

# AG-F-49-2020

## Gestión Puntos de Venta ante la Pandemia



Proceso	CGCP01 Puntos de Venta	FISCALIZACIÓN
Subproceso u actividades		
Dependencias que participan	<p>El estudio comprende una muestra de entrevistas a Gerentes, Supervisores Operativos y Ejecutivos de los Puntos de Venta, así como funcionarios de la Subgerencia General de Operaciones y la Subgerencia de General de Desarrollo y Personas.</p> <p>El estudio considera consultas al área de Contraloría de Servicios, Salud Ocupacional, la Dirección de Seguridad y la Proveeduría, en torno a temas específicos o técnicos de cada área</p>	
Muestra visita a puntos de venta u otros	<p>Belén, Pavas, Sabana, Curridabat, Calle Blancos, Grecia, Ciudad Quesada, San Rafael de Escazú, Liberia, Moravia, San Ramon, Turrialba, Nicoya , Naranjo , Aguas Zarcas , Santa Rita, Palmares, Ciudad Neilly, Fortuna, Upala, Alajuelita, Puriscal, Guadalupe, Guatuso, Los Chiles, La Cruz, Pital, Decosure, Guápiles, Puntarenas, San Pedro, Heredia, Limón, Tejar, La Uruca y Coronado.</p>	
Período de evaluación	2020	
Generalidad	<p>El estudio se refiere a la gestión operativa que realizan los puntos de venta para abordar la atención al cliente en las instalaciones físicas, de acuerdo con el protocolo definido ante el COVID-19.</p> <p>En línea con lo anterior, el abordaje de atención al cliente caracterizado que realizan los ejecutivos comerciales (personas y desarrollo), respecto al cumplimiento del protocolo institucional COVID-19, la migración hacia la gestión comercial digital y la excelencia en el servicio al cliente.</p>	
Objetivo(s) del Estudio	<p>➔ Verificar si los Puntos de Venta ajustan el abordaje operativo de los clientes a los requerimientos y necesidades actuales, de acuerdo con el protocolo COVID-19 y la aspiración gerencial de brindar un servicio superior al cliente.</p> <p>➔ Verificar si los Puntos de Venta incentivan el abordaje digital de los clientes de acuerdo con la aspiración gerencial de brindar un servicio superior al cliente mediante la experiencia digital y las necesidades impuestas por la pandemia.</p>	
Objetivos Institucionales relacionados	Impulsar la productividad y eficiencia	
Principales Hallazgos		
<p>Los Puntos de venta ajustan el abordaje operativo de los clientes de acuerdo con el Protocolo General de Atención y Operación ante la Emergencia Sanitaria Covid 19; sin embargo, se identifica oportunidades de mejora respecto a temas de comunicación, publicidad y servicio al cliente, las cuales de atenderse pueden contribuir a una mejor atención de los clientes en tiempos de pandemia.</p> <p>Los puntos de venta incentivan el uso de correo electrónico, whatsapp, reuniones virtuales, entre otros, como parte de las soluciones otorgadas a los clientes en tiempo de pandemia, resultando en nuevas formas de hacer negocios y brindar un servicio de calidad; es conveniente reforzar la capacitación en los temas de comercio electrónico y POS para los ejecutivos con clientes caracterizados, así como un seguimiento oportuno para el cumplimiento de los proyectos CX Oracle y el uso de sus aplicativos en materia de publicidad y manejo de clientes mediante metodología CRM, los cuales se encuentran en desarrollo.</p>		