

CONCLUSIONES

39 aniversario, 2016

Tema: Control de stock

Mesa 1:

- Se observó que en algunas áreas no hay un manejo de stock por medio de formatos. En contraparte algunos servidores han tenido la iniciativa, o bien de adquirir un software, o desarrollar uno propio en Excel.
- Surgieron muchas dudas acerca del estado de cuenta, lo que significa que la mayoría desconoce este documento.
- Empatar costos de envío para beneficiar a áreas más retiradas y que se beneficien con el descuento del 20%.
- Existe cierto desconocimiento en cuanto a políticas de pago.
- La mayoría no maneja estimaciones de mínimos y máximos, esto en parte por la rotación de servicio y que muchos servidores cuando concluyen no entregan la información como es debido.
- La problemática de la falta de comunicación sigue presente. La información se queda en el delegado y no se hace llegar al coordinador.
- En algunas áreas el proceso de entrega-recepción sí se realiza ante la presencia del coordinador de Plenitud, el delegado y coordinador de Finanzas.
- Se consideró que lo ideal es realizar un inventario cada 3 meses para un mayor control.
- Realizar formatos en Excel con fórmulas para control de inventarios.
- Áreas con stock de hasta 120 mil pesos han desarrollado controles en Excel diseñados por ellos mismos.
- Una de las áreas hizo el compromiso de desarrollar un programa piloto para control de inventarios y compartirlo.
- Existe un software "Punto de venta" con un costo de \$3,500 que ha sido útil en una de las áreas.

Mesa 2:

- Hacer inventario mensual en el área.
- Enviar su ficha de depósito con el nombre del área por fax o correo electrónico.
- Checar su recibo y el pedido al llegar al área.

- Llamar directo a la encargada de cuentas por cobrar y al jefe de almacén, para pedir informes sobre adeudos y cantidad de suscriptores vigentes.

Mesa 3:

- Hay áreas que hacen entrega con el coordinador saliente y entrante, lo cual permite tener un mejor control de lo que se tiene.
- La falta de apadrinamiento es un problema que trae obstáculos a la hora de saber qué hay y qué va faltando, sobre todo en cuanto a suscripciones se refiere.
- Un área implementó una ficha de recibo para tener el control de los pedidos que iban haciendo los compañeros para sus distritos, y evitar así diferencias a la hora de pago contraentrega.
- Se recibe a veces stock de mucha antigüedad. Hay que tratar de mantenerlo en movimiento, y si sucede esta situación, sacar el producto a través de rifas.
- Unificar conceptos como el de “consignación”, ya que se entiende que lo que no se venda o desplace se devuelve a la oficina y en realidad, no es así.
- Positivo es establecer una relación de máximos y mínimos, pues nos da la oportunidad de no tener producto parado y de hacer una proyección real, con base en lo que se ha adquirido con anterioridad, para lo que se va a distribuir en el área.

Mesa 4:

- Se sugiere que en los inventarios de entrega recepción de las áreas, no sólo estén presentes los coordinadores entrante y saliente de Plenitud, sino la mesa de servicio para dar fe.
- Registro y control de los pagos de los envíos.
- Se sugiere a la Oficina Plenitud, tome en cuenta los cambios de fleteras, ya que muchas veces a pesar de darles el nombre de otra fletera, la OP sigue enviando las suscripciones a las fleteras anteriores.
- Se tienen problemas con los paquetes porque como no tiene descuentos, la mayoría de las veces los grupos no quieren pagar más y no saben que hay que prorratear el pago del flete.
- Falta mucha comunicación entre los delgados y sus coordinadores de Plenitud.

Mesa 5:

- Registro y control de los descuentos de OP, así como de los pagos y envíos.
- Conservar las fichas bancarias.
- Elaborar controles de máximos y mínimos.
- Programar a tiempo los pedidos.
- Especificar que en suscripciones no hay crédito; en todos los demás productos sí lo hay y es de 45 días.
- Tener registrado o a la mano el número de factura, ya que ampara el pedido.
- El delegado es el responsable de entregar la información de Plenitud al coordinador. Hay que mejorar el trabajo y la comunicación del delegado.

Tema: Pedidos Plenitud

Mesa 1:

- Realizar adecuaciones a la lista de precios que está en internet, en la cual se pueda hacer el llenado en Excel y que en automático realice la suma y el descuento.
- Prevalece un desconocimiento acerca de los paquetes promocionales, información que se envía en la *Gaceta Plenitud*.
- Para tener un ahorro en el costo de envío, se sugiere que sea en una sola remesa. Aunque se destacó que en consideración a las finanzas de OP, los envíos de suscripciones se hagan de forma independiente a otros productos.
- Asegurar el envío en caso de robo, extravío, etc., en algunas áreas cubren este seguro aumentando un peso por cada revista.
- Enviar un comunicado a los delegados para enfatizar que OP no cubre el costo de envío donde vayan suscripciones y otros artículos.
- No enriquecer demasiado el patrimonio en efectivo del comité, esto para evitar un acto de mal juicio en el servidor.

Mesa 2:

- Invertir el excedente en literatura para la transmisión del mensaje, y no acumular el efectivo en el comité.

Mesa 3:

- Importante tomar en cuenta los tiempos en los que se tarda en llegar de la oficina, la fletera y a su destino.
- La oficina tiene el compromiso de que 24 horas después de que se hace el pedido, se tiene que estar surtiendo.
- Para que lo anterior se dé, es importante tener una buena comunicación con la oficina para que los pedidos salgan y lleguen cuando los servidores necesitan el producto.
- En un área generó conflicto el que las agendas se adquirieran en \$170, y en un regional se dieran, por parte de la oficina, en \$80, ya que el coordinador parece que está quedando mal con su área. Hay que tener cuidado con estas cosas.
- En un área, aunque estén disponibles los productos de fin de año desde agosto, se tiene la inquietud de que se diera más tiempo para hacer el pedido, porque los representantes piden pero no les pagan, se dejan las cosas para el final.
- Sin embargo, se comentó que si se da más tiempo, se van a tardar igual. Hay que desarrollar la motivación suficiente y ponerles fechas a los compañeros para que esto se pueda dar en tiempo y forma.
- Debíó haberse dado importancia a toda la Comunidad ese precio de \$80 de promoción, y no sólo a unas regiones.
- Si se da más tiempo, sí se puede organizar el pedir más producto y desplazarlo.
- Plantear objetivos y perseguirlos, con motivación y un equipo de trabajo en el área, apoyando a otros comités, como los del trébol.
- Que nuestros informes incluyan el flete, con inventarios constantes.
- Los compañeros que solicitan una suscripción, directamente en la oficina, tienen que ir a recoger las revistas que integran la suscripción a la oficina misma. Es importante hacerlo saber cuando se presenten reclamaciones al coordinador de Plenitud del área.
- Se puede dar descuento a los distritos con el fin de motivar la adquisición de los productos y las suscripciones, pero eso depende del comité de Plenitud del área, de sus acuerdos y autonomía.
- Todo pedido pagado va enviado al jefe de Servicios a la Comunidad (almacén). Si se hace un abono, la ficha debe dirigirse, directamente, a la encargada de cuentas por cobrar. Se puede mandar copia a ambas áreas y la comunicación se fortalece.
- Se sugiere que se cambie el término de “Plan de negocios”, porque parece que se está profesionalizando. Sin embargo, se hace la aclaración de que

es un término que se usa para que una entidad corporativa, como lo es Central Mexicana, vea el rumbo de las actividades que se están desarrollando, no porque se estén haciendo planes de negocios, como se entiende en el mercado general para generar más ventas.

- Jugar con los términos. Se puede usar el término “negocio espiritual”, para transmitir el mensaje. Por ejemplo, los miembros de un área adquieren una revista extra a fin de año y la dejan en el camión, en cualquier lugar, con el fin de que a alguien le sirva y llegue a nuestros grupos.
- Reflexionar sobre esto: no es una actividad de vendedor, sino una manera mejor de llevar a cabo nuestro servicio.
- El descuento que se le da a los distritos de un área, nos comparte, lo usan para adquirir otra revista.

Mesa 4:

- Los coordinadores de Plenitud deberán de ir haciéndose cada día más a la cultura del llenado de formatos para realizar sus pedidos.

Mesa 5:

- Si hago mi pedido a tiempo, garantizo una buena distribución.
- Tener el control de la fecha, el importante, quién lo solicita y la confirmación de recibido.
- Se puede tener un control de pedido con el número de guía y verificar que sea el correcto.
- Registrar el pedido para agregarlo al stock.
- Para la fletera, cada área hace uso de su autonomía.

Tema: Suscripciones

Mesa 1:

- Por cuestiones de manejo, se propuso que en lugar del sobre de papel bond, se utilice una bolsa plástica en el caso de las revistas que se envían ensobretadas.
- Tener cuidado al momento de escribir el nombre de la persona a quien va dirigida la revista ensobretada, ya que se cometen errores al rotular la etiqueta. Esto genera problemas y se pierde la renovación.
- La mayoría desconoce la fecha a partir de cuándo se da el 20% de descuento a Plenitud Digital.

- Como servidores de área motivar la suscripción a la revista en nuestros grupos.
- Realizar rifas o tandas en el grupo, distrito o área para incrementar las suscripciones, tanto impresas como digitales.

Mesa 2:

- Hay que conocer la revista digital para poder promoverla.
- Regalar 4 suscripciones por distrito a los grupos de las instituciones correccionales y centros de tratamiento.

Mesa 3:

- Una motivación para la revista digital es que cada artículo viene también en audio y video.
- Buscar siempre la manera de crecer en suscripciones, crear estrategias, pero siempre avaladas por los miembros de comité.
- Enfocar la atención del trabajo en los compañeros que apoyan, no en los que desmotivan; que éstos no sean razón para dejar el servicio.
- Es necesaria más información, por ejemplo, sobre el premio de las 30,000 suscripciones y el viaje a Nueva York, porque no se sabe cuántas hay, cuántas faltan y qué estimados se pueden hacer para que los compañeros adquieran más suscripciones. Al día de la capacitación, se tienen alrededor de 23,000 suscripciones. Sin embargo, la idea es estar alimentando ese número y no se detenga, porque si se saben que ya está cerca, podría pasar que ya no se hagan por temor, quizá, a pasarse o que alguien la gane o demás.
- Si en un área cae el ganador, se le avisa al área y ya será de responsabilidad de la misma, con base en la factura donde cayó la suscripción 30,000, hacer quizá una rifa para que salga el compañero ganador (en caso de que esa factura haya tenido varias suscripciones solicitadas, y que no estén ensobretadas).
- Se motiva a que el producto que sigue parado en la oficina se desplace a las áreas. Se comenta que del producto que está rezagado en la oficina, no se tiene conocimiento en las áreas y que sería bueno informar. Sin embargo, se tiene la indicación de que no se puede mandar esa información, solamente se le da al delegado o al custodio regional, quienes son los responsables de hacer llegar esta información.
- Debemos trabajar más de cerca con el delegado. Eso mejora la comunicación y los esfuerzos por hacer llegar la revista a quien la necesita.

Mesa 4:

- Es necesario incluir dentro de los beneficios que se presentan, el costo de envío de las suscripciones, cuenta a cargo de OP, pero aclarar también que si el área pide más suscripciones fuera del periodo ya corre el gasto de envío a cuenta del área.

Mesa 5:

- Se reitera que en suscripciones no hay crédito.

Tema: Capacitaciones de Plenitud

Mesa 1:

- Desconocimiento de anteriores capacitaciones, lo cual comprueba que la información no fluye; en algunas áreas sí, incluso se celebra el aniversario de la revista.
- Hay dudas acerca del trabajo editorial.
- Retomar capacitaciones anteriores (disponibles en la página web) para llevarlas a cabo en las áreas.
- Todo lo necesario para realizar óptimamente el servicio ya está dado, sólo hay que ponerlo en práctica.
- Concientización de la importancia de Plenitud, antes que sólo pensar en números. Darle prioridad a lo importante y no a lo urgente. Realizar planes de trabajo a largo plazo.
- Aún prevalece un desconocimiento acerca de Plenitud Digital. Es importante actualizarnos y hacer uso de la tecnología.

Mesa 2:

- Los integrantes de esta mesa se comprometen a ingresar a Plenitud Digital.
- Meta: alcanzar 1,000 suscripciones por área.

Mesa 3:

- Es importante que los distritos conozcan a sus coordinadores.

- Hacer una reunión con nuestros distritos para conocer las problemáticas que se tienen para promover la revista en los grupos y buscar soluciones conjuntas que esta actividad se desarrolle de manera más eficaz,
- El que salga la experiencia no es el fin; lo importante es colaborar con la revista para que se siga editando y se transmita el mensaje.
- Revisar los cuadernillos de las capacitaciones anteriores para conocer qué trabajos se desarrollaron y qué acciones sugeridas podemos retomar para implementarlas en nuestro servicio actual.
- Enviar más información y promocionales en la revista sobre los proyectos, planes y premios (como el de la suscripción 30,000), para motivarlos más.

Mesa 4:

- En este tema la mayoría de los coordinadores coinciden en que se debería de continuar con este tipo de capacitaciones, sin embargo es necesario mencionar que la mayoría de las áreas no reproducen las capacitaciones en sus respectivas áreas.
- Varios de los coordinadores no saben que el material está en la página de Plenitud.

Mesa 5:

- Que se sigan implementando.

Tema: Productos de difusión

Mesa 1:

- Las gacetas que se envían son insuficientes para cubrir a todos los grupos.
- Es importante que cuando el coordinador del área reciba la gaceta, primero la lea y la comprenda, y después esta información bajarla a donde debe llegar: al grupo.
- Los carteles que se envían resultan insuficientes para cubrir los grupos.
- Como una forma de difusión, es importante dedicar un día al mes (en los grupos) para el estudio de algún artículo de la revista, o escuchar uno de los audios “La voz de Plenitud”, para incentivar su adquisición. Así como promover el catálogo de productos.

Mesa 2:

- Piden los coordinadores que se les envíen más números de los productos de difusión de Plenitud: políptico y tríptico de Plenitud Digital.
- Checar cuando lleguen los productos al área.
- Que los carteles motivacionales de la revista se envíen a los grupos también.
- Que el coordinador de Plenitud del área dé la capacitación a sus similares de los distritos.
- Agendar con los comités de los eventos regionales la participación de la Oficina Plenitud, y aprovechar ese espacio para capacitar a los coordinadores de los distritos. Importantes es que esté en la agenda de ese evento, al menos, 3 horarios el sábado.

Mesa 3:

- La *Gaceta Plenitud* la piden los representantes para llevarla a sus grupos, así como el catálogo de productos (por lo que habría que considerar la reimpresión del mismo para que no se pierda la motivación de adquirir los productos).
- Sí se entrega la gaceta, pero no se da a conocer por los servidores de los distritos o está guardada en el grupo y no se comparte con los miembros del mismo.
- Es recomendable cambiar algunos términos. Por ejemplo, “el coordinador de la revista” se usa con frecuencia, pero habría que cambiarlo por lo que realmente es “coordinador del comité de Plenitud”, porque el servicio abarca muchas actividades y muchos productos de los que edita Oficina Plenitud.
- Es importante relacionarnos entre coordinadores de Plenitud. De pronto un área necesita una revista pasada que no tiene, pero tal vez otra área sí la tiene y ya nadie la quiere. Entonces se podría hacer intercambio o alguna actividad que permita cubrir esa necesidad. Esto porque es muy costoso para la Comunidad el reeditar números anteriores y en tirajes tan pocos, ya que las peticiones son mínimas.
- La lectura del *Manual de comités de Plenitud AA* es necesaria y motivador ya que contiene todo lo relacionado con nuestro servicio. Como coordinadores hay que leerlo y compartirlo con nuestros representantes.
- Conocer los productos, leerlos, escuchar los discos, ayuda y nos da herramientas para motivarlos.

- Está siendo difícil darle difusión a los discos de audio y a la enciclopedia digital, porque ya no se están usando mucho los discos compactos y las computadoras ya no traen entrada de disco, por lo que muchos compañeros ya no los están adquiriendo. Se considera un punto importante de análisis para Oficina Plenitud.
- Se reitera la importancia de fortalecer el trabajo y la comunicación entre los coordinadores de Plenitud con los delegados, con el fin de que la región crezca, no sólo en adquisición de productos, sino en la transmisión del mensaje.
- Que en las circulares semanales se le da más importancia a la difusión de la enciclopedia digital y de los discos de audio. Es más fácil que se adquieran los libros a estos productos. Punto para considerarse en Oficina Plenitud.
- Que se considere seguir haciendo estas capacitaciones. Se entiende que se van a realizar en cada evento regional. Sin embargo, es importante nutrirse de las experiencias de otras regiones y de cómo están trabajando, porque tienen otras experiencias, otras formas de trabajar que, quizá, en nuestra región está haciendo falta.

Mesa 4:

- Es necesario tener más comunicación con los coordinadores de Plenitud de las áreas porque desconocen mucho de los productos, del plan de acción, del político, de las fechas de pedidos.

Mesa 5:

- Hay que conocerlos para poder motivarlos.
- Que se asista a los distritos con una programación y cumplirla.