

EVALUACIÓN Y PROPUESTA PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE VENTAS FINANCIADOS EN LAS SUCURSALES DE LA EMPRESA PROVEEDORA DE BIENES DE CAPITAL Y SERVICIO

Ángel E. Lamas A.; Carlos A. Ríos C.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, plantea la evaluación y propuesta para mejorar los procesos de ventas financiados en las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio. En este estudio cuantitativo, propositivo, se trabajó con los procesos de ventas financiados, la muestra de estudio fueron las sucursales ubicadas en: Piura y Cajamarca por ser los más representativos. Los clientes representativos y los administradores de las sucursales, representantes de ventas, asistente de ventas, jefe de créditos, el asistente de créditos y asesor legal que constituyen la población y muestra de estudio.

Se empleó la observación, entrevista y análisis documental para recolectar los datos. Se determinó, que existen problemas en los procesos de ventas financiados y en la satisfacción del cliente en las sucursales bajo estudio. La propuesta para mejorar los procesos de ventas financiados en las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio, consideró necesario mejorar la atención al cliente y diseñar mejoras en los procesos de ventas financiados.

Palabras clave: Procesos de ventas financiados, créditos y clientes.

EVALUATION AND PROPOSAL TO IMPROVE PROCESSES OF FINANCED SALES IN THE AGENCIES OF THE SUPPLIER COMPANY OF CAPITAL ASSETS AND SERVICE

ABSTRACT

The present research proposes the evaluation and proposal to improve the sales processes financed in the branches of the company providing capital goods and service. In this quantitative, purposeful study, we worked with the sales processes financed, the sample of study were the branches located in: Piura and Cajamarca for being the most representative. Representative customers and branch managers, sales representatives, sales assistant, credit chief, credit assistant and legal counsel constituting the population and sample study.

Observation, interview and documentary analysis were used to collect the data. It was determined that there are problems in the sales processes financed and customer satisfaction in the branches under study. The proposal to improve the sales processes financed in the branches of the company providing capital and service goods, considered it necessary to improve customer service and design improvements in the sales processes financed.

Keywords: Sales processes financed, credits and customers.

¹Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo - EPG. Lambayeque – Perú.;

¹Universidad Politécnica Amazónica. Bagua Grande – Perú.

elamas@gmail.com

carlosrioscampos@gmail.com

Introducción

Actualmente, la información es lo más importante para cualquier tipo de organización, por lo que se requiere su gestión eficiente; para lo cual es necesario captar, gestionar y entregar correctamente los flujos de información que existen en la organización y agregar valor al manejo de la misma mejorando la toma de decisiones.

Fiol (2001) afirma que en la toma de decisiones de los directivos existe una presión. “Los datos y los conocimientos que el management moderno pone a su alcance, a su disposición, son cada vez más numerosos y le desbordan”.

Según Hammond, Keeney y Raiffa (2004) “la mayoría de las personas, sin embargo, tienen miedo de tomar decisiones difíciles”.

Laudon (2002) menciona que “la tecnología de bases de datos puede reducir muchos de los problemas que origina la organización tradicional”.

Llanusa (2005) afirma que “un aspecto fundamental en la preparación de los recursos humanos está en la incorporación de la gestión de la información y el conocimiento al acervo individual y al quehacer institucional”.

Para Ponjuan (2011) “los procesos son los que aseguran la actividad de la institución, realizando la agregación de valor a las entradas del mismo: sin procesos todo se paraliza”.

La mejora del proceso de venta financiado en las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio, haciéndolas más ágiles y efectivas, nos permitió cumplir con todas las etapas que exige el proceso

optimizando el tiempo de atención al cliente reflejado en un menor tiempo de entrega de la máquina para su uso inmediato. Para lo cual se planteó el siguiente problema ¿Cómo mejorar los procesos de ventas financiados en las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio para incrementar la satisfacción del cliente?. Teniendo como objetivo general: Evaluar y formular la propuesta para mejorar los procesos de ventas financiados en las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio a fin de incrementar la satisfacción del cliente. Considerando como objetivos específicos: Evaluar el actual proceso de ventas financiados, determinar el nivel de satisfacción de los clientes, periodo 2012 – 2013 y proponer mejoras en los procesos de ventas financiados.

La presente investigación, se justifica porque pretendió solucionar el problema de los procesos de ventas financiados en las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio, a fin de incrementar la satisfacción del cliente; se consideró que este trabajo fue trascendente, porque permitió desarrollar una experiencia inicial, para luego a partir de ésta, se pudo aplicar a las otras sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio. La hipótesis formulada fue: Sí se evalúa y formula la propuesta para mejorar los procesos de ventas financiados en las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio, entonces se podrá incrementar la satisfacción del cliente.

Metodología

La investigación por su finalidad fue aplicada. Además, se consideró como una investigación propositiva, en tanto se formuló una propuesta (Caballero, 2005).

El resultado de la contrastación de hipótesis, permitió formular la conclusión general de la

investigación. Las apreciaciones y conclusiones resultantes del análisis, fundamentaron cada parte de la propuesta de solución, al problema de la presente investigación.

La población estuvo constituida por todas las

sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio a nivel nacional, la muestra de estudio fueron las sucursales ubicadas en: Piura y Cajamarca.

Los clientes representativos y los administradores de las sucursales, representantes de ventas, asistente de ventas,

jefe de créditos, asistente de créditos y el asesor legal fueron los que integraron la población y la muestra de estudio.

Se emplearon materiales de escritorio, cámara fotográfica, grabadora y equipos informáticos para llevar a cabo la presente investigación.

Resultados

Se obtuvo el siguiente diagnóstico de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio mediante el análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Las fortalezas fueron: Mayor cobertura a nivel nacional con 16 sucursales en el país, infraestructura y equipamiento moderno en talleres de las sucursales, personal comercial, administrativo y técnico en permanente capacitación y entrenamiento, disponibilidad de inventarios de máquinas, principalmente en almacenes centralizados y en las sucursales, financiamiento directo por la empresa proveedora de bienes de capital y servicio con plazo hasta 3 años y soporte post venta a nivel nacional.

Las oportunidades fueron: Crecimiento en inversiones, obras y proyectos, principalmente en los mercados de minería y construcción, incremento de la oferta financiera en el mercado, tanto de bancos, cajas municipales, cajas rurales y otras financieras para atender créditos de maquinarias y equipos, crecimiento y fortalecimiento de las empresas mineras, constructoras y de servicios, que les permite mayores compras de activos, mejora de precios internacionales de los minerales y commodities, que generan mayores posibilidades de inversión.

Las debilidades fueron: Demora en los procesos de evaluación y aprobación, así como de formalización de créditos, demora en el cumplimiento de plazos de entrega de máquinas a clientes, rigidez en los procesos

administrativos internos y falta de actualización de los mismos y centralismo para la toma de decisiones comerciales.

Las amenazas fueron: Mayor presencia y fortalecimiento de la competencia en el mercado, disminución de nuestra participación de ventas en el mercado, mayor presencia de marcas chinas de menor precio en el mercado, incremento de empresas que rentan o alquilan maquinaria pesada.

Propuesta para la mejora de los procesos de ventas financiados de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio.

Propuesta 1: Actualizar normas y procedimientos Sobre lineamientos para otorgar créditos a clientes, en donde se establezca la reglamentación necesaria a fin de delegar niveles de aprobación de créditos según el importe y otorgar créditos a clientes solicitando las garantías necesarias de acuerdo a los resultados de su evaluación y calificación. El jefe administrativo de la sucursal será el primer filtro en evaluar los parámetros si el crédito califica para ser aprobado por el ejecutivo senior de la Oficina Central, valiéndose de la documentación alcanzada, verificaciones on line y comunicación virtual el mismo día.

Propuesta 2: Disminuir los tiempos en los procesos de ventas financiados

El actual proceso de ventas financiadas demora hasta la entrega de la máquina al cliente 17 días a más como se muestra en la Tabla 1 y la propuesta de valor es disminuir el tiempo del proceso a 7 días.

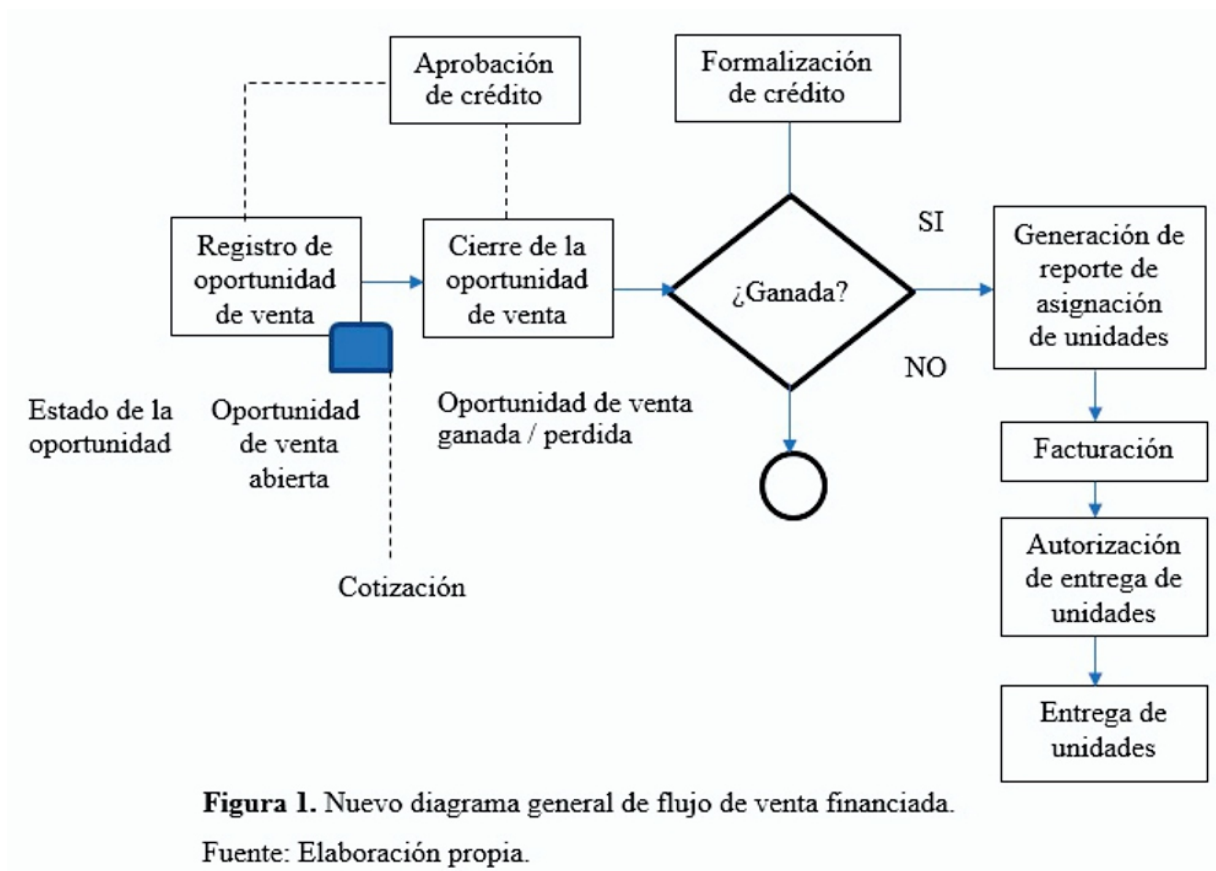
Tabla 1.

Reducción de los tiempos de proceso.

Descripción	Tiempo actual	Tiempo propuesto
Recopilar documentación en sucursal	5 días	3 días
Evaluación y aprobación en la Oficina Central	2 días	1 día
Formalización del crédito en sucursal	10 días (*)	3 días
	17 días	7 días

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta el nuevo diagrama general de flujo de venta financiado:



Nuevo proceso 1: Para aprobación de crédito

- 1) Recopilar documentación:
 - A cargo del RRVV (representante de ventas)
 - Ver relación de documentos anexo aparte
 - Envío de file con documentación al Jefe de

Créditos

- Tiempo: hasta 2 días
- 2) Evaluación y aprobación del crédito:
 - A cargo del a Jefe Administrativo de la sucursal y ejecutivo Senior de la Oficina Central
 - Evalúa documentación contra minería ilegal y lavado de activos
 - Evalúa calificación en central de riesgos
 - Evalúa estado de cuenta con la empresa proveedora de bienes de capital y servicio.
 - Evalúa los estados financieros de los 2 últimos años
 - Evalúa si requiere garantía adicional a la de la máquina a financiar (Deuda figurada vs curva de depreciación)
 - V°B° de aprobación del formato de crédito

En esta propuesta se plantea reducir el tiempo de 17 días a sólo 7 días.

Nuevo proceso 2: Para formalizar el crédito

- 1) Pago de cuota inicial
 - 2) Pago de derechos legales
 - 3) Seguro de la máquina endosado a la empresa proveedora de bienes de capital y servicio.
 - 4) Garantía mobiliaria del bien a financiar (firmar minuta y escritura)
 - 5) Garantía adicional si se requiere (firmar minuta y escritura)
 - 6) Contrato marco de crédito firmado
 - 7) Letras firmadas
- >> Entrega de la máquina al cliente
Tiempo del proceso 2: 5 días.
Tiempo total del proceso = 3 + 5 = 7 días (hasta la entrega de la máquina)

Propuesta 3. Poner a disposición de los clientes un simulador de financiamiento vía página web y vía dispositivo móvil.

Este simulador permitirá a los clientes calcular su financiamiento de una manera rápida, desde cualquier lugar y a cualquier hora, permitiendo mejorar la atención a los clientes.

Discusión

En la presente investigación denominada: Evaluación y Propuesta para Mejorar los Procesos de Ventas Financiados en las Sucursales de la Empresa Proveedora de Bienes de Capital y Servicio, se planteó que existe un aceptable nivel de satisfacción de los clientes de las sucursales de Piura y Cajamarca, tal como lo propusieron Aravena y otros (2013) en su tesis publicada: Modelo de Gestión Estratégica de Ventas. Además, estos autores

indican que las empresas deberían gestionar de manera más eficiente sus estrategias entorno a la orientación al valor del cliente para aumentar su grado de orientación como compañía e impactar en el desempeño de esta misma, considerando que tanto los niveles de capacitación de los empleados y la satisfacción que estos mismos tengan sobre su trabajo, influirá de manera positiva y significativa en los esfuerzos por adoptar una mayor orientación al valor del cliente.

Conclusiones

El actual proceso de ventas financiadas se fundamenta en una norma de financiamiento de ventas del 2008, dicha norma requiere ser actualizada con urgencia.

El actual proceso de ventas financiadas requiere ser mejorado con el fin de reducir el tiempo de los procesos de 17 días a solo 7 días y

así brindar un mejor servicio a los clientes de las sucursales de la empresa proveedora de bienes de capital y servicio.

Se ha determinado que existe un aceptable nivel de satisfacción de los clientes de las sucursales de Piura y Cajamarca, periodo 2012 - 2013.

Referencias Bibliográficas

- Aravena, S. y otros (2013). *Modelo de gestión estratégica de ventas*. Tesis para optar el Título de Ingeniero Comercial, Mención Administración, Universidad de Chile, Santiago, Chile.
- Caballero, A. (2005). *Guías metodológicas para los planes y tesis de maestría y doctorado*. Perú: Udegraf.
- Fiol, M. (2001). *La toma de decisiones de directivos latinos*. Recuperado de <http://scielo.br/pdf/rae/v41n4/v41n4a03.pdf>
- Hammond, J., Keeney, R. y Raiffa, H. (2004). *Decisiones inteligentes. Guía práctica para tomar mejores decisiones*. Colombia: Norma.
- Laudon, K. (2002). *Sistemas de información gerencial. Organización y tecnología de la empresa conectada en red*. (6ª Ed). México: Pearson Educación
- Llanusa, S. (2005). *Las tecnologías de información y comunicación y la gestión del conocimiento en el sector salud*. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662005000300008&lng=es&nrm=iso
- Ponjuan, G. (2011). *La gestión de información y sus modelos representativos. Valoraciones*. Ciencias de la Información, vol. 42, núm. 2, mayo-agosto, 2011, pp. 11-17 Instituto de Información Científica y Tecnológica La Habana, Cuba.