabilidad
- c) Pagar diariamente las dietas de los encuestadores y mantener el informe de los días trabajados por cada uno.
- d) Pagar plantilla semanalmente o como especificado por el coordinador.
- e) Mantener la contabilidad de los gastos del censo incluyendo recibos de gasolina, alquiler de oficina, materiales.
- f) Al final del censo presentar un reporte al coordinador sobre el costo del mismo.

SUPERVISOR

RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES

RESPONSABILIDADES:

La responsabilidad del Supervisor consiste en entrenar a su equipo de encuestadores, planificar el trabajo de los mismos en el área que se asigne, verificar que este sea hecho a perfección y reportar diariamente el desarrollo del censo en su sección.

ACTIVIDADES:

I. ENTRENAR ENCUESTADORES

a) Fase Teórica

Explicar el propósito del censo

Nota: No siempre el propósito real del censo se debe explicar al encuestador, pero es recomendable darle una idea, a fin de que se identifique con su labor.

1. Explicar el cuestionario detalladamente y examinar.

Nota: Es importante que enseñemos a los encuestadores a seguir una secuencia lógica en el uso del cuestionario, a fin de aprovechar mejor el tiempo disponible y completarlo eficazmente.

2. Explicar el uso de los folletos informativos

- Hoja de borrador
- Lista de productos por compañía, o individual como fue nuestra situación.

3. Explicar el uso de la tiza y calcomanías para identificar los negocios censados.

Nota: Cada encuestador es asignado un número en el cual se le identifica; al censar cada negocio, pone su número en la entrada, a fin de que el Supervisor se entere que ya ha sido censado. Este procedimiento ayuda a prevenir duplicaciones.

4. Explicar los métodos de censo
5. Si el propósito del censo es una reestructuración de rutas, se debe instruir acerca del método de puntear cada detallista en el mapa.
6. Entregar materiales a encuestadores, firmado a su vez los recibos correspondientes.

b) Fase Práctica.

1. Área de Práctica

- Elegir área que vaya a ser censada inmediatamente.
- Instruir a los encuestadores para que siempre expliquen al detallista después de la entrevista que la encuesta realizada es de entrenamiento y que posteriormente serán censados de nuevo.

Nota: Este punto es muy importante, ya que al regresar a hacer la encuesta real, muchos clientes se niegan a dar datos por segunda vez.

2. Una vez en zona con su equipo, el supervisor debe efectuar una o dos entrevistas con cada encuestador como ejemplo, poniendo énfasis en la forma como tratar al cliente.

Nota: Sugerimos ser lo más breve posible en la introducción al cliente, tratando de molestarlo lo menos posible.

3. El supervisor deberá repasar dos o tres encuestas hechas por el encuestador.
4. Una vez supervisado, el encuestador podrá entrevistar solo en su área asignada.
5. Al final del día, el supervisor deberá revisar las encuestas entregadas por cada encuestador y evaluar las mismas y a cada uno.
6. En base a esta evaluación, el supervisor decidirá:
 - Programar otro día de entrenamiento, o
 - Cancelar a los encuestadores que no pudieron pasar la prueba.
7. Si existe la necesidad de otra prueba, el supervisor debe de programarla o, planificar el primer día de trabajo.

II. PLANIFICAR:

- a) El supervisor debe planificar el trabajo de sus encuestadores diariamente en base a estudios anteriores y el plan de trabajo general. Un resumen de este plan debe ser reportado al coordinador diariamente.

III. VERIFICAR:

- a) Sacar cerrados del día anterior, siempre preguntando en negocios aledaños si paso el encuestador.
- b) Por lo menos una o dos veces al día reunirse con cada encuestador y revisar varias de las encuestas que han efectuado ese día. Asimismo, revisar si ha pasado a todos los negocios.

Nota: Es muy importante que cualquier falla del encuestador, que el supervisor considere fraudulenta o de seria gravedad, sea causa de despido inmediato. Es nuestra experiencia que segundas oportunidades crean más problemas y que una disciplina estricta es necesaria para evitar que otros en el grupo sigan un mal ejemplo.

IV. REPORTAR:

- a) Diariamente llenar la hoja de control de encuestadores y al ser regresada por los oficinistas, regresarla.
- b) Diariamente reportar al coordinador el status del área bajo su responsabilidad.
- c) Diariamente hacer un plan de trabajo para su grupo y reportarlo al coordinador.
- d) Reportar cualquier necesidad de materiales
- e) Al final del censo el supervisor puede ser llamado para ayudar al coordinador con el reporte final. En todo caso, debe entregar un reporte final de su zona al coordinador, describiendo sus experiencias de campo, los problemas que se encontraron durante el censo, sugerencias y una recopilación de los datos encontrados en su zona.

ENCUESTADOR

RESPONSABILIDAD Y ACTIVIDADES

RESPONSABILIDADES:

La responsabilidad del encuestador es hacer el trabajo asignado en su totalidad, esforzándose siempre en hacer esta labor a perfección.

ACTIVIDADES: ENCUESTADOR

1. Acatar las instrucciones del Supervisor

2. Llenar el cuestionario como instruido a perfección
3. Encuestar la zona que se le asignen en su totalidad, marcando cada negocio censado como instruido.
4. Revisar diariamente su trabajo para estar seguro que este completo.
5. Cuando se está haciendo una reestructuración, puntear en el mapa a cada detallista en su dirección correspondiente.
6. Reportar al supervisor cualquier problema, anomalía u observación de su zona.
7. Pedir al supervisor cualquier necesidad de materiales, así como velar por los materiales de trabajo que se le han entregado.

ADVERTENCIAS:

1. Cualquier señal de alcoholismo o drogas durante horas de trabajo será motivo de despido inmediato.
2. Cualquier falsificación o falta de trabajo que el supervisor considere de carácter grave, será motivo de despido inmediato.

OFICINISTA

RESPONSABILIDADES Y ACTIVIDADES

RESPONSABILIDADES:

La responsabilidad del oficinista es hacer el trabajo asignado en su totalidad, esforzándose siempre en hacer esta labor a perfección.

ACTIVIDADES: OFICINISTA

1. Revisar encuestas entregadas diariamente para asegurar que estén correctamente llenadas. Siempre manteniéndose alerta a posibles falsificaciones.

2. Al revisar las encuestas se deben separar los exclusivos, y los cerrados, y se debe recopilar los datos de productos.
3. Organizar las encuestas en cada zona por Avenidas y Calles o por direcciones pertinentes
4. Cada día revisar por duplicidad de encuestas
5. Diariamente llenar la hoja de control de encuestadores y entregarla al supervisor correspondiente, con las encuestadas cerradas, así como las rechazadas por cualquier motivo.
6. Reportar diariamente al Encargado de Oficina los datos recopilador durante el día.
7. Al acabar cada zona se debe preparar un resumen de datos incluyendo el siguiente:
 - a) Total de encuestas
 - b) Número de productos y tamaños
8. Al acabar cada zona se deben numerar las encuestas en el espacio de cliente número, consecutivamente.
9. Al acabar el punto se deben empacar las encuestas de cada zona con su respectiva hoja de resumen, siempre manteniendo los exclusivos separados.
10. Reportar los datos totales al Encargado Oficina para su respectivo registro y entregarle la zona empacada.
11. Pedir materiales necesarios al Encargado de oficina.

MÉTODOS DE CENSAR

a) CENSANDO EN UNA CIUDAD:

1. Es aconsejable que el Supervisor mantenga su grupo sobre un área o zona urbana definida. No se recomienda enviar miembros de un

mismo grupo a zonas geográficas separadas pues dificultaría la supervisión.

2. Se deben seguir el método siguiente, para peinar zonas urbanas con cuadrantes claramente definidos. Este sistema por experiencia es más eficaces, pues ahorran tiempo al censador evitando pasar dos veces por un mismo punto.

MÉTODO 1: Aquí el encuestador va encuestando en dirección Sur / Norte es responsable de los detallistas ubicados a izquierda y derecha de la avenida, pero excluyendo esquinas las cuales serán hechas por encuestador que va de Este / Oeste, así no habrá duplicidad.

Este fue el método que decidimos utilizar por lo práctico y fácil de implementar.