

# INFORME EXPERTO TECNICO

FECHA(S) DE AUDITORÍA	FECHA DE EMISIÓN DEL INFORME
07 MAYO 2018	09 MAYO 2018

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	SOLICITUD	TIPO DE SERVICIO
AKIM DE MEXICO SA DE CV	SCSGC 04008	RENOVACIÓN/ACTUALIZACIÓN SGC

## CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACION APLICABLE

N/A ninguna legislación aplicable para el proceso de comercialización y distribución

## CRITERIOS DE CONTROL DEL PROCESO DE REALIZACIÓN

ATENCIÓN AL CLIENTE Y SEGUIMIENTO OPORTUNO Y EFICAZ UTILIZANDO LA TECNOLOGÍA PARA LOGRARLO (respuesta a la solicitud del cliente, envíos de emails, llamadas telefónicas). REPORTE DE VENTAS (por periodos, meta de ventas), INFORMACIÓN DOCUMENTADA DE LOS DIFERENTES PROCESOS (evidencia de cotizaciones, registro de clientes, documentos para solicitud de surtimiento de pedidos, registro de ventas, facturas o remisiones). APORTUNO SURTIMIENTO DE LA REQUISICIÓN DEL CLIENTE (evidencia de solicitud del cliente hasta el cumplimiento de sus requerimientos). ACCIONES PARA UN MAYOR ALCANCE EN EL MERCADO META Y MEJORAR EL RESULTADO DE VENTAS (visitas a clientes, participación en eventos, publicidad impresa). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (encuestas de satisfacción del cliente). SEGUIMIENTO AL CLIENTE (contacto del ejecutivo de ventas con el cliente mediante medios de comunicación como email y vía telefónica).



## ELEMENTOS DE ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO

ATENCIÓN AL CLIENTE Y SEGUIMIENTO OPORTUNO Y EFICAZ UTILIZANDO LA TECNOLOGÍA PARA LOGRARLO: Utilizan medios de comunicación como emails, llamadas telefónicas, whatsapp.  
REPORTE DE VENTAS (PERIODICOS) PARA CONTROL DE MONTOS VENDIDOS Y ESTIMACIÓN DE NUEVA META: De forma trimestral, la meta de ventas es definida por la dirección general.  
INFORMACIÓN DOCUMENTADA DE LOS DIFERENTES PROCESOS:  
Reporte de ventas, Información impresa y digital del proceso de surtimiento de productos, medios impresos de difusión para mejora de las ventas.  
APORTUNO SURTIMIENTO DE LA REQUISICIÓN DEL CLIENTE: según las políticas internas que abarcan dentro de los cinco días hábiles desde la solicitud del cliente.  
ACCIONES PARA UN MAYOR ALCANCE EN EL MERCADO META Y MEJORAR EL RESULTADO DE VENTAS: visitas a clientes, presencia en ferias, impresión y repartición de catálogos.  
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE): aplican encuesta para conocer el nivel de satisfacción del cliente de forma impresa.  
SEGUIMIENTO AL CLIENTE: posterior a la compra/surtimiento del pedido se hace un seguimiento para incitar a la recompra.

# INFORME EXPERTO TECNICO

## CONCLUSIONES

- SE CUMPLE LA ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA ATENCIÓN (VIA TELEFÓNICA, CORREO Y HASTA WHATSAPP).
- SE COMPRENDE PERO NO DEL TODO EL CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO QUE PUDIERA AFECTAR/BENEFICIAR EL ALCANCE DESEADO DE VENTAS.
- META DE VENTAS ES CLARA, SE REALIZAN ESFUERZOS PARA SU ALCANCE PERIODICO SIN EMBARGO NO ESTÁ BASADA EN UN INDICADOR PROVENIENTE DE UN ANÁLISIS BASADO EN EL CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA, EXISTE UNA EVALUACIÓN DE LA MISMA DE FORMA TRIMESTRAL, LA JUNTA DE VENTAS SE REALIZA CADA 6 MESES, POR LO QUE ESTO IMPIDE QUE SE IDENTIFIQUEN ELEMENTOS PARA LA MEJORA CONTINUA DE FORMA PERIODICA Y OPORTUNA.
- INFORMACIÓN DEL CONTROL DE VENTAS ESTÁ RESPALDADA Y LA ADMINISTRACIÓN DE LA MISMA NO PERMITE IDENTIFICAR DE MANERA OPORTUNA Y A LA MANO LA INFORMACIÓN (COMPRAS REALIZADAS, FACTURAS DE LA COMPRA, HISTORIAL DE COMPRA, DETALLES DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE, INFORMACIÓN DOCUMENTADA DE LAS SALIDAS DEL PRODUCTO ENVIADAS ALMACÉN).
- EXISTE UN REPORTE DE VENTAS TRIMESTRAL QUE DETALLA LAS VENTAS LOGRADAS EN MONTOS, SIN EMBARGO NO HAY IMPLEMENTADO UN REPORTE DE CONTROL DE CLIENTES NUEVOS, VISITAS, SEGUIMIENTO, HISTORIAL DE COMPRA DE UN CLIENTE POR PERIODO.
- SE CONSIDERAN ACCIONES QUE PERMITAN LA DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS PARA UN MAYOR ALCANCE EN EL MERCADO META, COMO LA PRESENCIA EN FERIAS, PUBLICIDAD IMPRESA (CATÁLOGOS), CON ELLO NO SE MIDE EL ALCANCE PERO SE ESPERAN RESULTADOS POSITIVOS DE FORMA EMPIRICA.
- FALTA DE ESTRATEGIAS DE VENTAS (VALUADAS Y CONSIDERADAS SEGÚN EL TARGET) QUE PERMITAN LLEGAR A LA META DE VENTAS PLANTEADA.
- LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO (ENCUESTAS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE) NO SE ENCUENTRA DEFINIDA MEDIANTE UN OBJETIVO DE LA MISMA, LOS ITEMS A EVALUAR SON GENERALES Y NO ESPECIFICOS EN EL CUESTIONARIO, NO SE APLICAN LOS MISMOS CUESTIONARIOS A TODOS LOS CLIENTES, NO HAY RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN QUE PERMITA UN ANÁLISIS DE LA MISMA Y DE ACUERDO AL RESULTADO TOMAR ACCIONES PARA MEJORAR LAS AREAS DE OPORTUNIDAD, EL MARGEN DE ERROR EN EL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS AUMENTA CUANDO LAS ENCUESTAS SON APLICADAS POR LA PERSONA MISMA QUE LE HA BRINDADO LA ATENCIÓN, TAL ES EL CASO SUCEDIDO EN AKIM DE MÉXICO, LAS ENCEUNTAS DEBEN SER APLICADAS POR UNA PERSONA DISTINTA AL EJECUTIVO QUE HA ATENDIDO AL CLIENTE.
- FALTA DE LIDERAZGO Y COMPROMISO PARA RENDICIÓN DE CUENTAS DE LA EFICIENCIA DEL CONTROL, ADMINISTRACIÓN Y RESULTADOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE EVALUEN LAS ACCIONES DE LOS PROCESOS DE VENTA PARA MEJORAR EL ENFOQUE AL CLIENTE Y LA MEJORA CONTINUA EN EL AREA DE FORMA PERIODICA Y OPORTUNA.

Recibí de conformidad	Experto Técnico
 Nombre y firma del Auditor	 Nombre y firma del Experto Técnico