



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

**"Aplicación de la Auditoría Administrativa del Departamento
de Servicio al cliente en una Empresa Comercial"**

Seminario de Investigación Administrativa

Que en opción al Grado de

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P r e s e n t a n

MARIA ELENA ROMERO PEREYRA

MARIA LILIANA DAVILA OCHOA

Director de Seminario: C.P. y L.A.E. Jorge Alvarez Anguiano



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

P R O L O G O

Dentro del ámbito de la administración en el desarrollo de nuestra área -- profesional, obtuvimos una serie de elementos, tales como la importancia -- que tiene el proceso administrativo dentro de una Empresa; así mismo toman do en cuenta éstos elementos para el propósito de esta investigación, cuya finalidad es la de demostrar la forma en que se lleva a cabo la AUDITORIA-ADMINISTRATIVA.

En la elaboración de éste estudio nos pudimos dar cuenta sobre la forma -- en que son aplicados éstos elementos.

Para que la información que contiene este estudio pueda ser publicado, nos vimos en la necesidad de cambiar el actual nombre de la Empresa por el de "MARLLI, S.A.", así como el de los DIRECTIVOS, y de todas aquéllas personas que se prestaron de una u otra manera a contribuir sin la cual no hubiera sido posible la elaboración de éste SEMINARIO DE INVESTIGACION.

Queremos agradecer de una manera muy especial, la ayuda que nos brindó el DR. ADIP SABAG SABAG, en la Asesoría que nos dió en la elaboración de la -- muestra, así como en la interpretación del PROGRAMA (SPSS).

Así como a todas aquéllas personas que en un momento dado nos brindaron -- su apoyo.

Principalmente a nuestro muy estimado ASESOR del SEMINARIO DE INVESTIGACION, C.P. y L.A.E. JORGE ALVAREZ ANGUIANO, por habernos apoyado durante todo -- éste tiempo en el DESARROLLO DE ESTE ESTUDIO; sin el cual no hubiera sido posible su realización.

I N T R O D U C C I O N

Está investigación fué realizada, debido al interés que representó para -- nosotras el haber cursado la MATERIA DE AUDITORIA ADMINISTRATIVA, y también por las facilidades que se nos otorgaron, ya que una de las integrantes -- laboró en el DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE"; lo cuál nos motivó a -- realizar un estudio más exhaustivo en dicho departamento.

La aplicación de éste ESTUDIO, está integrada de la siguiente manera:

Después de haber hecho un análisis de las diferentes metodologías optamos -- por elegir, la más adecuada a nuestros objetivos que fué tomada de diferen-- tes autores,

Una vez obtenida la metodología procedimos a la realización de una Investiga-- ción Preliminar la cuál nos permito observar de manera general la Empresa, -- un particular el DEPARTAMENTO DE "SERVICIO DEL CLIENTE"; objeto de estu -- dio y considerar las fuentes de información adecuada.

Con el fin de conocer la secuencia de actividades que se realizan posterior-- mente procedimos al diseño de cuestionarios, que fueron aplicados al GERENTE -- a los EMPLEADOS, para obtener información del desarrollo de sus funciones -- dentro de éste DEPARTAMENTO.

En cuanto a los CLIENTES, los cuestionarios les fueron aplicados telefónica-- mente debido a que ya tuvieron experiencia con el departamento por diversas-- razones; la cuál nos permitió tener un panorama general sobre el funciona -- miento de la Empresa.

En el siguiente paso procedimos hacer un análisis de ésta información a través de un Programa (PAQUETE SPSS), elaborado en el CENTRO UNIVERSITARIO DE COMPUTO, donde recibimos Asesoría.

A través de este PROGRAMA obtuvimos resultados acerca de los cuestionarios aplicados, en donde logramos detectar, como se están llevando a cabo dichas funciones y la manera en que deberían realizarse.

De acuerdo a la información obtenida detectamos que existen fallas internas en el DEPARTAMENTO "SERVICIO AL CLIENTE", por que la mayoría del personal que trabaja ahí desconoce los objetivos del departamento es decir, los - conoce solamente de una manera práctica.

Siendo de gran importancia el conocimiento de las mismas para el funcionamiento eficiente de las labores que desempeñan.

Por lo cuál proponemos, se den a conocer a todo el personal que labora en el departamento independientemente del personal de nuevo ingreso.

T E M A

" APLICACION DE LA AUDITORIA ADMINISTRATIVA
DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE
EN UNA EMPRESA COMERCIAL "

O B J E T I V O S :

1.- REALIZAR UN EXAMEN COMPLETO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL DEPARTAMENTO DE "SERVICIO - AL CLIENTE"

2.- DETECTAR LAS POSIBLES FALLAS.

H I P O T E S I S

SUPONEMOS QUE UNA EMPRESA TRASNACIONAL, COMO
LO ES LA EMPRESA MARLI, S.A., DEBIDO A LA --
COMPLEJIDAD DE SU TAMAÑO, TIENE FALLAS.

I N D I C E

PROLOGO

INTRODUCCION

OBJETIVO

HIPOTESIS

PRIMERA - PARTE

metodología a emplear explicación de cada etapa que se llevara a cabo en -
el DEPARTAMENTO A AUDITAR.

CAPITULO I.-

INVESTIGACION - PRELIMINAR

- a).- Datos históricos de la Empresa.
- b).- Función actual de la Empresa
 - b.1- Estructura Orgánica
 - b.2- Explicación general de como están integrados los diversos departamentos de la Empresa.
 - b.3- Política general de la Empresa.
- c).- Función actual de "SERVICIO AL CLIENTE"
 - c.1- Objetivo
 - c.2- Función del departamento
 - c.3- Documentación.

CAPITULO II.-

ANTEPROYECTO, PROGRAMACION DE ACTIVIDADES,
HERRAMIENTAS PARA RECOPIAR DATOS, - - -
(FUENTES DE INFORMACION).

- a).- Anteproyecto
- b).- Programa de actividades
- c).- Fuentes de Información.

CAPITULO III.-

RECOPIACION DE DATOS

- A).- Investigación Documental
 - a.1- Manual de SERVICIO AL CLIENTE
 - a.2- Boletines
 - a.4- Archivos
 - a.5- Formas
- B).- Observacion.
 - b.1- De las Instalaciones
 - b.2- Mobiliario y Equipo
 - b.3- Del desarrollo de las funciones
- C).- Sociograma
- D).- Cuestionarios.

d.1- Objetivos

d.2- Determinación de la muestra de los cuestionarios

d.3- Elaboración de los cuestionarios

d.4- Aplicación de un cuestionario al GERENTE DE "SERVICIO AL CLIENTE" -

d.5- Aplicación de un cuestionario a los empleados del departamento de -
"SERVICIO AL CLIENTE"

d.6- Aplicación de un cuestionario a los CLIENTES

E).- Función de cada una de las secciones del departamento de "SERVICIO-
AL CLIENTE"

e.1- Sección de Control de Notas.

e.2- " de Cargo Demorado

e.3- " de Registros de Devolución.

e.4- " de Quejas de Cliente

e.5- " de Apartado de Mercancía

e.6- " de Pólizas.

e.7- " de Ordenes de Servicio

e.8- " de Crédito

e.9- " de Mostrador

F).- Procesamiento de la Información.

f.1- Revisión y verificación de la Información

f.2- Clasificación de la Información.

f.3- Tabulación de los datos. (CODIFICACION)

f.4- Introducción del PROGRAMA EN EL CENTRO DE COMPUTO

f.5- Interpretación

CAPITULO IV.-

a).- Preparación del Informe

b).- Informe Final.

CAPITULO V .-

ANALISIS Y CONCLUSIONES

CAPITULO VI.-

RECOMENDACIONES GENERALES

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

PRIMERA - PARTE

METODOLOGIA QUE SE EMPLEARA Y EXPLICACION DE CADA ETAPA QUE SE LLEVARA-
A CABO EN EL DEPARTAMENTO A AUDITAR.

1.- PLANEACION

- 1.1 INVESTIGACION PRELIMINAR
- 1.2 ANTEPROYECTO
- 1.3 ORGANIZACION DEL EQUIPO DE TRABAJO
- 1.4 DETERMINACION DE LA MUESTRA.

II.- FUENTES DE INFORMACION

A).- PRIMARIAS

- 1.5 INSTRUMENTOS
- 1.6 CUESTIONARIO
- 1.7 OBSERVACION :
- 1.8 SOCIOGRAMA
- 1.9 INVESTIGACION DOCUMENTAL

III.- PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

IV.- PRESENTACION DEL INFORME

V.- ANALISIS Y CONCLUSIONES

VI.- RECOMENDACIONES GENERALES

1.- P L A N E A C I O N

La Planeación es una etapa muy importante del proceso de la AUDITORIA-ADMINISTRATIVA, ya que es la etapa del razonamiento y de la previsión.

Esta etapa del proceso administrativo, se lleva a cabo como un ensayo-Preliminar, aunque no puede efectuarse plenamente por que se prepara a la gente y además no se puede experimentar. Es más bien, una exploración preliminar para allegarse de los elementos necesarios para la - - realización del trabajo.

1.1.- I N V E S T I G A C I O N P R E L I M I N A R

Tiene como finalidad la obtención de información general acerca de la organización y principalmente del departamento a auditar, se revisa la naturaleza general de la operación y de sus problemas.

Para lo cuál se recurre a través de diferentes medios como:

a).- Observación de las Instalaciones:

Se efectua con el objeto de conocer a grandes rasgos el lugar en que se encuentran distribuidas dichas instalaciones, así como la forma en que funcionan normalmente.

Es útil hacerse acompañar por una persona que pertenezca y conozca el manejo de las instalaciones.

b).- Revisión de Documentos:

Para los fines de la INVESTIGACION PRELIMINAR, resulta útil la - - revisión de documentos generales y formas que existen en el departamento, tales como: ORGANIGRAMAS, MANUALES, BOLETINES, CIRCULARES etc.

c).- Entrevistas:

Se concertaran entrevistas con los miembros clave de la organización, en éste caso con el Gerente de la Tienda y el Gerente del DEPARTAMENTO DE "SERVICIOS AL CLIENTE".

1.2.- A N T E P R O Y E C T O

El anteproyecto es un documento por medio del cuál se determina al -- alcance de la AUDITORIA, y a través de él se da a conocer por escrito -- a quién nos solicitó la INVESTIGACION, los antecedentes, el objetivo -- de estudio, la metodología el personal participante y el tiempo de -- duración de la INVESTIGACION etc.

A).- A N T E C E D E N T E S

En éste rubro describimos los hechos que han dado origen a nuestro -- estudio es decir, la exposición de motivos para la investigación así -- como su justificación.

B).- O B J E T I V O D E L E S T U D I O

Aquí describimos el propósito (s), que pretendemos cumplir con la -- realización del estudio.

C).- A L C A N C E S

La extensión que abarcará nuestro estudio será en el DEPARTAMENTO DE -- "SERVICIO AL CLIENTE"

D).- M E T O D O L O G I A

En ésta etapa describiremos la secuencia de los pasos lógicos que se --
seguirán para realizar la AUDITORIA, así como las técnicas e instrumen --
tos a utilizar.

E).- P E R S O N A L P A R T I C I P A N T E

En el desarrollo de está investigación intervendrán dos Analistas de --
Sistemas.

F).- T I E M P O

El tiempo necesario que se requiera para llevar a cabo el desarrollo de --
esta Investigación.

1.3 ORGANIZACION DEL EQUIPO DE TRABAJO

(GRAFICA DE GANTT)

P R O G R A M A D E A C T I V I D A D E S

LISTA DE ACTIVIDADES	J U L I O																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION	•			•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•																	
INTRODUCCION DEL PROGRAMA EN EL P.U.C.												•	•	•	•	•		•	•	•	•	•			•	•	•	•	•			
INTERPRETACION DEL PROGRAMA																										•	•	•	•	•		

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

LISTA DE ACTIVIDADES	A G O S T O																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
INTERPRETACION DEL PROGRAMA	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•			•	•	•	•	•													
ELABORACION DEL INFORME																•	•	•	•	•			•	•	•	•	•					
PRESENTACION DEL INFORME																							•	•	•	•	•			•	•	•

1.4- DETERMINACION DE LA MUESTRA

Considerando los diferentes métodos que existen para la determinación - de la muestra, decidimos elegir el Método del "MUESTREO ALEATORIO - - SIMPLE", por considerarlo el más viable a nuestro estudio.

Y :- Se representa por la siguiente Formúla:

$$N = \frac{1}{Ea^2}$$

EN DONDE:

S = Seguridad de la muestra

Ea = Error aceptable

P/h = Probabilidad - Proporción/Homogeneidad

N = Tamaño de la muestra.

II.- FUENTES DE INFORMACION

Las fuentes de información que llevaremos a cabo para la realización de ésta investigación podemos dividirla de la siguiente manera:

A).- FUENTES PRIMARIAS

El personal relacionado directa o indirectamente en el departamento - que se va a auditar: Personal del Departamento Clientes, etc.

El ambiente del departamento en Funcionamiento:

Comunicación-Relación, Jefe-Subordinado, Orden-Limpieza etc.

B).- FUENTES SECUNDARIAS

Las cuales se componen por la documentación interna y externa relacionada con el departamento a AUDITAR. Dicha documentación como: ORGANIGRAMAS, MANUALES, BOLETINES, CIRCULARES, etc.

1.5 - I N S T R U M E N T O S :

Existen diversos instrumentos para recabar la información necesaria -- y poder realizar un análisis completo del DEPARTAMENTO A AUDITAR, de los cuales hemos elegido para nuestros fines de estudio los siguientes:

1,6.- C U E S T I O N A R I O S

Con la finalidad de obtener la información suficiente para poder hacer - una evaluación aplicada al DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE", emplearemos el uso de cuestionarios para que la veracidad de nuestra investigación resulte más confiable.

El Cuestionario que aplicaremos, tratará de ser lo más conciso en cuanto a :

- a).- Que las preguntas sean lo más claras y acompañadas de toda la - información necesaria para esclarecer dudas cuando estas surjan.
- b).- Las preguntas deber ser de fácil contestación.
- c).- Las preguntas deben ser formuladas de tal forma que sus respuestas sean fáciles de tabular y analizar.

Por otro lado tenemos que el empleo de cuestionarios, acarrea muchos - - beneficios importantes, además de prestar uniformidad de ejecución a la - auditoría y constituir una lista temática para verificar que la auditoría cubre todos los aspectos a investigar.

LOS BENEFICIOS SON TRES:

PRIMERO.- El uso de cuestionarios despersonaliza a la AUDITORIA.

SEGUNDO.- Los cuestionarios ofecen una base para perfeccionar - - las normas de programación de AUDITORIAS.

TERCERO.- La existencia de cuestionarios, impone a la administra - ción la necesidad de tratar a la Auditoría Administrativa en forma práctica.

La inversión en tiempo para preparar buenos cuestionarios es importante, y la existencia de los cuestionarios pone límite sensato a las -- expectativas de resultados de una AUDITORIA.

1.7- OBSERVACION

Consiste en inspeccionar determinados fenómenos cuando sea necesario--comprobar personalmente el funcionamiento de alguna actividad específica a sacar conclusiones del mismo.

Con el objetivo de conocer las instalaciones, el equipo, el desempeño de las funciones.

1.8- SOCIOGRAMAS

Es una técnica muy útil para determinar que persona tiene mayor -- simpatía o influencia y que por lo tanto pueden considerarse como -- guías o líderes del departamento, en éste caso.

1.9- INVESTIGACION DOCUMENTAL:

Dentro de esta etapa se revisarán y analizarán de una forma general, -- los documentos que se especificaron en las fuentes de la información--tales como: MANUALES, BOLETINES, CIRCULARES, ARCHIVO Y FORMAS IMPRESAS que se manejan en el departamento.

Todo esto sefa complementario a la observación, entrevistas, y cuestionarios que se emplearán en el desarrollo de esta INVESTIGACION.

III.- PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

La cuál deberá seguirse a través de los siguientes paso:

A).- REVISION Y VERIFICACION DE LA INFORMACION:

Consiste en la revisión de los datos detectar aquéllos que - -
resulten incompletos, inconsistentes e ilegibles.

B).- CLASIFICACION DE LA INFORMACION:

Una vez que se han recopilado los datos, es necesario agruparlos
ordenadamente de acuerdo a nuestros fines.

C).- TABULACION DE LOS DATOS. (CODIFICACION):

En este paso, se procede a efectuar la tabulación, es decir a --
totalizar y resumir los datos contenidos en los cuestionarios.

D).- INTRODUCCION DEL PROGRAMA EN EL CENTRO DE COMPUTO

Este programa será introducido bajo la asesoría de una persona -
especializada en computación.

E).- INTERPRETACION :

Una vez obtenidos los resultados de éste programa se procederá -
a interpretarlos para posteriormente dar un diagnóstico.

* Bajo el asesoramiento de una persona especializada.

IV.- PRESENTACION DEL INFORME

A).- PREPARACION DEL INFORME:

Una vez que se han investigado los hechos descubiertos, los problemas y analizadas las recomendaciones se procede a elaborar un informe - - para dar el resultado obtenido.

B).- INFORME FINAL :

Consiste en presentar a las personas que nos solicitaron la INVESTIGACION los resultados obtenidos y plantear posibles soluciones a - - éstos.

Este informe se presenta al concluir la Auditoría que se llevó a cabo.

V.- ANALISIS Y CONCLUSIONES :

Consiste en evaluar el grado de eficiencia o ineficiencia con que se están efectuando las operaciones en el DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL-CLIENTE", objeto de estudio.

Además compara la forma práctica como se realizan las funciones con - las normas u objetivos preestablecidos; también se determina la manera en que funcionan cada una de las actividades mencionadas, ya sea - - correcta o incorrectamente.

VI.- RECOMENDACIONES GENERALES:

Después de haber analizado las deficiencias que aquejan al departamen- to estudiado, se proponen una serie de alternativas que servirán para- solucionar los problemas encontrados.

CAPITULO I.-

INVESTIGACION-PRELIMINAR

A). - DATOS HISTORICOS DE LA EMPRESA

B). - FUNCION ACTUAL DE LA EMPRESA.

b.1- ESTRUCTURA ORGANICA

b.2- EXPLICACION GENERAL DE COMO ESTAN
INTEGRADOS LOS DIVERSOS DEPARTAMEN
TOS DE LA EMPRESA.

b.3- POLITICA GENERAL DE LA EMPRESA.

C). - FUNCION ACTUAL DEL DEPARTAMENTO DE
"SERVICIO AL CLIENTE".

c.1- OBJETIVO

c.2- FUNCION DEL DEPARTAMENTO

c.3- DOCUMENTACION.

INVESTIGACION - PRELIMINAR :

Después de haber formulado por escrito nuestra carta para pedir - autorización de aplicar una AUDITORIA ADMINISTRATIVA, en el - - - DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE", y de haber sido autorizada en el Departamento de DIRECCION DE PERSONAL en Corporación - - - (OFICINAS GENERALES) de MARLI, S.A. Y una vez que en las oficinas de Dirección de Personal mandaron por escrito la parobación a la Unidad o Tienda a AUDITAR, nos presentamos con el Gerente de - - "SERVICIO AL CLIENTE", al cuál le presentamos una lista de pasos a seguir en nuestra investigación.

Posteriormente nos presentamos con el Gerente de Personal de la - Tienda ó Unidad, en la cuál en una breve entrevista le expusimos en forma general el desarrollo de nuestra INVESTIGACION.

Muy amablemente, nos proporcionó una gran fuente de información - en cuanto a folletos, libros, manuales de bienvenida, los cuales contienen a grandes razgos el funcionamiento general de la Tienda, las prestaciones y servicios que se le da al personal.

Al entrevistarnos con el Gerente de "SERVICIO AL CLIENTE", nos -- explicó en forma general el funcionamiento del departamento, - - enseguida nos presentó a todo el personal a su cargo y les explicó el motivo de nuestra presencia y objetivo en el departamento y les pidió su colaboración para poder desarrollar nuestra INVESTIGACION.

A través de está INVESTIGACION-PRELIMINAR, sacamos los siguientes pasos a desarrollar:

- A).- DATOS HISTORICOS DE LA EMPRESA

- B).- FUNCION ACTUAL DE LA EMPRESA
 - b.1- ESTRUCTURA ORGANICA

 - b.2- EXPLICACION GENERAL DE COMO ESTAN INTEGRADOS LOS DIVERSOS DEPARTAMENTOS DE LA EMPRESA.

 - b.3- POLITICA GENERAL DE LA EMPRESA.

- C).- FUNCION ACTUAL DEL DEPARTAMENTO - DE "SERVICIO AL CLIENTE".
 - c.1- OBJETIVO

 - c.2- FUNCION DEL DEPARTAMENTO.

 - c.3- DOCUMENTACION.

A).- DATOS HISTORICOS DE LA EMPRESA

La compañía "MARLI, S.A.", nació como resultado del esfuerzo inicial de un hombre, y creció hasta convertirse en una de las Empresas más importantes del mundo en el campo de ventas al menudeo.

En el año de 1886, cuando GEORGE MARLI, comenzó a vender relojes -- con el objeto de ganar un poco más de dinero. no se imaginaba que -- había fundado una COMPANIA que con el tiempo llegaría a tener un -- gran prestigio.

La Historia de "MARLI, S.A.", comenzó en 1886, cuando GEORGE MARLI, a la edad de 23 años, siendo jefe de la estación, obtuvo grandes - utilidades al vender un embarque de relojes que había sido rechaza- do por el relojero del pueblo.

Poco tiempo después el SR. JULIUS ROSENWALD, fabricante de ropa se- asoció con GEORGE MARLI, su venta inicialmente de relojes, fue - - -- diversificandose considerablemente hasta el punto en que llegó a -- ser posible pedir por correo prácticamente cualquier tipo de mercan- cía.

Marli, abrió su primera tienda en el edificio donde estaba la planta deventas por correo, en la porción occidental de la ciudad de - - --chicago, cuyo crecimiento era notorio.

La tarea primordial de la compañía consistía en seguir brindando a - todos sus clientes calidad, servicio y economía, para que regresarán a las tiendas.

Pueden mencionarse las palabras de JULIUS ROSENWALD, para exponer -- uno de los principios básicos de la Empresa: "Trátese al cliente con justicia, honradez y generosidad".

Este principio, ha contribuido a gran parte a que MARLI, S.A., sea - una de las organizaciones de ventas al menudeo en el mundo entero.

Hoy en día encontramos tiendas MARLI, S.A., en todo el territorio de los ESTADOS UNIDOS, MEXICO, CENTRO-AMERICA, BRASIL, COLOMBIA, PERU, VENEZUELA Y ESPAÑA.

MARLI, S.A., de MEXICO, se inició en el año de 1947, revolucionando los sistemas de la comercialización, implantando exhibiciones masivas de mercancías siempre a la mano del cliente.

Actualmente se ha podido observar un enorme crecimiento de la - - - EMPRESA que ha llegado a constituir una de las principales cadenas - de almacenes en MEXICO.

Constituido por 41 TIENDAS, 2 Centros de Servicio un Centro de Distribución de mercancía pesada y 1 Centro de Distribución de Modas.

Para poder definir el tamaño de la Empresa MARLI, S.A., consultamos los criterios para clasificar las Empresas según FOGAIN *.

Ya que son consideradas Empresas grandes aquéllas cuyo personal es mayor de 501 en adelante.

Y cuyo capital contable sobre-pasa a los \$ 60,000.001.00. Por lo tanto la Empresa MARLI, S.A., es considerado como una Empresa grande, y cuya actividad es de tipo comercial.

*FOGAIN.-

FONDO DE GARANTIA Y FOMENTO A LA PEQUEÑA Y MEDIANA
INDUSTRIA.

B).- FUNCION ACTUAL DE LA EMPRESA

Todas las actividades de la tienda, giran en torno al departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", y a la "VENTA DE LA MERCANCIA", mientras un cierto número de departamentos y su personal se dedican exclusivamente a las ventas, hay otras que sólo lo hacen de manera indirecta.

En consecuencia la ORGANIZACION, de la TIENDA queda dividida en dos grandes grupos que son:

DEPARTAMENTO DE VENTAS Y DEPARTAMENTO DE VENTAS INDIRECTAS, está -- clasificación es la que se da ya que de una manera u otra ambos -- están ligados a la venta.

El principal objetivo de MARLI, S.A., es el de satisfacer las necesidades de su cliente, brindarles un trato amable y un servicio -- profesional.

La Empresa rige su prestigio en base a los normas, políticas, objetivos, sistemas y procedimientos, que fija la Corporación a todas -- sus unidades.

El tamaño de las Unidades ó Tiendas en variable, ya que actualmente en el D.F., se encuentran ubicadas:

6 Tiendas ó Unidades y 7 Satélites (UNIDADES PEQUEÑAS).

En la Tienda existen 3 tipos de horarios y son:

- TIEMPO COMPLETO - - - - - 8 HORAS.
- MEDIO TIEMPO - - - - - 4 ó 5 HORAS.
- LISTA DE RAYA - - - - - 1 ó 2 DIAS A LA SEMANA.

Todo el personal de la Empresa se rige por el reglamento interior de - -
trabajo.

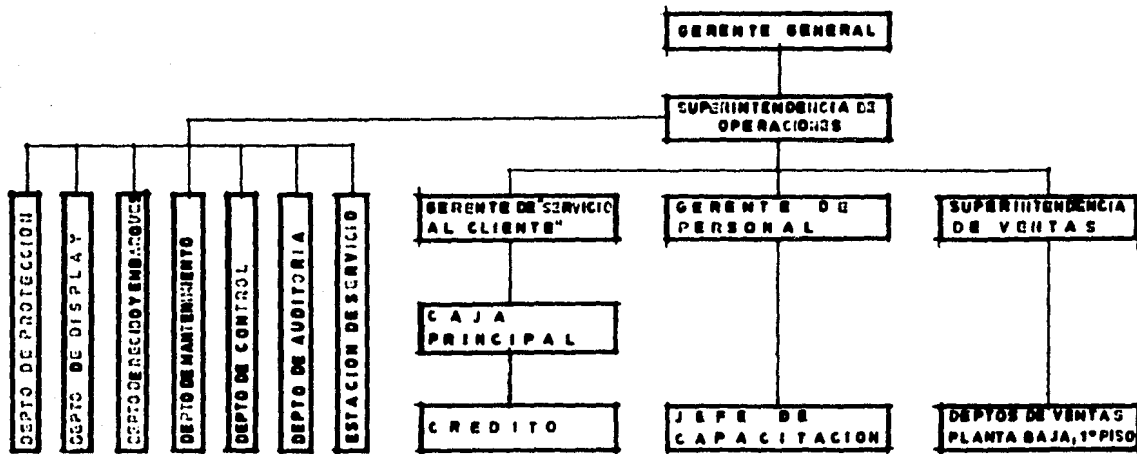
El horario de la tienda es de 11:00 a 20:00 Horas, exceptuando los - - -
Sábados que es de 11:00 a 21:00 Horas, y es continuo, abriendo los - - -
Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes, Sábado y Domingos.

B.1- ESTRUCTURA ORGANICA

Como se especifico en el Índice anterior, la Empresa MARLI, S.A., se - -
encuentra constituida por 2 grupos : Deptos. de Ventas, Deptos. de - -
Ventas Indirectas, cuya función principal es la de realizar directamente
las ventas y los departamentos de ventas indirectas en los cuales inclu-
ye los departamentos administrativos; cuya función es la de brindar apoyo
a las divisiones vendedoras.

A continuación se puede observar en el ORGANIGRAMA la ESTRUCTURA DE LA -
EMPRESA.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA "MARLI SA"



B.2 EXPLICACION GENERAL DE COMO SE
ENCUENTRAN INTEGRADOS LOS DI -
VERSOS DEPARTAMENTOS DE LA - -
TIENDA.

Como indicamos anteriormente la TIENDA MARLI, S.A., está constituida por - dos grandes Grupos:

A).- DEPARTAMENTO DE VENTAS Y DEPARTAMENTOS ADMINISTRATIVOS.

En los cuales abarcamos a grandes razgos su función:

DEPARTAMENTOS ADMINISTRATIVOS:

Si bién el número y la importancia de estos departamentos podrá variar - de acuerdo al tamaño de la tienda, su organización y funcionamiento será igual en todas las tiendas MARLI, S.A.

La siguiente lista nos dará una idea del tiempo de actividades administra- tivas que se llevan a cabo en cada departamento.

AUDITORIA.- Se encarga de llevar el registro de todas las operaciones contables de la tienda, ventas, - nóminas, abastecimiento, renta, impuestos, etc.

CAJA PRINCIPAL:

Maneja el (efectivo) que ingresa o egresa de - la tienda, prepara la nómina extiende compro- bantes de pago, controla fondos individuales- del personal de venta.

DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE

Su objetivo principal es satisfacer las necesidades y deseos de - nuestros clientes, además de los servicios generales, tales como : reparto, instalaciones, piezas de repuesto, (refacciones), y reparaciones de artículos mecánicos, mercancía apartada, devoluciones y - ajustes. Además de atender las quejas.

En la actualidad crédito, se encuentra fucionada al departamento - de SERVICIO AL CLIENTE, y es la encargada de levantar los créditos-nuevos, los cuales son enviados a la central de crédito para su - - aprobación y también se encarga de las aclaraciones de los estados-de cuenta de los clientes sobre los saldos, cancelaciones, ajustes, bonificaciones, etc.

DEPARTAMENTO DE EXHIBICION DE MERCANCIA

Es un departamento de apoyo a las divisiones de ventas que tiene - como objeto principal motivar al cliente a través de exhibiciones -- atractivas que resalten los beneficios y las cualidades de la mercan-cia.

DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO

Se ocupa de la reparación y mantenimiento del edificio y equipo con que se trabaja.

DEPARTAMENTO DE PERSONAL:

Selecciona, contrata y coloca a los empleados de nuevo ingreso, es- el porta-voz de la Empresa en cuanto a normas y políticas para em- pleados, de quienes llevan registros, y sus funciones abarcan las - relaciones con el personal y su capacitación y desarrollo.

Todos los empleados pueden acudir al DEPARTAMENTO DE PERSONAL cada-
vez que necesiten alguna información relacionada con su trabajo.

DEPARTAMENTO DE RECIBO

Es el que recibe la mercancía enviada por los proveedores o centro-
de distribución a la tienda, lleva registros exactos de la mercancía
recibida, pone las etiquetas de precios a todos los artículos y - -
pasa la mercancía al piso de ventas.

VIGILANCIA

Resguarda los valores de la tienda, el edificio, sus mercancías y -
el dinero; es responsable del sistema contra-incendios, vandalismos,
robos, fraudes, y se encarga de la seguridad de los empleados.

DEPARTAMENTO DE EMBARQUES

Se encarga de todas las entregas de mercancía en casa de los clientes
y lleva registros de todos los embarques que se hacen en las tiendas.

CONTROL DE MERCANCIA

Supervisa y controla los pedidos y existencias de mercancía en todas-
las divisiones.

Tiene a su cargo la formulación y envío de todas las requisiciones y
envío de todos los pedidos así como la contabilización de recibos, --
pedidos, cambio de precios, etc.

Presupuestos para existencias y control de inventarios, la reducción-
de mercancías discontinuadas, de rezago y excedentes.

DEPARTAMENTOS DE VENTAS

NUMERO DE DIVISION

LINEA DE MERCANCIA QUE LLEVA

- | | |
|---|---|
| 1 | Muebles, muebles para el hogar, colchones y muebles para el jardín. |
| 3 | Máquinas de escribir, calculadoras, papelería, cámaras-fotográficas, proyectores, - artículos para arte y fotografía, revelado, juegos de azar, equipo de muebles para oficina, pasa-tiempos, tarjetas de felicitación, envolturas de fantasía para regalos, estantería, plumas y -- lapiceros. |
| 6 | Artículos deportivos, ropa - deportiva, equipo para acampar, equipos para el día de campo, bicicletas y motores- fuera de borda, rifles de -- aire, mesas de pin-pong. |
| 7 | Blusas, faldas, pantalones - sweaters, ropa sport, coordi- nados, ropa de playa. |

8

Cosméticos, perfumes, secadores de pelo, rizadores de pelo --- (Tenazas y tubos eléctricos) artículos de tocador, aparatos para ejercicio y control de -- figura, regalos.

9

Ferretería, motores eléctricos herramientas, mangueras para - jardín, cortadores de césped, - herramienta portátiles, equipos para soldar, herramientas de - jardín, maquinaria pesada, - - pinturas, rodillos, escaleras, brochas, pistolas de aire, -- - papel tapiz, plásticos para - tapizar, y materiales adhesi - vos, escaleras de aluminio, -- herramientas de mano, cerraduras y candados, tornillería, - artículos para jardín.

11

Utencilios de cocina, acceso - rios para preparación de alimen - tos, accesorios de lavandería - insecticidas, accesorios y - - artículos de limpieza, acceso - rios para despensas y alacenas accesorios, asadores, parrilla de inter-perie, papel contact - decorativo, artículos de vidrio, bancos de cocina, artículos -- para fregaderos, cubiertos y - cuchillos.

- 14 Equipaje y portafolios.
- 54-65 Calzado para mujeres (bolsas-
de piel), calzado para hombres
y niños.
- 17 Abrigos, sacos, abrigos de - -
piel, conjuntos.
- 18 Corseteria y Ropa Intima.
- 19 Abrigos, sacos, blusas, faldas
pantalones para jovencitas.
- 20 Aspiradoras, máquinas de coser
pulidoras y tejedoras.
- 21 Lámparas, espejos, cuadros, -
vajillas, vasos, cristaleria, -
flores artificiales, ceniceros
artículos para regalo, pinturas,
carro de servicio.
- 22 Estufas y accesorios.
- 24 Cortinas, cortinajes, cubre- -
camas, cojines decorativos, --
telas para cortina, tapicerías
fundas, herrajes, y adornos --
para cortinas., y cortinajes -
posters y tapices P/Muros.

- 26 Lavadoras, plachadoras, secado
ras, lavaplatos.
- 45 Trajes para caballeros sacos -
sports, chamarras, abrigos, --
gabardinas, smokings, trajes -
casuales, chamarras de piel.
- 46 Refrigeradores y accesorios --
acondicionadores de aire.
- 48 Ropa de moda de jovenes de --
14 a 25 años, pantalones de -
vestir sports y de mezclilla-
camisas y playeras, trajes --
casuales, chamarras en telas-
ligeras y pesadas, sweaters,-
chalecos, ropa interior, - -
cinturones y accesorios.
- 49 Juguetes, peluches, juegos y-
equipos creativos.
- 57 Televisores, antenas y acceso-
rios, orgános, etc.
- 58 Discoscassetes, radios, graba-
doras.

- 61 Equipos modulares, guitarras - -
consolas.
- 65 Cocinas integrales, accesorios --
muebles sueltos para cocina, de -
desayunador.
- 75 Medias, pantimedias, pantunflas.
- 77 Playeras, blusas, faldas, acceso
rios, pijamas, conjuntos, ropa -
escolar, ropa interior.
- 87 Dulcería, helados, paletas, - --
chocolates para regalo, palomitas
y semillas tostadas.
- 28-95 Accesorios para automóviles, acumu
ladores, motores reconstruidos, -
motocicletas, refacciones para --
autos, artículos de sonido, aceites
lubricantes, remolques, gato y --
bombas, cubre-asientos y tapetes-
llantas, cámaras y válvulas.
- 28-A Estación de servicio 190.
- 29 Ropa de bebé, niñas y niños, - -
ropa de cama y accesorios para -
bebés y niños.

- 31 Vestidos para dama, conjuntos --
para señora, vestidos de materni
dad, vestidos de noche.
- 33 Ropa de caballeros, guantes, ca-
misas de vestir, calcetines, cor
batas, ropa interior, pijamas, -
regalos para caballeros, pañue -
los, cinturones, billeteras, - -
rasuradoras y guantes.
- 37 Alfombras y tapetes.
- 38 Ropa de dormir y batas.
- 40 Niños de 8 a 18 años, playeras -
pantalones, chmarras, sweaters, -
trajes de vestir, ropa escolar, -
trajes de baño, ropa interior. --
calcetines.
- 41 Ropa sports para caballero, - - -
sweaters, camisas, playeras, pan-
talones y trajes de baño.
- 42 Artículos de plomería, calefac -
ción, equipos de enfriamiento y -
ventilación, calentadores para --
agua, motobombas, filtros y acce-
sorios para baño.

88

Bolsas ,guantes, pañuelos - - -
mascadas, cinturones, chales, -
sombrillas, cartera para dama -
regalos.

96

Toallas, cobertores, protectores
sábanas, fundas, almohadas, man-
teles, editamientos, y accesorios
para baño.

98

Refacciones para articulos - -
eléctricos.

POLITICA GENERAL DE LA EMPRESA

Todas las diversas actividades que se realizan en la EMPRESA "MARLI, S.A.", están basadas por la política general de la Empresa, la - - cuál nos dice "que el cliente quede satisfecho con la adquisición de la mercancía, en dado caso que no quede conforme con el servicio que éste le pueda brindar ya sea por defecto de fabrica ó por - - alguna otra razón, le será cambiada por otra mercancía, o en caso contrario se le devolvera su dinero".

Esta política es la base general con la que se rigen todas las - - operaciones de la Empresa, y en la cual giran todas sus actividades.

Se debe tener muy presente esta política en todas las actividades - que realicen los empleados de "MARLI, S.A."

C).- FUNCION ACTUAL DE SERVICIO
AL CLIENTE :

La función de "SERVICIO AL CLIENTE", dentro de la Empresa consiste en buscar la comprensión entre la comunidad de trabajo cada uno de los clientes con los que tiene contacto ya sea directo ó indirecto, a través de un conjunto sistematizado de actividades no olvidando que la política específica de SERVICIO AL CLIENTE es " Que el Cliente quede satisfecho con la adquisición de su mercancía y en caso de que no quede conforme con el servicio que este le pueda brindar ya sea por defecto de fabrica ó por alguna otra razón le será cambiada por otra mercancía, o en caso contrario se le devolverá su dinero.

C.1 OBJETIVO

Su objetivo principal es satisfacer las necesidades y deseos de - sus clientes, atendiendo las quejas y reclamaciones de los mismos además de los servicios generales, tales como reparto, instala -- ciones, piezas de refuerzo, (Refacciones), y reparaciones de - - artículos mecánicos, mercancía apartada, devoluciones y ajustes.

Esté objetivo debe de estar encaminado a que la Empresa proporcio -- ne el servicio más eficiente a través de todos sus componentes, - para dar cada día mayor forma ante el público y sus propios emplea -- dos.

OBJETIVOS INTERNOS :

La Compañía necesita que sus Empleados sepan :

- a).- Los bienes y servicio que presta.
- b).- La aceptación que tiene el producto ó servicio entre los consumidores.
- c).- Que se busca crear un ambiente salu -- dable en el que se pueda desarrollar la Empresa.
- d).- Los planos a corto y largo plazo de -- la Empresa.
- e).- Que el Objetivo de la Empresa es - - ayudar a la sociedad proporcionando -- un bien ó un servicio que permita -- lograr:

- 1.- La Satisfacción de una necesidad
- 2.- Un mejor nivel de vida
- 3.- Mayores ó mejores fuentes de trabajo

OBJETIVOS EXTERNOS :

La compañía necesita que el público sepa:

- a).- La importancia de sus servicios y de sus productos.
- b).- Las políticas de la Empresa y como se -
están cumpliendo.
- c).- Que la Empresa está bien organizada.
- d).- Que lo que se ofrece es de alta calidad-
y precio justo.

C.2 FUNCION DEL DEPARTAMENTO

El departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", tiene a su cargo la --
tarea de llevar diferentes funciones las cuales dividiremos en --
diferentes secciones y son :

- 1.- Control de notas
- 2.- Cargo Demorado.
- 3.- Registros de devolución. (RDD'S)
- 4.- Quejas de clientes (33)
- 5.- Apartado de mercancía (WILL CALL)
- 6.- Pólizas
- 7.- Ordenes de servicio y refacciones
- 8.- Crédito
- 9.- Mostrador.

- CONTROL DE NOTAS :** Esta sección se encarga de dar trámite a -
las notas de mercancía, que el cliente - -
adquiere para posteriormente entregárselas
a su domicilio.
estas notas enviarán posteriormente al - -
almacén central, para ser entregadas según
la fecha indicada al cliente y avisar si -
surge alguna demora en la entrega.
- CARGO DEMORADO :** En esta sección se manejan los pedidos de-
fabrica y las ventas a crédito con demora-
de entrega para que no se le cobre al - -
cliente si no hasta la entrega de la misma.
- REGISTRO DE -
DEVOLUCION :** Se encarga de hacer los cambios necesarios
por razones diversas por ejemplo: mercan -
cía defectuosa, cliente cambia de idea , -
cliente no puede pagar etc.
- QUEJAS DE -
CLIENTES :** Se encarga de dar solución a problemas --
que no pueden ser resueltos inmediatamen-
te, debido a su complejidad y que por lo-
tanto requiere de tiempo para resolverlos
estando en continua comunicación con el -
Cliente.
- APARTADO DE -
MERCANCIA :** Se le da oportunidad al cliente hacer su
apartado de mercancía e ir la pagando poco
a poco, sin cargo alguno.

POLIZAS : Aquí se llenan las formas de contrato de mantenimiento (POLIZAS), de los aparatos que son adquiridos por el cliente.

ORDENES DE SERVICIO Y REFACCIONES

Ordenes de Servicio: envía los diferentes aparatos que se reciben en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", para su reparación a los diversos proveedores, y a Servicio Central Norte.

REFACCIONES : Está sección se encarga de pedir las refacciones que posteriormente se le venden al cliente.

CREDITO : Se encarga de autorizar los créditos a través de la Central de Crédito, de hacer ajustes y aclaraciones sobre los estados de cuenta, pedir aprobaciones, etc.

MOSTRADOR : Tiene como función el trato directo con el cliente, en donde son escuchadas sus quejas, dudas, inquietudes, etc. en donde se les da una solución adecuada.

***CAJA PRINCIPAL** : Actualmente está integrada al departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", siendo de gran importancia para el desarrollo de la Empresa ya que su función es manejar el efectivo que ingresa o egresa a la tienda, prepara la nómina, extiende comprobantes, etc.

Actualmente el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", está íntegrado por 15 empleados, y un Gerente.

De los cuales 9 son de tiempo completo y 6 de medio tiempo y están distribuidos de la siguiente manera :

	No de empleados de tiempo completo	Horas	No de empleados de medio tiempo	Horas
CONTROL DE NOTAS	1	8		
CARGO DEMORADO Y REGISTROS DEVOLUCION	1	8		
QUEJAS DE CLIENTES	1	8		
APARTADO DE MERCANCIA			1	5
POLIZAS	1	8		
ORDENES DE SERVICIO Y REFACCIONES	1	8		
CREDITO	2	8		
MOSTRADOR	1	8	4	5
TECNICOS	1	8	5	5
TOTAL	9	8hrs	6	5hrs

* Todos los empleado del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", - - tienen el compromiso de atender el mostrador y también de contestar los teléfonos.

C. 3 DOCUMENTACION

Documentación: Se hará una revisión visual de los documentos y de --
algunas formas:

- 1).- Manual de departamento
- 2).- Boletines
- 3).- Circulares
- 4).- Formas
- 5).- Organigramas

MANUAL DEL DEPTO. DE SERVICIO AL CLIENTE

Contiene las normas, políticas y procedimientos que regulan el funcionamiento del departamento. Describe cada una de las funciones que se llevan a cabo en el mismo.

El Manual de Procedimientos de "SERVICIOS AL CLIENTE", fué elaborado - el 23 de Julio de 1965, por la casa matriz en chicago, la cuál envía - copia a cada una de las tiendas.

BOLETINES :

Son avisos que dan a conocer alguna modificación a los procedimientos de trabajo, y éstos son enviados de la casa matriz en chicago, y - - - enviados a todas las tiendas.

C I R C U L A R E S :

Son el medio de comunicación que utiliza la Corporación para informar algunos avisos sobre cambios, modificaciones, anotaciones, prevenciones, etc.

F O R M A S :

Las formas más usuales en el departamento son :

- 1).-Nota de venta
- 2).-Forma para queja de cliente
- 3).- " de Registro de Devolución
- 4).-Banderita de entrega normal de cada día
- 5).- " de entrega especial
- 6).-Forma para llenar la Orden de Servicio
- 7).-Tarjetón de C.O.D.
- 8).-Orden de trabajo para proveedor
- 9).-Memorandums
- 10).-Vales de crédito
- 11).-Pedidos a proveedor
- 12).-Formas recordatorias de la mercancía apartada
- 13).-Hojas de Reporte de Fuera de Existencia.
- 14).-Contratos de mantenimiento
- 15).-Formas para hacer Facturas
- 16).-Hojas de suspenso
- 17).-Formas para llenar solicitud de crédito

ORGANIGRAMAS :

En la revisión de la documentación no se encontro
la existencia de alguno por escrito.

CAPITULO II

ANTEPROYECTO, PROGRAMACION DE ACTIVIDADES, HERRAMIENTA
PARA RECOPIRAR DATOS. (FUENTES DE INFORMACION).

- A).- ANTEPROYECTO
- B).- PROGRAMA DE ACTIVIDADES
- C).- FUENTES DE INFORMACION.

A).- ANTEPROYECTO

De acuerdo a la información que obtuvimos en la Investigación - Preliminar, presentamos a la Gerencia General, un resumen por escrito del departamento auditar con la finalidad de darle -- a conocer el objetivo de estudio, el alcance, metodología, el tiempo de duración. etc.

SR. A. R.
GERENTE GENERAL DE LA
TIENDA "MARLI, S.A."

P R E S E N T E :

Después de haber obtenido su autorización para realizar una auditoría administrativa, en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE" y de - - haber hecho los trámites correspondientes y una vez que obtuvimos una respuesta afirmativa, nos permitimos presentarle un informe de los -- aspectos más importantes de la INVESTIGACION.

Los Aspectos más importantes de la INVESTIGACION son :

- 1.- OBJETIVO : Realizar un examen completo de la estructura organizativa del departamento del "SERVICIO-AL CLIENTE", y detectar, las posibles fallas que se presentan.
- 2.- ALCANCE : El área de estudio comprendida será el depto. de "SERVICIO AL CLIENTE".
- 3.- METODOLOGIA Una descripción general de la secuencia que se seguirá y a que resultado se va a llegar, así como las técnicas e instrucciones que se utilizarán.

3.1 INVESTIGACION

DOCUMENTAL : Se analizarán los documentos provenientes de manuales, boletines, circulares, archivo; -- con el objeto de darnos una idea del funcionamiento de las actividades del departamento- "SERVICIO AL CLIENTE".

3.2 Con la finalidad de obtener la información suficiente para poder hacer una evaluación aplicada al departamento de "SERVICIO AL CLIENTE, emplearemos el uso de cuestionarios.

- Elaboración de un cuestionario al Gerente de "SERVICIO AL CLIENTE".

- Elaboración de un cuestionario a los empleados del departamento a auditar.

- Elaboración de un cuestionario a los clientes.

3.3 Levantar la información necesaria de cada una de las secciones del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", para saber como están realizando sus actividades .

3.4 Análisis y conclusiones: Un vez obtenida esta información, se procederá hacer una comparación de las actividades realizadas en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", con los manuales de procedimientos (Información Obtenida mediante entrevistas, cuestionarios, observación, sociogramas etc.)

En base a dicha información, propondremos los ajustes y alternativas necesarias para actualizar el manual en su caso.

4.- PERSONAL

PARTICIPANTE: Estará comprendido por dos analistas que se encargarán de llevar a cabo, la planeación ejecución y presentación del informe a la Gerencia General.

5.- TIEMPO : El tiempo que se estime necesario para el desarrollo de esta investigación.

Así mismo agradecemos de antemano la atención, esperando confirmar - - su aprobación a esta INVESTIGACION.

GERENCIA - GENERAL.

EQUIPO DE TRABAJO.

B).- PROGRAMA DE ACTIVIDADES

L I S T A D E A C T I V I D A D E S

- 1.- Determinación de las Fuentes de Información
- 2.- Lectura y Análisis de la Documentación.
- 3.- Observación
- 4.- Sociograma
- 5.- Determinación de la Muestra para la Elaboración de los cuestionarios.
- 6.- Elaboración y Aplicación de los cuestionarios - al Gerente, a los Empleados y a los Clientes.
- 7.- Análisis de las Funciones de cada sección del - departamento.
- 8.- Procesamiento de la Información.
- 9.- Interpretación del Programa
- 10- Elaboración del Informe
- 11- Presentación del Informe
- 12- Análisis y Conclusiones
- 13- Recomendaciones Generales
- 14- Mecanografía
- 15- Revisión
- 16- Correcciones
- 17- Revisión Final
- 18- Introducción del PROGRAMA en el PUC.*-

* (PROGRAMA UNIVERSITARIO DE COMPUTO (PUC) .

C).- FUENTES DE INFORMACION :

Las fuentes de información se refieren a las instalaciones y equipos que se observará, a los documentos que serán revisados y analizados, así como las personas que se entrevistarán.

Las fuentes de información que consideramos necesarias para poder - - obtener una información más exacta y confiable en nuestra Investigación son:

C.1 INVESTIGACION DOCUMENTAL:

- c.1 Manuales
- c.2 Boletines
- c.3 Circulares
- c.4 Archivos
- c.5 Formas

D).- OBSERVACION:

- d.1- De las Instalaciones
- d.2- Del mobiliario y equipo
- d.3- Del desarrollo de las funciones.

E) S O C I O G R A M A

F) APLICACION DE LOS CUESTIONARIOS.

f.1 Al Gerente del Departamento

f.2 A los Empleados

f.3 A los Clientes.

CAPITULO III

RECOPIACION DE DATOS :

A).- INVESTIGACION DOCUMENTAL

a.1- MANUAL DE SERVICIO AL CLIENTE

a.2- BOLETINES

a.3- CIRCULARES

a.4- ARCHIVOS

a.5- FORMAS

B).- OBSERVACIONES

b.1- DE LAS INSTALACIONES

b.2- DEL MOBILIARIO Y EQUIPO

b.3- DEL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES

C).- SOCIOGRAMA :

D).- CUESTIONARIOS

d.1- OBJETIVOS

d.2- DETERMINACION DE LA MUESTRA

d.3- ELABORACION DE LOS CUESTIONARIOS.

- d.4- APLICACION DE UN CUESTIONARIO AL GERENTE DE "SERVICIO AL CLIENTE"
- d.5- APLICACION DE UN CUESTIONARIO A LOS EMPLEADOS DEL DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE"
- d.6- APLICACION DE UN CUESTIONARIO A LOS CLIENTES.

E).- FUNCION DE CADA UNA DE LAS SECCIONES DEL DEPARTAMENTO "SERVICIO AL CLIENTE"

- e.1- SECCION DE CONTROL DE NOTAS
- e.2- " DE CARGO DEMORADO
- e.3- " DE REGISTROS DE DEVOLUCION
- e.4- " DE QUEJAS DE CLIENTES
- e.5- " DE APARTADO DE MERCANCIA
- e.6- " DE POLIZAS
- e.7- " DE ORDENES DE SERVICIO
- e.8- " DE CREDITO
- e.9- " DE MOSTRADOR

F).- PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION :

- f.1- REVISION Y VERIFICACION DE LA INFORMACION
- f.2- CLASIFICACION DE LA INFORMACION
- f.3- TABULACION DE LOS DATOS (CODIFICACION)
- f.4- INTRODUCCION DEL PROGRAMA EN EL CENTRO DE COMPUTO.
- f.5- INTERPRETACION.

A).- INVESTIGACION DOCUMENTAL

A.1 MANUAL DE "SERVICIO AL CLIENTE"

EL manual es un documento propiedad de la COMPANIA, elaborado el -
23 de Julio de 1965, por la matriz de la corporación que se encuentra
en chicago.

En caso de cambio de empleo, el manual deberá permanecer en la - -
tienda y ser entregado a la persona que lo reemplace.

El manual debe guardarse en un lugar apropiado para la fácil consulta
de las personas a quienes les sea útil.

Este deberá ser dirigido a todos los departamentos de "SERVICIO- -
AL CLIENTE", de las tiendas de la Corporación, la matriz en chicago
es la que se encarga de hacer las revisiones y la distribución de
éste manual.

Al recibir los nuevos manuales, deberán recogerse todos los manuales
de servicio antiguo y destruirse inmediatamente.

El tamaño del manual, es el de "TAMAÑO CARTA", constituido aproximada
mente por 150 hojas, de las cuáles algunas formas - - - - -

más impresos vienen escritas en inglés, como por ejemplo las - -
páginas 60,72,86 etc.

A continuación presentamos el contenido de las funciones del - -
manual de "SERVICIO AL CLIENTE".

Así mismo como la primera parte del manual del departamento se - -
encuentran contenidos en los anexos.

MANUAL DE SERVICIO :

C O N T E N I D O

PRIMERA PARTE - EL DEPARTAMENTO DE SERVICIO

Párrafos.

Responsabilidades1001-1002
Distribución Física1101-1113
El Gerente de Servicio.1201-1217
Reportes1301-1308
Adiestramiento1401-1402

SEGUNDA PARTE - DEVOLUCIONES, CAMBIOS Y AJUSTES

Normas Grales de Ajustes.2001-2022
Ventas por otras Tiendas2101-2137
Formas para Hacer Investigaciones2201-2220
Vales de Crédito2301-2310
Registros de Devolución2401-2420
Recuperaciones2501-2518
Recogidas de C.O.D. para cambio2601-2610
Vales de Mercancía del Cliente (OGT's).2701-2724
Reclamaciones e Irregularidades2801-2828

TERCERA - PARTE.- REPARACIONES Y SERVICIOS

Reparaciones y Normas de Servicio.3001-3007
Inspección y Retoque de Mercancía3101-3117
Visitas de Servicio - Reparaciones.3201-3202
Devoluciones para Reparación3401-3411
Servicio de Emergencia y Anuncios Telefónicos3501-3512
Cargos al Cliente por Servicio3601-3610

Reclamaciones de Crédito por Mano de Obra3701-3703
Análisis de Servicio3801-3810
Equipos de Reparación para Técnicos.3851-3855
Casilleros de Ordenes de Servicio3901-3905

CUARTA PARTE - ENTREGAS

Responsabilidades Básicas.4001-4006
Preparación de Notas de Venta4101-4132
Irregularidades4201-4214

QUINTA PARTE - CORRESPONDENCIA

Cartas a Clientes ó a Otras Compañías.5001-5041
Correspondencia Interior5101-5112

SEXTA PARTE - GENERALIDADES

Mercancía Apartada6001
Archivo6101-6104
Descuentos a Personas que son Empleados6201-6204

A.2 BOLETINES

Los boletines son documentos que dan a conocer alguna modificación a los procedimientos de trabajo, distribuyendo su información a todas las Tiendas, siendo enviadas a través de la casa matriz localizada en Chicago.

El contenido de éstos se dan a conocer los procedimientos que se deben modificar, así mismo se explica detalladamente la forma como se debe llevar a cabo el nuevo sistema de trabajo.

Los boletines van enfocados a todos los departamentos de la Tienda MARLI, S.A., quedando comprendido entre ellos el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE"

A continuación presentamos algunos ejemplos de los boletines usuales, concernientes al DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE"

A : Todas las Tiendas
Servicio Central.

S-32-M
Julio 8, 1982
Cancela S-30-M
de Marzo, 1ª, 1980.

Gerente Tienda
Superintendente
Auditor
Gerente Relaciones.

GARANTIA EN REPARACION :

La norma de garantía de "MARLI, S.A.", para con lo clientes obliga a - la compañía a proporcionar y sostener facilidades para hacer reparaciones eficientes y dar un buen servicio.

Como norma general de garantía en toda mercancía traída por el cliente a reparación ó recogida por un técnico de servicio para ser reparada con -- cargo, quedará cubierta por una garantía de 30 días la mano de obra y 90-días las partes reemplazadas, a menos que se especifique lo contrario en- la TARJETA DE GARANTIA de Reparación F9170.

Existen casos específicos en que la garantía se extiende por mayor tiempo como en el reacondicionamiento total de unidades de refrigeración o conge- ladores la cuál es de un año.

Toda mercancía reparada deberá regresarse al cliente, con una TARJETA DE- GARANTIA F9170 indicando la parte reparada, las piezas reemplazadas y el- tiempo de garantía.

c.c.p. Sres: Plummer, Harris, Cook, Wesner,
Abraham, De la Loma, Gómez --
Zapatero, Pérez Gállego.

R. GONZALEZ
F. LAPHAN.

FL/men.

A : Todas las Tiendas
Servicio Central Norte-Sur
Centro de Distribución

DESTRUYA :

S-343 Rev. Supl. 1
de 6-19-75

7-31-80

Gerente
Superintendente de Operaciones
Gerente de Mercaderías
Contralor/Encargado de Auditoría
Gerente de Servicio
Gerente de Control
Jefe de la División 98.

En vista de que la nota de cancelación a los boletines M-13. Supl. 2 - M-302, M-302 Supl. 2 y M-302 Supl.3 expedida por la oficina del contralor de Mercancía, afecta el boletín S-343 Supl. 1 del 6-19-75, sírvase - - - destruirlo. Los boletines "M" se refieren a la reserva 59/035, cuenta -- que absorbía al 50% de la bonificación por ajuste concedida al cliente, - en casos específicamente descritos y que ya no es aplicable.

Este boletín S-343 Supl. 1, se refiere a la " POLITICA DE AJUSTES CUANDO NO SE DISPONGA DE REFACCIONES, NO SE PUE DAN HACER LAS REPARACIONES O - - HAYA EXCESIVA DEMORA PARA CONSEGUIR DICHAS REFACCIONES"

L. DE LA FUENTE.

c.c.p.- Loma, Longario, Barroso, Salceda, De la Fuente, Maza,
Wydler, Saulés, Ramirez, Compradores, Auditores, Viajeros.

A.3 C I R C U L A R E S

Las circulares son el medio de comunicación que utiliza la Coporación para informar, algunos avisos sobre cambios modificaciones, anotaciones, prevenciones, etc. y va dirigido a la Gerencia, Departamento ó - División que se desee informar.

A continuación citaremos un ejemplo de las circulares que llegarn al-
DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE"

C I R C U L A R

2 - 8 - 83.

A : Jefes de División

De : Superintendencia de Operaciones

Favor de tomar nota que la persona abajo mencionada está haciendo mal-
uso de S.R.C. y se encuentra prófuga. No hacer autorizaciones y en --
caso de que llegará a presentarse favor de avisar a Superintendencia -
y al Depto. de Protección.

ESPERANZA M. DE MADONADO.
6280022815765

A T E N T A M E N T E :

L.A.E. J.G. y G.

A.4 ARCHIVOS

A todos los empleados del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", se les hace ver la necesidad de mantener los archivos en orden, y de -- que cuando saquen documentos, los vuelvan a dejar en su lugar, ya que el poder localizar los registros es de importancia primordial en el -- manejo de los ajustes ; cerciorándose de que el material de archivo- éste perfectamente colocado en las carpetas asignadas.

A continuación enúmeramos una lista de archivos empleados regularmente en el departamento :

- 1.- Archivo de notas de vta, clasificadas por División y mes.
- 2.- Archivo de notas fuera de Existencia
- 3.- Archivo de notas Cliente Avisa
- 4.- Archivo de notas Esperando Mercancía
- 5.- Archivo de Memorandums
- 6.- Archivo de notas de cargo Demorado.
- 7.- Archivo de Hojas de Ruta.
- 8.- Archivo de notas de recibos de entrega de notas requeridas de la Bodega Central mensualmente.
- 9.- Archivo de notas de ventas futuras.

- 10.- Archivo de Notas Posfechadas
- 11.- " " Problemas de Bodega Central
- 12.- " " Recibos de entrega de notas enviadas a la Bodega Central.
- 13.- " " Relación de Notas pendientes por surtir de la Bodega Central.
- 14.- " " Quejas
- 15.- " " " Pendientes por terminar
- 16.- " " Notas terminadas de cargo demorado
- 17.- " " Pedidos a Fábrica terminados
- 18.- " " RUDD'S Pendientes por cerrar
- 19.- " " " Cerrados
- 20.- " " Orden de trabajo a Proveedor Pendiente
- 21.- " " " " " " " Terminados
- 22.- " " Ordenes de Servicio Pend. por terminar.
- 23.- " " " " " Terminadas
- 24.- " " Ordenes de Servicio a Proveedores
- 25.- " " Requisiciones
- 26.- " " Notas de apartado de mercancía.

27.- Archivos de Hojas de Movimiento Diario

28.- " " pólizas de Servicio

29.- " " Créditos Nuevos.

30.- " " Suspenso Nuevo.

A.5 F O R M A S

Las formas más usuales en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE" son :

- 1.- Notas de Venta
- 2.- Forma para quejas de cliente
- 3.- Forma de registro de devolución
- 4.- Banderitas de entrega para cada día de la semana.
- 5.- Banderitas de entrega especial
- 6.- Orden de Servicio
- 7.- Tarjetón de C.O.D.
- 8.- Memorandum :
- 9.- Pedidos a Proveedor
- 10.- Orden de trabajo a Proveedor
- 11.- Forma recordatoria de la mercancía apartada en pagos.
- 12.- Hojas de reporte de fuera de existencia
- 13.- Vales de Crédito
- 14.- Contrato de Mantenimiento
- 15.- Hojas de Suspenso
- 16.- Formas para solicitar Crédito
- 17.- Formas para hacer Facturas, etc.

B).- OBSERVACION

B.1 DE LAS INSTALACIONES :

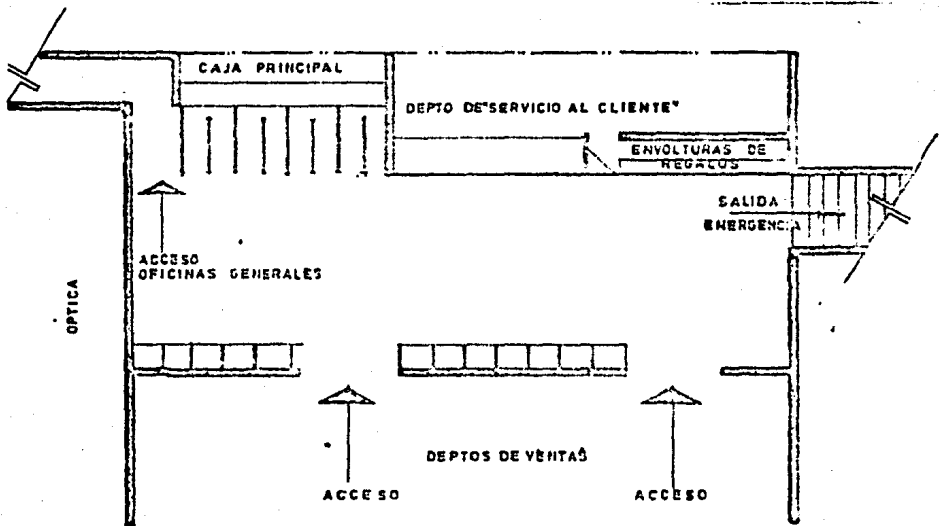
Las instalaciones de la Tienda "MARLI, S.A., se encuentran distribuidas en 2 pisos; Planta baja y Primer piso.

En la Planta Baja.- Se encuentran localizados los departamentos de ropa para dama y caballeros, deportes, joyería, calzado, juguetería, discos, dulcería, etc. también se encuentran ubicados los departamentos de Embarques, de Refacciones y accesorios para automóvil, así como el departamento de Protección, etc.

En el primer piso se encuentran localizadas la Gerencia General, la Superintendencia, el departamento de Personal, de control de mercancía, de Auditoría, el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE" y la caja Principal, etc.

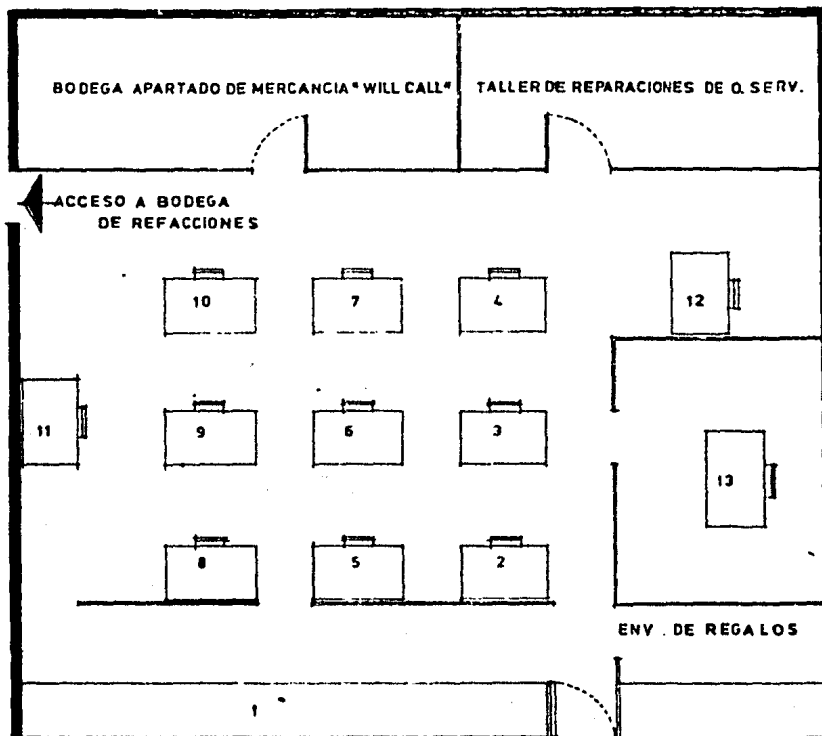
El departamento de "SERVICIO AL CLIENTE" se encuentra ubicado en el primer piso junto a las escaleras de salida y en el otro extremo junto a la Caja Principal, Ópticas, etc.

Se presenta a continuación un esquema de esta ubicación.



UBICACION DEL DEPTO "SERVICIO AL CLIENTE"

DEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE



- 1 MOSTRADOR
- 2 MESA DE APARTADO DE MERCANCIA (WILL CALL)
- 3 MESA ADICIONAL
- 4 MESA DE ORDENES DE SERVICIO Y REFACCIONES
- 5 MESA DE CONTROL DE NOTAS
- 6 MESA DE REGISTROS DE DEVOLUCION (R.D.D.'S)
- 7 MESA DE QUEJAS (3300)
- 8 MESA DE CARGO DEMORADO
- 9 MESA DE CREDITO
- 10 MESA DE POLIZAS DE SERVICIO
- 11 MESA DE MICROFICHAS (2 PANTALLAS)
- 12 MESA DE APROBACIONES TELEFONICAS
- 13 OFICINA DEL GERENTE DE DEPTO

B.2 DEL MOBILIARIO Y EQUIPO

El mobiliario que se utiliza en el departamento de "SERVICIO AL-
CLIENTE", se encuentra en general en buenas condiciones .

Sólo encontramos deficiencias en cuanto a las máquinas de escri-
bir, ya que sólo existen 5, las cuáles se encuentran en condicion
es irregulares en cuanto a su funcionamiento.

El departamento se abastece regularmente de todo lo que hace - -
falta en cuento a papelería, cuando ésta le es indispensable.

Por otro lado, también notamos la falta de sumadoras, calculadoras
etc., las cuáles resultan muy indispensables para el mejor desem-
peño de las funciones que realizan cada uno de los empleado del -
DEPARTAMENTO.

B.3 DEL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES :

En cuanto al desempeño de las funciones dentro del departamento - de "SERVICIO AL CLIENTE", observaremos que la atención directa - con los clientes es amable.

Que existe colaboración entre los miembros del departamento para - el desarrollo de sus actividades.

En cuanto a su presentación, por lo general vienen bien presenta - bles en su arreglo personal.

En la aplicación de los cuestionarios podremos tener una visión - más amplia en cuanto al desempeño de sus actividades.

C).- S O C I O G R A M A

Este tipo de técnica se aplica por lo regular dentro de las Empresas para poder determinar las personas que tienen mayor influencia - - sobre las demás y que por lo tanto pueden considerarse como guías ó líderes.

En éste departamento, no se aplica.

D).- CUESTIONARIOS :

D.1 : O B J E T I V O S

Los cuestionarios están enfocados a la lista de actividades, con -- la finalidad de llevar una continuidad.

Los cuestionarios estarán dirigidos principalmente a los Clientes- del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE".

La lista de los nombres de los clientes, serán obtenidos de los -- siguientes archivos : Archivo de Quejas, Archivo de Cargo Demorado y del Archivo de Registros de Devolución.

Considerando los meses más recientes que son :

ENERO-FEBRERO-MARZO

Los cuáles serán aplicados en el mes de Mayo, del año en curso; -- éstos cuestionarios se aplicarán telefónicamente, debido a que los- clientes, ya tuvieron experiencia con el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", por diversas razones.

Por otra lado, se aplicará un cuestionario al Gerente del departa- mento, así como a los empleados del mismo.

El objetivo principal será obtener a través de los cuestionarios - la información necesaria de sus actividades, para que una vez ana- lizada podamos detectar las posibles fallas, así como los aciertos

que se encuentren dentro del funcionamiento del deparamento de - -
"SERVICIO AL CLIENTE".

Una vez determinado todo lo anterior, podremos llegar a una con - -
clusión y dar las posibles alternativas de solución.

A continuación enunciaremos los objetivos generales que se persiguen
al realizar los diferentes cuestionarios.

" Objetivos Generales que se persigue al realizar -
el cuestionario para el Gerente del departamento
de "SERVICIO AL CLIENTE".

- Determinar cuál es el grado de experiencia y - -
conocimiento que ha tenido dentro de la Empresa.

- Saber si conoce cuáles son las funciones que - -
tiene el MANUAL DE "SERVICIO AL CLIENTE"

- Detectar si conoce el lugar dónde se elaboran - -
los manuales.

- Establecer con que frecuencia, se discuten los -
problemas que se presentan en el depto.

- Delimitar si conoce las políticas que rigen el -
funcionamiento del departamento.

- Conocer cómo se lleva a cabo el control de los -
planes y programas bajo su responsabilidad.

- Observar en que período se realizan éstos planes
y programas.

- Determinar si las correcciones necesarias son --
ejecutadas a tiempo.

- Conocer la iniciativa, que se tiene para iniciar planes y programas.

- Establecer la comunicación que existe con los -- empleados acerca de las políticas nuevas.

- Conocer si existe un organigrama en el departa - mento.

- Determinar si el control que existe es el adecua do, a las labores que realiza el departamento; y hacia donde son dirigidos.

- conocer si ésta de acuerdo con la disciplina de los empleados.

- Detectar cuáles son los problemas más frecuentes que se presentan con el personal a su cargo.

- Conocer cuál es el porcentaje de rotación del - - personal, y de que manera afecta éste al funciona miento del departamento.

- Saber el grado de autoridad y responsabilidad que delega a sus empleados.

- Conocer si existe un período de entrenamiento para
adecuarse al trabajo.

- Que sugerencia propone para mejorar el funciona -
miento de su departamento.

"Objetivos Generales que se persiguen al realizar los cuestionarios para los empleados del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE"

- Delimitar las cargas de trabajo, para determinar si son ó no excesivas.
- Determinar el control sobre la función que desempeña el empleado del departamento.
- Ver cuál es el flujo de comunicación de los - - - cambios que se presentan.
- Conocer cuáles son las consecuencias, que trae - - consigo la falta de información oportuna.
- Detectar los errores, que se presentan en el diseño de formas!
- Observar cuál es el afán de superación del empleado.
- Conocer como se da la comunicación en todos los - - sentidos,
- Establecer que tan integrado al departamento está - cada uno de los empleados y como es su relación - - hacia sus compañeros.

- Determinar la actitud del Gerente hacia los - - empleados.

- Conocer si es atendida su sugerencia

- Determinar el conocimiento que tienen los empleados acerca del objetivo del departamento de - - "SERVICIO AL CLIENTE".

- Saber si el empleado conoce como contribuye su - trabajo en el logro de los objetivos del departamento.

- Que sugerencia propone el empleado, para mejorar el funcionamiento del departamento de "SERVICIO-AL CLIENTE"

" OBJETIVOS GENERALES QUE SE PERSIGUEN AL
REALIZAR LOS CUESTIONARIOS PARA LOS --
CLIENTES ".

- Tratar de conocer cuáles son las deficiencias que se presentan en el departamento, de -- "SERVICIO AL CLIENTE"
- Detectar que tipo de causas más frecuentes -- son las que impiden el funcionamiento eficiente del departamento.
- Determinar la actitud por parte del personal del depto., en el momento en que realiza su -- trabajo.
- Establecer con que eficiencia, el personal -- resuelve los problemas que se le presentan.
- Que el cliente contribuya dando sugerencias -- para el buen funcionamiento del personal que lo atiende.
- Saber en que nivel el cliente, ubica a la -- Empresa en relación a otras del mismo ramo.

- Conocer si realmente se está cumpliendo con los objetivos de la Empresa.
- Identificar el funcionamiento que se tiene para trámitar un crédito.
- Conocer la actitud de los clientes, en cuanto al límite de crédito que se le otorga.
- Conocer la opinión general acerca del depto.
- Que el cliente proponga alguna sugerencia en cuanto al funcionamiento del departamento. - de "SERVICIO AL CLIENTE"

D.2 DETERMINACION DE LA MUESTRA

Con la finalidad de obtener la información requerida de los clientes - en cuanto al "SERVICIO que le ha proporcionado la tienda MARLI, S.A. - y una vez habiendo considerado los diferentes métodos estadísticos, - decidimos elegir el Método del "MUESTREO ALEATORIO SIMPLE", por - - considerarlo el más viable para nuestro estudio.

FORMULA:

$$N = \frac{1}{Ea^2}$$

EN DONDE:

N = Tamaño de la Muestra

Ea = Error Aceptable.

C O N D I C I O N E S:

S = Seguridad de la Muestra 95 %

P/h = P/Homogeneidad - - - - 50/50

De acuerdo, a la siguiente tabla decidimos aplicar una muestra de 400 cuestionarios, con un Error Aceptable del 5 %.

Ea	N
1 %	10 000
2 %	2 500
3 %	1 100
4 %	6 25
* 5 %	4 00
6 %	2 77
7 %	2 04
8 %	1 5 6
9 %	1 2 4
10 %	1 00

* SUSTITUYENDO LA FORMULA ANTERIOR

$$N = \frac{1}{E \cdot A} \cdot 2 \cdot N \cdot \frac{1}{0,05 \times 0,05 \times 0,0025} = 400$$

Como resultado de lo anterior podemos decir :

Si tenemos 100 muestras de 400 clientes, tendremos 5 como máximo donde los resultados se alejan del intervalo $50 \pm 5 \%$; es decir el resultado verdadero se encontrará en el intervalo 45 - 55 %, que en el intervalo que nos otorga el 95 % de probabilidad de -- tener razón.

D.3 ELABORACION DE LOS CUESTIONARIOS

a).- Elaboración del Cuestionario al Gerente de SERVICIO AL
CLIENTE.

Este cuestionario fué realizado de acuerdo a los objetivos -
antes mencionados, tratándose de que las preguntas fueran enfo-
cadas de acuerdo al nivel jerárquico que ocupa el Gerente.

b).- Elaboración del Cuestionario a los Empleados.

Procedimos a elaborarlo de acuerdo a los objetivos anterior-
mente mencionadas, tratándose de que las preguntas fueran --
enfocadas al desarrollo de sus funciones, así como todo lo -
concerniente al departamento.

C).- La elaboración de los cuestionarios de los clientes, se realizaron de acuerdo a los objetivos antes mencionados.

El número de preguntas se formuló, pensando en el tiempo que se lleva a cabo en contestar un cuestionario, y con mayor razón si es aplicado telefónicamente.

Por tal motivo, pensamos en elaborarlo con el menor número de preguntas. Siendo éstas lo más objetivas posibles, ya que muchas veces la formulación de un cuestionario con un número excesivo de preguntas, resulta ser muy cansado y tedioso para las personas que se les entrevista.

Ya que lo anterior podrá repercutir en la información obtenida pudiendo tener ésta un sesgo muy alto.

D.4 CUESTIONARIO AL GERENTE DE

" SERVICIO AL CLIENTE "

" U N I V E R S I D A D N A C I O N A L A U T O N O M A
D E M E X I C O "

F. C. A.

CUESTIONARIO PARA EL GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE "SERVICIO -
AL CLIENTE"

1.-¿Ha tenido el cargo de otras puestos dentro de la Empresa ?

2.-¿Cuál es su opinión acerca del Manual del Departamento de -
"SERVICIO AL CLIENTE" ?.

3.-¿Quien se encarga de elaborar los Manuales ?

4.-¿Cada cuando se llevan a cabo Juntas Directivas, para comen-
tar los diversos problemas que se presentan?.

5.-¿Existen políticas que rigen el funcionamiento del - -
departamento"

6.-¿Quién realiza el control de los planes y programas bajo
su responsabilidad?.

7.-¿Cómo y cada cuando se realizan estos planes y programas"

8.-¿Se acatan en el tiempo previsto las correcciones neces-
rias?.

9.-¿Existe facilidad para iniciar planes y programas?

10.-¿Se comunica las nuevas políticas al personal?

11.-¿Presenta informes de las labores que se realizan en su departamento?.

12.-¿Que se hace con esos informes?

13.-¿Existe un Organigrama en el Departamento?

14.-¿Qué opina acerca de la disciplina de las normas establecidas en la Empresa?.

15.-¿Con respecto a los empleados, cuáles son los problemas más frecuentes que se presentan?.

16.-¿Cuál es el porcentaje de rotación de personal?.

17.-¿De que manera afecta la Rotación de Personal al funcionamiento del Departamento?.

18.-¿Entiende el personal su propia autoridad y responsabilidad?.

19.-¿Qué sugerencia tiene para mejorar el funcionamiento de su Departamento?.

20.-¿Existe un período de entrenamiento para adecuarse al trabajo?.

D.5 CUESTIONARIO A LOS EMPLEADOS

DE DEPARTAMENTO DE "SERVICIO

AL CLIENTE"

" U N I V E R S I D A D N A C I O N A L A U T O N O M A
DE M E X I C O "

F. C. A.

CUESTIONARIO PARA LOS EMPLEADOS DEL DEPARTAMENTO DE "SERVICIO-
AL CLIENTE "

1.-¿Se siente satisfecho del puesto que ocupa?

SI () No ()

¿Por qué? _____

2.-¿Termina su trabajo oportunamente?

SI () No. ()

¿Por qué? _____

3.-¿Es clara la determinación del puesto y sus actividades?

SI () No. ()

¿Por qué? _____

4.-¿Se le mantiene oportunamente informado sobre los cambios que
surgen dentro de su trabajo?

SI () No. ()

¿Por qué? _____

5.-¿De qué manera repercute en su trabajo el que no le informen a tiempo sobre esos cambios?.

6.-¿Participa en las decisiones de su departamento?

SI () No. ()

¿Por qué? _____

7.-¿Cómo considera el diseño de las formas que utiliza al realizar sus actividades?.

8.-¿Considera ud. que existe un correcto manejo y control de los archivos?.

SI () No. ()

¿Por qué? _____

9.-¿Cuenta con los instrumentos necesarios para realizar sus actividades?

SI () No. ()

¿Por qué? _____

10.-¿Conoce el manual de "SERVICIO AL CLIENTE", de su departamento?

SI () No. ()

¿Por qué? . _____

11.-¿Considera necesario el periodo de entrenamiento para - -
ambientarse dentro de su trabajo?

SI () No. ()

¿Por qué?. _____

12.-¿Considera usted que puede lograr promociones y/o ascensos
en su trabajo?.

SI () No. ()

¿Por qué ? . _____

13.-¿Cómo es la relación de trabajo con :

su jefe _____

Sus compañeros del Depto. _____

Otros compañeros de la Tienda _____

14.-¿Se siente parte de un grupo de trabajo?

SI () No. ()

¿Por qué?. _____

15.-¿Cómo considera ud..La actitud de su jefe cuándo se le presenta
algún problema difícil de resolver?.

16.-¿Ha tratado alguna vez de dar alguna sugerencia para mejorar el desarrollo de su trabajo?.

SI () No. ()

¿Por qué? _____

17.-¿Conoce ud. el objetivo del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE".

SI () No. ()

¿Por qué? _____

18.-¿Conoce ud. cómo contribuye su trabajo en el logro de los objetivos del departamento?.

SI () No. ()

¿Por qué? _____

19.-¿Cómo considera ud. la capacidad que tiene su jefe, -- para guiar a c/u. de los empleados?.

20.-¿Tiene alguna sugerencia para mejorar el funcionamiento del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE"

SI () No. ()

¿Cuál es? _____

D.6 CUESTIONARIO PARA CLIENTES DEL DEPARTAMENTO

DE " SERVICIO AL CLIENTE "

" U N I V E R S I D A D N A C I O N A L A U T O N O M A
D E M E X I C O "

F. C. A.

CUESTIONARIO PARA CLIENTES:

1.-¿Se le han presentando problemas con los servicios que le ha proporcionado la Empresa "MARLI, S.A." ?.

SI () No. ()

2.-¿Qué tipo de problemas son los que ha tenido?

- a) Mercancía deteriorada ()
- b) Mercancía defectuosa ()
- c) Mercancía equivocada ()
- d) Demora en la entrega de mercancía ()
- e) Demora en la instalación de aparatos ()
- f) Mala instalación de aparatos ()
- g) Reparación inadecuada ()
- h) Mantenimiento inadecuado ()
- i) Otros. ()

¿Cuáles. _____

3.-¿Cómo considera la atención del personal cuando trámita una queja?.

- a) Eficiente - - - - - ()
- b) Mediano - - - - - ()
- c) Ineficiente - - - - - ()
- d) No existe - - - - - ()

4.-¿En cuanto tiempo le han resuelto sus problemas?

- 1 a 7 días - - - - - ()
- 8 a 15 días - - - - - ()
- 16 a 23 días - - - - - ()
- 24 a 30 días - - - - - ()
- más de 30 días ()

5.-¿La solución que le han dado a sus problemas ha sido ?.

- a) Eficiente - - - - - ()
- b) Mediano - - - - - ()
- c) Ineficiente - - - - - ()
- d) No existe - - - - - ()

6.-¿Tiene alguna sugerencia para mejorar el servicio de las-
personas que lo atendieron en sus problemas?.

SI () No. ()

¿Cuál es? _____

7.-¿Los servicios que le ha proporcionado "MARLI, S.A., en -
comparación con otras tiendas, como lo considera ud.?

- a) Eficiente - - - - - ()
- b) Mediano - - - - - ()
- c) Ineficiente - - - - - ()
- d) No existe - - - - - ()

8.-¿Considera ud. que se cumple la política de la Empresa, en
cuanto a la devolución del dinero del cliente?.

SI () No. ()

9.-¿Tiene usted, crédito en "MARLI, S.A."

SI () No. ()

10.-¿Cómo considera el trámite para obtener crédito?

a) Eficiente - - - - - ()

b) Mediano - - - - - ()

c) Ineficiente - - - - - ()

d) No existe - - - - - ()

11.-¿Le han resuelto todos los problemas referentes a su -
crédito?.

SI () No. ()

12.-¿Considera ud. que el límite de crédito que le otorga -
la Empresa es el adecuado a su necesidades?.

SI () No. ()

¿Por qué? _____

13.-¿Qué opinión tiene acerca del depto. de "SERVICIO AL - -
CLIENTE"?

a) Eficiente - - - - - ()

b) Mediano - - - - - ()

c) Ineficiente - - - - - ()

d) No existe - - - - - ()

14.-¿Tiene alguna sugerencia?.

SI () No. ()

¿Cuál es? _____

E) FUNCION DE CADA UNA DE LAS SECCIONES
DEL DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL
CLIENTE ".

E.1 S E C C I O N D E C O N T R O L D E N O T A S

Está sección se encarga de dar trámite a las notas de mercancía, que el cliente adquiere para posteriormente entregársela a su domicilio - Estas notas se enviarán a la Bodega Central, para ser entregada según la fecha indicada al cliente y avisar si surge alguna demora en la -- entrega.

Se tramitarán aquéllas notas que son necesarias para la entrega de la mercancía, como la copia de relaciones, de embarques, etc.

Los diferentes trámites que se realizan en ésta sección son :

1.- ENTREGA NORMAL DE PISO

Consiste en la mercancía que se surtirá directamente de la tienda, -- según el departamento en el que se haya adquirido, y su entrega se -- efectuará al tercer día hábil a partir de la fecha de venta.

- Revisar si es Posfechada (Más de cuatro días).
- " si es Cliente Avisa
- " si es Fuera de Existencia (excepto piso).
- Se recibe la nota y se pone sello de salida
- Poner bandera del día que se trámita (tres días después de la - fecha de venta).
- Se destruye la copia roja, se queda la copia verde para archivo y se envía la copia café.
- Se presenta al encargado de embarques, después de registrarla - en la libreta *, para que firme de recibido.
- Si es posfechada, se ponde en folders; si es cliente avisa o -- esperando mercancía, se pone en el Rotary.

* EN LA LIBRETA DE REGISTROS SE ANOTA :

No. de Nota	Nombre del Cliente	Div/Vendedor
Tipo de venta.		

2.- ENTREGA NORMAL DE LA BODEGA CENTRAL

Es mercancía que se surte directamente de la Bodega Central y su -- entrega será el día especificado por el cliente.

Se checa si es posfechada, cliente avisa ó fuera de existencia y se se procede de la misma manera que la mercancía de piso.

- Se pone sello de salida, sello COD y No. en la nota verde.
- Se pone bandera de día de trámite (tres días después de la fecha). -
- Se envía nota de embarque y requisición y se queda la verde para archivo
- Se registra en la libreta (Bodega Central)

(No. de nota Nombre del Cliente Div/No. de Vendedor
 Tipo de venta ó COD).

3.- ENTREGA ESPECIAL DE PISO CON CARGO AL CLIENTE

Es mercancía que se surte directamente de la tienda y su entrega será - -
 el día y la hora que indique el cliente; por lo cuál tiene derecho al - -
 haber pagado una cantidad adicional.

4.- ENTREGA ESPECIAL DE PISO SIN CARGO AL CLIENTE

Es mercancía que se surte directamente de la tienda y su entrega es el - -
 día y la hora especificada por el cliente y la entrega será autorizada - -
 por algún ejecutivo de la Tienda (Sin ningún cargo adicional al cliente).

5.- ENTREGA ESPECIAL DE LA BODEGA CENTRAL CON CARGO AL CLIENTE :

Es mercancía que se surte de la Bodega Central y su entrega es el día y hora especificada por el cliente para la cuál -- pagó una cantidad adicional.

6.- ENTREGA ESPECIAL DE LA BODEGA CENTRAL SIN CARGO AL CLIENTE :

La mercancía se surte de la Bodega Central y su entrega es el día y la hora especificada por el cliente y la entrega será - autorizada por algún ejecutivo de la Tienda (Sin cargo adicional al cliente).

7.- ENTREGA C. O. D., (COBRAR O DEVOLVER) PISO.

Es mercancía que se surte directamente de la Tienda y que al entregarse, el cliente pagará el saldo del importe ó el total si no dejo el enganche.

8.- ENTREGA C. O. D., (COBRAR O DEVOLVER) DE LA BODEGA CENTRAL :

Es mercancía que se surte de la Bodega Central, y que al -- -- entregarse el cliente pagará el saldo del importe ó el total si no dejo ningún enganche.

9.- CANCELACION DE C.O.D. (COBRAR O DEVOLVER) POR FUERA DE - -
EXISTENCIA, ESPERANDO MERCANCIA O CLIENTE AVISA :

- Se abre un nuevo C.O.D. (TARJETON) que se llama * venta -
futura.
 - Se repite la nota y tarjetón
 - Se pone sello de cancelado a todas las notas anteriores y -
Tarjetón.
 - Se abre nota de venta (1999) amparando un Depósito parcial-
(D.P.) por venta futura (V.F.), con la cantidad del enganche.
 - Se hace un vale de crédito que ampara el enganche de notas-
canceladas para marcar la nota de venta (1999).
 - Se pide firma de autorización del vale de crédito.
 - Se desprende copia verde del vale y se anexa a copia verde-
de nota cancelada para archivo.
 - Se marca la nota en la caja llevando el vale de crédito - -
y notas canceladas.
- *(En caja se queda todo, excepto la copia del cliente de su-
nota y se anexa la nueva nota y nuevo tarjetón, que es lo-
que se llama VENTA FUTURA y se pone en el folders.

10.- CARGO DEMORADO:- (Siempre es por fuera de existencia).

- Se checa el tipo de venta de la nota (Cuando es de contado no se hace nada).
- No debe quedar más de 15 días en fuera de existencia, de lo contrario se pasa a cargo demorado.
- Se le pone el sello de cargo demorado
- Se saca copia fotostática a la nota.
- Se pasa a la sección de cargo demorado.
- Las notas se archivan en cargo demorado, para posteriormente darles salida.

11.- ESPERANDO MERCANCIA :

Es mercancía que se maneja directamente sobre pedido y se surte hasta que el proveedor envía la mercancía.

- El vendedor trae al departamento la nota de Embarques., con la etiqueta de "ESPERANDO MERCANCIA", y el número de requisición dado en control.
- Se archiva en el folder esperando mercancía.
- La nota verde se queda en el ON ORDER (DEPTO. DE CONTROL).
- Al tener la mercancía, traen al departamento la nota verde que se cambia por la de recibo.

- Quién se lleve la café, deja firmado la parte posterior de la copia verde que se archiva en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE".

Los casos que se pueden presentar son :

- Cuando hay error de vendedor, se debe dejar constancia en AUDITORIA para que se le descuente comisión al vendedor, sea por RDD, - - - - (REGISTRO DE DEVOLUCION) ó por una 3300 (QUEJA DE CLIENTE).
- Cuando una nota de venta futura se va a trámitar por haber mercancía se llevan notas y tarjetón a la caja para que la marquen y regresen las notas para su tramitación normal).
- Cuando una mercancía que salió de piso; Se tiene que hacer un RDD - (REGISTRO DE DEVOLUCION) ó una 3300 (QUEJA DE CLIENTE), y se adjunta a la nota del departamento y se pasa a la sección de RDD.

Si el RDD (REGISTRO DE DEVOLUCION), se hace en la Bodega Central, - por què es mercancía de allí, se copia el No. de RDD de la Bodega-Central y se pasa a la mesa de control de notas.

12.-

PEDIDOS A FABRICA

Es mercancía que se fábrica sobre pedido y la manejan las divisiones 24-37 y 42-65, La entrega será hasta que el fabricante termine su - pedido.

13.- ENTREGA POSFECHADA PISO :

Es mercancía que se surtirá directamente de la Tienda y el cliente fija la fecha de entrega y ésta es posterior al plazo normal de entrega.

14.- ENTREGA POSFECHADA BODEGA CENTRAL :

Es mercancía que se surtirá de la Bodega Central, y - - el cliente fija la fecha de entrega y ésta es posterior al plazo normal de entrega.

15.- CLIENTE AVISA

Esta mercancía se surte directamente de la Tienda pero, - no hay fecha fija para su entrega hasta que el cliente - avise.

16.- CLIENTE AVISA BODEGA CENTRAL:

Es mercancía de la Bodega Central, pero no hay fecha - - para su entrega hasta que el cliente avise.

Estas notas no pueden estar pendientes más de 15 días, - sin justificación por parte del cliente y autorización - de la Superintendencia de Operaciones.

ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA SECCION

DE CONTROL DE NOTAS.:

1.- El encargado del control de notas debe revisar diariamente las -
hojas de ruta que envían de la Bodega Central y acomodarlas en -
su respectivo folder.

2.- Recibir el control de reporte de existencia diarios, los cuáles
son utilizados en hojas, llevando el siguiente enunciado: - - -
catálogo, descripción, existencia, pedidos, etc.

Esté control se lleva a diario con el fin de que la mercancía -
que haya en existencia sea la que se venda.

Estás hojas de control son entregadas al jefe de cada departa -
mento del piso de ventas.

3.- El encargado del control de notas, envía diariamente a la Bodega Central
una copia original de un control de notas, con el fin de de
que no se traspapelen ó extravíen. La bodega central manda unas -
hojas de control, donde especifica las notas que quedan pendien -
tes por surtir y pone fecha de promesa aproximadamente de una --
semana.

El encargado del control de notas, comunica posteriormente la fecha. Este mismo registro, se utiliza para que el encargado notifique a los clientes con exactitud la fecha de entrega.

4.- Debe recibir los problemas de la Bodega Central, para resolverlos, con las notas de relaciones y dar razón a la Central de Notas de la Bodega Central, lo antes posible a más tardar 3 P.M. Evitar lo más posible levantar RDD'S. (REGISTROS DE DEVOLUCION).

5.- Si hay mercancía que está para una fecha posterior (deseo del cliente) se pone en Ventas Posfechadas, en éste caso la mercancía está marcada.

6.- Cuando una mercancía vendida en C.O.D. está fuera de existencia, se cancela el C.O.D y se pone en Venta Futura. (NOTA NO MARCADA).

7.- Las notas que se cancelan, se les pone por enfrente el sello de cancelados y se les pone fecha, motivo y persona que cancela y se registra en una libreta, que se presenta periódicamente al departamento de AUDITORIA para que las reciban y firmen de recibido.

8.- Cuando en la mesa de control de notas se recibe alguna -
de P.O.C. (Por obra concluida), ó bien cargo demorado --
(que deberá ser a crédito) se pasa a la sección de cargo
demorado.

9.- Una vez trámitadas dichas notas, el encargado de la sec-
ción archivará las copias en su respectivo lugar, y - -
separará aquéllas notas que se necesite hacer pólizas ó
garantía.

10.- Los sellos que no deben faltar en está sección son:

- FECHADOR DE RECIBO
- FECHADOR DE SALIDA
- C. O. D.
- CARGO DEMORADO
- CANCELADO
- MERCANCIA PARA VOLAR.

E.2 SECCION DE CARGO DEMORADO

En esta sección se manejan los pedidos de fábrica y las ventas a - - - crédito con demora de entrega para que no se le cobre al cliente sino hasta la entrega de la misma.

Maneja y tiene que ver con las divisiones ó departamentos 42, 65 y 24, 37 cuando es P.O.C. (Por obra concluida).

En Cargo Demorado : Con todas las divisiones que compran a crédito - - y qué pagarán cuando menos un mes , después de realizada su compra, -- ya que ésta se les entregará hasta la liquidación de la misma.

1.- Cuando de la mesa de control de notas pasan algunos pedidos a fábrica, que pueden ser:

A).- Cargo Demorado ó Contado

B).- Div. 42-65 : (Concinas Integrales) cuyos proveedores son :

PROVEL, O DELHER, CODAL (CANCELES).

C).- Div. 24-37 : Londy (Alfombra, Cortinas) :

a).- En caso de que fuere de la Div. 65 se envía la hoja de ruta - con copia y con plano de Operación de Corporación a la persona encargada, con una tarjetita rosa (PROVEL), Blanca a - - - - (Delher Miccsa), y se le pone a la nota verde de Servicio al -

Cliente (Relaciones) con los datos clasificados, una banderita con -- fecha de 25 días después para Folio que reportan de esa oficina.

Cuandoes Cargo Demorado se reporta a la tienda en cuestión, para -- -- notificar que está retenida en Cargo Demorado.

De Corporación deben reportar el No. de Folio, que se anota en la -- -- nota de relaciones, así como la fecha de entrega.

Se pone al tickler para hablar al cliente sobre su entrega e instala -- ción unos 5 días después de la fecha de entrega.

Si el cliente contesta que no está de acuerdo con algo, se elabora -- -- orden de servicio a la fábrica por medio de Corporación.

Se envía copia # 1 y 3, la 2 se envía a Auditoría y la 4 y 5 se quedan -- en el folders de Orden de Servicio enviado a Proveedor.

Si el cliente contesta que ya está de acuerdo, se le da por concluída -- la nota y se le reporta a la Tienda según sea el tipo de cuenta, es -- -- decir S R C (Cuenta corriente), etc. qué éste dentro de Cargo Demorado.

b).- Si la mercancía es de la Div. 37 (Alfombras), solo se ticklereaa -- para 5 días después de la fecha prometida de entrega con el clien -- te. (Se trámita normalmente a excepción del Cargo Demorado).

Si la mercancía es de la Div. 42 (Calentadores) Codal, pasan de la mesa de Control de Notas, las copias roja y verde.

La nota roja se envía al comprador de la división; la verde se ticklereá de 20 días para checar con Codal, fecha de rectificación, fecha de instalación y luego con el cliente para ver si quedo de acuerdo. El procedimiento posterior es el mismo que en inciso (a), de la Div. 65.

2.- ORDENES DE TRABAJO A CONTRATISTAS

(Plomeros - Instalaciones)

Div. 42 (Calentadores)

" 22 (Estufas, Lavavajillas)

" 26 (Lavadoras).

Siempre hay que poner presupuesto de ... (Si ya estuviera pagada la instalación, se ponen las cantidades. Se hace nota del cargo que acompaña la orden de trabajo, si no ha pagado el cliente. En la hoja de orden de trabajo, sin la palabra PRESUPUESTO).

EXCEPCION: Si es calentador ASCOT, no-se le da al plomero, se manda, a ASCOT. (Hay que pedir autorización al jefe del departamento).

Las Conexiones son enviadas con órdenes de Servicio a :
Servicio Central Sur ó Servicio Central según proceda.

Al plomero se le da notas 4 y 5, las otras tres se queda el encargado de la sección con ellas hasta que el plomero devuelva la 4 con firma de satisfacción del cliente. Entonces se envía la copia 2 a AUDITORIA

El plomero debe entregar al encargado de la sección, la Carta de - - - Satisfacción (Verla Adjunta), al terminar el trabajo en casa del - - - CLIENTE.

ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA SECCION DE

CARGO DEMORADO

DE P. O. C. (POR OBRA CONCLUIDA)

- 1.- Sacar el tikklers lo que éste para para ese día y se habla con el cliente, con Codal, a Corporación, etc. para que se éste al - - tanto de los problemas que se presentan.
- 2.- Atrás de cada pedido hay que anotar lo que vaya sucediendo y - - tener historia.
- 3.- Se llevan 2 Registro por órden alfabético de apellidos y de cada letra por fecha : uno de Cargo Demorado y otro de P.O.C.
- 4.- Al terminar una orden, por qué el cliente éste totalmente satisfecho, se archiva para hacer reporte mensual, en donde corresponda: Codal Terminado, Provel Terminado, etc.
- 5.- Se debe estar en comunicación continúa con el jefe de cada - - - división 24-37 y 42-65 pués es en donde se sucitan los problemas más comunes y corrientes.
- 5.- Cada fin de mes se hace un reporte a Corporación sobre instala - ciones contra artículos vendidos, se sacan datos de control de - notas, de las divisiones que se tratan.

Cuando el cliente cancela un pedido se pone en el pedido a - -
fábrica el sello de cancelado y se formula el vale de crédito -
para aplicar a cuenta ó para que le hagan su cheque de caja. El
vale de crédito se lleva a la caja y ahí firman de recibido en-
una libreta.

Se habla por teléfono a Codal para avisar la cancelación con -
número de pedido; ó bien si son alfombras se habla de corpora -
ción con el comprador para que se procedan a cancelar.

Si la cancelación es de Provel ó Delher se habla con la encarga -
da en corporación.

Cadames se recibe un reporte con problemas de P.O.C., para darles
trámite y solución a la brevedad posible.

E.3 SECCION DE REGISTROS DE DEVOLUCION

(RDD'S)

LOS CASOS EN QUE SE PUEDE SUCITAR UN REGISTRO DE DEVOLUCION (RDD), ES CUANDO SE PRESENTAN :

- 1.- Devolución de mercancía (para su reembolso ó crédito)
- 2.- Recogidas de C.O.D. y cambios
- 3.- Mercancía rechazada por los clientes al intentar entregarla varias veces.
- 4.- Recuperación de mercancía vendida a crédito.
- 5.- Mercancía recogida en permuta.

El Registro de devolución (RDD), es sinónimo de Vale de Crédito, y en todos los casos ampara dinero, por lo que hay que tener -- mucho cuidado con ellos.

LOS CASOS MAS FRECUENTES DE RDD'S SON :

- 1.- Cambios con C.O.D. cambio.
- 2.- Devoluciones.
 - a).- Si la venta fué de contado
 - b).- Si fué a crédito.
- 3.- Cuando el cliente quiere su dinero en el momento y la compra fué de contado.

LOS MOTIVOS MAS USUALES QUE OCASIONA LEVANTAR UN

RDD. SON :

- a).- Error de vendedor.- Cuando el vendedor no envía la mercancía - deseada por el cliente.
- b).- Error de la Bodega Central.- Cuando ésta envía la mercancía al domicilio del cliente, y en el trayecto es dañada.

EL TRAMITE QUE SE LLEVA A CABO ES EL SIGUIENTE:

Caso 1.- Cuando el cliente quiere cambio por la misma mercancía.

El encargado de la sección de "QUEJAS", le pasa al encargado de "REGISTROS DE DEVOLUCION" (RDD'S), la queja del cliente - la cuál debe de ir bien explicada junto con la nota de compra del archivo de relaciones.

Antes de elaborarse el RDD, estas quejas deben ser revisadas por el - Gerente del Departamento; el cuál de acuerdo a su criterio, las - - - autoriza (es decir, si améritan o no cambio).

Una vez autorizadas, se procede a Abrir (elaborar) el RDD.

- a).- Se llena la forma de Registros de Devolución (RDD), la cuál - - contiene datos como : Nombre del Cliente, Dirección, Descripción, de la mercancía, catálogo, No. de Nota, Precio de Venta, Clasifi - cación del Registro, El motivo del cambio, Quién lo elaboró etc.

- b).- Una vez vaciados éstos datos en el Registro de Devolución (RDD).
se procede a formular una nota de venta amparado, con un tarjetón de C.O.D., para efectuar dicho trámite.
- c).- El Gerente del depto. autoriza el RDD, y la nueva nota.
- d).- Se lleva a marcar la nota en la Caja Principal.
- e).- Si la mercancía está fuera de existencia, no se marca la nota, - - se pasa a la sección de Control de Notas, como venta futura y el RDD, se archiva en el folder "Pendientes por Fuera de Existencia".
- f).- Una vez marcadas las notas en la Caja Principal, se pasa a la - - sección de Control de Notas en donde se tramita junto con el RDD, el tarjetón No. 2 del C.O.D., etc.
- g).- Se archiva como RDD pendiente en el archivo correspondiente a la división.

P A R A C E R R A R :

- Nos regresa el RDD recibo.
 - Se saca la copia amarilla de pendientes
 - Se elabora una nota (1999) y se le pone cierra C.O.D., Nota No. y-Folio. (del que está juntó con el RDD).
 - El cartorcinto No. 2, del C.O.D, se anexa a la copia original de la nota (1999).
 - Se hace firmar por el Gerente del depto. para cerrar.
 - Una vez firmado se lleva a la Caja Principal y se devuelve la copia amarilla del RDD, así como la copia de la nota de venta del cliente el cajero firma en la libreta de recibido.
 - Se anota en la libreta: No. de RDD, Nombre del Cliente. etc.
 - Se le pone sello de fechador a la copia amarilla del RDD abajo a la derecha así como a la libreta.
 - Se archiva en RDD'S, cerrados de la división correspondiente.
- Al final de cada mes se elabora el análisis con los RDD, Cerrados.

* Cuando se cierra un RDD, el depto. de recibo firma de recibido y - - marcado, se le presenta la copia azul del RDD, y el tarjetón rosa. - Recibo se encarga de recabar la firma del jefe de División.

Caso 2. - Cliente devuelve mercancía que cargo a su cuenta SRC (Corriente).

- a).- Todos los datos requeridos se vacian en la nota de venta.
- b).- Se procede a Abrir (elaborar) el RDD, vaciando los mismos datos que en la forma anterior, más el No. de cuenta, así como-

El precio del artículo sin I.V.A.

- c).- Se marca con una "X" en devolución.
- d).- Se especifica en lo que se refiere a devoluciones por otras razones- si el cliente dejó enganche, poniéndose ahí la cantidad, con el No.- de Vale de Crédito, así como la diferencia del precio total de la -- venta de contado menos el enganche, y se pone en el enunciado SALDO deCONTADO, escribiéndose la cantidad con letra.
- e).- Se obtiene firma de aprobación del Gerente del Departamento.
- f).- Se trámita en la mesa de Control de Notas, normalmente separando la copia amarilla con toda la historia.
- g) - Se archiva en RDD'S, Pendiente, hasta que lleguen de vuelta para - -- cerrarlo.

P A R A C E R R A R :

- Al llegar la copia 1 y 2 e inserto de recibo, se pasan a firmar por- el Gerente. del Departamento.
- Se anota en la libreta asignada para la Bodega Central ó la de Piso- según corresponda el RDD.
- Se coteja copia amarilla del RDD, en donde harán el trámite corres- pondiente, para aplicar la bonificación en la cuenta del cliente.
- Al final del mes se elabora un análisis con los RDD'S, Cerrados.

Caso 3a.- Cliente paga de contado y quiere de inmediato su dinero.

a.-Se procede a vaciar en el Registro de Devolución (RDD) los --
datos de la misma forma que los anteriores.

b).-En el enunciado devoluciones por otras razones del RDD, se --
formúla un VALE de CREDITO No., y se pone la cantidad así --
como la diferencia del precio total de contado y del enganche
que será igual a CERO, se ponde con letras CERO-CERO-CERO.

c).-En el enunciado Pago Recibido, se pone "PASA COMO MEMO DE --
RECIBO".

d).-Se recaba la firma del Gerente del depto. y se lleva a la Caja
Principal para que le sea entregado al cliente su dinero.

Caso 3b.- Cliente paga de contado y no le urge su dinero.

a).-Se sigue el procedimiento anterior en el vaciado de datos.

b).-Se siguen los mismos pasos que en los índices anteriores b y c.

c).-En el enunciado Pago Recibido, se pone "PASA COMO MEMO DE RECIBO"

Una vez vaciados los datos en la forma del RDD, se pasan a la --
sección de control de notas, para darlès su respectivo trámite.

La Bodega Central, se encarga con dicha forma de recoger la --
mercancía, donde dejará un comprobante al cliente, al momento de
recoger ésta, para que el cliente pase posteriormente a recoger --

el reembolso de su dinero.

Una vez enviados los Registros de Devolución (RDD'S), a la Bodega - -
Central, y habiéndose dado el trámite justo se regresan a la Tienda-
para dar Cierre al Trámite de los mismos.

GENERALIDADES

Los RDD'S, se escriben siempre a máquina.

Para hacerlos es necesario tener una queja del cliente (3300), debidamente explicada, es decir que contenga datos como :

- Motivos del Cliente
- Clasificación.
- Firma del Gerente del departamento
- Mercancía del archivo de relaciones de compra.

Con esto se puede abrir (elaborar) el RDD, llenado la parte izquierda - de acuerdo a la nota de venta.

Según los casos mencionados anteriormente se trabajan y se hacen aprobar por el Gerente del depto. Teniendo la firma, se trámita en la sección - de control de notas.

Si el RDD, se origina en la Bodega Central, la queja (3300) se archiva - en pendientes hasta que llegue el RDD de la Bodega Central, y se hace -- firmar de aprobado para cerrar.

A todos los RDD'S, elaborados en la Bodega Central y a los RDD'S, de la - tienda que se hacen por error del vendedor, se le pone en la parte - - - superior derecha el sello de cancelación, para que en Auditoría, se - - encarguen de descontar la comisión del vendedor.

Una vez cerrados los RDD'S, a la copia de relaciones de la nota de venta y a la queja (3300) original y copia, se les pone el sello de "RDD, - - terminado, fecha y número".

La copia de la queja (3300) se pasa a la sección de "QUEJAS" y la copia de relaciones a la sección de control de notas, para su archivo.

Cuando ya un RDD, está cerrado y se va a llevar a firma a AUDITORIA ó a la caja principal, se le pone el sello fechador en la copia amarilla-abajo a la derecha y en la libreta que se trate.

Se debe llevar una libreta para RDD'S, hechos en el depto. y otro para los que se elaboren en la Bodega Central, poniendo los siguientes - - - datos :

No. de RDD, Nombre del Cliente, División y Vendedor, Fecha,
Tipo de Venta, Importe, Fecha de Cierre y Firma de Caja --
ó Auditoría.

Los RDD'S, que se abren se ponen en un folder de "PENDIENTES EN - - ORDEN NUMERICO ASCENDENTE, PARA ESPERAR Y CERRAR.

Los RDD'S, que se cierran, se clasifican por división en un folders - - para facilitar el análisis mensual que hay que hacer a fin de cada mes.

Cuando se formula un RDD, por defectos de fábrica, se hace un Informe - sobre Inspección y Reclamaciones de mercancía (F-4280) y se envía al -

Al comprador de la División, que corresponda, y se pone en la copia-
amarilla del RDD, las iniciales ISIRM No. _____.

Es necesario que en el lugar de "Naturaleza de defectos" se pongan -
detalles del defecto de fábrica, para que tenga algún efecto práctico
el envío.

El reporte "Análisis de Devoluciones de Mercancía por razones", se -
hace al final del mes. (F-69410). Se recuenta el No. de RDD'S, por -
División, separando por motivos, y separando los que fueron C.O.D., -
cambio, se hace un sub-total por las 4 razones (Operación, Mercantiles
del cliente y Especiales) y un gran-total. Se obtiene los % sobre la
venta del mes.

De acuerdo al Reporte 100 de Ventas se obtiene el total de ventas de-
las divisiones involucradas y se obtiene porcentaje de devoluciones -
y cambios sobre ventas brutas del mes.

Se manda copia de éste análisis a Corporación, a la tienda misma - -
(Gerente General, - Super-intendente de operaciones y Gerente de Servi-
cio al cliente) y a los Gerentes de Servicio al Cliente de las tiendas
de grupo.

* CLASIFICACION :

I RAZONES DE OPERACION

- 1.- Error de Vendedor
- 2.- Error del Depto. de Crédito.
- 3.- Error del Depto. de "SERVICIO AL CLIENTE"
- 4.- Error del Depto. de Servicios.
- 5.- Error del Depto. de Embarques.

II RAZONES MERCANTILES :

- 6.- Defecto de Fábrica.

III RAZONES DEL CLIENTE :

- 7.- Estropeo por el cliente
- 8.- Cliente desea la entrega otro día.
- 9.- Cliente cambió de idea.

IV.- RAZONES ESPECIALES :

- 10.- Recuperación
- 11.- Circunstancial.

E.4 SECCION DE QUEJAS DE CLIENTES

Clave: (3300)

La base de ésta sección, es la rapidez en resolver los problemas del cliente y evitar que una queja se repita.

Así como dar solución a los problemas que no pueden ser resueltos -- inmediatamente, debido a su complejidad, y que por lo tanto requiere de tiempo para resolverlo, estando en continúa comunicación con el cliente.

La quejas que se levantan diariamente, deben ir anexadas con la copia de la nota de venta, y de aquí se turnan a Servicio, al ebanista. al plomero, etc. para su arreglo.

Hay que estar en comunicación con clientes; servicio, etc. por -- -- -- teléfono para dar por terminado el trámite.

No debe quedar abierta una queja (3300) más de cinco días, sea como -- sea.

Si por cualquier causa es necesario hacer un cambio de mercancía ó -- devolución se necesita la firma de aprobación del Gerente del Depto.

EL TRAMITE QUE SE LE DA ES EL SIGUIENTE:

1.- Mandar una orden de Servicio a Servicio Central:

Esté paso se sigue cuando los problemas que se presentan se encuentran relacionados con aparatos de línea blanca y sonidos como por ejemplo: Lavadoras, estufas, Refrigeradores, televisores, etc.

Servicio Central manda un técnico al domicilio del cliente para checar su mercancía.

2.- Mandar una orden de Servicio a la Bodega Central:

En éste caso se procede cuando el cliente recibe su mercancía incompleta, es decir cuando le falta algún accesorio, etc.

3.- Mandar una Orden de Servicio a Destajistas:

Esté paso se realiza cuando el cliente recibe su mercancía dañada según el caso que se presente, para lo cuál se - - enviará un plomero ó un ebanista según sea el desperfecto.

GENERALIDADES :

El encargado de la sección de Quejas (3300), deberá dar a cada una de las Quejas que se presentan, el trámite correspondiente en el transcurso del día.

La quejas se presentan con más frecuencia son las de problemas de entrega y de servicio mecánico.

Es importante hacer notar que diario se presentan problemas diferentes.

Para todos los demás casos es necesario hacer funcionar la iniciativa personal, del encargado, apegado a la política de la Compañía.

Esa iniciativa se debe convertir en decisiones atinadas que deje satisfecho al cliente.

El encargado de la sección clasificará las quejas para darles mayor prioridad en su trámite, de acuerdo a los casos anteriores.

A fin de mes, el encargado deberá hacer un reporte de las quejas que se han solucionado así como de las quejas pendientes, del total de las quejas que se reportan durante el mes.

El Reporte mensual que se dirige a la Superintendencia de Operaciones- deberá tener el No. de Quejas, clasificadas en 13 motivos Diferentes y con un resumen del No. Total de Quejas, quejas terminadas y quejas pendientes.

Debido a la diversidad de motivos que se presentan ,son clasificados de la siguiente manera:

C L A V E

10.- CALIDAD DE MERCANCIA

20.- PROBLEMAS DE ENTREGA

30.- SERVICIO MECANICO

40.- DEMORA / FALTA DE REFACCIONES

50.- ESTACION DE SERVICIO

60.- INSTALACION DE MERCANCIA CONTRATISTA

70.- INSTALACION DE MERCANCIA EMPLEADOS "MARLI, S.A."

80.- MERCANCIA CONFECCIONADA A LA ORDEN

90.- AJUSTES A CLIENTES

100- PUBLICIDAD

110- INCUMPLIMIENTO PROMOCION VENDEDOR

120- CREDITO

130- VARIOS.

A continuación presentamos un reporte del
mes de FEBRERO del año en curso.

REPORTE MENSUAL DE QUEJAS DE CLIENTES

DE: SERVICIO AL CLIENTE

A: SUPERINTENDENCIA DE OPERACIONES

MES: FEBRERO 31 1983

DIV.	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120
1	36	68							6			
21		5				6					1	
24						3		2	1		1	
37		3				2			1			
96/192												
20		4										
22	4	7										
26	3	22	19						5			
46	2	4	7			1			3			
57		1	4									
9		6										
11	1		1									
42		5	3			1			1			
65	2	18	3			1			1			3
3	2	3										
6		2							2			
49												
61	2	3	7									
8		2										
TOT.	52	153	44			14		2	20		2	3

10-CALIDAD DE MERCANCIA
 20-PROBLEMAS DE ENTREGA
 30-SERVICIO MECANICO
 40-DEMORA/REFACCIONES
 50-ESTACION DE SERVICIO

60-INST/MCIA CONTRATISTA
 70-INST/MCIA. EMPLEADOS
 80-MCIA/ CONFECCIONADA
 90-AJUSTES A CLIENTES
 100-PUBLICIDAD

110-INCUMPLIMIENTO-
 PROMOCION.
 120-CREDITO
 130-VARIOS.

TOTAL DE QUEJAS: 290

TERMINADAS 275

PENDIENTES 15

E.5 SECCION DE APARTADO DE MERCANCIA
(WILL CALL)

En ésta sección se le da oportunidad al cliente de hacer su apartado de mercancía e irla pagando poco a poco, sin cargo alguno. El trámite que se realiza es el siguiente :

- 1.- Cuando el cliente realiza una compra y en ese momento no dispone del dinero suficiente para liquidarla, puede hacer el apartado de mercancía, dejando al 10 % sobre el total de la compra.
- 2.- Este apartado de mercancía puede realizarse en las divisiones de enseres menores por ejemplo: Ropa para dama, caballeros , niñas, -
bebes, zapatería, perfumería, discos, etc.
- 3.- El vendedor llenará la forma de apartado de mercancía, con todos los datos del cliente, como son: Nombre, Dirección, Teléfono, Descripción, de la Mercancía y su Saldo.

Está es marcada por el total de la venta.

Además se le dará un plazo para liquidar el saldo de su compra y poder recoger su mercancía.

4.- La forma de apartado de mercancía, consta de 4 copias, las cuáles son :

- 1.- Una para el Cliente
- 2.- Una para el depto. de "SERVICIO AL CLIENTE"
- 3.- Una copia para AUDITORIA
- 4.- Una copia que se anexará a la mercancía.

- 5.- Una vez realizados los pasos anteriores, el vendedor deberá de - -
llevar la mercancía al depto. de "SERVICIO AL CLIENTE", donde será
recibida por cualquier empleado, éste deberá firmar la libreta de
control del vendedor.
- 6.- El encargado de la sección de Apartado de Mercancía, deberá de - -
chechar que los datos sean legibles y que traigan anexadas las - -
copias 2 y 4 además deberá verificar que las notas estén marcadas-
en la caja del departamento donde fue adquirida.
- 7.- En la Bodega de Apartado de Mercancía, existen varios casilleros -
que son clasificados por división, considerando una clasificación-
para clientes y empleados.
- 8.- El encargado archivará la mercancía según corresponda al casillero
asignado, conforme a la numeración en la que son archivados es - -
ascendente, es decir deberá archivar conforme las terminación de
los números que tenga la forma de apartado de mercancía del - - -
(1 al 0) Ejemplo:

APARTADO DE MERCANCIA No. 2828091

APARTADO DE MERCANCIA No. 1711192

APARTADO DE MERCANCIA No. 1379962

APARTADO DE MERCANCIA No. 1567853

APARTADO DE MERCANCIA No. 1673545

APARTADO DE MERCANCIA No. 2345617

- 9.- Una vez archivada la mercancía, se le dejará la copia No. 4 para -
su identificación.
- 10.- Unicamente la copia No. 2, será la que se tomará de base para dar -
trámite.
- Estás copias son checadas para verificar, si es correcta la suma --
así como el saldo.
- 11.- Una vez verificadas éstas notas, son archivadas de acuerdo a la clasi
ficación de clientes y empleados conformes al departamento que - -
corresponda.
- 12.- El cliente deberá presentarse al depto. de "SERVICIO AL CLIENTE", -
para efectuar sus abonos, en donde cualquier empleado podrá atenderlo.
- 13.- Los abonos son registrados tanto en la nota del cliente, como en la-
copia del apartado de mercancía del depto. y son marcados en la caja
registradora del depto. , anotándose al reverso de las copias el - -
saldo restante.
- 14.- Para liquidar el apartado de mercancía el cliente deberá de presentar
su comprobante, posteriormente la persona que lo atiende deberá sacar
del archivo la nota que corresponda, una vez realizado esto deberá -
buscar en la bodega la mercancía que requiera.

Posteriormente marcará en la caja el saldo que corresponda en las - -

notas del cliente y del depto., anotándolas en las hojas de control.

15.- Cancelaciones de apartado de mercancía, existen 2 tipos:

a).- Cancelaciones cuando cliente cambia de idea.

b).- Cancelaciones por vencimiento del plazo establecido.

CANCELACIONES CUANDO EL CLIENTE CAMBIA DE IDEA:

El cliente presenta su comprobante, la persona que le atiende saca la -
nota del archivo junto con la mercancía y procede a cancelar el juego -
de notas, poniéndoles el sello de cancelación, posteriormente procederá
a elaborar un vale de crédito en donde se ampara el cliente para cobrar
su dinero.

La mercancía junto con la copia del vale de crédito y la copia que - -
tenía anexada la mercancía es bajada al piso de ventas donde fué reali-
zada, y donde el vendedor firmará de enterado en las copias y se le - -
devolverá la mercancía.

Posteriormente la cancelación se anotará en la relación u hojas de - -
control de apartado de mercancía.

CANCELACIONES POR VENCIMIENTO DEL PLAZO

ESTABLECIDO :

El encargado de la sección de apartado de mercancía, deberá hablarle a -
los clientes diariamente, para recordarles el pago de los abonos de su -
compra.

El vencimiento de la fecha se les concede cinco días más para liquidar -
su apartado.

En caso contrario el encargado de la sección, hará una relación con copia
a aquéllas notas que se hayan vencido.

Se sacará de la bodega la mercancía y las notas del archivo para su cancelación. Las notas del depto. se envía juntó con una relación al-depto. de AUDITORIA.

Cuando el cliente viene al-depto. con el objeto de recuperar su dinero se procede a elaborar un vale de crédito para el cobro del mismo. Ahí-se ponen los datos y en descripción se pone, el sello de (REEMBOLSOS - DE PAGOS HECHOS. APTADO No., CANCELACION EN LISTA DEL DIA) y la cantidad total abonada, se tacha el cuadro de Bonificación y el motivó, de-la cancelación, lo firma el cliente y lo autoriza el Gerente del depto. Se anota en las hojas de control se anota el No. de vale de crédito -- la fecha en que se hizó, así como quien lo realizó.

El vale de crédito y la nota del cliente son los requisitos que se -- necesitan para reembolsarle su dinero.

16.- Checar en AUDITORIA (R. SHEIT).

Esté control debe efectúarse diariamente.

Las formas dónde se registran los abonos y liquidaciones, deberán coincidir con el saldo que tiene AUDITORIA.

En caso contrario, deberá revisarse las notas así como la tira de marca je, para localizar el error.

Las notas de venta del día anterior que entran a AUDITORIA deberán -- coincidir con las notas de venta que se encuentran en el archivo de-la sección de apartado de mercancía.

En caso contrario deberá pedirse la nota, junto con la mercancía al -
depto. que realizó la venta.

17.- Cada quincena deberá chequearse la mercancía de existencia en la bodega -
con el objeto de que la mercancía que se encuentra archivada coincida -
con las notas registradas.

Si existe algún faltante de mercancía deberá chequearse en el piso de -
ventas, ó en caso contrario si falta alguna nota deberá chequearse en el el
archivo, ya que podría estar mal archivada.

Los Registros que se llevan en el APARTADO DE MERCANCIA SON :

- MOVIMIENTO DIARIO, POR MES

- CANCELADOS POR LISTA

- CANCELADOS EN LISTA

- FOLDERS DE APARTADO DE MERCANCIA CERRADOS

- LIBRETA DE INVENTARIOS.

E.6 SECCION DE POLIZAS

(CONTRATOS DE MANTENIMIENTOS)

Cuando un cliente realiza una compra en la Tienda, principalmente en línea blanca o sonido, el momento de adquirir la mercancía, el vendedor tratará de venderle servicio, es decir mantenimiento para su mercancía- la cuál consiste en brindarle servicio una vez terminada su garantía.

El servicio consiste, en proporcionarle reparación, ajuste y refacciones que con el uso se van desgastando ó deteriorando.

Este servicio es únicamente proporcionado por la Tienda MARLI, S.A., y es renovable, con una duración hasta los seis años.

El encargado de esta sección recoge las notas de la sección de "CONTROL-DE NOTAS", que salen diariamente , dándole el siguiente trámite :

- 1.- Separa las notas por división, ya sea línea blanca
sonido, etc.
- 2.- Separa las notas que tienen garantía y las que --
tienen contrato de mantenimiento.
- 3.- Vacía los datos de la nota de venta, en el contrato.
de mantenimiento dependiendo de la mercancía se --
estipulará, la duración del contrato de mantenimien
to es decir :

- a).- Para línea blanca la duración de la garantía es de un año - -
y la vigencia del contrato de mantenimiento también es de un
año.
- b).- Para sonido la duración de la garantía es de tres meses y la
vigencia del contrato es de un año.
- c).- Para Máquinas de Coser.- La duración de la garantía es de tres
meses y la vigencia del contrato de mantenimiento es de un año.
- 4.- Una vez vaciados los datos de la nota en el contrato de mante-
nimiento, se les pone el sello a la nota, así como al contra
to y se registran en una libreta, donde se lleva un control -
sobre las mismas.
- 5.- Posteriormente se depósitosan en sobres y se envían por correo -
al cliente.

OBSERVACIONES

El contrato de mantenimiento puede ser adquirido por cualquier -
persona que haya adquirido su mercancía en "MARLI, S.A.", aunque
en el caso de que en ese momento, el cliente al adquirir su - -
mercancía no haya comprado su contrato de mantenimiento, éste lo
puede hacer después , y empieza a correr el tiempo cuando adque
re su contrato de mantenimiento.

Cuando el cliente se le vence su contrato de mantenimiento, este
puede irlo renovando conforme a sus necesidades, hasta la sexta -
renovación.

Unicamente tiene renovación durante seis años, debido a que la -
Empresa no puede hacerse responsable, de las refacciones, ya que
éstas muchas veces se encuentran descontinuadas.

E.7 SECCION DE ORDENES DE SERVICIO :

Dentro del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE"., recibe toda - -
aquella mercancía ha sido comprada en "MARLI, S.A.", con ó sin - -
garantía para ser enviada a su reparación.

El trámite que se realiza es el siguiente :

El Cliente se presenta en el departamento solicitando servicio de-
reparación para la mercancía que ha adquirido en la Tienda.

La mercancía se recibe en el departamento, en donde se le da entra-
da, anotando en un tarjetón, los datos del cliente, y entregandóle-
un contra-recibo para su reclamación.

La persona que recibe la mercancía, debe anexar el tarjetón junto-
con una copia de garantía en caso de que la tenga, debe darle fecha
próxima de entrega al cliente, por lo general es de 1 mes.

El encargado de ésta sección checa la mercancía que tenga adjunto -
los tarjetones, posteriormente las clasifica, es decir, aquéllos --
aparatos que se envían a SERVICIO CENTRAL NORTE, con ó sin garantía.

Aquéllos aparatos que son enviados a Proveedor con ó sin garantía -
es el siguiente :

1.- ORDENES DE SERVICIO CON GARANTIA ENVIADOS A SERVICIO

CENTRAL NORTE :

El encargado vacía los datos tomados del tarjetón a una forma de --
orden de servicio, el tarjetón se queda anexo a la mercancía para
su identificación, posteriormente la mercancía se lleva al departa-
mento de Embarques para su trámite y se envía a SERVICIO CENTRAL --
NORTE.

La orden de servicio que se llenó anteriormente con los datos del -
tarjetón se le entrega al encargado de Embarques y todas las copias
se sellan dándole entrada y la última copia que se le queda al - -
encargado de ésta sección para tener su propio control.

2.- ORDENES DE SERVICIO SIN GARANTIA ENVIADOS A SERVICIO

CENTRAL NORTE :

En este paso se siguen todos los trámites del anterior, sólo que --
con la diferencia que la mercancía que no tiene garantía llevará -
carga, es decir se le cobrará al cliente por el servicio que se le
preste.

3.- ORDENES DE SERVICIO CON GARANTIA ENVIADO A PROVEEDOR :

Se vacían todos los datos del tarjetón en la orden de servicio , -- que se envía al proveedor, se llenan los datos del domicilio del -- proveedor, el catálogo, la descripción, el nombre del cliente, si -- lleva garantía se envía una copia de la nota de venta, etc.

El tarjetón que se queda anexado junto con la orden de servicio. - La orden de servicio para el proveedor, es autorizada por el - - - Gerente del Departamento, posteriormente es llevada para su registro a los departamentos de control y Auditoría, donde son selladas las copias, por último se lleva la mercancía junto con el juego de - - copias a Embarques, donde son selladas y el encargado de la sección se queda con una copia la cuál se engrapa junto con la orden de - - SERVICIO Y EL TARJETON.

4.- ORDENES DE SERVICIO SIN GARANTIA ENVIADOS A PROVEEDOR :

Aquí se sigue el mismo procedimiento que en el anterior, sólo que - con la diferencia, que la mercancía que no tiene garantía llevará - cargo, es decir que se le cobrará al cliente por el SERVICIO RECIBI DO.

5.- ORDENES DE SERVICIO CON O SIN CARGO EN LA TIENDA :

El departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", cuenta con una bodega - - para toda la mercancía que llevan los clientes para su reparación , en donde hay una sección para uso exclusivo de los técnicos que - - reparan la mercancía que es de difícil reparación ó de urgencia.

OBSERVACIONES :

El encargado de ésta sección archiva las ordenes de servicio clasificadas en :

- 1.- ORDENES DE SERVICIO PENDIENTES
- 2.- ORDENES DE SERVICIO TERMINADAS.

Se encargará de checar con regularidad telefónicamente a SERVICIO - - -
CENTRAL NORTE, así como con los Proveedores respectivos de que éstas -
ordenes queden listas lo más pronto posible.

También se comunicará telefónicamente con los clientes cuando éstas - -
ordenes estén terminadas para que el cliente pueda pasar a recoger su -
mercancía.

R E F A C C I O N E S

El encargado de la sección de ordenes de servicio, también lleva el control de las REFACCIONES que son vendidas al público.

En el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", existe una bodega para las refacciones. El encargado de ésta sección surte la bodega directamente de SERVICIO CENTRAL NORTE, por medio de una requisición la cuál contiene datos como: No. de parte, Descripción de la mercancía, - - - cantidad, etc.

Esta requisición una vez que ha sido autorizada por el Gerente se - - lleva al departamento de Control para darle entrada, en donde es sellada, posteriormente se envía a través del correo interno de la Tienda a SERVICIO CENTRAL NORTE.

SERVICIO CENTRAL NORTE.- Envía el embarque de refacciones solicitadas dandóles entrada a través del depto. de Recibo, posteriormente las - - entrega al departamento que las solicitó.

El encargado deberá darles entrada en el departamento para posteriormente acomodarlas en la bodega. Al mes se checan los cargos enviados - enviados en una copia de la requisición , la cuál envían juntó con la mercancía.

El encargado de ésta sección deberá realizar un control visual de la existencia de refacciones, cada quince días, con el fin de surtirse -- regularmente.

E. 8 SECCION DE CREDITO :

En ésta sección se lleva a cabo el trámite correspondiente a los - - créditos nuevos, los cuáles son enviados a la central de crédito, - para su investigación y posteriormente aprobarlos.

El encargado de ésta sección les da entrada a los créditos nuevos - registrándolos en una lista que posteriormente enviará a la CENTRAL- DE CREDITO, quedándose con una copia para llevar su control.

LA CENTRAL DE CREDITO.- Regresa la lista que se envió anteriormente - con los créditos aprobados y los créditos declinados.

Otra de las funciones que realiza el encargado de crédito es el - - "SUSPENSO".

1.- Se le llama "SUSPENSO", a todos los créditos que se encuentran - incompletos, es decir que le faltan datos.

En ésta fase, el encargado deberá llamar al cliente para que éste le - proporcione los datos faltantes.

2.- Recibe aquéllas notas que son levantadas por los vendedores en el el piso de ventas, para darles prioridad a su crédito, posteriormente se les llamará para avisar que ha sido aceptado el cargo de su nota. - para poder enviarle su mercancía.

Dentro del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", se encuentran dos - -
pantallas que son exclusivamente para crédito, y a través de las - -
microfichas se pueden saber los estados de cuenta de los clientes.

* Estas microfichas son actualizadas mensualmente.

Cualquier problema que se presente en el mostrador referente a crédito
es decir aclaraciones, bonificaciones, saldos, estados de cuenta, - -
cambios de domicilio, aprobaciones, etc., deberán ser aclarados por los
empleados del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE"

Actualmente han habido algunas modificaciones, ya que anteriormente -
sólo se manejaba la tarjeta de crédito únicamente de la Tienda - - -
"MARLI, S.A", pero se ha tratado de mejorar el servicio para los clien
tes.

Se ha optado por manejar las Tarjetas Bancarias como son CARNET, - --
BANCOMER Y BANAMEX, con el fin de extender el servicio a los clientes.

Esté servicio se lleva a cabo a partir del 13 de Marzo del año en curso.

"LISTA QUE SE ENVIA A LA CENTRAL DE CREDITO"

A: CENTRAL DE CREDITO. Universidad

DE: No DE TIENDA Y NOMBRE. 79-105 "Marli.s.a."

Fecha de listado _____

Fecha de inicio de tramite _____

Fecha de regreso a Serv.a.Cliente _____

NOMBRE DEL SOLICITANTE	D E C I S I O N		
	A P R O B A D O	D E C L I N A D O	P E N D I E N T E
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

E.9 SECCION DE MOSTRADOR :

En el mostrador son atendidos directamente aquéllos problemas ó dudas que le afectan o surgen a los clientes, y es donde todos los empleados del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", tienen el compromiso de - - atender.

Debido a la complejidad, de los problemas que se presentan en el mostrador, éstos van relacionados a cada una de las funciones que se realizan en el departamento.

El mostrador es una parte muy importante de departamento, pues ejerce - mucha presión por la presencia física de los clientes.

La atención al mismo debe ser rápida, cortés y eficiente.

El mostrador y el teléfono son los medios principales de los clientes - para relacionarse con la EMPRESA en función de sus quejas y necesidades después de sus compras, además de lo que tiene que ver con crédito.

Los principales problemas que se atienden en el mostrador son :

- 1.- QUEJAS DE LOS CLIENTES QUE NO QUEDAN SATISFECHOS
CON LA MERCANCIA ADQUIRIDA.
- 2.- RECIBIR PAGOS, LIQUIDACIONES O CANCELACIONES DE-
LA MERCANCIA ADQUIRIDA.

- 3.- QUEJAS DE LOS CLIENTES POR MERCANCIA DETERIORADA
- 4.- VENTA DE REFACCIONES PARA ARTICULOS COMPRADOS EN MARLI, S.A.
- 5.- ACEPTACION DE ARTICULOS PARA REPARACION EN EL TALLER, EN --
SERVICIO O CON EL PROVEEDOR.
- 6.- SACAR COPIAS FOTOSTATICAS XEROX
- 7.- ELABORAR FACTURAS DE MERCANCIA COMPRADA AL CONTADO O ACABADA DE
PAGAR A CREDITO
- 8.- ACEPTAR DEVOLUCIONES DE MERCANCIA MEDIANTE LOS PROCEDIMIENTOS -
ESTABLECIDOS POR LA COMPAÑIA, DANDO A LOS CLIENTES SU VALE DE -
CREDITO PARA HACERLO EFECTIVO EN LA CAJA PRINCIPAL.
- 9.- DAR INFORMACION EN LO QUE SE REFIERE A SU ENTREGA DE MERCANCIA-
FECHA DE ENTREGA, ENVIO DE TECNICOS, ETC.
- 10- LEVANTAR QUEJAS Y DAR SOLUCION A SU PROBLEMA.

EN LO QUE SE REFIERE A CREDITOS :

- 1.- LEVANTAR SOLICITUDES DE CREDITO.
- 2.- ACEPTAR CAMBIOS DE DOMICILIO
- 3.- ACEPTAR AVISOS DE PERDIDAS DE TARJETAS
- 4.- TENER AL TANTO A LOS CLIENTES SOBRE SUS SOLICITUDES DE CREDITO-
ES DECIR SI SON O NO APROBADOS.
- 5.- APROBAR O RECABAR INFORMACION SOBRE LA APROBACION AL EFECTUAR -
UNA COMPRA A CREDITO.
- 6.- DAR SALDOS DE CUENTAS PARA LIQUIDACIONES COMPLETA DE LA MISMA -
MEDIANTE BONIFICACION ESTIPULADA.
- 7.- ACLARACIONES SOBRE ESTADOS DE CUENTA.
- 8.- INFORMACION PARA SOLICITAR CREDITO.
- 9.- AUTORIZACION PARA INCREMENTAR EL LIMITE DE CREDITO.
- 10- AUTORIZACION DE COMPRAS EFECTUADAS CON TARJETAS BANCARIAS.
QUE EXCEDAN DE \$ 5,000.00 (CINCO MIL PESOS 00/100 M.N), EN -
ADELANTE.
- 11- RENOVACION DE POLIZAS DE SERVICIO,ETC.

F).- PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

F.1 REVISION Y VERIFICACION DE LA INFORMACION :

Una vez recabada la información requerida, procedimos a
revisar los datos obtenidos para poder detectar aquéllos
que resultarán incompletos, inconsistentes, e ilegibles.
con la finalidad de obtener una información más completa.

F.2 CLASIFICACION DE LA INFORMACION :

Una vez recopilados los datos, precedimos a clasificarlos de la siguiente manera :

- 1.- Cuestionario para el Gerente del Departamento de "SERVICIO AL CLIENTE".
- 2.- Cuestionario para los Empleados.
- 3.- Cuestionario para los Clientes.

Siendo éste último la base de nuestra información.

F.3 TABULACION DE LOS DATOS (CODIFICACION) :

Después de haber realizado los índices anteriores, precedimos a Codificar nuestra información en lo que se refiere a los --
 CUESTIONARIOS APLICADOS A LOS CLIENTES, de la siguiente manera
 ejemplo :

HOJA PARA CODIFICAR DATOS																									
Nº DE CUESTIONARIO									PROGRAMA PROGRAMADOR													HOJA FECHA			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22				
0	0	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1									
0	0	2	1	7	2	5	2	1	1	1	2	4	0	0	1	2									

En los casilleros 1, 2 y 3 anotamos el No. de cuestionarios ya que si -
son 400 cuestionarios, debemos dejar los espacios necesarios.

En el casillero # 4, anotamos la respuesta de la pregunta número 1, con-
siderando que sólo hay 2 alternativas, es decir;

Si () No. ()

Tomando como No. 1 la respuesta si, y como No. 2, la respuesta no.

casillero # 5, anotamos la respuesta de la pregunta número 2, consideran-
do que hay 9 tipos de problemas, por lo que anotamos el No. del problema-
que le corresponda.

Casillero # 6, anotamos la respuesta correspondiente a la pregunta número
3, clasificandola de la siguiente manera :

- No. 1 COMO EFICIENTE
- No. 2 COMO MEDIANO
- No. 3 COMO INEFICIENTE
- No. 4 COMO NO EXISTE .

En el casillero # 7, anotamos la respuesta correspondiente a la pregunta -
número 4, clasificándola de la siguiente manera :

- No. 1 - - - - - de 1 a 7 días (1 Semana)
- No. 2 - - - - - de 8 a 15 días (2 Semanas)
- No. 3 - - - - - de 16 a 23 días (3 Semanas)
- No. 4 - - - - - de 24 a 30 días (4 Semanas)
- No. 5 - - - - - de más de 30 días (1 Mes)

Casillero # 8, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta -- número 5, que se clasifica de la misma manera que en el casillero No. 6.

Casillero # 9, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta -- No. 6, y se clasifica de la misma manera que en el casillero No. 4.

Casillero # 10, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta -- número 8, y se clasifica de la misma manera que en el casillero No. 6 .

Casillero No. 11, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta -- número 9, y es clasificada de la misma forma que el casillero No. 4.

Casillero No. 12, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta -- No. 10 y se clasifica de la misma manera que en el casillero anterior.

Casillero No. 13, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta -- No. 11, de la misma manera que en el casillero No. 6.

Casillero No. 14, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta No. 12 de la misma manera que la del casillero No. 4.

Casillero No. 15, anotámos la respuesta correspondiente a la pregunta -- No. 13, de la misma forma que la anterior.

Casillero No. 16, anotamos la respuesta correspondiente a la pregunta --
No. 14, clasificandola de la misma forma que la del casillero No. 6.

Casillero No. 17, anotamos la respuesta correspondiente a la pregunta --
No. 15, clasificandola de la misma manera que la respuesta del casillero--
No. 4.

* La pregunta No. 7, no se consideró por ser de respuesta abierta y por --
no ser apta para codificarse, además de que es una afirmación de la pre --
gunta anterior.

Una vez codificados nuestros datos, procedimos a perforarlós, en tarjetas--
diseñadas para ello.

F.4 INTRODUCCION DEL PROGRAMA EN EL "CENTRO

UNIVERSITARIO DE COMPUTACION"

Para la elaboración de éste programa, recurrimos a un especialista en computación, el cuál nos sugirió utilizar el paquete-SPSS, de acuerdo al tipo de nuestra INVESTIGACION.

Clasificación de tarjetas que se utilizaron en el paquete - - -

SPSS :

- a).- TARJETAS DE CONTROL

- b).- TARJETAS DE DATOS

- c).- NUMERO DE CASOS (400 CUESTIONARIOS)

A continuación especificamos el orden en que se imprimieron los datos -
en las tarjetas :

TARJETAS DE CONTROL

BEGIN JOB MARLI, S. A.
CLASE = 5; USER = CSCZ;
RUN SERVICIO/ SPSS ;
DATA IOCR
END JOB

TARJETAS DE DATOS

1	RUN NAME	-----	CUESTIONARIO PARA CLIENTES
2	VARIABLE LIST.	-----	NUM, V4 TO V17
3	N OF CASES	-----	400 CUESTIONARIOS
4	INPUT MEDIUM	-----	CARD
5	INPUT FORMAT	-----	FIXED (F3.0,14F1.0)
6	VAR LABELS	-----	V4, SE HAN PRESENTADO -- PROBLEMAS CON LOS CLIENTES/
7			V5, QUE TIPOS DE PROBLEMAS SE HAN PRESENTADC/

- 8 V6, LA ATENCION DEL PERSONAL HA SIDO/
- 9 V7, EL TIEMPO DE SOLUCION HA SIDO /
- 10 V8, LA SOLUCION DE LOS PROBLEMAS FUE/
- 11 V9, SUGIERE ALGO PARA MEJORARLO/
- 12 V10, COMPARADO CON OTRAS TIENDAS EL - -
SERVICIO ES /.
- 13 V11, SE CUMPLE LA POLITICA DE LA - -
EMPRESA /
- 14 V12, TIENE CREDITO
- 15 V13, EL TRAMITE DE CREDITO ES /
- 16 V14, HAN RESUELTO SUS PROBLEMAS DE -
CREDITO
- 17 V15, ES EL LIMITE DE CREDITO ADECUADO/
- 18 V16, EL DEPTO. DE SERVICIO AL CLIENTE ES/
- 19 V17, TIENE ALGUNA SUGERENCIA
- 20 VALVE LABELS V4, (1) SI (2) NO /
- 21 V5, (1) MERCANCIA DETERIORADA
- 22 (2) " DEFECTUOSA
- 23 (3) " EQUIVOCADA
- 24 (4) DEMORA EN LA ENTREGA.
- 25 (5) DEMORA EN LA INSTALACION
- 26 (6) MALA INSTALACION
- 27 (7) REPARACION INADECUADA
- 28 (8) MANTENIMIENTO INADECUADO
- 29 (9) OTROS/
- 30 V6, (1) EFICIENTE (2) MEDIANO (3)
INEFICIENTE (4) NO EXISTE /.
- 31 V7, (1) DE 1 A 7 DIAS
- 32 (2) DE 8 A 15 DIAS

33 (3) DE 16 A 23 DIAS

34 (4) DE 24 A 30 DIAS

35 (5) DE MAS DE 30 DIAS.

36 V8,(1) EFICIENTE (2) MEDIANO
(3) INEFICIENTE (4) NO EXISTE /

37 V9,(1) SI (2) NO/

38 V10(1) EFICIENTE (2) MEDIANO (3)
INEFICIENTE (4) NO EXISTE/

39 V11(1) SI (2) NO /

40 V12(10) SI (2) NO /

41 V13(1) EFICIENTE (2) MEDIANO (3)
INEFICIENTE (4) NO EXISTE /

42 V14(1) SI (2) NO /

43 V15(1) SI (2) NO /

44 V16(1) EFICIENTE (2) MEDIANO (3)
INEFICIENTE (4) NO EXISTE /

45 V17(1) SI (2) NO /

46 FREQUENCIES GENERAL = V5 TO V17

47 STATISTICS ALL

48 OPTIONS

49 READ INPUT DATA.

F.5 I N T E R P R E T A C I O N :

Cuestionario .- Aplicado al Gerente

Cuestionario .- Aplicado a los Empleados

Cuestionario .- Aplicado a los Clientes.

INFORMACION OBTENIDA DEL CUESTIONARIO

APLICADO AL GERENTE DEL DEPARTAMENTO

DE "SERVICIO AL CLIENTE"

Principalmente encontramos que el Gerente del departamento, ha ocupado puestos de gran importancia como son :

Asistente de Director de Personal, Coordinador de personal y actualmente es el Gerente del depto. de " SERVICIO AL CLIENTE".

Lo anterior, nos da una idea general de que es una persona con experiencia en su área :

Por otra parte es importante mencionar que el manual de "SERVICIO AL CLIENTE", es considerado por el mismo, como una guía general del depto., señalando su actualización, con la finalidad de poder aplicarlo al desempeño de las funciones que realizan dentro del mismo.

También mencionó, la importancia que tiene la comunicación con aquellas oficinas que colaboran con el departamento para un mejor servicio.

INFORMACION OBTENIDA DE LOS CUESTIONARIOS

APLICADOS A LOS EMPLEADOS DEL DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE

DE ACUERDO AL ORDEN EN QUE SE EFECTUARON LAS PREGUNTAS:

1.- ¿ Se siente satisfecho del puesto que ocupa y por qué ?.

La mayoría del personal opinó que si se siente satisfecho por diversas razones entre las que consideró :

- La relación que tienen con los clientes, en su trato-directo.
- Por el conocimiento diario de nuevas cosas.
- Por el desempeño adecuado de su puesto.
- El resto de las personas que opinaron estar inconformes con su puesto actual, considerando que es difícil - - aspirar a un posible ascenso; ya que se sienten limitados en su perspectiva de progreso, además de que sus - conocimiento no son tomados en cuenta.

2.-¿ Termina oportunamente su trabajo ?.

Todos afirmaron terminar su trabajo oportunamente, ya - que lo consideran fácil de realizar.

3.- ¿ Es clara la determinación del puesto y sus actividades?.

La mayoría de los empleados opinó que si es clara la determinación de su puesto, ya que existe comunicación - - entre ellos, además de que la determinación del puesto - está bien definido.

Las personas que opinaron lo contrario, afirmaron que no se encuentra bien definido su puesto por que realizan funciones de todo el departamento.

Un grupo mínimo de personas, prefirió omitir su opinión.

4.- ¿Se le mantiene oportunamente informado sobre los cambios que surgen dentro del trabajo? .

La gran mayoría aseguró que si se les informa sobre los cambios que surgen dentro del departamento, ya que les permite dar una información correcta al cliente, así como mejorar la organización del departamento.

Esta información se les comunica a través de circulares, juntas etc.

También hay una persona encargada de notificar dichos cambios.

En menor escala, podemos considerar a los que no están de acuerdo, pues aseguraron que no existe comunicación de parte de los encargados de las diferentes secciones con las personas encargadas del mostrador, es decir se muestran indiferentes en proporcionar información.

5.-¿ De que manera repercute en su trabajo el que no le informen a tiempo sobre esos cambios? .

Todos informaron que de una u otra manera afecta a sus propios intereses, al de los clientes así como al de sus compañeros.

El no tener información previa repercute en el servicio que se le da al cliente pues puede causar confusión y éste reclama con justa razón.

Otra de las situaciones, que pueden presentarse entre los -- empleados es que no cumplan en forma oportuna y adecuada sus actividades.

6.- ¿ Participa en las decisiones del departamento ?.

Aquí se dividieron las opiniones, ya que la mitad consideró -- que sí se participa en las decisiones de su departamento, -- debido a que se consideran parte de un grupo de trabajo, -- además de mejorar la eficiencia del departamento.

La otra parte que no participó en las decisiones del departamento afirmó que sólo en ocasiones se hace participe ya -- que de hecho el Gerente, es el que toma las decisiones. Otros afirmaron que sus decisiones no las toman en cuenta -- por considerarlos de menor nivel jerárquico.

7.- ¿Cómo considera el diseño de las formas que utiliza el realizar sus actividades?.

La mayoría considero a las formas eficientes, por ser prácticas, adecuadas para su fin.

Un poco menos de la mitad aseguró que las formas son regulares ya que no están muy actualizadas.

Por último el resto de las personas aseguró no estar de -- -- acuerdo con el diseño de las formas, pues las consideran arcaicas y poco entendibles.

8.- ¿Considera ud. si existe un correcto manejo y control de los -- archivos?.

La mayoría afirmo que no se lleva un manejo y control de los los archivos, ya que el propio personal no tiene cuidado en -- volver a acomodar en el archivo las notas que en ese momento ocupan.

Es muy reducido el número de personas que opinó lo contrario pués sólo dijeron que sólo se lleva en diferente orden, numéri co, por división y apellido.

- 9.- ¿Cuenta con los instrumentos necesarios para realizar sus - - actividades?.

La mayoría de las personas entrevistadas, no cuentan con los instrumentos necesarios; y con los que cuentan actualmente -- tienen fallas como por ejemplo: Las máquinas de escribir, - - sumadora, fotocopidora, etc.

Es contado el número de personas que están satisfechas con los instrumentos con que cuentan para realizar sus actividades.

- 10.- ¿Conoce el MANUAL DEL DEPARTAMENTO de "SERVICIO AL CLIENTE", - de su departamento ?.

La mayor parte del personal de este departamento, no conoce - el Manual del departamento, debido a que nunca se lo han proporcionado, ni su jefe a hecho en menor intento de mostrarse- los. A otros no les han informado sobre la existencia del -- mismo.

Podemos decir, que son contadas las personas que tienen cono cimiento del manual.

Así mismo hay algunas personas que si conocen al manual pero desconocen su contenido, o tienen mala información en cuánto su función.

- 11.-¿Considera necesario el período de entrenamiento para ambien tarse dentro de su trabajo?.

Todos coincidieron en que si es conveniente el periodo de en trenamiento para ambientarse al trabajo, ya que éste servirá de pauta para el desarrollo de sus actividades debido a que-

es necesario conocer el funcionamiento del departamento para evitar futuros errores.

También es necesario por los cambios constantes que surgen dentro del departamento, lo que requiere una comunicación más amplia.

12.- ¿Considera ud. que puede lograr promociones y/o ascensos en su trabajo?.

La mayoría de las personas consideró las oportunidades de ascender de puesto, de acuerdo a su capacidad, ya que todos de alguna manera buscan una superación personal.

Así mismo, otros opinaron que la Empresa da las facilidades necesarias para hacer carrera en ella.

Por otra parte, son pocas las personas que no están de acuerdo por diversas razones entre ellas por que :

Su jefe no considera su trabajo, el ascenso, es únicamente a aquéllos que de alguna forma están bien relacionados en la empresa.

No se toma en cuenta la eficiencia y empeño de los empleados.

13.- ¿Cómo es la relación de trabajo con su jefe, compañeros y otros compañeros?.

La mayoría de las personas lleva a una buena relación con su jefe, en cambio muy pocos opinan que es indiferente y restringida.

En cuanto a la relación que existe entre ellos mismos y los compañeros de otros departamentos es buena, existe cordialidad, comprensión etc.

14.- ¿ Se siente parte de un grupo de trabajo?.

La mayor parte del personal se siente parte de un grupo de trabajo, ya que por lo general las labores que realizan, - las hacen en equipo; es decir casi siempre tienen que relacionarse unas con otras.

Sin embargo, el resto de los empleados que no se sienten-- parte de un grupo de trabajo, lo atribuyen a la preferencia de algunos compañeros y a la poca colaboración por parte - de los mismos.

15.-¿ Cómo considera ud. la actitud de su jefe cuando se le - - presenta algún problema difícil de resolver?.

Las personas que respondieron, dividen su opinión la mitad se inclinó, por la eficiencia de su jefe ya que al plantearle un problema la solución que les dio fué ,muy correcta - demostrando interés y mucho profesionalismo en su área de trabajo.

La otra mitad opinó lo contrario, asegura que se muestra - muy indiferente y en ocasiones trata de evadir el problema que se le plantea, dejándo que ellos lo resuelvan.

Otras veces es confusa al tomar alguna decisión.

16.-¿Ha tratado alguna vez de dar alguna sugerencia para mejorar el desarrollo de su trabajo?

La mayoría afirmó haber dado alguna sugerencia para mejorar-

el desarrollo de su trabajo, la cuál nunca fue tomada en cuenta ó resulta ser muy indiferente.

Por el contrario el resto de las personas afirmaron dar alguna sugerencia para mejorar el desarrollo de su trabajo cuando no están de acuerdo con los procedimientos que utilizan ahí, teniendo en cuenta que tal vez algún día la quieran tomar en cuenta.

17.-¿Conoce ud., el objetivo del departamento. de "SERVICIO AL CLIENTE"?

La mayoría del personal conoce el objetivo del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", en donde todos concluyeron, dar un buen servicio al cliente en lo referente a su problema, atendiéndolos cordial y eficazmente.

18.-¿Cómo considera ud., la capacidad que tiene su jefe, para guiar a c/u. de los empleados?

La mayoría opinó, que es eficiente por qué resuelven los problemas adecuadamente, convive con el personal y es una persona muy profesional.

Otro grupo de personas en menor escala opinó que es ineficiente ya que delega su responsabilidad a los demás muy indiferente en su trato con el personal.

El resto consideró que la capacidad para desempeñar el puesto que ocupa es regular.

19.-¿Conoce ud. cómo contribuye su trabajo en el logro de objetivos del departamento?

La mayor parte de los integrantes del departamento afirmó

que es de gran importancia su trabajo, para el logro del - -
objetivo del departamento, por qué de ellos depende que éstos
se cumplan.

20.-¿ Tiene alguna sugerencia para mejorar el funcionamiento del -
departamento de ."SERVICIO AL CLIENTE".

Casi todo el personal, propuso alguna sugerencia, dentro de-
las cuales tenemos las siguientes :

- Que el trabajo sea más equitativo.
- Más comunicación entre el jefe y el subordinado
- Evitar preferencias
- Que el mantenimiento de las herramientas de trabajo sea el -
adecuado.
- Que mejoren el sistema de crédito.

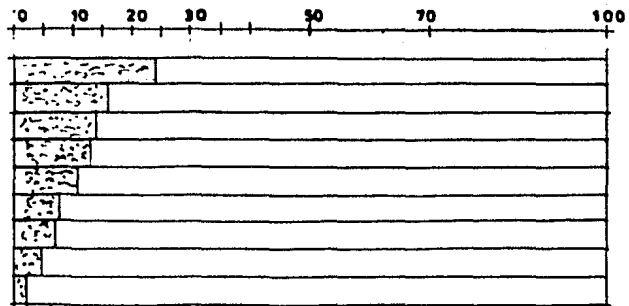
El resto de las personas entrevistadas, prefirió omitir su opinión-
ya que consideraron que no serían tomados en cuenta.

I N T E R P R E T A C I O N D E L

P R O G R A M (S P S)

QUE TIPO DE PROBLEMAS SON LOS QUE A TENIDO

	FREC- ENCIA	% ⇨
DENORA DE LA ENTREGA	95	24
MERCANCIA DEFECTUOSA	65	16
MERCANCIA DETERIORADA	57	14
MERCANCIA EQUIVOCADA	50	13
DENORA DE LA INSTALACION	42	11
REPARACION INADECUADA	34	8
OTRAS (DIVERSOS).	26	7
MALA INSTALACION	22	5
MANTENIMIENTO INADECUADO	9	2
TOTAL	400	100



⇨ PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N

Dentro de los problemas de mayor importancia, encontraremos el -
de DEMORA EN LA ENTREGA DE MERCANCIA, ya que el 1 de 4 personas-
entrevistadas tuvieron éste tipo de problema.

El siguiente problema que se presentó, y que es de considerarse
fué el de MARCANCIA DEFECTUOSA, ya que está al ser adquirida -
se encuentra en malas condiciones.

Otro de los problemas más usuales fué el de MERCANCIA DETERIORADA
que es dañada por el mal trato al momento de embarcarla, ó que -
no se tiene cuidado de su envío al cliente.

Como problemas secundarios, podemos considerar a los de menor -
trascendencia y son :

Mercancía Equivocada
Demora en la Instalación
Otros, por diversas razones
Mala Instalación y Mantenimiento.
Inadecuado.

Por la información, que pudimos recabar; podemos señalar que la -
gente se sintió insatisfecha en el problema referente a la - - -
Demora de Entrega de la Mercancía, ya que opinó que debería - - -
cumplirse con la fecha de entrega, de la misma. Así como la - - -
supervisión correcta de la mercancía que se envía.

Otras personas, opinaron que faltan más unidades móviles para la - distribución de la mercancía, ya que esta es alguna de las causas - por las que se retrasa la entrega de mercancía.

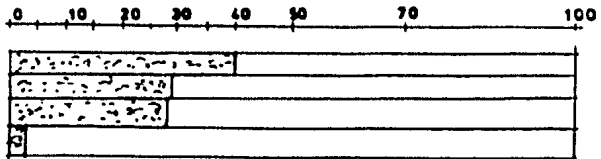
Sin embargo, otras personas opinaron que la calidad de la mercancía debería de ser más aceptable, así como contar con un personal técnico más especializado.

Un punto importante fué, el que la mayoría de las personas opinó - que los empleados que atienden deberían de tomar con mayor serie - dad los problemas que se les presentan, así como el cumplimiento - con las fechas que prometen.

No obstante, los problemas antes mencionados la gente opinó que el personal siempre trata de dar solución a los problemas.

COMO CONSIDERA LA ATENCION DEL PERSONAL CUANDO TRAMITA UNA QUEJA

	FRECU- ENCIA	N.º %
MEDIANO	158	40
EFICIENTE	114	29
INEFICIENTE	113	28
NO EXISTE	15	3
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N :

7 de cada 10 personas entrevistadas, afirmaron que el servicio de la Empresa es regular y malo.

Se observa que hay un grupo de personas (29%), que por el contrario opinaron que el servicio fue eficiente.

La mayoría de las personas se quejaron del servicio proporcionado por parte del personal, dentro del cual recabamos algunas opiniones que fueron :

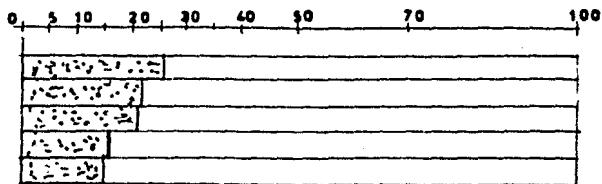
- No evadir sus responsabilidades
- Que pongan más interés a su labores
- Más orden en su trabajo
- Más organización entre ellos mismos
- Ser más sociables en el trato con los clientes

Así por el contrario los que opinaron que la atención del personal fue eficiente afirmaron que deberían :

- Darles más capacitación
- Darles más impulso en su trabajo
- Que apliquen un poco más de criterio a los problemas que resuelven.

EN CUANTO TIEMPO LE HAN RESUELTO SUS PROBLEMAS

	FRECU- ENCIA	%
DE 16 A 23 DIAS	103	26
DE 8 A 15 DIAS	89	22
DE 1 A 8 DIAS	87	21
MAS DE 30 DIAS	63	16
DE 24 A 30 DIAS	58	15
TOTAL	400	100



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N :

El tiempo de solución, que se les dió a la mayoría de las personas-entrevistadas, referente a la solución de sus problemas fué de tres sémanas (16 a 23 días).

Podemos afirmar que el resto de las personas entrevistadas les fué-resuelto su problema en menos de un mes.

No así, por el contrario sólo hubo un grupo de personas (15%), a - las cuales les fué resuelto su problema en menos de un mes.

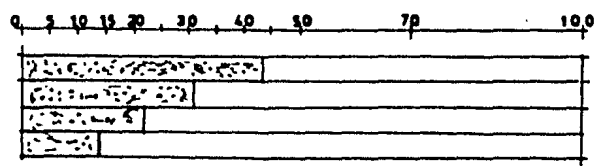
Consideramos que el tiempo de solución a los problemas es consecuen-
cia de diversas razones entre las cuales nombramos:

- El prometer una mercancía, sin haber en existencia, por parte del vendedor.
- Incapacidad de los Técnicos que envían.
- La deficiencia al manejar un problema
- La comunicación limitada con el cliente.

A pesar, de las razones anteriores a la mayoría de las personas, les - fueron resueltos su problema considerando el tiempo transcurrido, ya - que de una u otra manera siempre se les da la solución.

LA SOLUCION QUE LE HAN DADO A SUS PROBLEMAS HA SIDO

	FREC UENCIA	% *
MEDIA NO	173	43
E F I C I E N T E	125	31
I N E F I C I E N T E	86	22
N O E X I S T E	16	4
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N

La solución que se les dió a los problemas de la mayoría de la gente entrevistada fué regular y eficiente, así por el contrario un menor número de personas opinión que fué ineficiente.

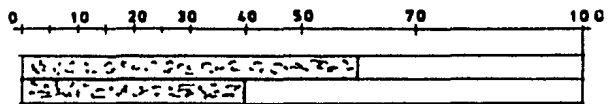
La gente afirmó, que de una u otra manera a pesar de haberseles resuelto sus problemas, no quedaron del todo satisfechos debido a que les hubiese gustado tener una mayor rapidez en cuanto a la solución de sus problemas.

Así como el de tener una supervisión más estricta en cuanto al funcionamiento de las actividades de ese departamento.

Y una mayor colaboración por parte de sus integrantes.

VIENE ALGUNA SUBERENCIA

	FREC- ENCIA	% *
NO	239	60
SI	161	40
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N

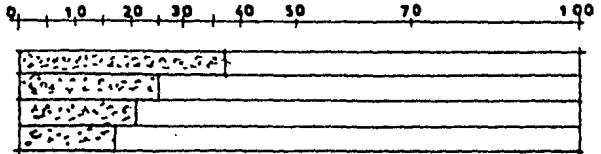
Dentro de las personas entrevistadas, la mayor parte prefirió - omitir su sugerencia para mejorar el servicio del personal del departamento, no así por el contrario un poco menos de la mitad afirmó tener alguna sugerencia dentro de las cuales citamos - - las siguientes :

- Poner más atención e interés a los clientes.
- Adquirir más conocimientos acerca del depto.
- Tener buen uso de las relaciones humanas.
- Mejorar su capacitación.
- Ser más responsable en los problemas que se les presentan.
- Organizar mejor su trabajo.
- No dejar descolgadas las bocinas del teléfono.

Por el contrario, las personas que omitieron su opinión piensan - que su sugerencia no va a ser tomada en cuenta :

LOS SERVICIOS QUE LE HA PROPORCIONADO "MARLI, SA"
 EN COMPARACION CON OTRAS TIENDAS, COMO
 LAS CONSIDERA USTED

	FRECU ENCIA	% *
EFICIENTE	148	37
NEUTRO	100	25
NO EXISTE	85	21
INEFICIENTE	67	17
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N :

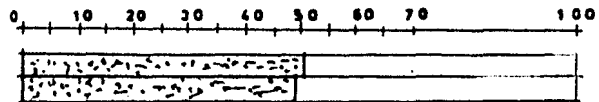
Las personas que respondieron, dividen su opinión, la mitad - -
proximadamente se inclinó por que el servicio que les brindó -
en comparación con otras tiendas es bueno; pero la otra mitad -
afirmó lo contrario, que el servicio es regular o malo.

Las personas que opinaron que el servicio fué eficiente, - -
consideró al personal que les atendió, agradable, respetuoso,-
y eficaz.

Por el contrario las personas que opinaron que el servicio es -
regular o malo afirmaron que el servicio en otras tiendas es -
mucho mejor, ya que no ponen tantos obstáculos, y que la gente-
está mucho más capacitada, así como el sistema que emplean es -
más funcional.

CONSIDERA USTED QUE SE CUMPLE LA POLITICA DE LA TIENDA, EN CUANTO A LA DEVOLUCION DEL DINERO AL CLIENTE.

	FRECU- ENCIA	% *
S I	202	51
N O	198	49
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N ;

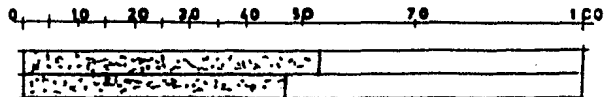
La mayoría de las personas opinó que si se cumple con la política de la Empresa y por el contrario un poco menos - de la mitad que no se cumple ésta política,

A pesar de los problemas que se presentaron y que son muy diversos, la Empresa siempre ha tratado ante todo de - - cumplir con su política; es decir, sobre la satisfacción - de su mercancía adquirida o el reembolso de su dinero.

No así, los que opinaron lo contrario, ya que de alguna - - manera han quedado inconformes, por lo cual afirman que no se cumple con la política de la Empresa.

TIENE USTED CREDITO EN MARLI.S.A

	FRECU- ENCIA	% *
SI	210	53
NO	190	47
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS

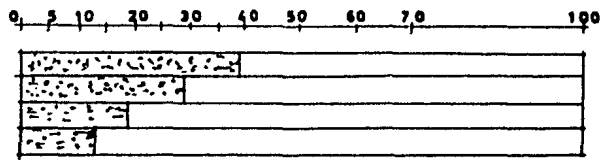
I N T E R P R E T A C I O N

La mayoría de las personas entrevistadas, tienen crédito, -
pues consideran que es de gran utilidad poder contar con -
éste servicio, para cualquier ocasión que se les pueda - -
presentar.

Un poco menos de la mitad, no tiene crédito, debido a que -
lo consideran innecesario y un poco difícil de trámitar.

COMO CONSIDERA EL TRAMITE PARA OBTENER CREDITO

	FRECU- ENCIA	% *
NO EXISTE	157	39
MEDIANO	115	29
EFICIENTE	75	19
INEFICIENTE	53	13
TOTAL	400	100



* PORCENTAJES AJUSTADOS

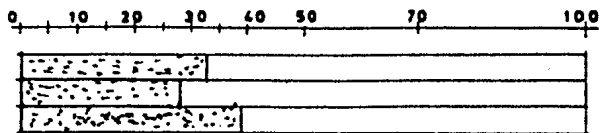
I N T E R P R E T A C I O N

En general, el trámite de crédito fué considerado regular y eficiente.

Y una mínima parte lo consideró ineficiente, debido a - - todos los inconvenientes que surgen al momento de trámitarlo

LE HAN RESUELTO TODOS SUS PROBLEMAS REFERENTES A SU CREDITO

	FRECU- ENCIA	% *
NO	130	33
SI	113	28
NO TIENE CREDITO	157	39
TOTAL	400	100



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N

La gran mayoría opinó que no les resolvieran sus problemas referentes a su crédito.

Un menor número de personas afirmó haberseles resuelto sus problemas sin mayor dificultad.

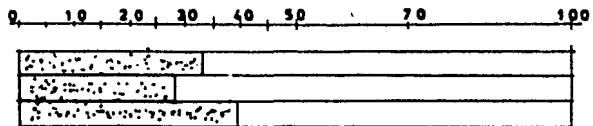
Las personas restantes no tienen crédito.

Sin embargo a las personas que les resolvieron sus problemas, quedarón satisfechas por la agilidad que tuvieron al momento de resolver su trámite.

Por otra parte, las personas que opinaron no haberseles dado solución, fué por qué consideramos los trámites un tanto lentos, y la ineptitud que demostraron los empleados por no dárlas una solución eficiente.

CONSIDERA USTED QUE EL LIMITE DE CREDITO QUE SE LE OTORGA, ES EL ADECUADO A SUS NECESIDADES

	FRECUENCIA	% *
SI	130	33
NO	113	28
NO TIENEN CREDITO	157	39
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS .

I N T E R P R E T A C I O N

El mayor numero de personas, consideró el límite de crédito adecuado a sus necesidades.

Por el contrario, un grupo reducido que representó el 28% - consideró inadecuado el límite de crédito, por ser muy - - limitado, así como por no considerar los ingresos extras - para aumentarlo y ser inferior en comparación con otras - - tiendas.

El resto de las personas carecen de crédito.

QUE OPINION TIENE ACERCA DEL DEPTO DE "SERVICIO AL CLIENTE"

	FRECUENCIA	% M
H E D I A N O	151	38
E F I C I E N T E	146	36
I N E F I C I E N T E	83	21
N O E X I S T E	20	5
TOTAL	600	100 %



M. PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N :

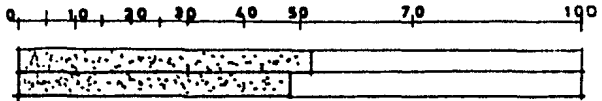
La opinión que tuvo la mayoría, referente al departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", fue regular, por tener algunas fallas en el funcionamiento de las actividades del mismo, así como de su personal.

En menor escala, otro grupo de personas lo consideró eficiente por ser un departamento accesible y tener un personal adecuado.

Por el contrario una mínima parte opinó que el departamento es ineficiente, por no tener un personal con la preparación adecuada así como la falta de organización del mismo.

TIENE ALGUNA SUGERENCIA PARA MEJORAR EL SERVICIO DE LAS QUE LO ATENDIERON EN SUS PROBLEMAS

	FRECUENCIA	* %
NO	210	52
SI	190	48
TOTAL	400	100 %



* PORCENTAJES AJUSTADOS

I N T E R P R E T A C I O N :

La mayoría de las personas, no dieron ninguna sugerencia, por --
considerarla inoperante, pues piensan que no se les tomaría en --
cuenta .

Sin embargo, el resto de las personas consideraron adecuado dar --
algunas sugerencias dentro de las cuales tenemos:

- Dar mayor capacitación al personal.
- Poner más interés en las quejas que reciben los empleados.
- Ser más eficientes en las soluciones
- Implantar políticas más estrictas
- Contratar personal mejor preparado
- Supervisar mejor al personal en el desarrollo de sus funciones.

CAPITULO IV

A).- PREPARACION DEL INFORME

B).- INFORME FINAL.

A).- PREPARACION DEL INFORME

Una vez obtenida toda la información anterior, y después de haber sido analizada procedimos a elaborar el informe final.

El cual se encuentra incluido en las conclusiones y recomendaciones.

B).- I N F O R M E F I N A L :

De acuerdo a la información obtenida, concluimos que existen fallas internas en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE".

Esto es por qué el manual es inaccesible, debido ha que se encuentra constituido por boletines, los cuales se van -- anexando conforme son proporcionados, sin llevar una continuidad en las funciones, así como en los procedimientos que son utilizados.

Además de que hay una dispersión de información, debido a las traducciones literarias, lo que hace que se pierda el intefes que requiere.

En cunato al período de entrenamiento, que recibe el personal al ingresar a la Empresa, (Etapa de inducción). Lo consideramos incompleto, ya que sólo reciben en forma general el funcionamiento de la misma; por lo que es necesario que se les impartan cursos específicos, sobre el área que se les asigne.

Otro de los puntos importantes, qué encontramos en cuánto a la selección de personal, fue el que no estén consignadas por escrito las características que deben poseer una persona para ocupar un puesto en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE".

Para lo cual sugerimos, que el departamento de personal debería -- de aplicar un análisis de puestos para seleccionar al personal que realmente cumpla con las características y requisitos indispensables para trabajar en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE".

Ya que está es una de las causas por las cuales el departamento se encuentra mal organizado.

Por comentarios que proporcionaron los clientes, en los cuestionarios que se les aplicaron las fallas que detectamos están encaminadas hacia la atención del personal la cuál la consideramos deficiente ya que ésta es una de las causas por las que el cliente tiene -- preferencia por otras tiendas.

CAPITULO V

ANALISIS Y

CONCLUSIONES :

ANALISIS Y CONCLUSIONES:

Concluimos, que todo el personal está satisfecho de trabajar en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", ya que éste les proporciona satisfacciones personales. Así como el de adquirir conocimientos nuevos cada día.

Sabemos que el objetivo del departamento es el cumplimiento de su política, la cual es proporcionar satisfacción al cliente en la adquisición de su mercancía o de lo contrario reembolsarle su dinero.

Las políticas y objetivos se encuentran establecidos por escrito a través de una serie de boletines complementarios al manual del departamento.

Aunque la mayoría del personal conoce el objetivo del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", podemos concluir que la mayor parte lo conoce sólo en forma práctica, entendiéndolo por esto que su finalidad sólo en forma práctica, entendiéndolo por esto que su finalidad sólo es la de atender al cliente cordial y eficazmente así como el de resolver sus problemas.

En lo referente al manual, podemos afirmar que todas las operaciones que se llevan a cabo en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE" deben de realizarse acorde a éste.

El Gerente, consideró que el Manual del Departamento es la guía - general del mismo, pero que debería de actualizarse periódicamente ya que éste manual es el mismo para todas las tiendas de "MARLI, - S.A.", del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", debido a que es realizado en la Matriz de Corporación.

En cuanto a la información que tiene los empleados sobre el mismo - tenemos que la mayoría desconoce su existencia en tanto otros lo - conocen de manera muy superficial.

Por lo tanto lo podemos señalar que es de suma importancia que la - información de éste manual sea divulgada ya que es una de las - - principales bases con las cuales opera el departamento.

Para disminuir el alto índice de clientes insatisfechos, también es - conveniente que se tomen medidas correctivas.

Por otra parte tenemos que las formas que se utilizan en el departa - mento son eficientes; pero consideramos que deberían de actualizarse periódicamente.

En lo que respecta a la organización del departamento lo encontramos deficiente; ya que no llevan un orden y control en cuanto a la - - realización de sus actividades.

Podemos deducir en cuánto a los instrumentos de trabajo del departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", que deberían de tener un mantenimiento periodico ya que sin este servicio, no sería posible llevar al día el trabajo lo - - cuál repercutiría en el funcionamiento del mismo.

Además de que sería conveniente proporcionar más equipos de trabajo, en lo que se incluirán: Sumadoras, engrapadoras etc., lo cuál beneficiaría el -- desarrollo de las actividades del personal.

En cuánto al período de entrenamiento determinamos muy necesario, pero - - difiere en cuánto al entrenamiento que se les da a los empleados de nuevo-ingreso, donde sólo se les da en forma general (inducción), siendo - - - proporcionado por el DEPARTAMENTO DE PERSONAL.

Por lo cuál opinamos en el departamento de personal debería seleccionar- - al personal que realmente cumpla con ciertos requisitos para laborar - - - eficientemente en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", pues considera mos que éste deber ser lo más específico y capacitado posible.

El período de entrenamiento que recibe el personal para ambientarse en su área de trabajo es de suma importancia, ya que disminuye el porcentaje de - las deficiencias que se presentan en el departamento.

Respecto al personal que labora en el departamento de "SERVICIO AL CLIENTE", encontramos que la mayoría tiene una antigüedad aproximadamente de tres - - años lo cuál es bueno, ya que todos tienen conocimientos generales de todas las secciones del mismo, además de que laboran tiempo completo.

Lo cuál debería ser favorable; sin embargo la mayoría de los clientes - se queja del servicio, que éstos le proporcionan, en donde podemos - - detectar fallas internas dentro del mismo.

La mayoría de los empleados coincidieron en que si pueden lograrse - - promociones y/o ascensos en su trabajo, a través de la experiencia, - antigüedad y buen desempeño del trabajo, aunque algunos algunos opinaron que en cierta forma es difícil que se lleven a cabo por algunas políti- cas que implican cierto grado de dificultad.

De acuerdo a lo anterior se concluyó, que existen políticas justas y -- adecuadas para todas aquéllas personas que de alguna manera buscan su - superación.

En cuánto a los cambios que surgen dentro del departamento, podemos - - señalar que a la gran mayoría se le informa sobre los mismos que se pre sentan a través de juntas semanales con el Gerente, ó a través de las - circulares.

Pero a todo el personal que no se le mantiene oportunamente bién infor- mado es por qué no asisten a éstas juntas ó por no tener una comunica - ción más directa con su jefe y sus compañeros.

Repercutiéndolo notablemente, en el servicio que le es proporcionado al - cliente ya que pueden causar confusión y éste reclame con justa razón.

Además de que retrasa las actividades de los empleados.

En lo referente al manejo y control de los archivos, concluimos, que -
si funciona; siempre y cuando el empleado haga un buen uso de ello, - -
es decir, una vez que saque un documento lo devuelvan al lugar de origen.

Por otra parte, en cuanto a la actitud que toma el gerente cuando sus -
empleados; le presentan algún problema difícil de solucionar, concluimos
que existen ciertos favoritismos ya que con algunos demuestra más interés
que con otros, además de que muchas veces delega su responsabilidad a -
los empleados.

En cuanto a las sugerencias para mejorar el desarrollo del trabajo - -
podemos considerar que la mayor parte del personal ha propuesto sugeren
cias de las cuáles, esperan que sean tomadas en cuenta algún día.

Por lo que respecta a las sugerencias para mejorar el funcionamiento -
del departamento, concluimos que el personal propuso de alguna ó de - -
otra manera alguna sugerencia, las cuales consideramos que deberían - -
ser tomadas en cuenta para mejorar el funcionamiento de éste.

En cuanto a la conclusión que llegamos acerca de los cuestionarios - -
aplicados a los clientes en lo referente a la solución de sus problemas
de una manera muy general deducimos que entre más rapidez le den al - -
problema que presentan, más eficiente será el servicio.

Y entre más lento sea el trámite que le den a sus quejas será considera
do como un servicio muy ineficiente.

En cuanto a la determinación del puesto y las actividades del personal- consideramos que el puesto se encuentra bien definido, pero en lo que - respecta a sus actividades encontramos que hay muy poca colaboración -- entre ellos mismos.

Ya que hay algunos empleados, que tratan de evadir sus responsabilida -- des.

Así mismo observamos, que la atención para con los clientes es amable, - cuando es directa; pero telefónicamente vimos que algunos tratan de eva dir los problemas expuestos por los clientes, tãrdando en atenderlos.

Sin embargo, también hay empleados, que cumplen rápida y eficazmente -- sus funciones.

En lo referente a la participación de las decisiones en el departamento determinamos que si son tomadas en cuenta, pero el que toma las decisio nes al final de cuentas es el GERENTE.

CAPITULO VI

RECOMENDACIONES

GENERALES :

RECOMENDACIONES GENERALES

una vez analizado el funcionamiento del departamento y después de haber encontrado algunas deficiencias procedimos a sugerir algunas recomendaciones, las cuales consideramos que pueden ser útiles en el mejor desempeño de las funciones de éste departamento.

SECCIONES QUE SE MANEJAN EN EL DEPARTAMENTO :

CONTROL DE NOTAS

Se recomienda que en la sección de control de notas exista una buena organización, limpieza y claridad debido a la gran cantidad de notas que se manejan.

QUEJAS (3300)

Para todos los casos que se presentan en ésta sección es recomendable hacer funcionar la iniciativa personal, apegado a la política de la compañía.

Esa iniciativa se debe convertir en decisiones atinadas que dejen satisfecho al cliente y acrecienten la productividad de la compañía.

C R E D I T O

Es necesario el buen trabajo y coordinación entre las promotoras - de crédito, personal del departamento que se dedica a crédito y el departamento de la central de crédito tanto por teléfono como por correspondencia.

Los datos que se anoten en las solicitudes de crédito deben estar completos para facilitar el trabajo.

M O S T R A D O R

Es una parte muy importante del departamento, y es recomendable - - que la atención que se les da a los clientes sea rápida, cortés y eficiente.

Es indispensable que todos los componentes del departamento de - - - "SERVICIO AL CLIENTE", estén concientes de que el servicio rápido en el mostrador es necesario para evitar las presiones, pues cuando la gente se aglomera en el mostrador la queja de uno se multiplica por el número de clientes deficientemente atendidos, y también los - - - ejecutivos de la tienda ejercen una presión grande para que la - - - atención sea fluida.

POLITICAS Y OBJETIVOS

Es recomendable dar a conocer al personal los objetivos del departamento de una manera mas detallada en forma verbal.

FORMAS IMPRESAS

Considerando que éstas son utilizadas diariamente por el personal, es - - recomendable que se llenen adecuadamente sin dejarlas inconclusas, ya --- que de estõ dependerá que no se omitan datos de importancia para el que - los maneja.

SELECCION DEL PERSONAL :

Recomendamos que se realice un análisis de puestos para determinar al - - personal, que reúna las características y requisitos necesarios para - - trabajar en el departamento.

EQUIPO DE TRABAJO :

Recomendamos que periódicamente se le proporcione mantenimiento al equipo de trabajo, como son las máquinas de escribir, calculadoras etc.

Ya que las condiciones en que éstas se encuentran repercuten en el desempeño de las labores de cada empleado.

SUGERENCIAS :

Es recomendable, poner un buzón de sugerencias en el mostrador para - que los clientes manifiesten su opinión; Ya que a través de éstas. Se podra mejorar el buen funcionamiento del departamento.

Colocar un fichero en el mostrador para que conforme vayan llegando - los clientes tomen su ficha. Con el fin de que la gente no se - - - - aglomere, dándoles un servicio más rápido y eficaz.

Recomendamos que periódicamente se impartan cursos sobre el funciona- miento del departamento, a los empleados con la finalidad de que - -- conozcan más ampliamente las funciones y esten actualizados.

COMUNICACION :

Mejorar las relaciones ya existentes entre los empleados a través de- una buena comunicación, evitando formar grupos dispersos.

A N E X O S

PRIMERA PARTE DEL MANUAL DE SERVICIO

AL CLIENTE.

MANUAL DE SERVICIO

PRIMERA PARTE - EL DEPARTAMENTO DE SERVICIO

EL GERENTE DE SERVICIO

1201.- El Gerente de Servicio, o en las tiendas pequeñas, la persona designada por el Gerente de la Tienda para supervisar el SERVICIO AL CLIENTE, tiene una labor que requiere mucho tacto, amabilidad y consideración desde el punto de vista de los demás.

La Dirección del Departamento de Servicio requiere una persona de buen trato, que se lleve bien con todo el mundo. El puesto es de importancia primordial para la tienda, y la persona seleccionada deberá estar interesada en resolver los problemas de los clientes. "Deberá Organizar el departamento y supervisarlos pero nunca dedicarse demasiado al trabajo de oficina de forma que no tenga tiempo para verificar el trabajo de los demás en su departamento".

1202.- Un buen Gerente de Servicio conoce lo relacionado con la Administración, adiestramiento y control de gastos. Puede aliviar a la Gerencia de la tienda de muchos problemas de operaciones. En su calidad de Jefe del Departamento de Servicio (Relaciones), - - deberá estar en contacto con todas las fases de la labor del --

departamento. Las revisiones y análisis que se describen en los párrafos siguientes serán de gran utilidad para mantener un -- departamento con éxito.

SUPERVISION

1203.- Revise diariamente el manejo de correspondencia y las quejas -- por teléfono.

Cerciórese de que los casos más antiguos sean atendidos primero La atención debida evitará que los clientes sigan adelante con una queja, antes de que tomen medidas más serias.

1204.- En ningún caso., no deje pasar más de un día laborable sin -- enviar una respuesta a las cartas de los clientes. El manejo -- rápido y completo la primera vez, ya sea de una queja hecha -- personalmente, por teléfono o por carta, contribuye a que se -- haga mejor el trabajo y sea menor el volumen.

1205.- Mantenga una supervisión de la correspondencia relacionada con asuntos de servicio con su oficina territorial ó con otras -- tiendas de menudeo.

Cerciórese que en las cartas se incluyan todos los detalles -- necesarios para identificar la mercancía y que se explique el -- problema en cuestión.

1206.- Revise frecuentemente las órdenes de servicio pendientes para tener la seguridad de que a todas las órdenes de servicio -- pendientes para tener la seguridad de que a todas las órdenes se les da pronta atención.

1207.- Asegúrese que todas las listas de partes, incluyendo las entregadas a los técnicos de servicio, estén debidamente cuidadas y al día con las nuevas anotaciones y correcciones.

1208.- En todas las tiendas que no les dé servicio una Organización de Servicio Central, deberá hacerse uso completo del "Reporte de Análisis" F64514 Revisado, descrito en los párrafos 3801-a.

1209.- Revise el inventario de partes, para cerciorarse que hay en todo momento una dotación adecuada de las que más se usan en las reparaciones de servicio. (Véase el Suplemento del - - - Manual para el Jefe de División de la División 98.)

CLAVE 7-1

1210.- Mantenga un control constante para tener la seguridad que -- todos los técnicos de servicio obtienen el beneficio completo de todas las publicaciones ó boletines que contienen información de servicio. En donde se emplean técnicos de - - - servicio, es "OBLIGATORIO" celebrar una sesión de adiestramiento de servicio de un mínimo de dos horas cada mes.

- 1211.- Revise constantemente la mercancía que se vende con garantías especiales, para ver que sean sobre la mercancía, y que los vendedores expliquen debidamente los términos de la garantía al cliente.
- 1212.- Vea que la mercancía mecánica sea revisada y que se le dé servicio debidamente antes de la entrega, y reporte los casos en que el no hacer esto da origen a quejas a mayores gastos de servicio. Compruebe que se envíen las tarjetas de inspección, a la sección de servicio mecánico del Departamento de Servicio después de que la mercancía es entregada al cliente.
- 1213.- Cerciórese que las entregas sean programadas correctamente que los clientes sean avisados de cualquier demora y que las ventas de "Retener hasta Avisar", y de "Esperando Mercancía" estén adjuntas, indicando que la mercancía ha sido pedida.
- 1214.- Cerciorése que los R.D.D. señ cerrados pronto.
- 1215.- Mantenga un sistema de recordatorio frecuente de C.O.D.'s. abiertos.
- 1216.- Esté en estrecho contacto con la sección de Mercancía Apartada y con el archivo, para tener la seguridad de que la Mercancía y los pedidos concuerden atrasados no se acumulen.
- 1217.- Coopere con otras divisiones de la Tienda para mantener un servicio satisfactorio, t reporte los casos en que el no cumplir con las instrucciones puede afectar al departamento de servicio.

REPORTESANALISIS DE GASTOS :

1301.- Cada mes de listan, como partidas por separado, en el Reporte - -
Stándart No. 6, las cantidades gastadas durante el mes por nómina
de servicio y servicio a clientes, así como los ingresos por - -
servicio de la tienda. El control de estos renglones y, por tanto
de una parte de la utilidad de la tienda, es responsabilidad direc
ta del Gerente de Servicio.

1302.- El completo conocimiento de los renglones que forman éstas - - -
cifras y las revisiones periódicas de los Ingresos y Gastos de -
Servicio con la Gerencia de la Tienda, producirá mayores utilida
des en las operaciones.

1303.- En los Boletines A-161, Control de Gastos de Tienda, A-182, - -
Patrón de Utilidades de Tienda y A-529, Departamento de Servicio
Reparaciones de Mercancía, de los cuales hay copias en el la -
sección de "BOLETINES", de éste manual, se delinean detalladamen
te los procedimientos que deberán seguirse para mantener un- - -
Departamento de Servicio Operando con utilidades.

ANALISIS DE DEVOLUCIONES :

1304.- El control de las devoluciones especialmente en las divisiones --
de "BIG TICKET", es una responsabilidad principal del Gerente de-
Servicio.

PREPARACION DEL REPORTE :

1305.- Al principio de cada mes llene una hoja extendida para cada -
división, por las razones listadas en la F-69410: En el curso
del mes, al cerrar cada R.D.D., anote la cantidad en la hoja
correspondiente. Al final del mes obtenga, los totales por -
número y cantidad y anotélos en los espacios apropiados del-
Análisis de Mercancia Devuelta por Razón. Saque el total de-
cada columna de división y el total horizontal para determi-
nar el número y valor por razón.

1306.- Obtenga la cantidad del total de ventas brutas para cada - -
división del departamento de auditoría e índiquelo en la - -
línea VI.

Aplique las ventas brutas al total de devoluciones por divi-
sión y anote el porcentaje de devoluciones con las ventas -
como proporción en la línea VII.

ANALISIS :

1307.- Compare los reportes divisionalmente y por razón con los - -
reportes del mes y año anterior. Haga también arreglos para
comparar el análisis con las tiendas más cercanas del mismo-
tamaño aproximadamente. En los casos en que haya evidencia -
de alguna razón o división tiene una proporción mayor de lo-
normal, determine la causa. Trate acerca de los medios de --
corregir la condición con el Superintendente de Operaciones-
(Sub-Gerente), y con el Jefe de División correspondiente, y-
esté al tanto que se tome una medida correctiva.

ADiestRAMIENTO :

1401.- Las labores de oficina de los empleado de Servicio (Relaciones) son muchas y variadas. Los ajustes de quejas necesariamente -- requieren un conocimiento práctico de muchas otras actividades para manejar bien el departamento.

1402.- Analice cada actividad del departamento y prepare un bosquejo de los pasos principales requeridos, Cerciórese que el procedimiento que se sigue en cada trabajo esta de acuerdo con las instrucciones. Ponga los bosquejos en una carpeta de hojas -- listas para usarse en el adiestramiento de nuevos empleados -- y para enseñarle al personal del departamento otras actividades.

CLAVE 13-I

ALGUNAS DE LAS FORMAS QUE SE UTILIZAN EN EL
DEPARTAMENTO DE "SERVICIO AL CLIENTE"

BANDERITAS DE ENTREGA DE MERCANCIA

LUNES

FECHA
ENTREGA
PROHETIDA-----

ZONA-----

MARTES

FECHA
ENTREGA
PROHETIDA-----

ZONA-----

MIERCOLES

FECHA
ENTREGA
PROHETIDA-----

ZONA-----

JUEVES

FECHA
ENTREGA
PROHETIDA-----

ZONA-----

VIERNES

FECHA
ENTREGA
PROHETIDA-----

ZONA-----

SABADO

FECHA
ENTREGA
PROHETIDA-----

ZONA-----

BANDERITA DE ENTREGA ESPECIAL

<p>ESPECIAL</p> <p><small>ENTREGA COSTO</small></p> <p><small>No Demorar esta orden</small></p> <p>AUTORIZADA POR _____</p> <p>FECHA _____</p> <p>DOCUMENTO _____</p> <p>No _____</p> <p>HOJA DE RUTA _____</p> <p>_____</p>

QUEJA DE CLIENTE

(3300)

QUEJA DE CLIENTE

<input type="checkbox"/> SERVICIO	<input type="checkbox"/> INSTALACION	FECHA: _____
<input type="checkbox"/> ENTREGA	<input type="checkbox"/> MERCANCIA	TOmada POR: _____
<input type="checkbox"/> CREDITO	<input type="checkbox"/> OTRO	TURNADA A: _____
CUENTA No. 62 _____		
NOMBRE _____		TIENDA No. _____
DIRECCION _____		APT. _____
CIUDAD _____		No. TELEFONO _____
INSTRUCCIONES PARA LA ENTREGA		
FECHA PROMETIDA _____		FECHA CUMPLIDA _____
No. NOTA DE VENTA _____		
DIR. _____	VEND No. _____	No. COD _____
FECHA VENTA _____	TIPO VENTA _____	
EMPAQUEADA DE: TIENDA <input type="checkbox"/> BOB TIENDA <input type="checkbox"/> CENTRO DE DISTRIBUCION <input type="checkbox"/> FABRICA <input type="checkbox"/>		
CANT. _____	NO. CANTONADO _____	TALLE (PULG./CM) _____
		DESCRIPCION _____
		PRECIO _____
CUEJA _____ <input type="checkbox"/>		
_____ <input type="checkbox"/>		
_____ <input type="checkbox"/>		
_____ <input type="checkbox"/>		
LLAMAR AL CLIENTE EL _____ A LAS _____ HORAS _____		
ESCRIBIR AL CLIENTE EL _____		
FECHA _____		
TRAMITE _____		
MANEJADO POR _____		
FECHA _____		

COPIA ACCION

F-3300 REV. 04-78

NOTA DE VENTA

(1992)

MARLESA DE CV				FILTRACIÓN	
APORTE CREDITO				TIENDA N°	
DIF. VENDO MES DIA AÑO		ENT. PROM. FECHA CAMBIO DENEGADO		APROBAZON	
NUM. DE CUENTA					
NOMBRE					
DIRECCION			DEP.		
CIUDAD			TEL.		
INST. DE EMBAJADE			N. O. NOMBRE DE LA TIENDA		
			CALLE N. O.		
LANE N. O. DE CATALOGO		DESCRIPCION		PRECIO UNITARIO	

- 1 PRECIO _____
- 2 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO _____
- 3 SUB-TOTAL _____
- 4 ENGANCHE _____
- 5 SALDO CONTADO _____
- 6 OTROS CARGOS _____
- 7 TOTAL _____

POR ESTE PAGARE ME OBLIGO INCONDICIONALMENTE A PAGAR A LA ORDEN DE MARLESA DE CV LA CANTIDAD DE \$ _____

QUE APARECE COMO TAL DE ESTE TITULO Y POR PROVENIR DE DISPOSICION DEL CREDITO EN CUENTA A PLAZOS MARLESA. ESTE PAGARE CAUSARA INTERESES MENSUALES SOBRE SALDOS INSOLUTOS SEGUN LO ESTIPULADO EN EL DESGLOSE DE SU COMPRA POR UNOS FIJADOS. EN CASO DE ATRASO EL PAGO MENSUAL CAUSARA ADICIONALMENTE INTERESES MORATORIOS MENSUALMENTE EQUIVALENTES AL 25% DE LOS INTERESES MENSUALES FIJADOS.

LOS INTERESES QUEDAN GRABADOS POR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN TODO TIEMPO PODRA EL CLIENTE LIQUIDAR ANICIPADAMENTE EL CREDITO CON LA CONSIGUIENTE REDUCCION DE LOS INTERESES.

FIRMA DEL CLIENTE _____ ACEPTO _____

MES PAGO DEVENIDO

--	--

TARCA PISAZO / MONETARIO

--	--

A 077650051

TARJETON PARA TRAMITAR DEVOLUCIONES

CAMBIO Y ENTREGAS DE MERCANCIA :

FICID Rev. 6-21-66

C. C. D.

3 C.O.D. N° 103738 Saldo a Cobrar \$

Saldo a Cobrar \$ Saldo a Cobrar \$

1

N° 103738 **2**

BIBLIOGRAFIA

ALVARO ANGUIANO CORGE:

Apuntes de Auditoría Administrativa
Facultad de Contaduría y Administrativa
Universidad Nacional Autónoma de México.

FAMILIARICESA CON "MARILI, S.A."

Noviembre de 1981.

México, D.F.

FERNANDEZ ARENAS J. ANTONIO

La Auditoría Administrativa
Editorial Diana Novena Impresión.
México, 1981.

FERNANDEZ ARENAS J. ANTONIO.

El proceso Administrativo
Editorial Herreo Hermanos
México, 1978.

HAROLD KOONTZ Y CYRIL O DONELL

Elementos de la Administración Moderna
Editorial Mc. Graw Hill,
México, 1979.

LEONARD WILLIAM P.

Auditoría Administrativa

Novena Impresión,

México, 1981.

MANUAL DE SERVICIO AL CLIENTE

Marli, S.A.

Chicago, 1965.

REYES PONCE AGUSTIN

Editorial Limusa,

México, 1982.