

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y

AGROPECUARIAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

SOCIALES



**MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE
VENTAS PARA ESTAFETA MEXICANA S.A. DE .V.**

DISERTACIÓN

Presentada para obtener el grado de Licenciatura en
Negocios y Comercio Internacionales

HÉCTOR MANUEL DÍAZ TORRES

Nogales, Sonora.

Diciembre 2014

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess



UNIVERSIDAD DE SONORA

Unidad Regional Norte, Campus Nogales

Departamento de Ciencias Administrativas y Sociales

Nogales, Sonora. A 8 de Diciembre del 2014

C. Héctor Manuel Díaz Torres
Presente

Con fundamento en el artículo 84, fracción III del reglamento escolar vigente, otorgamos a usted, nuestra aprobación de la fase escrita del examen, como requisito parcial para la obtención del título profesional de la Licenciatura en Negocio y Comercio Internacionales y posteriormente efectuar la fase oral del examen.

El título de la disertación que presento se intitula: *Manual de políticas y procedimientos de ventas para Estafeta Mexicana S.A. de C.V.*

Se extiende la presente para los fines docentes que mejor convengan al interesado.

ATENTAMENTE

Dr. J. Guadalupe Rodríguez Gutiérrez
Director

M.C. Isidro Manzano Torres
Asesor



M.C. Jorge Guillermo Zazueta
Asesor

C.c.p. Dra. Rossana Basurto Álvarez, Jefa de Departamento
C.c.p. Archivo

UNIVERSIDAD DE SONORA
RECIBIDO
DEC 16 2014
HARRA MALDONADO
UNIDAD NOGALES

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES.....	2
CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Objetivo general.....	3
1.3 Objetivos específicos.....	4
1.4 Justificación.....	4
1.5 Delimitaciones y limitaciones.....	5
1.6 Método general.....	6
1.6.1 Técnicas para elaborar un manual.....	6
1.7 Metodología.....	6
1.7.1 Investigación cualitativa.....	6
1.7.2 Población.....	7
1.7.3 Muestra.....	7
1.7.4 Instrumentos de recolección de datos.....	7
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Manuales.....	9
2.1.1 Objetivos.....	10
2.1.2 Características.....	11
2.1.3 Clasificación.....	12
2.1.4 Contenido.....	12
2.2 Procedimientos.....	14
2.2.1 Objetivo.....	17

2.2.2	Características.....	17
2.3	Políticas.....	18
2.3.1	Objetivo.....	18
2.3.2	Características.....	19
2.3.3	Clasificación.....	19
CAPÍTULO 3. MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE		
VENTAS.....		
3.1	Tutoriales.....	20
3.1.1	¿Qué es un tutorial?.....	20
3.1.2	Pasos de un tutorial.....	20
3.2	Alta de cliente nuevo.....	21
3.2.1	¿Qué es el alta de cliente nuevo?.....	21
3.2.2	Documentación para alta de cliente nuevo.....	22
3.2.3	Pasos para dar de alta a un cliente nuevo.....	22
3.3	Extensión de cliente.....	28
3.3.1	¿Qué es la extensión de cliente?.....	28
3.3.2	Documentación necesaria para la extensión de cliente.....	29
3.3.3	Pasos para la extensión de un cliente nuevo.....	29
3.4	Venta servicio día siguiente.....	36
3.4.1	¿Qué es el servicio día siguiente?.....	36
3.4.2	¿Cuál es la venta de servicio día siguiente?.....	37
3.4.3	Pasos para generar la venta del servicio día siguiente.....	37
3.5	Venta servicio 2 días.....	43
3.5.1	¿Qué es el servicio 2 días?.....	43
3.5.2	¿Cuál es la venta del servicio 2 días?.....	43

3.5.3 Pasos para generar la venta del servicio 2 días.....	43
3.6 Venta servicio terrestre.....	49
3.6.1 ¿Qué es el servicio terrestre?.....	49
3.6.2 ¿Cuál es la venta del servicio terrestre?.....	49
3.6.3 Pasos para generar la venta del servicio terrestre.....	49
CONCLUSIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57

RESUMEN

La presente investigación se llevo a cabo en la empresa Estafeta Mexicana S.A. de C.V. con el objetivo de crear un manual de políticas y procedimientos para el departamento de ventas de la empresa.

El estudio se llevo a cabo mediante la obtención de información a través de entrevistas aplicadas a los empleados del departamento de ventas de la empresa.

El resultado de las entrevistas muestra que con un manual de políticas y procedimientos de ventas el personal nuevo o antiguo tendrá la oportunidad estar capacitado sobre sus labores diarias.

En base a los resultados obtenidos se propone a la empresa Estafeta Mexicana S.A. de C.V. proporcionar manuales de políticas y procedimientos de ventas a todo empleado del departamento al que va dirigido.

ABSTRACT

This research was conducted at the company Estafeta Mexicana SA de C.V. in order to create a manual of policies and procedures for the sales department of the company.

The study was conducted by obtaining information through interviews applied to employees in the sales department of the company.

The result of the interviews shows that a manual of policies and procedures, new or old sales staff will have the opportunity to be trained in their daily work.

Based on the results to the company proposes Estafeta Mexicana SA de C.V. provide policy manuals and sales procedures to all employees of the department to which it is addressed.

INTRODUCCIÓN

El 8 de agosto de 1979, se constituye Estafeta Mexicana, S. A. de C. V., primera empresa de mensajería en introducir el servicio puerta a puerta en el país. En 1980, se desarrolló una red de oficinas propias para prestar servicio en 54 ciudades en todo México, en este mismo año se integró la fuerza de ventas. Sin embargo existe una capacitación limitada al personal de ventas para que puedan dominar sus funciones.

Algunos de los problemas que enfrentan los asesores de ventas para realizar su trabajo es que no cuentan con un manual en el cual indique cada paso y procedimiento sobre lo que se debe hacer para cumplir sus actividades laborales. Si un asesor de ventas con experiencia no se encuentra disponible, nadie más puede hacer su trabajo por no contar con un manual de políticas y procedimientos que seguir.

En este sentido, el objetivo de la presente investigación es crear un manual de políticas y procedimientos de ventas que permita transmitir a todo empleado nuevo o antiguo conocimientos y experiencias necesarias para que puedan desempeñar sus funciones al 100%.

Si existiera un manual de políticas y procedimientos los empleados de nuevo ingreso podrían dominar más rápida y correctamente su puesto y esto ayudaría a la empresa para aumentar sus ventas y al empleado para ahorrar tiempo y esfuerzo en sus labores diarias.

ANTECEDENTES

El 8 de agosto de 1979, se constituye Estafeta Mexicana, S. A. de C. V., primera empresa de mensajería en introducir el servicio puerta a puerta en el país. En 1980, se desarrolló una red de oficinas propias para prestar servicio en 54 ciudades en todo México, en este mismo año se integró la fuerza de ventas, Siendo está líder en su ramo a nivel nacional por sus altos números en ventas anuales. Sin embargo existe una capacitación limitada al personal de ventas. Los asesores de ventas aprenden como hacer su trabajo con una inducción faltante de conceptos y procedimientos, lo cual los lleva a preguntar a compañeros ¿Cómo hacer una tarea, o un procedimiento en particular? Sin tener un documento en el cual se puedan apoyar y guiar para realizar todas sus funciones detalladamente.

El manual es una de las herramientas más eficaces para transmitir conocimientos y experiencias, ya que éste documenta la tecnología acumulada hasta ese momento sobre un tema. Los manuales son una de las mejores herramientas administrativas porque le permiten a cualquier organización normalizar su operación. (Álvarez, 2008).

CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Estafeta Mexicana S. A. de C. V., actualmente no existe un manual para los asesores de ventas en el cual indique cada paso y procedimiento de una manera específica sobre qué se debe hacer para cumplir al 100% las actividades laborales. Cada vez que ingresa un asesor de ventas éste tiene que aprender sus funciones preguntando a colegas o conforme se le vayan presentando problemas o circunstancias. Si el asesor de ventas con experiencia no se encuentra disponible, nadie más puede hacer su trabajo por no haber un manual de políticas y procedimientos que seguir. Afectando directamente las ventas de la empresa porque éstas se quedan detenidas de 1 a 2 días, hasta que el asesor de ventas esté disponible.

1.2. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un manual de políticas y procedimientos para el departamento de ventas de Estafeta Mexicana S. A. de C. V., que permita transmitir a todo empleado de nuevo ingreso, del área de ventas, los conocimientos y experiencias necesarios sobre el trabajo de esta área, para que lo pueda desarrollar al 100%. Este manual se debe crear en el departamento de ventas de junio a diciembre del 2014.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revisar la información de ventas de Estafeta Mexicana S. A. de C. V., la cual contenga políticas y procedimientos que actualmente se siguen en la empresa. Solicitando esta información a la gerencia de ventas.
- Analizar las funciones de los servicios que se ofrecen en el departamento de ventas de Estafeta Mexicana S. A. de C. V.
- Recopilar información general y específica del área, mediante observación al personal del departamento de ventas.
- Crear una descripción de la política y procedimiento de los servicios que se ofrecen actualmente en el departamento de ventas.
- Elaborar las políticas y procedimientos del área de ventas que actualmente se ejecutan pero no se encuentran especificadas por escrito.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Los manuales son importantes para cualquier fin del que esté hecho, debido a que estos te llevan paso a paso sobre lo que debes de hacer para lograr un objetivo. Con un manual de procesos y procedimientos se pueden conocer todas las experiencias y conocimientos de una organización. Un manual de políticas y procedimientos, es una herramienta que permite a la organización integrar una serie de acciones encaminadas a que el colaborador nuevo o

antiguo conozca todas las funciones correctamente que debe realizar. (Chávez, & García, 2003).

Si existiera un manual de políticas y procedimientos los empleados de nuevo ingreso podrían dominar más rápida y correctamente su puesto y esto ayudaría a la empresa para aumentar sus ventas y al empleado para ahorrar tiempo y esfuerzo en sus labores diarias.

Por lo anterior, esta investigación está basada en la elaboración de un manual de políticas y procedimientos de ventas para Estafeta Mexicana, S. A. de C. V., considerando la gran importancia para la organización, para los empleados y para sus clientes, así como la agilización de los servicios proporcionados.

1.5 DELIMITACIONES Y LIMITACIONES

DELIMITACIONES

El manual de políticas y procedimientos es únicamente aplicable a la empresa Estafeta Mexicana S. A. de C. V., en el departamento de ventas. Las políticas y procedimientos de ventas que se realizarán son: alta cliente nuevo, extensión de cliente, venta de servicio de entrega día siguiente, venta de servicio de entrega 2 días y venta de servicio de entrega terrestre.

LIMITACIONES

El tiempo limitado que se tiene para hacer el manual de políticas y procedimientos de ventas de Estafeta Mexicana S. A. de C. V., es de junio a

diciembre 2014.

1.6 MÉTODO GENERAL

1.6.1 TÉCNICAS PARA ELABORAR UN MANUAL

Generar la técnica de observación, análisis y registro de las actividades.

Observación. Con la técnica de observación se obtienen y perciben las políticas y procedimientos en forma detallada. Esto se genera haciendo entrevistas y reportes.

Análisis. Lo primero que hay que hacer es saber con exactitud lo que queremos observar. La observación permite describir objetivamente la realidad para analizarla.

1.7 METODOLOGÍA

1.7.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

La investigación cualitativa es un tipo de investigación formativa que ofrece técnicas especializadas para obtener respuestas de fondo acerca de lo que las personas piensan. Esto permite a los responsables de un programa comprender mejor las actitudes, creencias, motivos y comportamientos de una población determinada.

- Un manual debe de contener información básica, tales como una

portada con identificación y nombre de la política o procedimiento que se va a describir.

- Tener un objetivo claro de la política y procedimiento que se describirá.
- Tener plenamente identificados al área y personal de la empresa responsable de cada acción a realizarse.
- Describir las políticas y procedimientos paso a paso sobre lo que se debe de hacer y quién es el responsable de cada tarea.

1.7.2 POBLACIÓN

Personal de ventas de Estafeta Mexicana de la región de Sonora.

1.7.3 MUESTRA

Es igual a la población.

1.7.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ENTREVISTA:

Técnica orientada a obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de los informantes en relación a la situación que se está estudiando. Añade la perspectiva interna para interpretar la realidad, la percepción del mismo sujeto expresada con sus palabras.

OBSERVACIÓN:

La observación es un método de análisis de la realidad que se vale de la contemplación de los fenómenos, acciones, procesos, situaciones... y su dinamismo en su marco natural.

Ventajas de la técnica de la observación:

- Mediante la observación, el analista se familiariza directamente con el trabajo
- El analista puede observar condiciones importantes de trabajo que a menudo constituyen los aspectos distintivos de ciertos puestos.
- El analista puede observar varios puestos al mismo tiempo, sin interferir en la corriente de trabajo.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO

En México la micro, pequeña y mediana empresa constituyen la fuerza económica del país en los diferentes sectores. Estas al igual que la grande empresa, se ven afectadas por la economía mundial, la cual los obliga a regular sus procesos mediante sistemas de calidad para permanecer vigentes en los mercados nacionales e internacionales. Por ello, las empresas deben formalizar su administración ya que los cambios que se están generando con la globalización, exigen mayor crecimiento y competitividad de estas. Sin embargo, en la actualidad la mayoría de ellas presentan problemas en su administración, ya que no tienen documentados los procedimientos y políticas para la realización de algunas actividades en ciertas áreas, por lo que se ha generado descontrol en sus actividades, provocando retrasos en las mismas, duplicidad de funciones lo que ocasiona pérdida de tiempo, mala calidad en el servicio al cliente, así como perjuicio en la imagen y rentabilidad de la empresa. Por lo anterior la presente investigación tiene como objetivo elaborar un manual de políticas y procedimientos de ventas con el fin de formalizar las Políticas y procedimientos, documentando las acciones que se llevan a cabo en cada una de ellas. (Álvarez, M., 2008)

2.1 MANUALES

Un manual es un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática

información y/o instrucciones sobre historia, organización, políticas y/o procedimientos de una organización que se consideren necesarios para la mejor ejecución del trabajo.

Los manuales de procedimientos contienen información sobre el conjunto de operaciones o de etapas que en forma cronológica se establecen para llevar a cabo un determinado tipo de trabajo. Se les conoce también con el nombre de manuales de operación, de prácticas estándar, de introducción sobre el trabajo, de trámites y métodos de trabajo.

El manual es una de las herramientas más eficaces para transmitir conocimientos y experiencias porque estos documentan la tecnología acumulada hasta ese momento sobre un tema. Los manuales son una de las mejores herramientas administrativas porque le permiten a cualquier organización normalizar su operación. (Álvarez, 2008)

2.1.1 OBJETIVOS

El objetivo fundamental de los manuales es explicar en términos accesibles el porqué de las decisiones y el cómo se deben aplicar en la práctica.

Los manuales permiten alcanzar los siguientes objetivos:

- Presentar una visión de conjunto de la entidad
- Precisar las funciones encomendadas a cada unidad administrativa, para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones.
- Contribuir a la ejecución correcta de las labores encomendadas al personal y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- Permitir el ahorro de tiempo y esfuerzos en la ejecución del trabajo,

evitando la repetición de instrucciones y directrices.

- Proporcionar información básica para la planeación e implementación de medidas de modernización administrativa.
- Facilitar el reclutamiento y selección del personal.
- Servir de medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, que facilite su incorporación a las distintas unidades, entre otros.

2.1.2 CARACTERÍSTICAS

Dentro de las características que poseen los manuales se pueden mencionar las siguientes:

- Permite conocer el funcionamiento interior relacionado a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
- Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal, ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
- Auxilian en el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- Intervienen en la consulta de todo el personal
- permiten establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.
- Ayudan a determinar en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
- Facilitan las labores de auditoría y evaluación del control interno.
- Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben de

hacer y cómo deben de hacerlo.

2.1.3 CLASIFICACIÓN

Los manuales se pueden clasificar por su contenido, por su función específica o por su área de aplicación.

Por su contenido pueden ser manuales de: historia de la organización, políticas, procedimientos, contenido múltiple o de servicios al público.

Por su función específica o área de actividad pueden ser manuales de: ventas, producción, finanzas, personal, otras funciones y generales.

Por su área de aplicación pueden ser manuales: macro administrativos, si se refieren al sector público en su conjunto. Micro administrativo si contienen información de una sola entidad. (Álvarez, 2002)

2.1.4 CONTENIDO

Los manuales de procedimientos contienen tres secciones importantes:

- a) Texto: en él se expresan por escrito la información o instrucciones que contiene el procedimiento. El texto describe el procedimiento, enumera las operaciones que lo integra en orden cronológico, precisa en qué consiste cada operación y quién debe ejecutarla, cómo debe ejecutarla, cuándo, dónde y para qué deba ejecutarse. Algunos manuales dividen el texto en capítulos o apartados, según el tema.
- b) Diagramas: un diagrama es un modelo gráfico que representa en forma esquemática y simplificada algún fenómeno administrativo, ya sea de

organización, de procedimiento, etcétera.

- c) Formas: es importante incluir en el manual de procedimientos las formas empleadas en las operaciones secuenciales del procedimiento que se describe. La forma impresa es un objeto sobre el cual se imprimen informes constantes y que cuenta con espacios para que se anote en ellos una información variable.

Simbología utilizada en los diagramas de flujo. Un diagrama de flujo representa en forma gráfica la secuencia que siguen las operaciones de un determinado procedimiento y/o recorrido de las formas o los materiales. Muestran las unidades orgánicas (procedimiento general) o los puestos que intervienen para cada operación descrita y pueden indicar, además, el equipo e instrumentos que se utilicen en cada caso. Se admiten determinados símbolos que denotan un significado preciso y que para cuya utilización se aplican determinadas reglas. Los símbolos que se utilizan generalmente en los diagramas de flujo, son de dos tipos:

- i) Símbolos abstractos: se trata en su mayoría de perfiles de figuras geométricas a las que se atribuye convencionalmente un significado, por ejemplo, algunas operaciones que ejecuta o experimenta una persona, una máquina, un material, un documento o dato.

Se utiliza la simbología SME (*América Society of Mechanical Engineers*) para representar flujos de materiales o personas y la simbología ANSI (*American Nacional Standard Institute*) para representar flujos de información.

- ii) Símbolos figurativos: se trata de fotografías, dibujos o caricaturas que representan alguna operación que ejecuta o experimenta una

persona, máquina, un material, un documento o dato.

2.2 PROCEDIMIENTOS

Los procedimientos determinan el orden en el cual se deben realizar las actividades, mas no indican la manera en la que deben realizarse, pues de eso se encargan los métodos, mismos que están implícitos en los procedimientos. Así mismo un método es aquel que detalla la forma exacta de cómo ejecutar una actividad previamente establecida, la cual puede ser rutinaria y repetitiva. Como se puede observar los métodos son parte de los procedimientos.

En base a lo anterior se puede afirmar que para determinar que cada individuo se apegue a sus actividades es conveniente documentarlas por medio de procedimientos donde se especifiquen detalladamente lo que debe hacerse; generalmente, los procedimientos que se usan dentro de una empresa son informales y eso se observa fácilmente a través de las costumbres y hábitos de las personas. Cuando dichos procedimientos se ponen por escrito permiten que el usuario siga tranquilamente por un camino seguro previamente probado. Los procedimientos son fundamentales para planear adecuadamente, son importantes porque determinan el orden lógico que deben seguir las actividades, promueven la eficiencia y especialización, delimitan responsabilidades, evitan duplicidades; determinan como deben ejecutarse las actividades y también cuando y quien debe realizarlas y son aplicables en actividades que se presentan respectivamente.

Como se puede observar, la formalización en las organizaciones es esencial para su crecimiento y permanencias ya que independientemente de su tamaño,

requieren estandarizar y sistematizar sus procesos a efecto de cumplir con eficiencia y eficacias los objetivos establecidos. Algunos autores afirman que una de las estrategias para el desarrollo de un organismo lo constituye la documentación de sus sistemas y en ese orden se hace evidente la necesidad de contar con un programa de revisión constante sobre los sistemas, métodos, políticas y procedimientos en la ejecución operativa, que permita descubrir, evaluar y corregir desviaciones de los planes originales. (Franklin, & Gómez, 2002).

La administración ha desarrollado un gran número de técnicas que ayudan a lograr una adecuada sistematización, tanto del nivel estratégico, del administrativo y del operativo. Una de ellas son los manuales, los cuales son considerados instrumentos de comunicación que indican las actividades a ser cumplidas por los empleados y la forma en que éstas deben ser realizadas. (Rodríguez, 2002). Este autor también considera que el empleo de los manuales se creó como auxiliar para obtener el control deseado del personal de una organización y la política, estructura funcional, procedimientos y otras prácticas del organismo para el que está trabajando, pueda dársele de una manera sencilla, directa, uniforme y autorizada mediante los manuales.

Así mismo, comenta que los manuales deben reservarse para información de carácter estable, referida a la estructura funcional, la estructura de procedimientos, aspectos técnicos, etc. De la misma manera este autor define un manual administrativo como un instrumento de control sobre la actuación del personal, pero también es algo más, ya que ofrece la posibilidad de dar una forma más definida la estructura organizacional de la empresa.

Analizados los conceptos anteriores se puede concluir que un manual es un

instrumento que apoya a la organización formal en las sistematizaciones de sus actividades y es considerado como medio de comunicación eficaz para transmitir conocimientos y experiencias.

Toda empresa tiene la necesidad imperiosa de contar con manuales administrativos debido a la complejidad de sus estructuras, volumen de operaciones, recursos que se les asignan, demanda de productos y/o servicios por parte de los clientes o usuarios, así como por la adopción de la tecnología avanzada para atender en forma adecuada la dinámica organizacional. Por ello, es indispensable este tipo de instrumentos ya que apoyan a las empresas en sus actividades, de tal manera que se hace necesario contar con estas herramientas en cualquier organismo social. (Franklin, & Gómez, 2002).

Como bien se dice toda actividad conlleva a un proceso, es necesario dar a conocer los pasos a seguir en la elaboración de un manual. Se afirma que no existe un modelo establecido para elaborarlos, sin embargo propone un proceso que se utiliza frecuentemente en la práctica, el cual contiene pasos como: recopilación de la información, procesamiento de la información, redacción, elaboración de gráficas, formato y composición, revisión y aprobación, distribución y control y revisión y actualización. (Rodríguez, 2002).

Como se puede observar para la realización de los manuales administrativos se requiere seguir un proceso, sin embargo, cada empresa definirá la forma de llevarlo a cabo de acuerdo a sus necesidades y a las operaciones que se practiquen. Como ya se dijo, no hay un proceso establecido, pues cada organismo lo hará específico o general según su conveniencia.

2.2.1 OBJETIVO

Los manuales de procedimientos tienen como objetivo compilar de forma ordenada, secuencial y detallada las operaciones a cargo de la institución, los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su participación en dichas operaciones y los formatos a utilizar para la realización de las actividades institucionales agregadas en procedimientos, uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración, determinar en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores, facilitar las labores de auditoría la evaluación del control interno y su vigilancia, aumentar la eficiencia de los empleados indicándoles lo que deben de hacer y cómo deben de hacerlo, ayudar en la coordinación del trabajo y evitar duplicidad de funciones y constituir una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, políticas, procedimientos y métodos. (Franklin, 2002).

2.2.2 CARACTERÍSTICAS

En un manual de procedimientos se incluye en su contenido el diagrama de flujo, siendo uno de los aspectos fundamentales a tomar en cuenta en la realización de actividades o procesos que deben seguirse en el desarrollo de las funciones de un área o departamento.

Se define a un diagrama de flujo como las representaciones simbólicas o pictóricas de un procedimiento. Son la representación de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o recorrido de formas o

materiales, en donde se muestren las unidades administrativas o los puestos que intervienen en cada operación descrita. El diagrama de flujo es la técnica utilizada para representar gráficamente los procedimientos y muestran las unidades administrativas que intervienen. (Rodríguez, 2002).

En base a lo anterior, se concluye que un diagrama de flujo es una representación gráfica utilizada para describir simbólicamente las etapas de un procedimiento.

2.3 POLÍTICAS

Las políticas en los manuales de procedimientos son decisiones que toman la gerencia o dirección de la empresa con el fin de normar criterios sobre ciertas áreas o departamentos de la organización y que deberían seguirse o cumplirse y que no podrán modificar los empleados o funcionarios excepto quienes las hayan establecido o creado.

Las políticas son criterios de uso diario y que están establecidas en todas las organizaciones tanto comerciales, industriales, de servicio, etc. Existen en las empresas públicas como privadas. (Fred, 2003)

2.3.1 OBJETIVO

El objetivo de las políticas en los manuales se establece con el fin de lograr mejores resultados en la organización, de fijar el criterio de la gerencia o dirección de las empresas con respecto a las actividades y procedimientos con el objeto del logro de las metas.

2.3.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS POLÍTICAS

Principales características en los manuales de procedimientos:

- Son exclusivas de la alta gerencia o dirección de las empresas.
- Pueden modificarse en el momento que lo deseen.
- Se establecen a fin de formar criterios en la organización.
- Son creadas de acuerdo a la necesidad de cada área o departamento según sea la conveniencia.
- Se busca obtener beneficios para la empresa, empleados y los clientes.
- Existen políticas administrativas, de ventas, organización, producción, recursos humanos, etc.

2.3.3 CLASIFICACIÓN

Las políticas se clasifican según el área de aplicación:

- a) Políticas Administrativas, aquellas asignadas exclusivamente a esta área, le concierne lo relacionado a la propia administración de la empresa como contabilidad, finanzas, recursos humanos, crédito y cobranza, etc.
- b) Políticas de Ventas, establecidas en el departamento comercial y que está relacionado con las ventas, clientes, promotores, etc.
- c) Políticas de Producción, creadas para el área productiva, es decir para el personal de obra directa, equipo, control de calidad, etc.

CAPÍTULO 3. MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE VENTAS

3.1 TUTORIALES

3.1.1 ¿QUÉ ES UN TUTORIAL?

Un tutorial es una serie de instrucciones conectadas, una guía paso a paso que busca enseñar una tarea. Esta debe tener todo lo necesario para que el usuario encuentre una solución a su problema o inquietud.

3.1.2 PASOS DE UN TUTORIAL

TÍTULO Y DESCRIPCIÓN

El título y la descripción deben de ser lo suficientemente claros para que el lector determine si desea seguir leyendo o no.

OBSERVACIONES

Las observaciones dependen sobre lo que se va a escribir. Pueden ser simples consejos o una explicación de los métodos y programas que se utilizaran.

PASO A PASO

Todos los tutoriales deben de llevar un paso a paso claro y conciso; sin

palabras de más que distraigan la atención del lector. No se debe dejar ningún paso a la comprensión del lector.

NUMERACIÓN

Sirve para la comprensión y la estructuración del tutorial. Obliga a seguir un orden al lector sin saltarse de nada. Numerando se pueden hacer referencias a puntos anteriores.

RETROALIMENTACIÓN

Siempre se debe de dejar un canal de comunicación abierto para las dudas. Los lectores pueden detectar errores en el tutorial o pueden agregar información valiosa.

3.2 ALTA DE CLIENTE NUEVO

3.2.1 ¿QUÉ ES EL ALTA DE CLIENTE NUEVO?

El alta de cliente nuevo es cuando se registra por primera vez en el sistema de estafeta el RFC. A éste se le asigna un número de cliente y que no ha facturado en alguna sucursal de estafeta en envíos esporádicos.

3.2.2 DOCUMENTACIÓN PARA ALTA DE CLIENTE NUEVO

Para llevar a cabo el alta de un cliente nuevo, es necesario vigilar el cumplimiento de los siguientes pasos:

Paso 1: Contar con los documentos completos del cliente a registrar.

Paso 2: Los documentos son:

a) RFC inscripción ante hacienda.

Nota: Identifique que en el RFC se encuentre la razón social y el domicilio del cliente.

b) Comprobante de domicilio fiscal no mayor a 3 meses.

Nota: El comprobante debe de ser igual al domicilio del RFC.

c) IFE por ambos lados.

d) Cotización firmada por el cliente.

e) Herramienta de valuación autorizada.

f) Buzón e.

3.2.3 PASOS PARA GENERAR ALTA DE CLIENTE NUEVO

Paso 1. Una vez que se tengan todos los documentos completos, se debe de ingresar al sistema **SAP NETWEAVER** de estafeta para iniciar el alta de cliente nuevo.

Paso 2. Introduzca su **IDENTIFICACIÓN USUARIO, CLAVE DE ACCESO** y de clic en **ACCEDER AL SISTEMA**.



Paso 3. Ingrese a **GESTIÓN DE CUENTA**, después a **CUENTAS** y por último a **CUENTA EMPRESA**.

Paso 4. En el bloque de **CUENTA: DETALLES** se realiza la captura de los campos **DATOS GENERALES**, **DIRECCIÓN PRINCIPAL Y DATOS DE COMUNICACIÓN**.

Cuenta: Detalles		Tratar	
Datos generales		Dirección principal y datos de comunicación	
ID		Calle/Número*	OBREGON 150
Tratamiento*	PM	Código postal/Pobla...	84000 NOGALES
Nombre 1*	ENVIO PATITO SA DE CV	País*	MX Mexico
Nombre 2		Región*	SON Sonora
Nombre 3		Distrito*	CENTRO
Nombre 4		Idioma*	ES Español
Persona física	<input type="checkbox"/>	País (Teléfono)*	ES 6313111500
VIP		Fax/Extensión	MX
Tp. Interlocutor		Correo electrónico	enviospatito@hotmail.com
Concepto búsqueda*	ENV101114	Sitio Web	
Grupo autorizaciones	0320		

Nota. Cuando se registren los datos dar un enter para actualizar la pantalla.

Paso 5. Realizar la captura de los campos obligatorios de **SEGMENTACIÓN DE CLIENTES**. Una vez capturados los datos se da un enter para actualizar la pantalla.

Cuenta de empresa: Nvs
 Grabar | Cancelar | Nuevos

Grupo cuentas

Segmentación de Clientes

Sector* Transporte Sub... Servicios []

Nivel de Dec... Operativo

Segmentos: ... Segmento D...
 Propuesta d... Otros Servic...

Cantidad de... Entre 11 Y Ventas Anu... Menos De
 % de Partici... 100% Vol. Mensua... Menos De
 Oportunidad... Mensajería Competidor ... No Aplica
 Competidor 2 No Aplica Competidor 3 No Aplica
 Gto. Servi...

Paso 6. En el bloque de **ROLES** en el campo de función seleccionar **“interesados”**

Roles Tratar lista

Insertar

Acci...	Función	Función
	Interesados	Interesados

Paso 7. Asignado el **ROL** dar clic en **GRABAR**.

Paso 8. Para asignar al asesor de ventas que atenderá al cliente, ir al bloque de **RELACIONES**. En el campo de **RELACIÓN** seleccionar la opción de **TIENE EL EMPLEADO RESPONSABLE** y en el campo de **IDENTIFICADOR DE**

INTERLOCUTOR ingresar el número del asesor de ventas y dar un enter para actualizar la pantalla.

Paso 9. En el campo de **ID DE ORGANIZACIÓN DE VENTAS**, dar clic y seleccionar la organización de ventas a la que pertenece el asesor.

Paso 10. En el campo de **FUNCIÓN E INTERLOCUTOR** seleccionar **REPRESENTANTE DE VENTAS** y dar clic en **BACK**.

ID de organización de...	Canal de distribución	Sector	Función de interlocutor	Estandar
O 50000913	ASESORES DE VEN...	MENSAJERIA Y PAQ	Representante de ve	<input type="checkbox"/>

Paso 11. En caso que el prospecto tenga un proveedor de servicios de mensajería y paquetería, deberá de asignarse la **COMPETENCIA**, en el bloque de **RELACIONES** dar clic en **NUEVOS** y en el campo de **RELACIÓN** seleccionar la opción **COMPETENCIA**.

Paso 12. En el campo **IDENTIFICADOR DE INTERLOCUTOR** dar clic para realizar la búsqueda, capturar el nombre de la competencia y dar clic en **BÚSQUEDA** en **LA LISTA DE RESULTADOS** dar clic en la competencia.



Paso 13. Una vez seleccionada la competencia dar clic en **BACK**



Paso 14.- Una vez asignada la relación de **EMPLEADO RESPONSABLE** y **COMPETENCIA** dar clic en **GRABAR**.

Paso 15. Continuando con los datos de la competencia ir al bloque de **ATRIBUTOS DE MARKETING** y en el campo de **GRUPO DE ATRIBUTOS** seleccionar **PARTICIPACIÓN** y registrar la información que corresponda en el campo de **VALOR** y dar clic en el icono de **GRABAR**.

▼ Atributos de marketing		Tratar lista	
Insertar			
Acci...	Grupo de atributos	Atributo	Valor
	PARTICIPACION	Cliente Compartido	SI
	PARTICIPACION	PARTICIPACION_ESTAFETA	80 %
	PARTICIPACION	PRICIPAL_COMPETIDOR	DHL

Paso 16. En el bloque de **PERSONA DE CONTACTO** dar clic en **NUEVOS** y llenar los campos.

✓ Back

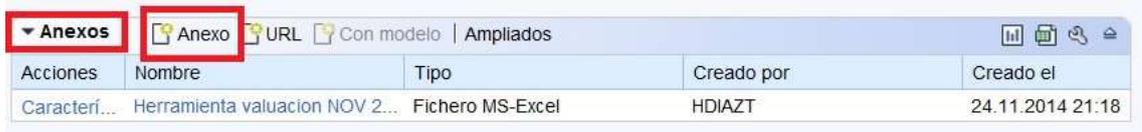
Persona de contacto: Crear rápido

ID de persona de co...	8653259	Dir.	OBREGON 150 / 84000 NOGALES
Tratamiento	Srta.	Estándar	<input type="checkbox"/>
Título académ.		País (teléfono)	ES 6313111500
Nombre de pila	CARMEN	País (fax)	
Apellidos*	MIRANDA	País (teléfono móvil)	
Fecha nac.		Dir. cor. elec.	enviospatito@hotmail.com
Idi. correspondencia	ES Español	Datos Persona de Contacto	
Inicio de validez	01.01.0001	VIP	Dirección
Fin de validez	31.12.9999	Departamento	0002 Compras
		Función	02 Jefe de compras
		Poder	Poder general

Paso 17. Una vez llenados los campos requeridos de la persona de contacto dar clic en **BACK** y después en **GRABAR**.

Paso 18. El campo de **ANEXOS** es utilizado para anexar todos los documentos completos del cliente (RFC, comprobante de domicilio, IFE ambos lados, cotización firmada, herramienta de valuación, buzón e y formato de actualización de datos maestros). Para anexar archivos ir al campo de **ANEXOS** dar clic en **ANEXO** y después dar clic en **EXAMINAR** se busca el archivo que se va anexar, se selecciona y se da clic en **AÑADIR**. Este paso se

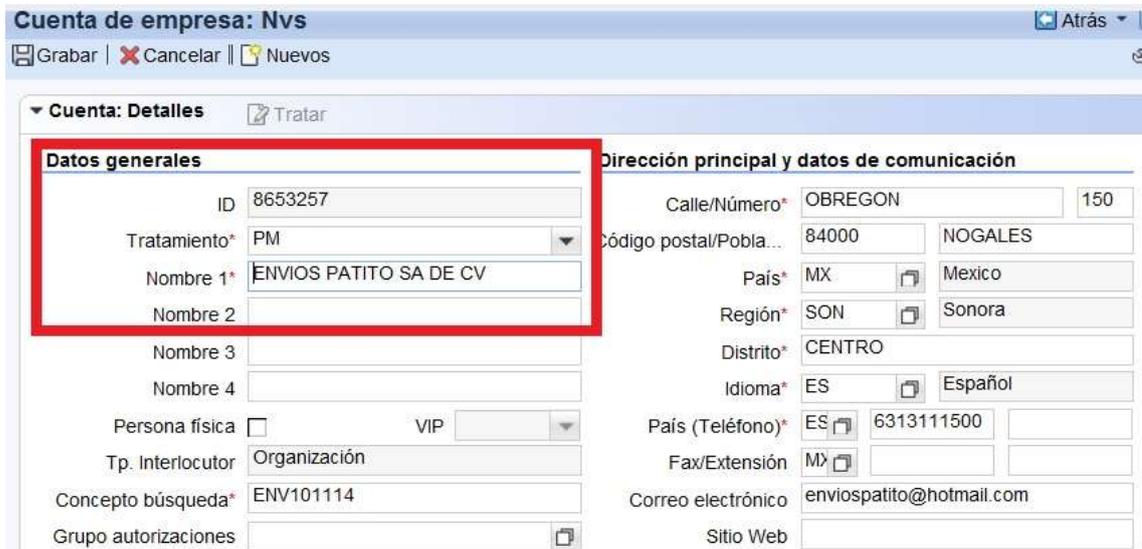
repite hasta subir todos los documentos.



Acciones	Nombre	Tipo	Creado por	Creado el
Caracterí...	Herramienta valuación NOV 2...	Fichero MS-Excel	HDIAZT	24.11.2014 21:18

Paso 19. Una vez que se hayan anexado todos los documentos, dar clic en **GRABAR**.

Paso 20.- Enviar correo electrónico al encargado de la gerencia de ventas solicitando el alta de cliente nuevo, enviando el numero de **ID, TRATAMIENTO Y NOMBRE DEL CLIENTE** que se ubica en **DATOS GENERALES**. También enviar todos los documentos adjuntos.



Cuenta de empresa: Nvs Atrás

Grabar | Cancelar | Nuevos

Cuenta: Detalles Tratar

Datos generales

ID	8653257
Tratamiento*	PM
Nombre 1*	ENVIOS PATITO SA DE CV
Nombre 2	
Nombre 3	
Nombre 4	
Persona física	<input type="checkbox"/> VIP
Tp. Interlocutor	Organización
Concepto búsqueda*	ENV101114
Grupo autorizaciones	

Dirección principal y datos de comunicación

Calle/Número*	OBREGON	150
Código postal/Pobla...	84000	NOGALES
País*	MX	Mexico
Región*	SON	Sonora
Distrito*	CENTRO	
Idioma*	ES	Español
País (Teléfono)*	ES	6313111500
Fax/Extensión	MX	
Correo electrónico	enviospatito@hotmail.com	
Sitio Web		

3.3 EXTENSIÓN DE CLIENTE

3.3.1 ¿QUÉ ES LA EXTENSIÓN DE CLIENTE?

Se refiere a la extensión que se realiza de un cliente de PDV (punto de venta) a un GDV (gerencia de ventas). Esto sucede cuando un cliente esporádico desea comprar guías pre pagadas

3.3.2 DOCUMENTACIÓN NECESARIA PARA EXTENSIÓN DE CLIENTE

Para llevar a cabo la extensión de cliente, es necesario vigilar el cumplimiento de los siguientes pasos:

Paso 1: Contar con los documentos completos del cliente a registrar.

Paso 2: Los documentos son:

1.RFC inscripción ante hacienda.

Nota: Identifique que en el RFC se encuentre la razón social y el domicilio del cliente.

2. Comprobante de domicilio fiscal no mayor a 3 meses.

Nota: El comprobante debe de ser igual al domicilio del RFC.

3. IFE por ambos lados.

4. Cotización firmada por el cliente.

5. Herramienta de valuación autorizada.

6. Buzón e.

7. Formato de extensión de cliente.

3.3.3 PASOS PARA EXTENDER UN CLIENTE.

Paso 1.- Una vez que se tengan todos los documentos completos, se debe de ingresar al sistema **SAP NETWEAVER** de estafeta para iniciar el alta de cliente

nuevo.

Paso 2.- Introduzca su **IDENTIFICACIÓN USUARIO, CLAVE DE ACCESO** y de clic en **ACCEDER AL SISTEMA**.



Paso 3.- Ingrese a **GESTIÓN DE CUENTAS** después de clic en **CUENTAS**. En los **CRITERIOS DE BÚSQUEDA** seleccione alguna opción para hacer la búsqueda del cliente que desea extender y de un enter o clic en **BÚSQUEDA**.



Paso 4.- En la **LISTA DE RESULTADOS** aparecerá el cliente y le da clic encima del nombre para generar la extensión.

ID	Nom.	Concepto ...	Tel.	Calle
5067305	TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV	TAM9811...	+52 (6313...	BOULEVARD DC

Paso 5.-En el bloque de **CUENTA: DETALLE** se debe de cotejar la información del sistema con la del cliente y actualizarla si es necesario.

Cuenta de empresa: TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV / 84080 NOGALES...

Grabar | Cancelar | Nuevos

Cuenta: Detalles Tratar

Datos generales	Dirección principal y datos de comunicación
ID: 5067305	Calle/Número: BOULEVARD DOCTOR IGN... 52
Tratamiento: FM	Código postal/Pobla: 84080 NOGALES
Nombre 1: TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE...	País: MX Mexico
Nombre 2:	Región: SON Sonora
Nombre 3:	Distrito: LOMAS DE NOGALES NO 2
Nombre 4:	Idioma: ES Español
Persona física: <input type="checkbox"/>	País (Teléfono): MX 6313141612
Tp. Interlocutor: Organización:	Fax/Extensión: MX
Concepto búsqueda: TAM9811275	Correo electrónico: jgomez@amsa.com.mx
Grupo autorizaciones: 0320	Sitio Web:

Paso 6.- En el bloque de **ROLES** en el campo de función seleccionar **“interesados”**

Roles Tratar lista

Insertar

Acci...	Función	Función
	Interesados	Interesados

Paso 7.- Asignado el **ROL** dar clic en **GRABAR**.

Paso 8.- Para asignar al asesor de ventas que atenderá al cliente, ir al bloque de **RELACIONES** y dar clic en el icono **NUEVOS** en el campo de **RELACIÓN** seleccionar la opción de **TIENE EL EMPLEADO RESPONSABLE** y en el

campo de **IDENTIFICADOR DE INTERLOCUTOR** ingresar el número del asesor de ventas y dar un enter para actualizar la pantalla.

Paso 9.- En el campo de **ID DE ORGANIZACIÓN DE VENTAS**, dar clic y seleccionar la organización de ventas a la que pertenece el asesor.

Paso 10.- En el campo de **FUNCIÓN E INTERLOCUTOR** seleccionar **REPRESENTANTE DE VENTAS** y dar clic en **BACK**.

ID de organización de...	Canal de distribución	Sector	Función de interlocutor	Estándar
O 50000913	ASESORES DE VEN...	MENSAJERIA Y PAQ	Representante de ve	<input type="checkbox"/>

Paso 11.- En caso que el prospecto tenga un proveedor de servicios de mensajería y paquetería, deberá de asignarse la **COMPETENCIA**, en el bloque de **RELACIONES** dar clic en **NUEVOS** y en el campo de **RELACIÓN** seleccionar la opción **COMPETENCIA**.

Paso 12.- En el campo **IDENTIFICADOR DE INTERLOCUTOR** dar clic para realizar la búsqueda, capturar el nombre de la competencia y dar clic en **BÚSQUEDA** en **LA LISTA DE RESULTADOS** dar clic en la competencia.

Búsqueda: Cuentas - Diálogo de página web

Suprimir campos de búsqueda

Criterios de búsqueda

Buscar Cuentas de empresa

Función es Competencia
Nombre 1/Apellido es FEDEX
Población es
ID de cuenta es

Cantidad máxima de resultados 100

Búsqueda Reincial

Lista de resultados: se han encontrado 1 Cuenta

ID	Nombre 1	Tel.	Calle	Población	Región	País
7020696	FEDEX	+52 (1(55)52288...	AV. VASCO DE ...	ALVARO OBRE...	Distrito Federal	Mexico

Paso 13.- Una vez seleccionada la competencia dar clic en **BACK**.

Cuenta de empresa: TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV / 84080 NOGALES... Atrás

Back

Relaciones

Relación Competencia

Identificador de inter... 7020696

Descripción FEDEX / 01207 ALVARO OBREGON-PI

Estándar

IniValidez 24.11.2014

Fin de validez 31.12.9999

Paso 14.- Una vez asignada la relación de **EMPLEADO RESPONSABLE** y **COMPETENCIA** dar clic en **GRABAR**.

Paso 15.- Continuando con los datos de la competencia ir al bloque de **ATRIBUTOS DE MARKETING** y en el campo de **GRUPO DE ATRIBUTOS** seleccionar **PARTICIPACIÓN** y registrar la información que corresponda en el campo de **VALOR** y dar clic en el icono de **GRABAR**.

▼ Atributos de marketing		
Tratar lista		
Insertar		
Acci...	Grupo de atributos	Atributo
	PARTICIPACION	Cliente Compartido
	PARTICIPACION	PARTICIPACION_ESTAFETA
	PARTICIPACION	PRICIPAL_COMPETIDOR
		Valor
		SI
		50 %
		FEDEX

Paso 16.- En el bloque de **PERSONA DE CONTACTO** dar clic en **NUEVOS** y llenar los campos requeridos.

Cuenta de empresa: TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV / 84080 NOGALES... Atrás

Back

Persona de contacto: [Crear rápido](#)

ID de persona de co...	8653260		
Tratamiento	PF	Dir.	BOULEVARD DOCTOR IGNACIO A
Título académ.		Estándar	<input type="checkbox"/>
Nombre de pila	JESUS	País (teléfono)	MX 6313141612
Apellidos*	GOMEZ	País (fax)	
Fecha nac.		País (teléfono móvil)	
Idi. correspondencia	ES Español	Dir.cor.elec.	kgomez@amsa.com.mx
Inicio de validez	01.01.0001	Datos Persona de Contacto	
Fin de validez	31.12.9999	VIP	Dirección
		Departamento	0002 Compras
		Función	02 Jefe de compras
		Poder	Poder general

Paso 17.- Una vez llenados los campos requeridos de la persona de contacto dar clic en **BACK** y después en **GRABAR**.

Paso 18.- El campo de **ANEXOS** es utilizado para anexar todos los documentos completos del cliente (RFC, comprobante de domicilio, IFE ambos lados, cotización firmada, herramienta de valuación, buzón e y formato de actualización de datos maestros). Para anexar archivos ir al campo de

ANEXOS dar clic en **ANEXO** y después dar clic en **EXAMINAR** se busca el archivo que se va anexar, se selecciona y se da clic en **AÑADIR**. Este paso se repite hasta subir todos los documentos.

Acciones	Nombre	Tipo	Creado por	Creado el
	Herramienta valuacion NOV 2...	Fichero MS-Excel	HDIAZT	24.11.2014 21:18

Paso 19.- Una vez que se hayan anexado todos los documentos, dar clic en **GRABAR**.

Paso 20.- En el bloque de **LEADS** dar clic en **NUEVOS**, después llenar los campos en blanco los cuales son:

DESCRIPCIÓN, INTERESADOS, PERSONA DE CONTACTO, REPRESENTANTE DE VENTAS, CAMPAÑA (SI APLICA), NIVEL DE VALORACIÓN DE LEAD, FECHA FINAL, STATUS, PRIORIDAD, ORIGEN Y GRUPO.

Iniciativa: 7000139125, CLIENTE RECUPERADO, PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV

Grabar | Cancelar | Nuevos | Operación subsig. | Salda | Sigue +

Clase: Iniciativa
ID: 7000139125
Fecha de inicio: 07.11.2014
Fecha final: 07.11.2014

Descripción: CLIENTE RECUPERADO
Interesados: PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV
Dirección del interesado: BOULEVARD DOCTOR IGNACIO A LA TORRE 52 / 84080 NI
Persona de contacto principal: JESUS GOMEZ
Creado por: HDIAZT
Representante de Ventas: HECTOR MANUEL DIAZ TORRES
Campaña: []
Descripción de campaña: []

Cualificación: Nivel de valoración de lead: Muy probable
Clasificación: []

Status: []
Justificación: []
Desde: 07.11.2014

Prioridad: Media
Origen: Base de datos
Grupo: Inicitiva propia

Paso 21.- Una vez llenados los campos requeridos dar clic en **GRABAR**.

Paso 22.- Para hacer cambios o actualizaciones en la **LEAD**, dar clic en **TRATAR**. Una vez que se hayan hecho las actualizaciones o cambios se da clic en **GRABAR**.

Paso 23.- Enviar correo electrónico al encargado de la gerencia de ventas solicitando la extensión de cliente de pdv a gdv, enviando el número de **ID**, **TRATAMIENTO Y NOMBRE DEL CLIENTE** que se ubica en **DATOS GENERALES**. También enviar todos los documentos adjuntos.

Cuenta de empresa: TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV / 84080 NOGALES-LOMA	
Grabar Cancelar Nuevos	
Cuenta: Detalles Tratar	
Datos generales	Dirección principal y datos de comunicación
ID: 5067305	Calle/Número: BOULEVARD DOCTOR IGNACIO... 52
Tratamiento: PM	Código postal/Población: 84080 NOGALES
Nombre 1: TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV	País: MX Mexico
Nombre 2:	Región: SON Sonora
Nombre 3:	Distrito: LOMAS DE NOGALES NO 2
Nombre 4:	Idioma: ES Español
Persona física: <input type="checkbox"/>	País (Teléfono): MX 6313141612
Tp. Interlocutor: Organización	Fax/Extensión: MX
Concepto búsqueda: TAM9811275	Correo electrónico: jgamez@amsa.com.mx
Grupo autorizaciones: 0320	Sitio Web:
Integración R/3	

3.4 VENTA SERVICIO DÍA SIGUIENTE

3.4.1 ¿QUÉ ES SERVICIO DÍA SIGUIENTE?

Es el servicio de mensajería y paquetería con una garantía de entrega al día siguiente hábil entre 9 a.m. a 6 p.m. de lunes a viernes, con cobertura a más de 138 ciudades de la República Mexicana.

3.4.2 ¿CUÁL ES LA VENTA DE SERVICIO DÍA SIGUIENTE?

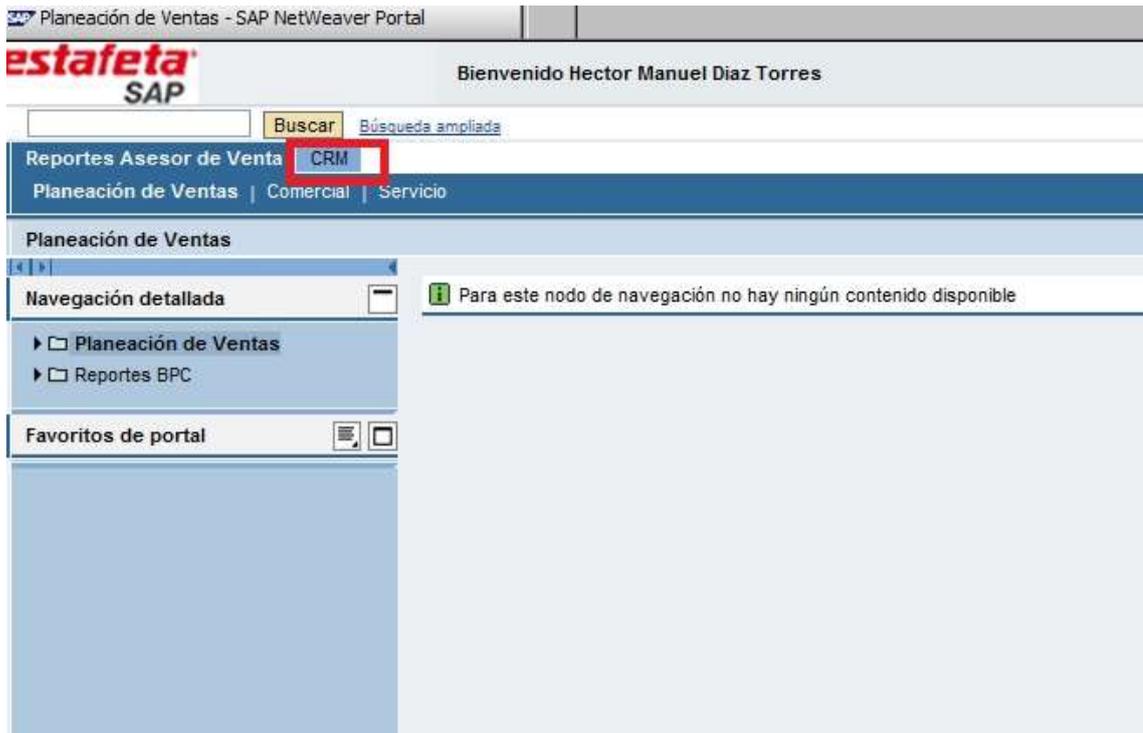
Es la operación subsiguiente de una oportunidad ganada.

3.4.3 PASOS PARA GENERAR LA VENTA DEL SERVICIO DÍA SIGUIENTE

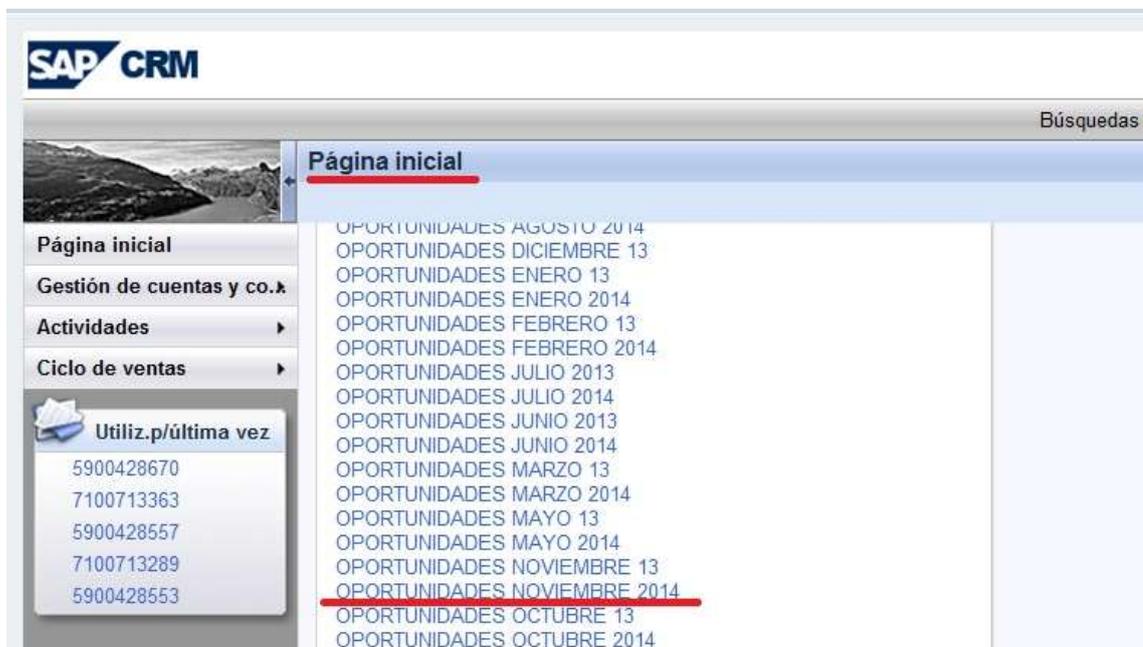
Paso 1.- Se debe de ingresar al sistema CRM de estafeta para iniciar la venta del servicio.



Paso 2.- Al ingresar al sistema se debe seleccionar la opción **CRM**.



Paso 3.- En la **PAGINA PRINCIPAL** debes ingresar en la opción de **OPORTUNIDADES** del mes en el que te encuentres para generar la oportunidad del cliente al que se le hará la venta.

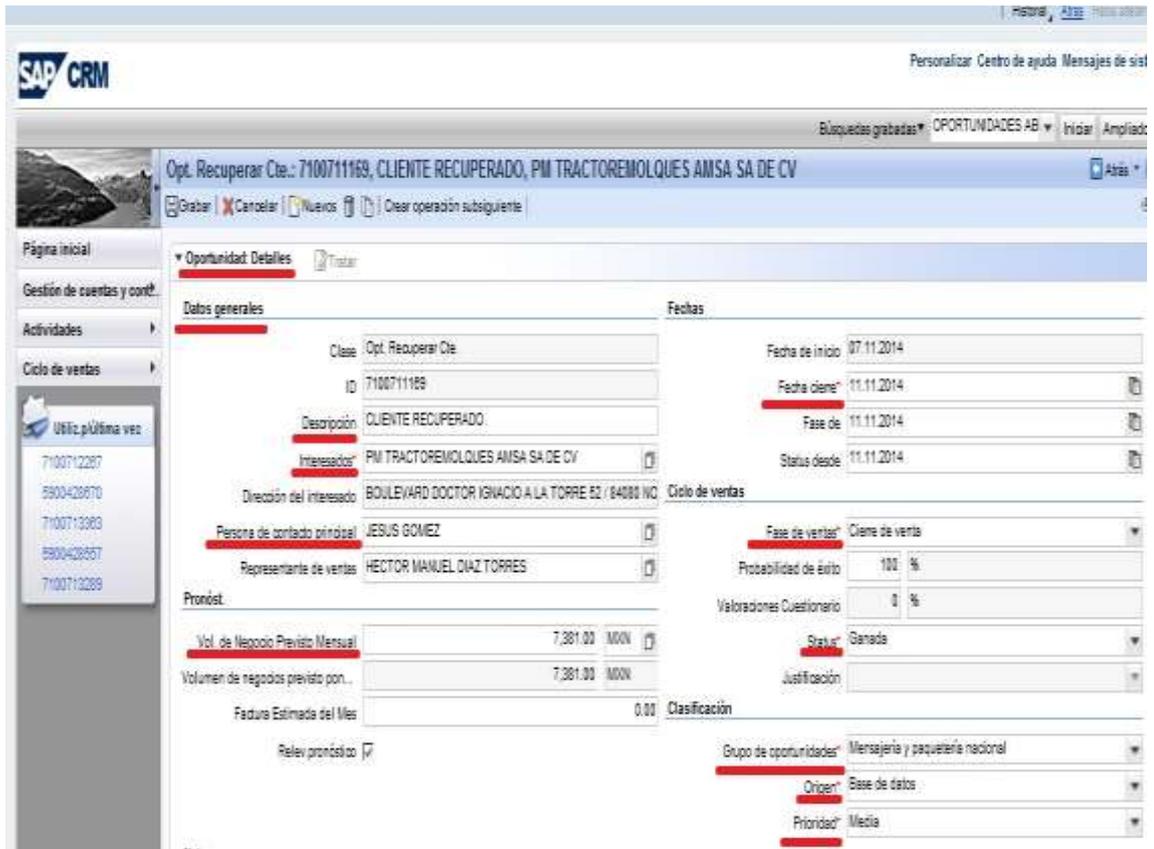


Paso 4.- Dar clic en el icono de **NUEVOS** para crear la oportunidad. Se abrirá una pantalla y en el campo de **DENOMINACIÓN DE LA CLASE DE OPERACIÓN** dar clic en la opción que corresponda (Oportunidad recompra, cliente nuevo, desarrollo de cliente, licitación y recuperar cliente).



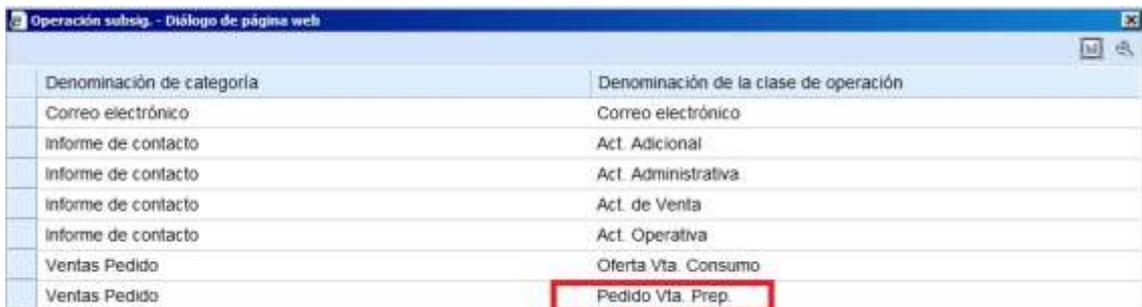
Paso 5.- En el bloque **OPORTUNIDAD: DETALLES** se deben de llenar los campos de **DATOS GENERALES**.

DESCRIPCIÓN (RECOMPRA, CLIENTE NUEVO, CLIENTE RECUPERADO), INTERESADOS (NUMERO DE CLIENTE), PERSONA DE CONTACTO, REPRESENTANTE DE VENTAS, FECHA DE CIERRE, FASE DE VENTAS, STATUS, GRUPO DE OPORTUNIDADES, ORIGEN, PRIORIDAD Y EL VOL. DE NEGOCIOS PREVISTO.



Paso 6.- Una vez llenados los campos dar un enter para actualizar la pantalla. Después dar clic en **GRABAR**.

Paso 7.- Dar clic en el icono **CREAR OPERACIÓN SUBSIGUIENTE**. Se abrirá una pantalla en la cual se debe seleccionar la opción de **PEDIDO VTA. PREP**. La cual significa pedido venta pre pagada.



Paso 8.- Se abrirá un cuadro que contiene los datos organizativos, selecciona la organización de ventas a la cual pertenece el cliente. Si aparecen varias organizaciones de venta, siempre se debe de elegir la opción que tenga “ME” que significa mensajería.

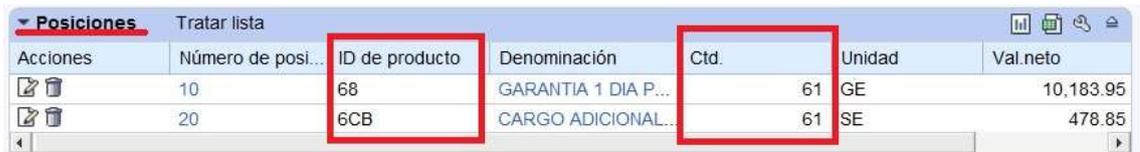


Paso 9.- Se abrirá una pantalla nueva y empezaremos en el bloque de **NOTAS**, en este campo puedes indicar la rotulación de las guías ya sea en remitente, destino o ambas.



Paso 10.- En el bloque de **POSICIONES** en el campo de **ID DE PRODUCTO** se ingresa el servicio **DÍA SIGUIENTE CON LA CLAVE “68”** y en el campo de **CTD**. Se ingresa la cantidad de guías que se le venderá al cliente. Se da un enter para actualizar la pantalla. Se abrirá un nuevo renglón en el cual debe de

ingresarse en el campo **ID DE PRODUCTO EL CARGO POR COMBUSTIBLE DEL SERVICIO DÍA SIGUIENTE QUE TIENE LA CLAVE “6CB”** y en el campo de **CTD** se ingresa la cantidad de cargos por combustibles. La cantidad de cargos por combustibles debe de ser siempre igual a la cantidad de guías. Nuevamente se da un enter para actualizar la pantalla.



Acciones	Número de posi...	ID de producto	Denominación	Ctd.	Unidad	Val.neto
 	10	68	GARANTIA 1 DIA P...	61	GE	10,183.95
 	20	6CB	CARGO ADICIONAL...	61	SE	478.85

Paso 11.- Dar clic en el icono **GRABAR**.

Paso 12.- Enviar correo electrónico al encargado de la gerencia de ventas solicitando las guías con el servicio de entrega al día siguiente hábil, proporcionándole el numero de **ID DE PEDIDO, SOLICITANTE, REPRESENTANTE DE VENTAS**

Y CREADO POR. Que se ubica en el bloque **PEDIDO DE CLIENTE: DETALLES** y en el campo **DATOS GENERALES**. Con el número de **ID DE PEDIDO** el encargado de la gerencia de ventas ubica el pedido en el sistema y finaliza la venta.

Pedido Vta. Prep.: 5900427596, PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV

Grabar | Cancelar | Nuevos | Crear op.subsiguiente | Iniciar salida | Sigue

Pedido de cliente: Detalles Tratar

Status En tratamiento

Status de la cancelac... Ningún rechazo

Status crédito

Salida bloqueada

Datos generales

ID de pedido 5900427596

Solicitante PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA ...

Representante de Ve... HECTOR MANUEL DIAZ TORRES

Creado por HDIAZT

Fechas

Fecha de contabiliza... 11.11.2014

Valor

Subtotal	10,662.80	MXN
I.V.A.	1,706.05	
Valor neto	12,368.85	

Referencia externa

ID Campaña

Descripción

3.5 VENTA SERVICIO 2 DÍAS

3.5.1 ¿QUÉ ES EL SERVICIO 2 DÍAS?

Es el servicio de mensajería y paquetería con una garantía de entrega de 1 a 2 días hábiles, con un horario abierto de 9 a.m. a 6 p.m. de lunes a viernes, con cobertura en 156 destinos de la Republica Mexicana.

3.5.2 ¿CUÁL ES LA VENTA DE SERVICIO 2 DÍAS?

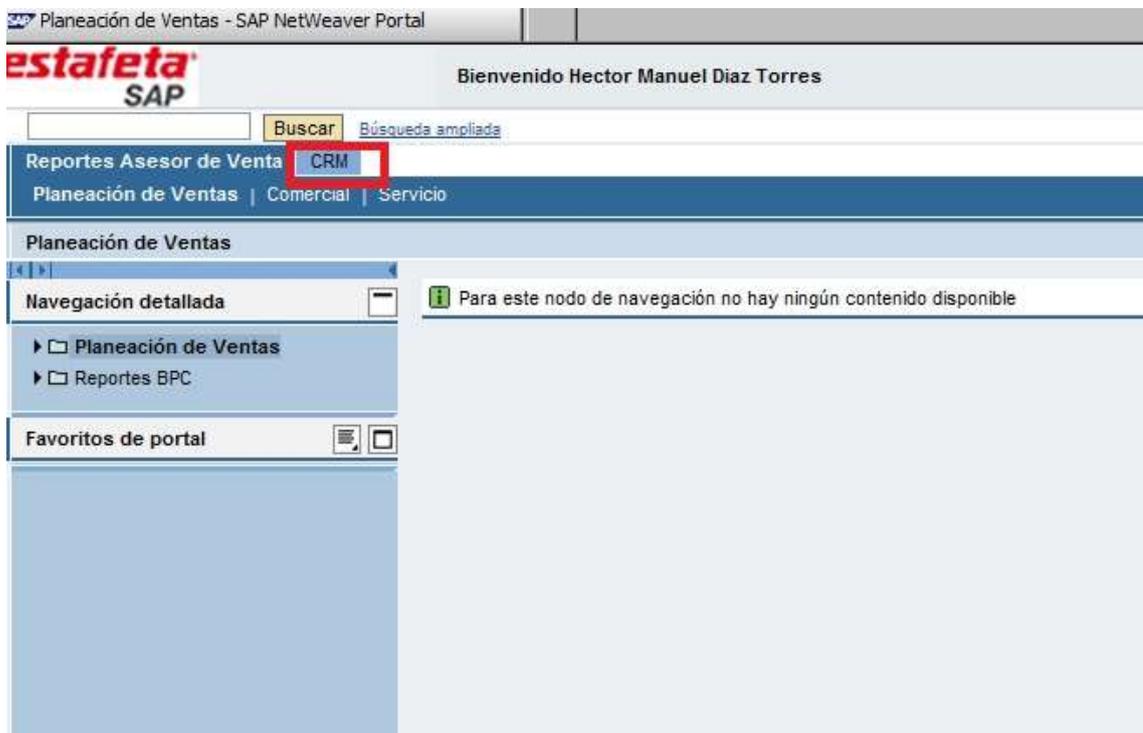
Es la operación subsiguiente de una oportunidad ganada.

3.5.3 PASOS PARA GENERAR LA VENTA DEL SERVICIO 2 DÍAS

Paso 1.- Se debe de ingresar al sistema CRM de estafeta para iniciar la venta del servicio.

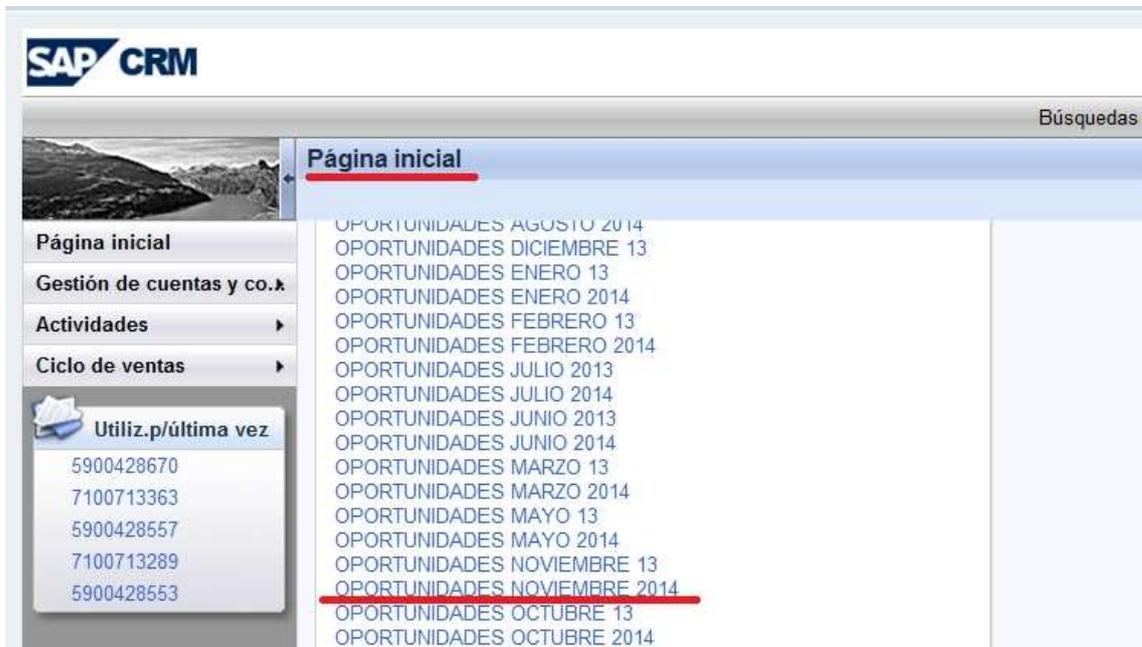


Paso 2.- Al ingresar al sistema se debe seleccionar la opción **CRM**.



Paso 3.- En la **PAGINA PRINCIPAL** debes ingresar en la opción de

OPORTUNIDADES del mes en el que te encuentres para generar la oportunidad del cliente al que se le hará la venta.



Paso 4.- Dar clic en el icono de **NUEVOS** para crear la oportunidad. Se abrirá una pantalla y en el campo de **DENOMINACIÓN DE LA CLASE DE OPERACIÓN** dar clic en la opción que corresponda (Oportunidad recompra, cliente nuevo, desarrollo de cliente, licitación y recuperar cliente).



Paso 5.- En el bloque **OPORTUNIDAD: DETALLES** se deben de llenar los

campos de **DATOS GENERALES**.

DESCRIPCIÓN (RECOMPRA, CLIENTE NUEVO, CLIENTE RECUPERADO), INTERESADOS (NUMERO DE CLIENTE), PERSONA DE CONTACTO, REPRESENTANTE DE VENTAS, FECHA DE CIERRE, FASE DE VENTAS, STATUS, GRUPO DE OPORTUNIDADES, ORIGEN, PRIORIDAD Y EL VOL. DE NEGOCIOS PREVISTO.

The screenshot shows the SAP CRM 'Oportunidad Detalles' (Opportunity Details) form. The main title is 'Opt. Recuperar Cte.: 7100711169, CLIENTE RECUPERADO, PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV'. The form is divided into several sections:

- Datos generales:** Includes fields for 'Clase' (Opt. Recuperar Cte.), 'ID' (7100711169), 'Descripción' (CLIENTE RECUPERADO), 'Interesados' (PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV), 'Dirección del interesado' (BOULEVARD DOCTOR IGNACIO A LA TORRE 52 / 84088 NO), 'Persona de contacto principal' (JESUS GOMEZ), and 'Representante de ventas' (HECTOR MANUEL DIAZ TORRES).
- Fechas:** Includes 'Fecha de inicio' (07.11.2014), 'Fecha cierre' (11.11.2014), 'Fase de' (11.11.2014), and 'Status desde' (11.11.2014).
- Ciclo de ventas:** Includes 'Fase de ventas' (Cierre de venta), 'Probabilidad de éxito' (100 %), 'Valoraciones Cuestionario' (0 %), and 'Status' (Ganada).
- Pronóst.:** Includes 'Vol. de Negocio Previsto Mensual' (7.381,00 MON), 'Volumen de negocios previsto por...' (7.381,00 MON), and 'Factura Estimada del Mes' (0,00).
- Clasificación:** Includes 'Grupo de oportunidades' (Mensajería y paquete nacional), 'Origen' (Base de datos), and 'Prioridad' (Media).

Paso 6.- Una vez llenados los campos dar un enter para actualizar la pantalla.

Después dar clic en **GRABAR**.

Paso 7.- Dar clic en el icono **CREAR OPERACIÓN SUBSIGUIENTE**. Se abrirá una pantalla en la cual se debe seleccionar la opción de **PEDIDO VTA. PREP**.

La cual significa pedido venta pre pagada.

Denominación de categoría	Denominación de la clase de operación
Correo electrónico	Correo electrónico
Informe de contacto	Act. Adicional
Informe de contacto	Act. Administrativa
Informe de contacto	Act. de Venta
Informe de contacto	Act. Operativa
Ventas Pedido	Oferta Vta. Consumo
Ventas Pedido	Pedido Vta. Prep.

Paso 8.- Se abrirá un cuadro que contiene los datos organizativos, selecciona la organización de ventas a la cual pertenece el cliente. Si aparecen varias organizaciones de venta, siempre se debe de elegir la opción que tenga “ME” que significa mensajería.

Escenario	Organización de ventas	Canal de distribución	Sector
SORG.660/IAS	SGrpHM7	ASESORES DE VENTAS	
SORG.660/IAS	SOFFD6EC	ASESORES DE VENTAS	
SORG.660/IAS	SORG.660	ASESORES DE VENTAS	
SORG.660/IAS/ME/SOFFD6EC/SGr...	SGrpHM7	ASESORES DE VENTAS	

Paso 9.- Se abrirá una pantalla nueva y empezaremos en el bloque de **NOTAS**, en este campo puedes indicar la rotulación de las guías ya sea en remitente, destino o ambas.

Pedido Vta. Prep.: Nvs.		Atrás	
Grabar Cancelar Nuevos Crear op.subsiguiente Iniciar salida Previsión de salida			
Representante de Ve...	HECTOR MANUEL DIAZ TORRES	Fechas	
Creado por	HDIAZT	Fecha de contabiliza...	25.11.2014
Referencia externa		Valor	
Referencia externa		Subtotal	0.00 MXN
Descripción		I.V.A.	0.00
		Valor neto	0.00
		Clase	Pedido Vta. Prep.
Notas			
ROTULACION: REMITENTE: EN BLANCO DESTINO: EN BLANCO			

Paso 10.- En el bloque de **POSICIONES** en el campo de **ID DE PRODUCTO** se ingresa el servicio **DÍA SIGUIENTE CON LA CLAVE “D8”** y en el campo de **CTD**. Se ingresa la cantidad de guías que se le venderá al cliente. Se da un enter para actualizar la pantalla. Se abrirá un nuevo renglón en el cual debe de ingresarse en el campo **ID DE PRODUCTO EL CARGO POR COMBUSTIBLE DEL SERVICIO 2 DÍAS QUE TIENE LA CLAVE “DCB”** y en el campo de **CTD** se ingresa la cantidad de cargos por combustibles. La cantidad de cargos por combustibles debe de ser siempre igual a la cantidad de guías. Nuevamente se da un enter para actualizar la pantalla.

Acciones	Número de posi...	ID de producto	Denominación	Ctd.	Unidad	Val.neto
	10	D8	GARANTIA 2 DIAS ...	200	GE	13.200.00
	20	DCB	CARGO ADICIONAL...	200	SE	1,244.00

Paso 11.- Dar clic en el icono **GRABAR**.

Paso 12.- Enviar correo electrónico al encargado de la gerencia de ventas solicitando las guías con el servicio de entrega 2 días, proporcionándole el numero de **ID DE PEDIDO, SOLICITANTE, REPRESENTANTE DE VENTAS Y CREADO POR**. Que se ubica en el bloque **PEDIDO DE CLIENTE: DETALLES** y en el campo **DATOS GENERALES**. Con el número de **ID DE PEDIDO** el encargado de la gerencia de ventas ubica el pedido en el sistema y finaliza la venta.

Grabar | Cancelar | Nuevos | Crear op.subsiguiente | Iniciar salida | Sigue»

▼ Pedido de cliente: Detalles Tratar

Datos generales	Status	En tratamiento
ID de pedido	5900429052	Status de la cancelac...
Solicitante	PF JESUS RUBEN SANTA ANNA ZAM...	Ningún rechazo
Representante de Ve...	HECTOR MANUEL DIAZ TORRES	Status crédito
Creado por	HDIAZT	Salida bloqueada <input type="checkbox"/>
Referencia externa		Fechas
ID Campaña		Fecha de contabiliza...
Descripción		25.11.2014
		Valor
	Subtotal	14,444.00 MXN
	I.V.A.	2,311.04
	Valor neto	16,755.04

3.6 VENTA SERVICIO TERRESTRE

3.6.1 ¿QUÉ ES EL SERVICIO TERRESTRE?

Es el servicio de mensajería y paquetería con una garantía de entrega de 2 a 5 días hábiles, con un horario abierto de 9 a.m. a 6 p.m. de lunes a viernes, con cobertura nacional.

3.6.2 ¿CUÁL ES LA VENTA DE SERVICIO TERRESTRE?

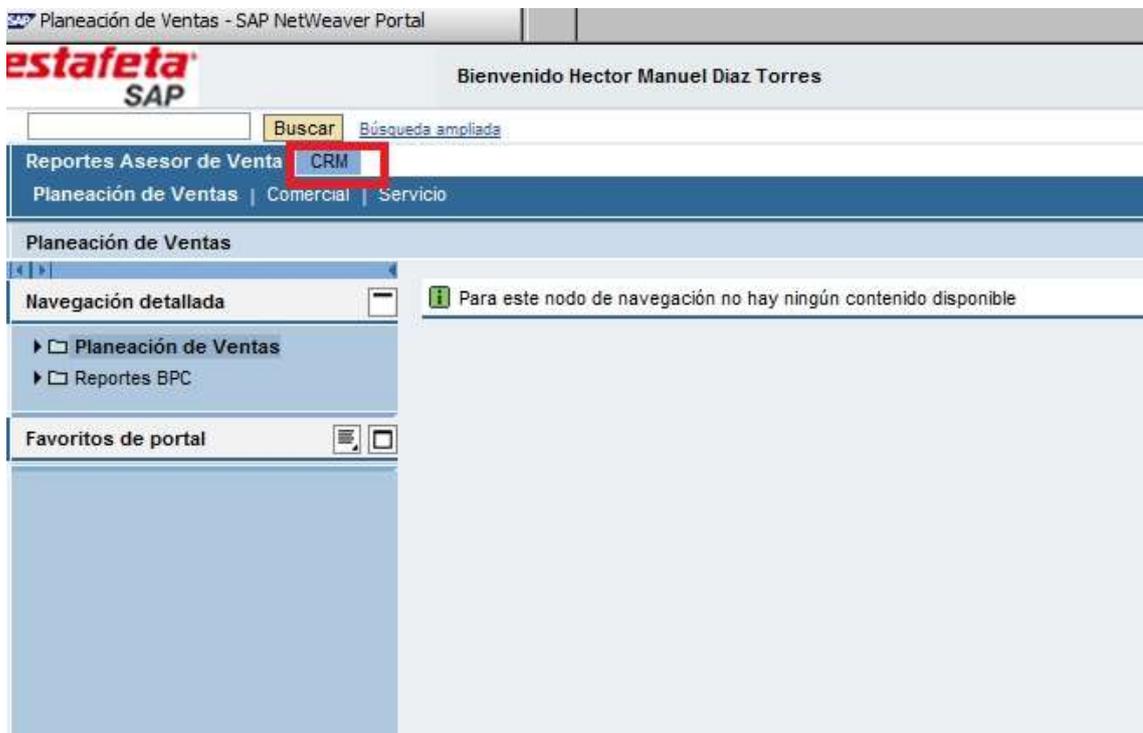
Es la operación subsiguiente de una oportunidad ganada.

3.6.3 PASOS PARA GENERAR LA VENTA DEL SERVICIO TERRESTRE.

Paso 1.- Se debe de ingresar al sistema CRM de estafeta para iniciar la venta del servicio.

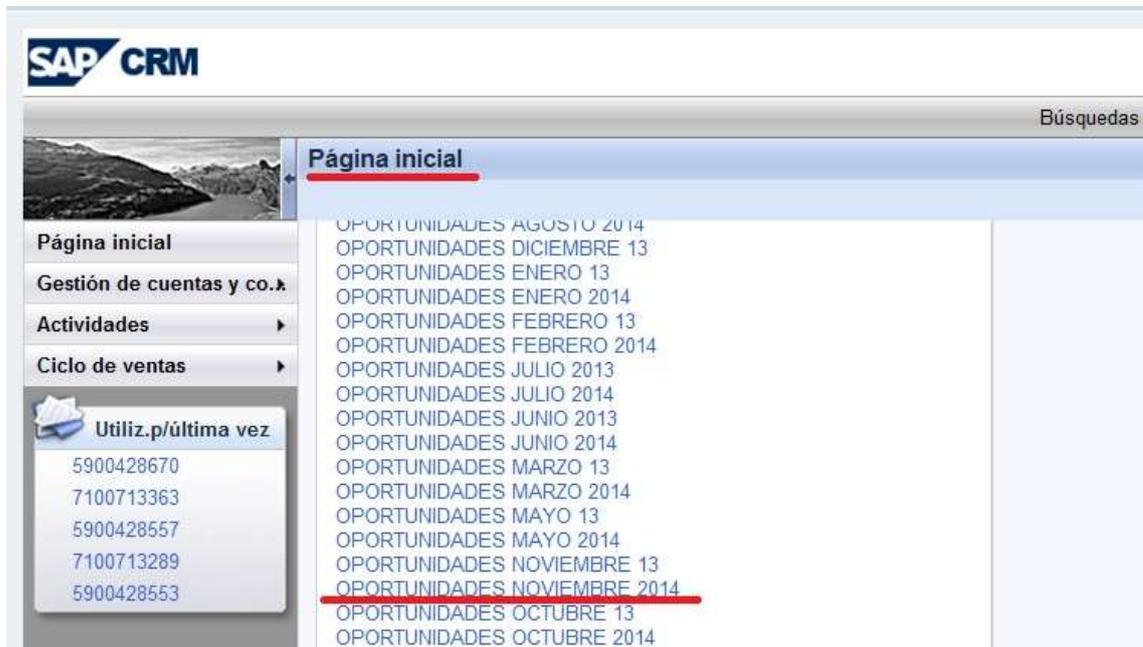


Paso 2.- Al ingresar al sistema se debe seleccionar la opción **CRM**.



Paso 3.- En la **PAGINA PRINCIPAL** debes ingresar en la opción de

OPORTUNIDADES del mes en el que te encuentres para generar la oportunidad del cliente al que se le hará la venta.



Paso 4.- Dar clic en el icono de **NUEVOS** para crear la oportunidad. Se abrirá una pantalla y en el campo de **DENOMINACIÓN DE LA CLASE DE OPERACIÓN** dar clic en la opción que corresponda (Oportunidad recompra, cliente nuevo, desarrollo de cliente, licitación y recuperar cliente).



Paso 5.- En el bloque **OPORTUNIDAD: DETALLES** se deben de llenar los

campos de **DATOS GENERALES**.

DESCRIPCIÓN (RECOMPRA, CLIENTE NUEVO, CLIENTE RECUPERADO), INTERESADOS (NUMERO DE CLIENTE), PERSONA DE CONTACTO, REPRESENTANTE DE VENTAS, FECHA DE CIERRE, FASE DE VENTAS, STATUS, GRUPO DE OPORTUNIDADES, ORIGEN, PRIORIDAD Y EL VOL. DE NEGOCIOS PREVISTO.

The screenshot shows the SAP CRM 'Oportunidad Detalles' (Opportunity Details) form. The main title is 'Opt. Recuperar Cte.: 7100711169, CLIENTE RECUPERADO, PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV'. The form is divided into several sections:

- Datos generales:** Includes fields for 'Clase' (Opt. Recuperar Cte.), 'ID' (7100711169), 'Descripción' (CLIENTE RECUPERADO), 'Interesados' (PM TRACTOREMOLQUES AMSA SA DE CV), 'Dirección del interesado' (BOULEVARD DOCTOR IGNACIO A LA TORRE 52 / 84088 NO), 'Persona de contacto principal' (JESUS GOMEZ), and 'Representante de ventas' (HECTOR MANUEL DIAZ TORRES).
- Fechas:** Includes 'Fecha de inicio' (07.11.2014), 'Fecha cierre' (11.11.2014), 'Fase de' (11.11.2014), and 'Status desde' (11.11.2014).
- Ciclo de ventas:** Includes 'Fase de ventas' (Cierre de venta), 'Probabilidad de éxito' (100 %), 'Valoraciones Cuestionario' (0 %), and 'Status' (Ganada).
- Pronóst.:** Includes 'Vol. de Negocio Previsto Mensual' (7.381,00 MON), 'Volumen de negocios previsto por...' (7.381,00 MON), and 'Factura Estimada del Mes' (0,00).
- Clasificación:** Includes 'Grupo de oportunidades' (Mensajería y paquete nacional), 'Origen' (Base de datos), and 'Prioridad' (Media).

Paso 6.- Una vez llenados los campos dar un enter para actualizar la pantalla.

Después dar clic en **GRABAR**.

Paso 7.- Dar clic en el icono **CREAR OPERACIÓN SUBSIGUIENTE**. Se abrirá una pantalla en la cual se debe seleccionar la opción de **PEDIDO VTA. PREP**.

La cual significa pedido venta pre pagada.

Denominación de categoría	Denominación de la clase de operación
Correo electrónico	Correo electrónico
Informe de contacto	Act. Adicional
Informe de contacto	Act. Administrativa
Informe de contacto	Act. de Venta
Informe de contacto	Act. Operativa
Ventas Pedido	Oferta Vta. Consumo
Ventas Pedido	Pedido Vta. Prep.

Paso 8.- Se abrirá un cuadro que contiene los datos organizativos, selecciona la organización de ventas a la cual pertenece el cliente. Si aparecen varias organizaciones de venta, siempre se debe de elegir la opción que tenga “ME” que significa mensajería.

Escenario	Organización de ventas	Canal de distribución	Sector
SORG.660/IAS	SGrpHM7	ASESORES DE VENTAS	
SORG.660/IAS	SOFFD6EC	ASESORES DE VENTAS	
SORG.660/IAS	SORG.660	ASESORES DE VENTAS	
SORG.660/IAS/ME/SOFFD6EC/SGr...	SGrpHM7	ASESORES DE VENTAS	

Paso 9.- Se abrirá una pantalla nueva y empezaremos en el bloque de **NOTAS**, en este campo puedes indicar la rotulación de las guías ya sea en remitente, destino o ambas.

Pedido Vta. Prep.: Nvs.	
Representante de Ve...	HECTOR MANUEL DIAZ TORRES
Creado por	HDIAZT
Referencia externa	
Referencia externa	
Descripción	
Notas	
ROTULACION: REMITENTE: EN BLANCO DESTINO: EN BLANCO	
Fechas	Fecha de contabiliza... 25.11.2014
Valor	
Subtotal	0.00 MXN
I.V.A.	0.00
Valor neto	0.00
Clase	Pedido Vta. Prep.

Paso 10.- En el bloque de **POSICIONES** en el campo de **ID DE PRODUCTO** se ingresa el servicio **TERRESTRE CON LA CLAVE “78”** y en el campo de **CTD.** Se ingresa la cantidad de guías que se le venderá al cliente. Se da un enter para actualizar la pantalla. Se abrirá un nuevo renglón en el cual debe de ingresarse en el campo **ID DE PRODUCTO EL CARGO POR COMBUSTIBLE DEL SERVICIO TERRESTRE QUE TIENE LA CLAVE “7CB”** y en el campo de **CTD** se ingresa la cantidad de cargos por combustibles. La cantidad de cargos por combustibles debe de ser siempre igual a la cantidad de guías. Nuevamente se da un enter para actualizar la pantalla.

▼ Posiciones		Tratar lista			
Acciones	Número de posi...	ID de producto	Denominación	Ctd.	Unidad
 	10	78	GARANTIA SERVICI...	100	GE
 	20	7CB	CARGO ADIC COM...	100	SE

Paso 11.- Dar clic en el icono **GRABAR.**

Paso 12.- Enviar correo electrónico al encargado de la gerencia de ventas solicitando las guías con el servicio de entrega terrestre, proporcionándole el numero de **ID DE PEDIDO, SOLICITANTE, REPRESENTANTE DE VENTAS Y CREADO POR.** Que se ubica en el bloque **PEDIDO DE CLIENTE: DETALLES** y en el campo **DATOS GENERALES.** Con el número de **ID DE PEDIDO** el encargado de la gerencia de ventas ubica el pedido en el sistema y finaliza la venta.

Pedido de cliente: **Detalles** Tratar

Datos generales

ID de pedido 5900429040
Solicitante PM TRABAJO EN SU CASA S DE RL ...
Representante de Ve... HECTOR MANUEL DIAZ TORRES
Creado por HDIAZT

Referencia externa

ID Campaña

Descripción

Status En tratamiento

Status de la cancelac... Ningún rechazo

Status crédito

Salida bloqueada

Fechas

Fecha de contabiliza... 25.11.2014

Valor

Subtotal	12,636.00	MXN
I.V.A.	2,021.76	
Valor neto	14,657.76	

CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación se llegó a la conclusión que los manuales de políticas y procedimientos son esenciales en toda empresa, debido a que estos muestran de manera clara y concisa como hacer un proceso, y así estandariza las labores diarias que se deben de realizar en cada puesto o área. Esto permite reducir tiempo y esfuerzo en la organización. Aumenta la eficiencia de los recursos de una organización. Sin una estructura organizacional adecuada el personal difícilmente podrá contribuir al logro de los objetivos de la empresa. Una organización será eficiente, si esta tiene herramientas y guías que ayuden a cubrir sus necesidades. Mientras más clara sea la definición de un puesto, las actividades a realizar y la comprensión de ambas, la productividad de las personas aumentara y así mismo la productividad de la empresa.

El manual realizado debe de estarse actualizando periódicamente para estar al día, debido a que los proceso y actividades cambian de manera continúa y se debe de tener el material de apoyo más actualizado para el logro de los objetivos de la organización.

Gracias a este manual el personal de ventas nuevo o antiguo tendrá la oportunidad de estar más capacitado sobre sus labores diarias, sin necesidad de preguntar a compañeros como lograr un proceso, debido a que todos estos ya estarán plasmados paso a paso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, M. (2008) Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos. México, D.F. Panorama Editorial SA de CV.

Chávez, G. y García, Y. (2003). Manual para el diseño de sistemas de calidad basados en competencias laborales. México, D.F. Panorama editorial SA de CV.

Franklin, B. y Gómez, G. (2002). Organización y métodos. Un enfoque competitivo. México, D.F. Editorial McGraw-Hill

Álvarez, M. (2002). Manual para elaborar políticas y procedimientos. México, D.F. Editorial Panorama.

Fred, R. Conceptos de administración estratégica. Edo. De México. Pearson Educación de México S.A. De C.V.

Franklin, B. (2002). Organización de empresas. Análisis, diseño y estructura. México, D.F. Editorial McGraw-Hill,

Somoza, M. (2009). Análisis de los tutoriales web creados por bibliotecas universitarias. Universidad de Barcelona.

Porter, M. (2003). Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones. Barcelona.

Castro, E (2004). Distribución comercial. Madrid. Mc Graw Hill.

Rodríguez, J y Reina, A. (2000). Dirección y gestión de personal. Pirámide.