

MESA 3

Conclusiones

TEMA 1.- Control del stock de Plenitud

- 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.

TEMA 2.- Pedidos Plenitud

- 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.
- Debió 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.

TEMA 3.- Suscripciones

- 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.

TEMA 4.- Las capacitaciones de Plenitud

- 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.

TEMA 5.- Productos de difusión

- 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.