



MANUAL DE PROCESOS

ÁREA: VENTAS MAYORISTAS

- **Objetivo:** El presente documento se centra en establecer los lineamientos y procedimientos del área de ventas mayoristas para la gestión de las actividades del equipo, asegurando la eficiencia y calidad de los servicios ofertados.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Descripción de la Actualización	Fecha de Actualización	Responsable
01	Documentación	20/12/2024	Joselyn Zambrano
02	Actualización de documento	29/01/2026	Joaquín Rodríguez

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	5
ALCANCE	5
OBJETIVO GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO: VENTAS MAYORISTAS.	6
JEFE DE VENTAS IT	7
GESTIÓN DE CONDICIONES COMERCIALES ESPECIALES	8
DESARROLLO Y EXPANSIÓN DE CARTERA IT	16
ACOMPAÑAMIENTO EN CAMPO Y GESTIÓN RELACIONAL	21
SUPERVISOR DE VENTA (IT / MOTOS Y HOGAR / OPEN Y CELULARES).....	32
AUTORIZACIÓN DE PRECIOS DE LAS ÓRDENES DE PEDIDOS	33
GESTIÓN DE APROBACIÓN DE PEDIDOS MAYORISTAS FUERA DE ESCALA DE PRECIOS	39
SEGUIMIENTO Y CONTROL COMERCIAL EN CAMPO	44
ELABORACIÓN DE CRONOGRAMA DE VISITAS EN CAMPO	48
ACOMPAÑAMIENTO CON LOS VENDEDORES A CLIENTES	52
ACTUALIZACIÓN DE LISTADO DE PRECIO Y STOCK DE PRODUCTO	58
ELABORACIÓN DE REPORTE DE VENTAS MAYORISTA	65
REPORTE DE COMISIONES DE LOS VENDEDORES MAYORISTAS.....	71
ACTUALIZACIÓN DE REPORTE DE INVOICE Y TRÁNSITO	75
GESTIÓN DE PRODUCTOS PARA DEMOSTRACIÓN A CLIENTES MAYORISTA.....	80
GESTIÓN DE CONSIGNACIONES PARA CLIENTES MAYORISTA	88
COORDINACIÓN CON MARKETING PARA EL DESARROLLO DE ARTE Y CATÁLOGO DE PRODUCTOS	101
VENDEDOR MAYORISTA (IT / MOTOS Y HOGAR / OPEN Y CELULARES).....	105
BÚSQUEDA DE CLIENTES POTENCIALES EN EL CAMPO	106
GESTIÓN DE VENTA MAYORISTA	111
GESTIÓN DE NOTA DE CRÉDITO POR GARANTÍA.....	126
VENDEDOR KAM (KEY ACCOUNT MANAGER)	133
GESTIÓN DE PREPARACIÓN Y DESPACHO DE ÓRDENES DE COMPRA DE CLIENTE RETAIL	134
ACTUALIZACIÓN DE COSTO Y STOCK EN LA PLATAFORMA CRECOSCOP	149
REGISTRO DE NUEVOS PRODUCTOS EN LA PLATAFORMA CRECOSCOP	155

DISEÑADOR GRÁFICO MAYORISTA	160
ELABORACIÓN DE ARTES DE CATÁLOGO MAYORISTA	161

INTRODUCCIÓN

Para Novisolutions, el canal de ventas mayoristas es de gran importancia, ya que permite gestionar pedidos de clientes al por mayor mediante precios competitivos, facilitando la expansión del negocio a través de diversas líneas de productos que aportan al crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

ALCANCE

El presente documento tiene como finalidad orientar al equipo de ventas mayoristas sobre las actividades que se generan en el área, desde la captación de nuevos clientes hasta el servicio de postventa.

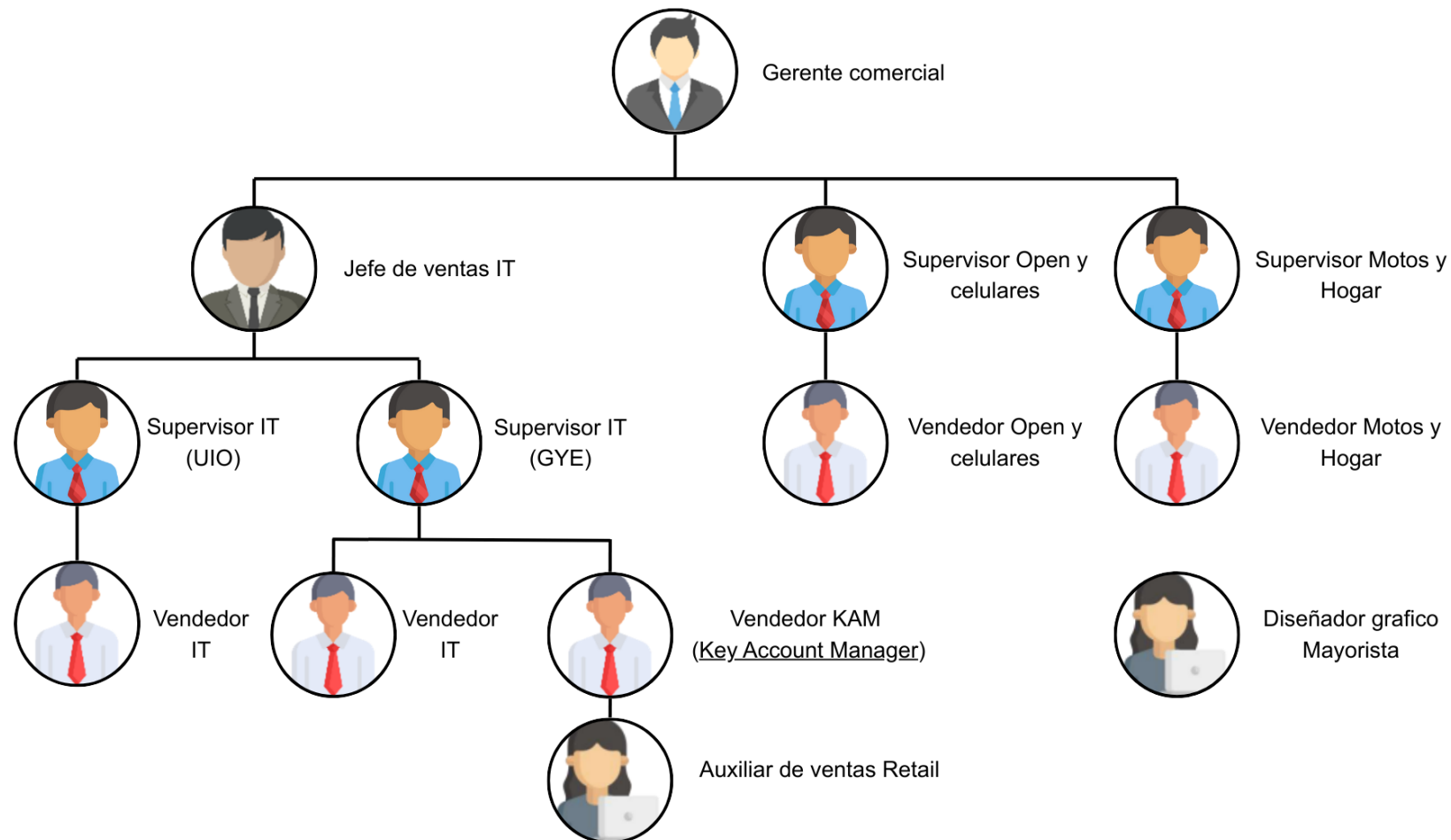
OBJETIVO GENERAL

Establecer los lineamientos del área mayorista mediante el levantamiento y la redacción de sus procesos y procedimientos, con el propósito de proporcionar una guía clara al equipo de ventas sobre sus actividades y los puntos de mejora a aplicar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los procesos y procedimientos que se ejecutan en el área mayorista, estableciendo las políticas y normativas dispuestas para la gestión de ventas, pagos, créditos, entre otros aspectos relacionados con el giro del negocio.
- Diagramar los flujos de trabajo y las operaciones realizadas en el área mayorista mediante la herramienta Bizagi, con la finalidad de establecer la secuencia correcta de las actividades.
- Optimizar las operaciones efectuadas en el área de ventas mayoristas, con el fin de identificar los procesos clave del departamento, así como los recursos necesarios para el cumplimiento de los objetivos mensuales y anuales.

ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO: VENTAS MAYORISTAS.





JEFE DE VENTAS IT

GESTIÓN DE CONDICIONES COMERCIALES ESPECIALES

El presente proceso se enfoca en la gestión, análisis y estructuración de negociaciones especiales del canal IT que demandan condiciones comerciales diferentes a las establecidas en la lista de precios estándar, aplicables a clientes estratégicos o potenciales para la organización.

1.- OBJETIVO

Gestionar y sustentar para aprobación los negocios especiales del canal IT, mediante el análisis de rentabilidad y la estructuración de la propuesta comercial, para asegurar que las condiciones negociadas sean rentables y alineadas con la estrategia de la organización.

2.- ALCANCE

Negocio especial del canal IT evaluado, aprobado y ejecutado bajo condiciones comerciales autorizadas, garantizando rentabilidad, control financiero y alineación con la estrategia comercial de la organización.

3.- POLÍTICAS

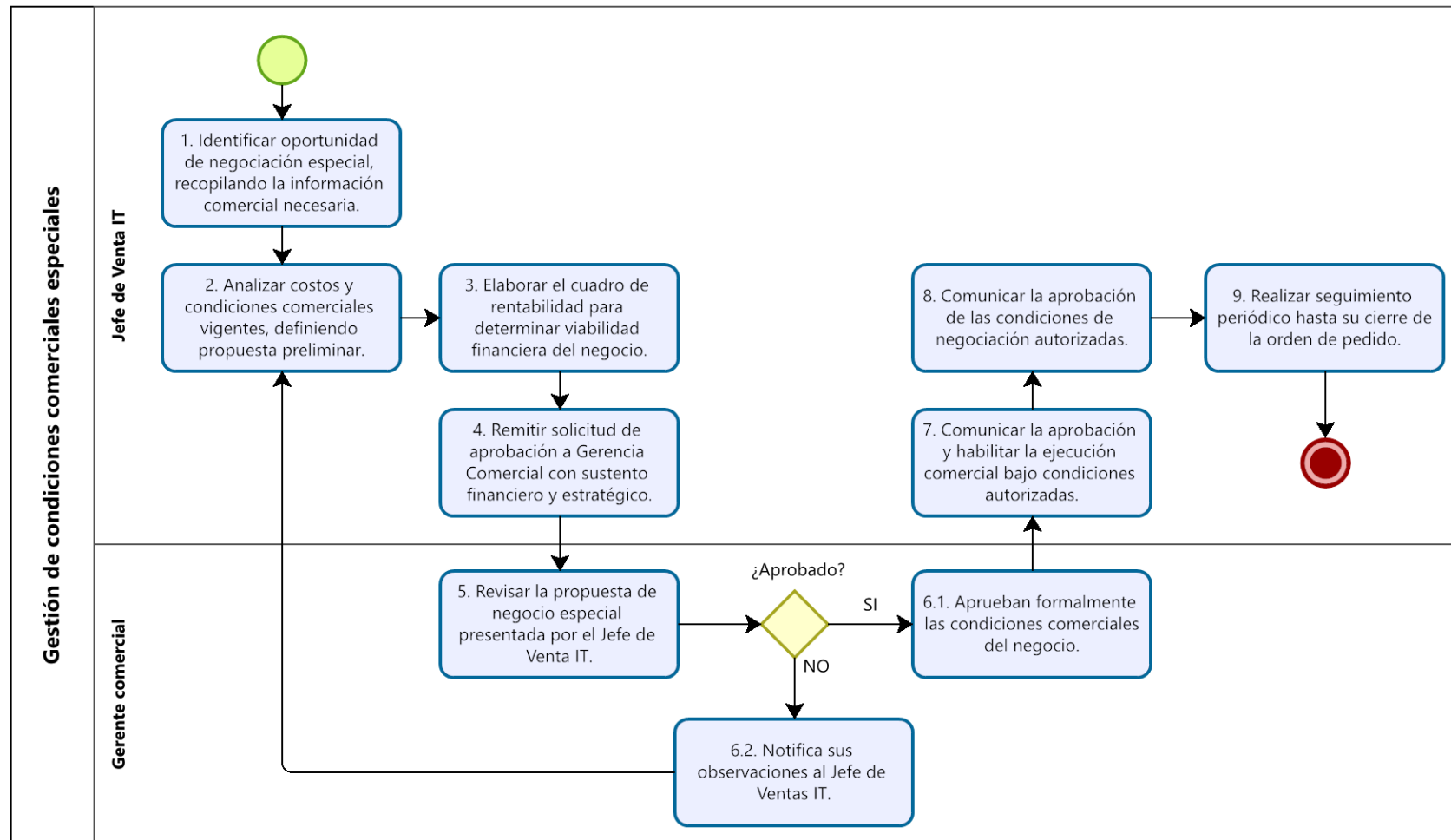
1. Todo negocio que requiera condiciones comerciales distintas a la lista de precios estándar deberá ser evaluado mediante un análisis de rentabilidad previo a su presentación al cliente.
2. Ningún negocio especial podrá ser ofrecido o confirmado al cliente sin la aprobación formal de la Gerencia Comercial.
3. El margen mínimo establecido por la compañía deberá respetarse, salvo autorización expresa de la Gerencia Comercial.
4. Toda solicitud de aprobación deberá estar sustentada con el cuadro de rentabilidad debidamente diligenciado y la justificación estratégica del negocio.

5. Las condiciones aprobadas (*Precio, volumen, vigencia y condiciones especiales*) deberán mantenerse dentro de los parámetros autorizados y no podrán modificarse sin nueva aprobación.
6. El Jefe de Venta IT es responsable de garantizar la correcta documentación, trazabilidad y archivo digital de cada negociación especial para efectos de control interno y auditoría.
7. En caso de rechazo de la propuesta, no podrá avanzarse en la negociación con el cliente hasta realizar los ajustes requeridos y obtener nueva validación.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Lista de precios vigente.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Se detecta una oportunidad comercial que, por sus características de volumen, precio, cliente o proyecto, requiere condiciones distintas a las establecidas en la lista de precios estándar.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Jefe de venta IT	- Identificar oportunidades de negocio mediante diferentes fuentes, tales como: - Requerimientos directos de clientes corporativos. - Proyectos institucionales o empresariales. - Solicitudes de grandes volúmenes. - Apertura de nuevas cuentas estratégicas. - Recopilar información preliminar necesaria para el análisis, incluyendo: - Tipo de cliente. - Producto(s) solicitado(s). - Cantidad estimada. - Fecha requerida de entrega.	Oportunidad comercial evaluada y clasificada como “Negocio Especial” con información completa para análisis.	1 a 2 días.

		○ Condiciones comerciales solicitadas. ▪ Validar que la negociación no puede manejarse bajo condiciones comerciales normales, confirmando la necesidad de solicitar un precio o esquema especial.		
2	Jefe de venta IT	• Consultar el costo actualizado de los productos involucrados, verificando su vigencia. ○ Revisar las condiciones comerciales base: ▪ Lista de precios vigente. ▪ Márgenes mínimos autorizados. ▪ Políticas de descuento. ▪ Fondos comerciales de marca <i>(Si aplica)</i>. • Definir una propuesta preliminar considerando: ○ Precio de venta sugerido. ○ Porcentaje de descuento requerido. ○ Margen proyectado. ○ Beneficios adicionales incluidos. - Nota: Analizar la competitividad de la propuesta frente al mercado y proveedores alternativos.	• Condiciones comerciales preliminares definidas (<i>Precio, margen, descuento y beneficios</i>).	• 30 min a 1 hora.
3	Jefe de venta IT	• Con base en las condiciones definidas, se construye el análisis financiero del negocio para determinar su viabilidad económica.	• Viabilidad financiera del negocio	• 1 a 2 horas

		- Elaborar un cuadro de rentabilidad en la herramienta definida (Excel u otra). - Registrar de forma estructurada: - Nombre del cliente. - Descripción del proyecto o negocio. - Productos incluidos. - Cantidades. - Costo unitario. - Precio de venta propuesto. - Margen unitario. - Utilidad total. - Porcentaje de rentabilidad. - Verificar que el negocio cumpla con los niveles mínimos de rentabilidad exigidos por la compañía.	determinada (Rentable / no rentable).	
4	Jefe de venta IT	- Una vez estructurado el negocio, se formaliza la solicitud de autorización al gerente comercial, adjuntando toda la información de sustento. - Consolidar la información comercial y financiera del negocio. - Adjuntar el cuadro de rentabilidad como documento de soporte. - Elaborar el correo o formato de solicitud incluyendo: - Descripción del negocio.	Solicitud de aprobación radicada formalmente ante Gerencia Comercial.	10 a 20 min.

		○ Cliente. ○ Volumen estimado. ○ Justificación estratégica. ○ Beneficios comerciales esperados. ○ Rentabilidad proyectada. 4. Remitir la solicitud a la Gerencia Comercial para revisión y pronunciamiento.		
5	Gerencia comercial	• Analiza integralmente la propuesta con el fin de asegurar que la negociación esté alineada con la estrategia comercial y financiera de la organización. ○ <u>Evaluar variables críticas como:</u> ▪ Margen de utilidad. ▪ Impacto en precios de mercado. ▪ Riesgo crediticio del cliente. ▪ Volumen comprometido. ▪ Beneficio estratégico. ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: Se aprueban formalmente las condiciones comerciales del negocio. ▪ NO: Notifica sus observaciones al Jefe de Ventas IT y se solicita reformulación del cuadro de rentabilidad.	• Decisión formal emitida: Negocio aprobado o rechazado con observaciones.	• 10 a 15 min. <i>(Depende de la disponibilidad del gerente comercial).</i>

6	Jefe de venta IT	- Con la aprobación gerencial, se procede a habilitar la ejecución comercial del negocio bajo los términos autorizados. - Comunicar formalmente la aprobación al equipo de ventas mayorista. - Socializar condiciones aprobadas. - Registrar la autorización como respaldo interno.	Negocio habilitado oficialmente para ejecución bajo condiciones autorizadas.	5 min.
7	Jefe de venta IT	- Finalmente, se asigna la gestión del negocio a un vendedor responsable, quien ejecutará la operación hasta su cierre. - Seleccionar al vendedor considerando: - Cartera del cliente. - Experiencia. - Capacidad de gestión. - Transferir toda la información del negocio aprobado. - Realizar seguimiento hasta el cierre efectivo de la venta.	Negocio asignado a responsable y en gestión activa hasta cierre.	Seguimiento semanal hasta el cierre del negocio o finalización de la vigencia de la oferta.

DESARROLLO Y EXPANSIÓN DE CARTERA IT

El presente proceso se centra en la gestión estructurada de la cartera de clientes del canal IT, a través del análisis de información comercial, la segmentación estratégica de clientes y la definición de acciones diferenciadas según su nivel de actividad y potencial de negocio.

1.- OBJETIVO

Desarrollar y expandir la cartera de clientes del canal IT mediante la captación de nuevos clientes, reactivación de cuentas inactivas y fortalecimiento comercial de clientes activos, con el fin de incrementar la facturación, rentabilidad y participación de mercado.

2.- ALCANCE

Fortalecer y ampliar la cartera de clientes del canal de venta mayorista, permitiendo incrementar la facturación, mejorar la rentabilidad y consolidar relaciones comerciales sostenibles en el tiempo.

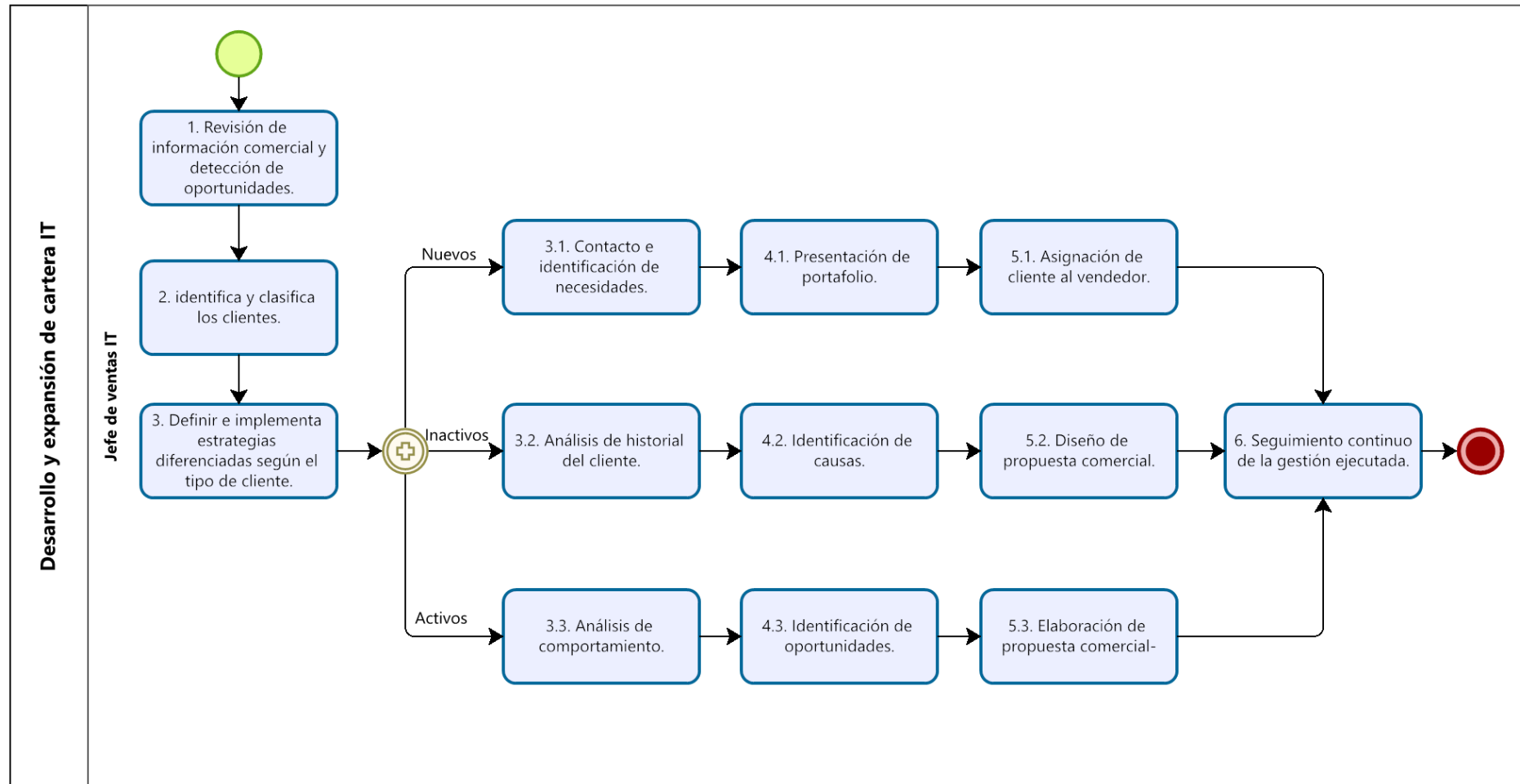
3.- POLÍTICAS

1. Cada cliente deberá contar con un vendedor responsable formalmente asignado para su gestión y seguimiento.
2. El Jefe de Venta IT deberá realizar seguimiento periódico al desempeño de la cartera y al cumplimiento de metas comerciales.
3. Las propuestas deberán ajustarse a la lista de precios vigente, márgenes mínimos establecidos y políticas comerciales aprobadas.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Base de datos actualizada de clientes y prospectos.
- Reportes de ventas históricas.
- Lista de precios vigente.
- Portafolio actualizado de productos y soluciones IT.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Identificación de oportunidades comerciales en bases de datos y mercado objetivo, y finaliza con la consolidación de nuevas ventas, reactivación efectiva o incremento de negocios en clientes activos.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Jefe de venta IT	- Realiza el análisis integral de la base de datos y de la cartera comercial para detectar oportunidades de crecimiento y segmentar adecuadamente los clientes para su gestión estratégica: - Revisar la base de datos y la cartera comercial vigente. - Identificar oportunidades a través de: - Análisis de información histórica de clientes. - Evaluación del mercado y potencial comercial. - Clasificar los clientes en: Nuevos: Prospectos que aún no han realizado compras con la empresa y representan oportunidades potenciales de incorporación a la cartera activa.	Listado de clientes clasificados (<i>Nuevos, inactivos y activos</i>), con prioridades de gestión definidas.	1 a 2 horas.

		- Inactivos: Clientes que anteriormente realizaron compras, pero que no registran transacciones dentro del período definido, requiriendo gestión de recuperación comercial. - Activos: Clientes que mantienen compras recurrentes o periódicas, con quienes se busca fortalecer la relación y expandir el volumen de negocio.		
2	Jefe de venta IT	• Implementa estrategias diferenciadas de captación, reactivación o desarrollo, según la clasificación previamente definida. a) Captación de Clientes Nuevos: 1. Contactar prospectos mediante llamadas, correos o visitas. 2. Identificar necesidades técnicas y comerciales. 3. Presentar portafolio de productos y soluciones. 4. Asignar vendedor responsable. 5. Acompañar negociaciones iniciales hasta el cierre de la primera venta. b) Reactivación de Clientes Inactivos: 1. Analizar el historial de compra. 2. Identificar causa de inactividad. 3. Revisar productos previamente adquiridos. 4. Diseñar propuesta comercial diferenciada:	• Cliente nuevo incorporado formalmente a la cartera activa. • Cliente inactivo reactivado o con plan de recuperación en ejecución. • Incremento comprobable en facturación y/o ampliación del	• Tiempo variable según tipo de cliente.

		○ Nuevas líneas. ○ Condiciones especiales. ○ Proyectos específicos. 5. Realizar seguimiento hasta lograr la reactivación. c) Desarrollo de Clientes Activos: 1. Analizar comportamiento de compra y volumen. 2. Detectar oportunidades de: ○ Venta cruzada. ○ Venta incremental. ○ Nuevos proyectos. 3. Proponer negocios especiales cuando aplique. 4. Acompañar negociaciones estratégicas. 5. Realizar seguimiento periódico de crecimiento.	portafolio en clientes activos.	
3	Jefe de venta IT	• Realiza el seguimiento continuo de la gestión ejecutada por el equipo comercial, con el fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos definidos para cada tipo de cliente. ○ Supervisar el avance de negociaciones en curso. ○ Validar cumplimiento de metas individuales y de cartera. ○ Identificar y definir acciones correctivas cuando sea necesario.	• Seguimiento comercial con estado de negociaciones y acciones correctivas definidas.	• 5 a 10 min.

ACOMPañAMIENTO EN CAMPO Y GESTIÓN RELACIONAL

Este proceso se centra en el acompañamiento directo al equipo comercial y en la gestión relacional estratégica con clientes del canal IT que permita generar mayor posicionamiento en el mercado, incrementar la probabilidad de cierre de negocios estratégicos y asegurar el crecimiento sostenible del canal.

1.- OBJETIVO

Fortalecer la relación con clientes actuales y potenciales, mediante el acompañamiento directo al equipo de ventas y la gestión relacional estratégica, para potenciar el crecimiento del negocio y consolidar la imagen institucional.

2.- ALCANCE

Relaciones comerciales fortalecidas con clientes estratégicos del canal IT, mayor generación de oportunidades de negocio y aumento en la probabilidad de cierre de negociaciones relevantes, contribuyendo al posicionamiento sólido de la empresa en el mercado.

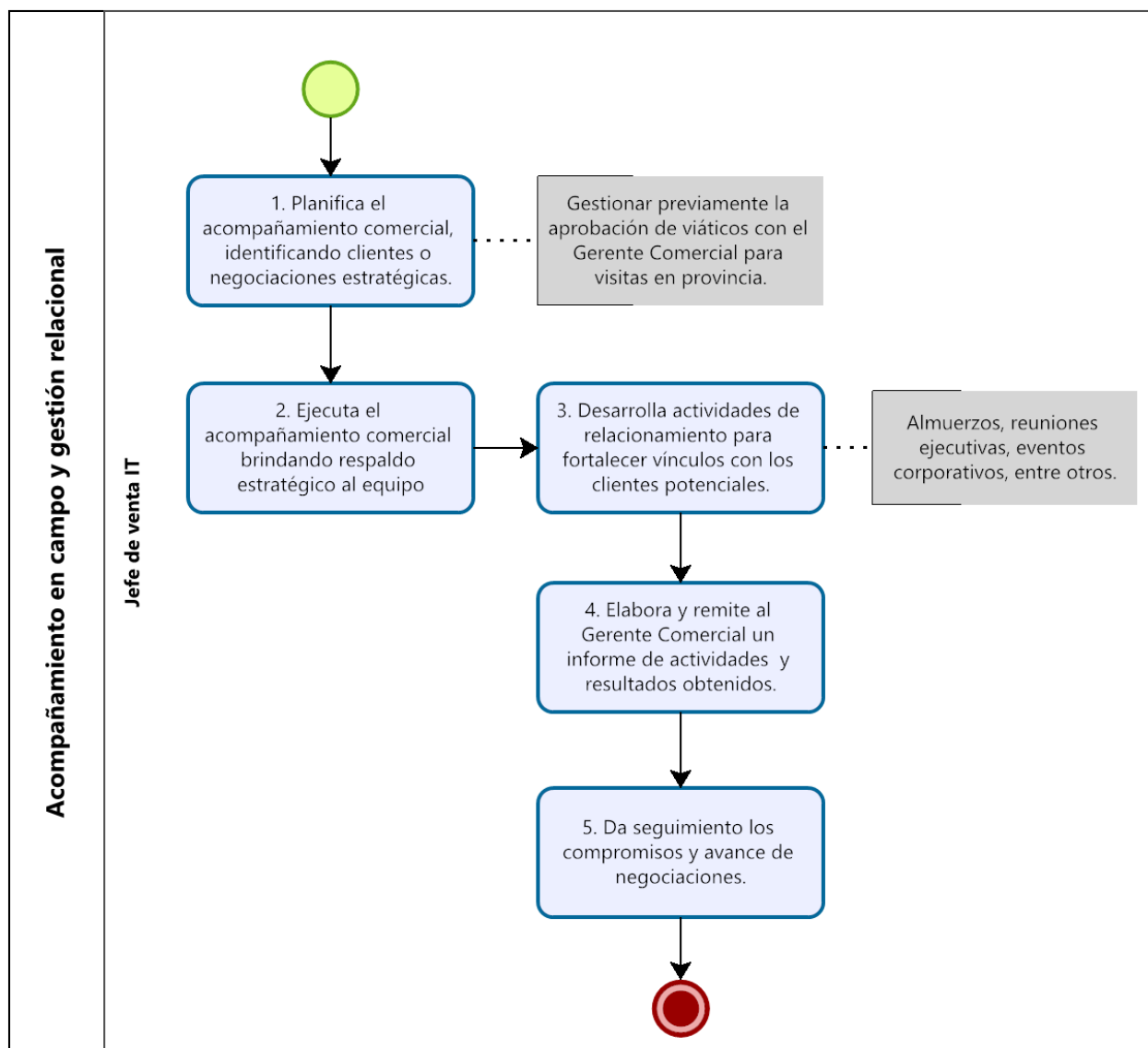
3.- POLÍTICAS

1. El acompañamiento comercial del Jefe de Venta IT deberá realizarse exclusivamente en negociaciones estratégicas, clientes clave u oportunidades de alto impacto para el canal.
2. Cada cliente deberá contar con un vendedor responsable, quien mantendrá el liderazgo de la gestión comercial, aun cuando exista intervención del Jefe de Venta IT.
3. La participación del Jefe de Venta IT en negociaciones no sustituye la responsabilidad operativa del vendedor asignado.
4. Los gastos asociados a visitas en provincia o representación institucional deberán contar con autorización previa del Gerente Comercial.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Aprobación previa del Gerente Comercial para viajes a provincia (*Viáticos*).

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Identificación de acompañamiento comercial para clientes estratégicos.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Jefe de venta IT	• Realiza la planificación estratégica del acompañamiento comercial, asegurando una intervención oportuna y alineada a los objetivos del canal: 1. Identificar clientes estratégicos o negociaciones que requieran acompañamiento. 2. Coordinar la agenda con el vendedor responsable, definiendo fecha, modalidad y alcance de la visita o reunión. 3. Establecer el objetivo específico del acompañante (<i>Cierre de negocio, negociación estratégica, fidelización, levantamiento de proyecto, desarrollo de oportunidad, entre otros</i>). 4. Preparar la información técnica, comercial y financiera necesaria para sustentar la gestión.	• Agenda de visitas y reuniones estratégicas formalmente programadas.	• 10 min.

		• Importante: En caso de visitas en provincia, gestionar previamente la solicitud y aprobación de viáticos con el Gerente Comercial.		
2	Jefe de venta IT	• Ejecuta el acompañamiento comercial brindando respaldo estratégico al equipo. 1. Realizar visitas conjuntas con el equipo comercial a clientes estratégicos. 2. Participar activamente en reuniones de alto nivel, negociaciones relevantes o proyectos estratégicos. 3. Brindar soporte técnico, comercial y estratégico durante el proceso de negociación. 4. Reforzar la propuesta de valor de la empresa, destacando fortalezas, capacidades y beneficios diferenciales ante el cliente.	• Negociaciones fortalecidas y oportunidades comerciales con mayor probabilidad de cierre.	• 5 a 8 horas.
3	Jefe de venta IT	• Desarrolla acciones orientadas al fortalecimiento de relaciones comerciales de largo plazo. 1. Ejecutar actividades de relacionamiento comercial (<i>Almuerzos, reuniones ejecutivas, eventos corporativos</i>). 2. Fortalecer vínculos con tomadores de decisión. 3. Detectar oportunidades futuras de negocio.	• Relaciones comerciales consolidadas y nuevas oportunidades identificadas.	• 2 a 3 horas.

		4. Mantener comunicación estratégica con clientes clave. Representa institucionalmente a la empresa en espacios comerciales relevantes. 1. Participar en ferias, ruedas de negocio, eventos sectoriales y actividades comerciales estratégicas. 2. Promocionar el portafolio de productos y soluciones del canal IT. 3. Generar contactos estratégicos, prospectos y alianzas potenciales. 4. Coordinar con el equipo comercial el seguimiento posterior a los contactos generados.		
4	Jefe de venta IT	- Elabora un informe de gestión del acompañamiento comercial, detallando actividades realizadas, oportunidades intervenidas, resultados obtenidos e impacto en la cartera del canal IT. - Remite el informe al gerente comercial por email.	Informe de gestión formal enviado al Gerente Comercial por email (kalvarado@novicompu.com).	20 a 30 min.
5	Jefe de venta IT	Da seguimiento a los compromisos adquiridos con clientes y con el equipo comercial, asegurando su cumplimiento dentro de los plazos establecidos.	Compromisos cumplidos o en ejecución controlada.	5 a 10 min.

ACTUALIZACIÓN DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS IT

El presente proceso se centra en la incorporación de nuevos productos y en la actualización de la información comercial y técnica del portafolio IT, permitiendo la disponibilidad de datos claros, completos y consistentes para la gestión comercial.

1.- OBJETIVO

Mantener actualizado el portafolio de productos del canal IT mediante la revisión de la información y la actualización del listado de productos, con el fin de asegurar que el equipo comercial disponga de información como soporte para la negociación y venta.

2.- ALCANCE

Portafolio de productos IT actualizado con información comercial y técnica completa, disponible para el equipo de ventas como herramienta de apoyo en la negociación y comercialización de los productos.

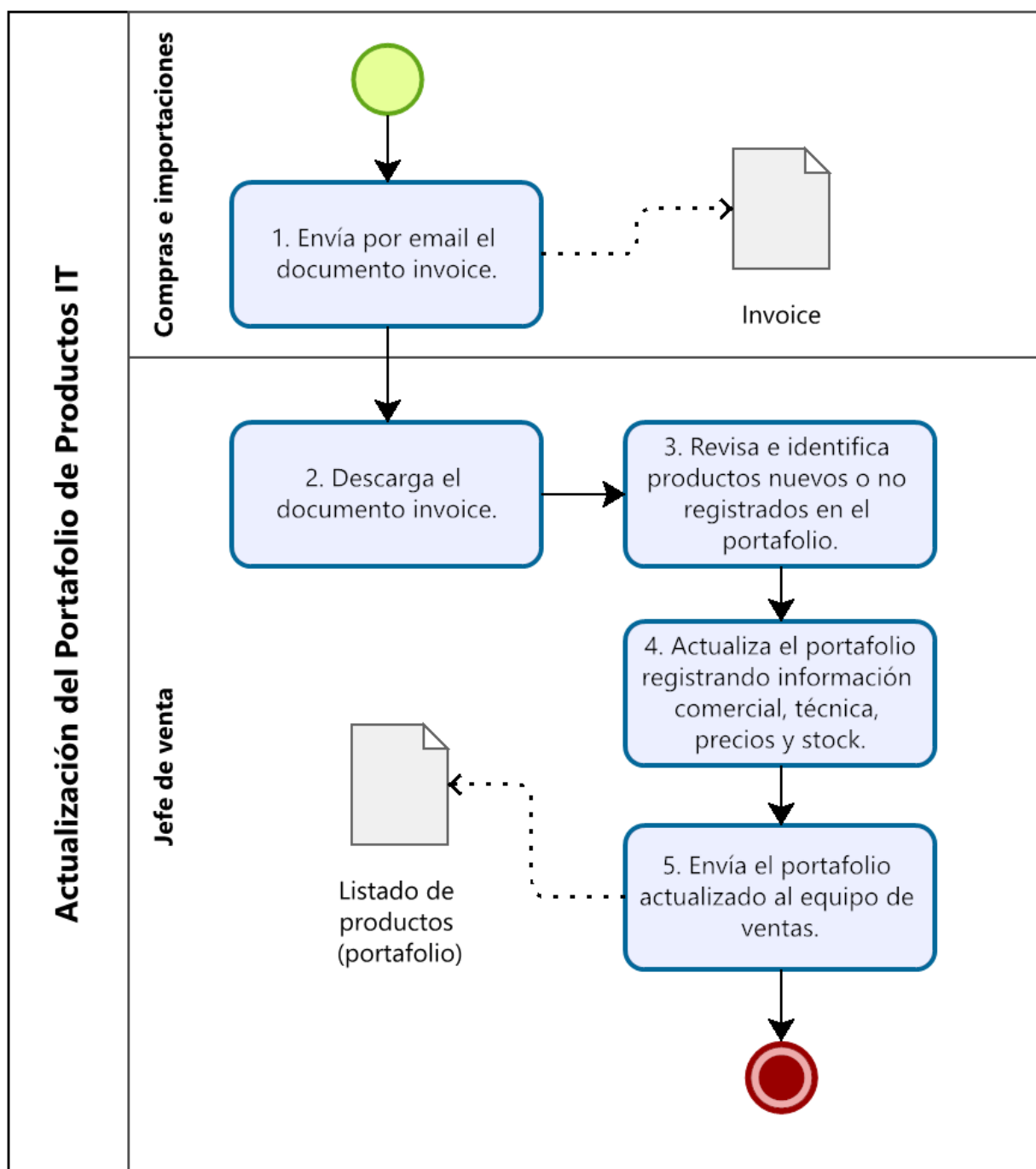
3.- POLÍTICAS

1. El portafolio de productos IT deberá mantenerse actualizado cada vez que se reciban nuevos productos o información por parte del área de Compras e Importaciones.
2. Toda incorporación o modificación de productos deberá basarse en información oficial proporcionada por Compras e Importaciones o fabricantes.
3. Los precios registrados deberán estar alineados con el listado de precios vigente y los márgenes comerciales definidos por la empresa.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Invoice.
- Formato del Listado de producto (*Portafolio*).
- Acceso al listado de precios de la línea de producto IT.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El área de compras e importaciones envía el documento de Invoice por medio de email.
 - Documento: Invoice.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Jefe de venta IT	• Descarga el Invoice o documentación comercial proporcionada por el área de Compras e Importaciones, que contiene el detalle de los productos recientemente egresados o próximos a ingresar al inventario.	• Invoice o documentación comercial disponible para revisión.	• 2 min.
2	Jefe de venta IT	• Revisa el Invoice recibido y compara los productos con el listado vigente del portafolio IT. ○ Verifica la siguiente información: ▪ Códigos de producto. ▪ Descripción comercial. ▪ Costos referenciales. ▪ Cantidades importadas. ▪ Características técnicas principales.	• Listado de productos nuevos identificados para incorporación al portafolio.	• 5 a 10 min.

		- Identifica los productos que no se encuentran registrados en el listado actual, considerando: - Nuevos modelos. - Nuevas marcas. - Nuevas líneas de producto. - Versiones actualizadas de productos existentes. Importante: En caso que sea un nuevo producto de una marca, se debe realizar la búsqueda de información técnica del mismo para registrar en el listado de productos (<i>Portafolio</i>).		
3	Jefe de venta IT	- Una vez identificado, se procede actualizar el listado de productos del portafolio: - Ingresa al documento oficial del Listado de Productos del Portafolio IT. - Registra o actualiza la información correspondiente a cada producto: - Código del producto. - Categoría o línea de producto. - Nombre comercial del producto. - Características principales y especificaciones técnicas relevantes. - Precio antes del IVA. - Precio con IVA incluido.	Portafolio de productos actualizado y validado.	2 a 4 horas (Depend e de la cantidad de ítems por actualizar).

		- Nota: Revisa que los precios estén alineados con el listado de precios vigente y los márgenes definidos. ○ Imagen o fotografía del producto. ○ Stock disponible por ciudad (<i>GYE y UIO</i>). - <i>Nota: Adicionalmente debe actualizar el stock disponible actualmente en cada producto ya registrado.</i> ○ Observaciones comerciales (<i>Si aplica</i>) (<i>Por ejemplo: Producto nuevo, producto en promoción o producto con stock limitado</i>). • Importante: Verifica que la información registrada sea clara y completa para facilitar su uso por parte del equipo comercial.		
4	Jefe de ventas IT	• Envía el listado actualizado al equipo de ventas de manera interna e informando claramente: ○ Productos nuevos incorporados. ○ Cambios relevantes en el portafolio. ○ Productos prioritarios de venta (<i>Si aplica</i>). ○ Condiciones comerciales especiales (<i>Si aplica</i>). - Nota: Atiende consultas del equipo comercial relacionadas al listado de productos.	• Listado de productos actualizado comunicado al equipo comercial.	• 2 min.

7.- ANEXO

- Anexo: Listado de precio (*Portafolio*).**

CODIGO	Laptops	Precio Antes del IVA	Precio IVA incluido	Foto	Stock GYE	Stock UIO	Notas y promos
1EENV9181	ENV Book Pro 10.1" 2 en 1 , Intel Celeron N4020, Dual core, Gemome Lake,14nm, 1.1Ghz-2.8Ghz, UHD Graphics 600, 8GB, 256GB, 10.1INCH 800*1280IPS, Touch G+G, Camara Front 2.0MP + Rear 5.0MP, BT 4.2, 802.11 b/g/n 2.4G , Speaker 8 Ω / 1 W *2, Windows 11 Home	\$200,97	\$231,11		39	22	en stock
1EENV1995	Laptop ENV Book Elite R3-3200U 16Gb 512Gb 15.6" FHD , 15.6 inch, 1920*1080 FHD LCD, AMD R3-3200U, 16GB DDR4 + 512GB SSD, WIFI 5, 7.7V 5000 mah with frame, 2 mega, plastic case, type c (data only)	\$286,96	\$330,00		213	230	en stock
1eenv9232	Laptop ENV Elite AMD R5-3500U 8Gb 256Gb 15.6" FHD , 15.6 inch, AMD R5-3500U,1920*1080 FHD LCD, 8GB DDR4 + 256GB SSD, WIFI 5, 7.6V 6000 mah, 2 mega, plastic case, type c (full function type C)	\$272,61	\$313,50		1	30	en stock
1EENV9220	Laptop ENV Ryzen 5-3500U 16Gb 512Gb 14" FHD , 14.1",1920*1080 IPS, R5-3500U,16G+512G SSD, 2MP, 7.6V/6000mah, Spain keyboard	\$300,00	\$345,00		313	82	en stock
CODIGO	AIO	Precio Antes del IVA	Precio IVA incluido	Foto	Stock GYE	Stock UIO	Notas y promos
1EENV2401	AIO ENV Core i3-4160 8Gb 256Gb 24" FHD W11H, AIO V24, White color 23.8inch, 1920*1080P, I3-4160, 8G+256G, with Camera with stand, with win 11 home key, Model Name: EOS 24 i3 teclado y mouse (se venden por separado)	\$260,00	\$299,00		4	0	en stock
1EENV2703	AIO ENV CORE i3 27 PULG 8G+256G FHD W11H, AIO V27, White color 27inch, 1920*1080P, I3-4160, 8G+256G, with Camera with stand, with win 11 home key, Model Name: EOS 27 i3 (se venden por separado)	\$295,65	\$340,00		6	0	en stock
1EENV1871	AIO ENV AMD R5-3500U 16Gb 512Gb 24" FHD , 23.8",1920*1080 VA,R5-3500U,16G+512G SSD, 3MP, with stand, 65W adapter teclado y mouse (se venden por separado)	\$322,61	\$371,00		596	148	en stock
1EENV2704	AIO ENV EOS R7 27 16G+512G FHD, AIO V27, Black 27inch, 1920*1080P,R7-2700U, 16G+512G, with Camera with stand, without key, Model Name: EOS R7 27 teclado y mouse (se venden por separado)	\$397,39	\$457,00		10	0	en stock
1EENV2705	AIO ENV EOS R7 37 16G+512G FHD, AIO V27, AIO V27, White color 27inch, 1920*1080P,R7-3700U, 16G+512G, with Camera with stand, without key, Model Name: EOS R7 3700, teclado y mouse (se venden por separado)teclado y mouse (se venden por separado)	\$435,65	\$501,00		0	2	en stock



The background image shows a person in a plaid shirt sitting at a desk. On the desk are several items: a laptop displaying a bar chart, a tablet showing a pie chart and a table, a calculator, a pen, and various papers with charts and tables. The person's hands are resting on the desk, and they appear to be looking at the documents. The overall scene is a professional office environment.

SUPERVISOR DE VENTA

(IT / MOTOS Y HOGAR / OPEN Y CELULARES)

AUTORIZACIÓN DE PRECIOS DE LAS ÓRDENES DE PEDIDOS

Este proceso describe los pasos para la revisión y autorización de solicitudes de pedidos mayoristas, tanto a contado como a crédito, asegurando que se cumplan con los precios autorizados en cada uno de los productos.

1.- OBJETIVO

Autorizar las solicitudes de pedidos mayoristas, tanto a contado como a crédito mediante la revisión de la información del cliente y la validación de los precios, con el fin de garantizar el cumplimiento del listado de precio autorizado por Presidencia Ejecutiva.

2.- ALCANCE

Asegurar que todos los pedidos autorizados cumplan con la política comercial vigente, garantizando que la información del cliente esté completa y que los precios aplicados coincidan con el listado oficial, incluyendo casos de descuentos previamente aprobados.

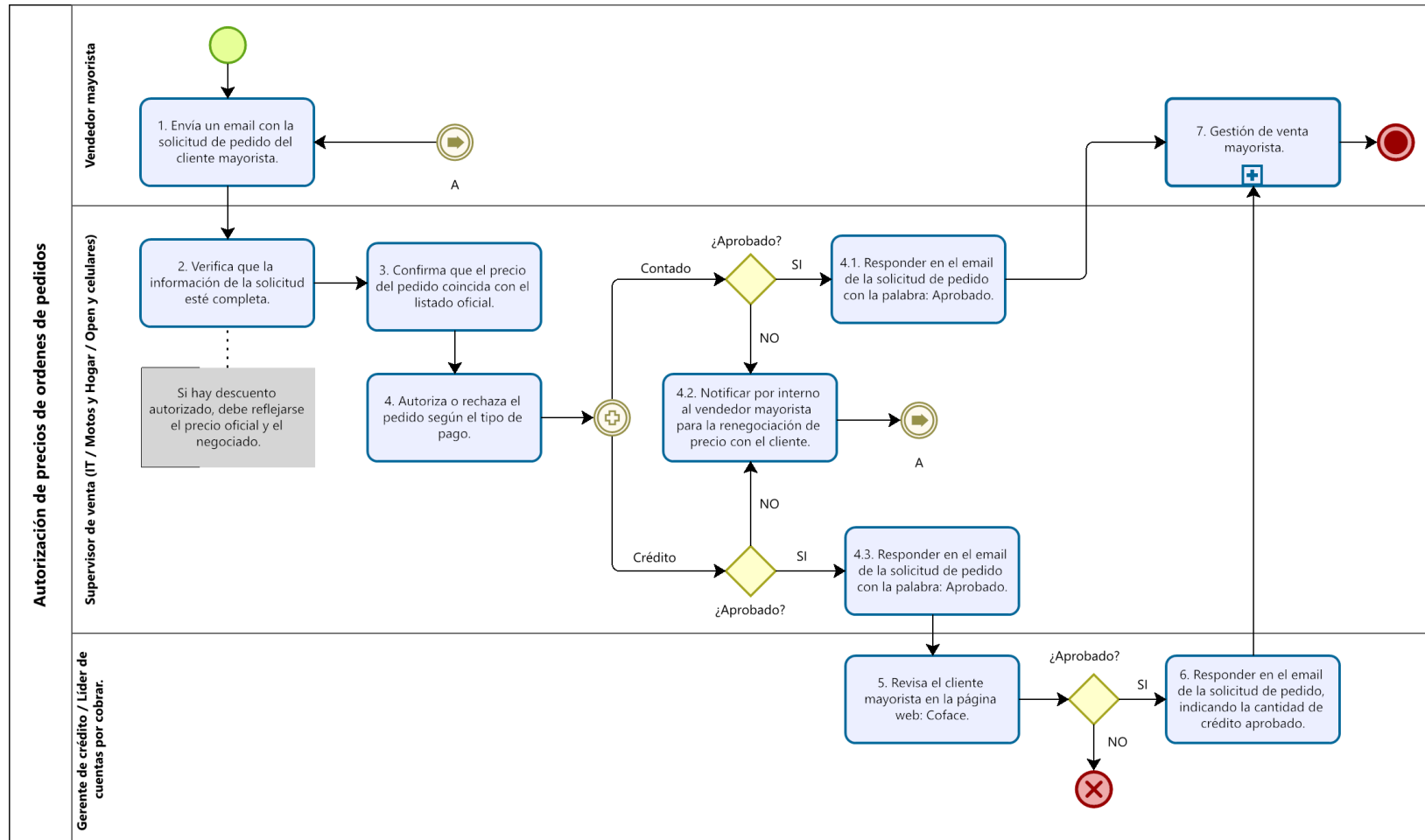
3.- POLÍTICAS

1. No se autorizará ningún pedido cuyo precio unitario no coincida con el listado oficial vigente, salvo que exista aprobación previa y documentada de un descuento por parte del Jefe de Marcas y Open.
2. Toda aprobación o rechazo de un pedido debe quedar registrada mediante respuesta al email original de solicitud, dejando constancia formal de la decisión.
3. Los pedidos a crédito deben ser aprobados por el Gerente de Crédito. Si el cliente no califica para COFACE, el Jefe de Marcas y Open podrá otorgar un crédito interno de hasta USD 5.000, solo si el cliente tiene referencias comerciales favorables.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Email sobre la solicitud de pedido.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Envío email sobre la orden de pedido de cliente por parte del vendedor mayorista.
 - **Documento:** Email sobre la solicitud de pedido.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Revisar Información esté completa en la orden de pedido (<i>Anexo</i>) del vendedor mayorista, donde debe incluir: ○ Datos del cliente (<i>Nombre, RUC, Dirección, Teléfono, Provincia</i>). ○ Código, color y descripción del producto. ○ Cantidad solicitada. ○ Precio unitario y total (<i>Con y sin IVA</i>). • Importante: En caso de que el cliente haya solicitado un descuento y éste haya sido autorizado por el Supervisor de venta previamente, la orden de pedido deberá reflejar tanto el precio oficial como el precio negociado.	• Registro validado de la solicitud de pedido con verificación de la información comercial y técnica del producto, y consistencia en los precios indicados frente al tarifario oficial.	• 3 min.

2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Verificar que el precio indicado en la orden de pedido coincida con el precio oficial vigente, comparándolo con el listado de precios de los productos. ○ Una vez validado, se procede a autorizar o no el precio. 1. <u>Pedido al contado:</u> ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: Responde en el correo electrónico de la solicitud de pedido con la palabra: APROBADO, para que continúe con la preparación y despacho de los equipos solicitados. ▪ NO: Notifica de forma interna al vendedor que la solicitud de pedido ha sido rechazada, indicando que debe realizar una renegociación del precio conforme a los valores oficiales previamente autorizados. 2. <u>Pedido al crédito:</u> ○ <u>¿Aprobado?</u> ▪ SI: Responde en el correo electrónico de la solicitud de pedido con la palabra: APROBADO.	• Autorización formal del pedido (<i>Contado o Crédito</i>), mediante correo electrónico con la aprobación o rechazo según corresponda. • En caso de rechazo definitivo, se procede a notificar de forma interna al vendedor mayorista las observaciones precisas sobre el incumplimiento del precio oficial.	• 15 a 30 min.
---	---	--	--	--

		- Una vez aprobado por el Supervisor de venta (<i>De la línea de producto correspondiente</i>), el Gerente de Crédito o el Líder de cuentas por cobrar procede a revisar en la página web de Coface, analizar y brindar su aprobación en el mismo email. ▪ NO: Notifica de forma interna al vendedor mayorista que la solicitud de pedido ha sido rechazada, indicando que debe realizar una renegociación del precio conforme a los valores oficiales previamente autorizados.		
--	--	---	--	--

7.- ANEXO

- **Anexo:** Orden de pedido de cliente.

	ENV ACCESORIOS, SISTEMAS Y COMPUTADORES S.A.S. RUC: 0993396686001 www.env.com.ec		SOLICITUD DE PEDIDO MAYORISTA		miércoles, 28 de enero de 2026 9:53:32 AM	
			Fecha de pedido:		0/0/2026	
			Fecha de Despacho:			
			Fecha de Vencimiento:			
			INGRESO CLIENTE MANUAL			
Nombre o Razón Social:		0	Nombre o Razón Social:		Forma de Pago:	
RUC del cliente:			RUC del cliente:		Orden de compra:	
Dirección:		0	Dirección:		Lugar de Entrega:	
Teléfono:			Teléfono:		Medio de transporte:	
Correo Electrónico:		0	Correo Electrónico:		Observaciones	
Código de Venta			Código de Venta			

Código del Producto	COD OPC	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio incluido IVA	Subtotal
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -
		-		\$ -	\$ -	\$ -

	SUBTOTAL	-
NO	SEGURO DE ENVÍO 0,4%	\$0,00
	IVA 15%	\$0,00
	TOTAL	-

[illegible]

GESTIÓN DE APROBACIÓN DE PEDIDOS MAYORISTAS FUERA DE ESCALA DE PRECIOS

Este proceso se enfoca en la solicitud de aprobación de pedidos mayoristas que superan la escala de precios vigente ante Presidencia Ejecutiva, para clientes que solicitan descuentos sobre los productos ofrecidos, con el fin de dar continuidad al proceso de ventas.

1.- OBJETIVO

Gestionar la aprobación de pedidos mayoristas que superan la escala de precios vigente, mediante la autorización excepcional por parte de Presidencia Ejecutiva, con el fin de garantizar la continuidad del proceso de ventas hacia clientes potenciales o estratégicos.

2.- ALCANCE

Asegurar la aprobación de los precios solicitados para permitir la preparación y el despacho de los productos conforme a las directrices establecidas, garantizando una gestión eficiente y el cumplimiento de los pedidos de los clientes.

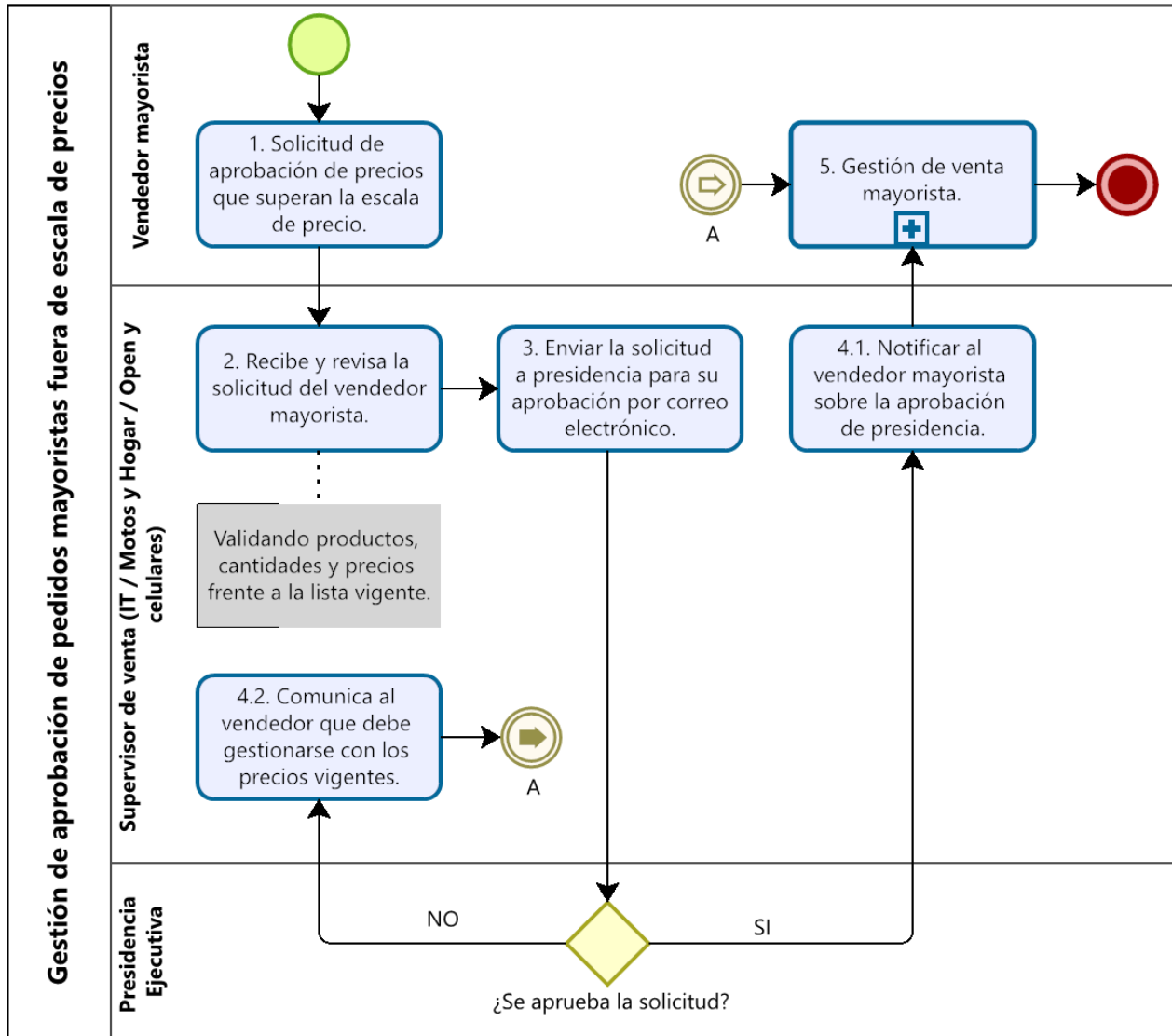
3.- POLÍTICAS

1. Todos los pedidos que superen la escala de precios (*Lista de precios*) establecida deben ser revisados y aprobados por la presidencia por correo electrónico para dar continuación a la gestión de ventas mayorista.
2. La solicitud de aprobación de precios excepcionales solo aplicará para clientes potenciales o estratégicos, previamente identificados y validados por el área de ventas mayoristas.
3. El vendedor mayorista deberá solicitar la gestión de autorización de aprobación de precios al Supervisor de venta correspondiente, de acuerdo con la línea de producto aplicable.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Escala de precio de cada producto.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Solicitud de aprobación de pedidos que superan la escala de precio (*Lista de precios*) establecida por parte del vendedor mayorista.
 - **Documento:** Escala de precio de cada producto.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Recibe la solicitud de pedido enviada por el vendedor mayorista y realiza una revisión preliminar verificando los siguientes parámetros: ○ Productos solicitados ○ Cantidades solicitadas ○ Precio preliminar según lista de precios vigente ○ Precio propuesto por el cliente. • Importante: Todos los productos deben alinearse a los precios previamente establecidos en la lista de precios vigente. ○ La revisión de precios excepcionales solo aplica para clientes potenciales o estratégicos, previamente identificados por el área de ventas mayoristas.	• Solicitud de pedido revisada y validada preliminarmente, con verificación de productos, cantidades y precios conforme a la lista de precios vigente.	• 5 min.

2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Envía un correo electrónico a Presidencia solicitando la aprobación excepcional del precio. <u>El correo debe incluir obligatoriamente:</u> - Datos del cliente mayorista. - Línea de negocio (IT / Motos y Hogar / Open y celulares). - Productos solicitados. - Cantidades solicitadas. - Precio de lista vigente. - Precio ofertado por el cliente. - Diferencia porcentual y/o monetaria. - Justificación comercial.	Solicitud de aprobación de precio a presidencia (Presidencia@novicompu.com), con información comercial y justificación correspondiente.	5 min.
3	Presidencia ejecutiva	- Recibe y analiza la solicitud, considerando los siguientes criterios: - Margen de rentabilidad - Volumen del pedido - Relación comercial con el cliente - Impacto en precios de mercado - Estrategia comercial vigente <u>¿Aprobado?</u>	Respuesta formal de aprobación o rechazo de la solicitud de precio excepcional, comunicada vía correo electrónico, indicando las condiciones autorizadas para la continuidad del proceso.	15 a 20 min (Depende de la disponibilidad de presidencia).

		▪ SI: Confirma la aprobación vía correo electrónico, autorizando el precio excepcional solicitado y habilitando la continuidad del proceso de venta. Continúa con el PASO 4. ▪ NO: Emite su rechazo vía correo electrónico e indica que el pedido deberá alinearse al precio previamente establecido en la lista de precios vigente. Continúa con el PASO 4.		
4	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Realiza el seguimiento en base a la respuesta de la solicitud de autorización de precio de Presidencia Ejecutiva: ○ Aceptado: Comunica la aprobación al vendedor mayorista para que genere y emita la orden de pedido del cliente por email para su respectiva autorización. Continúa con el proceso: AUTORIZACIÓN DE PRECIOS DE LAS ÓRDENES DE PEDIDOS. ○ Rechazado: Informa al vendedor mayorista el rechazo de la solicitud e indica que el pedido deberá gestionarse conforme a la lista de precios vigente.	• Comunicación oficial al vendedor mayorista sobre la decisión de Presidencia Ejecutiva, habilitando la generación de la orden de pedido o indicando la aplicación de la lista de precios vigente, según corresponda.	• 5 Min.

SEGUIMIENTO Y CONTROL COMERCIAL EN CAMPO

Este proceso se centra en el control y seguimiento de las actividades comerciales de los vendedores mayoristas en campo para validar el cumplimiento de las rutas asignadas y atender a las consultas relacionadas con los precios o descuentos.

1.- OBJETIVO

Controlar las actividades de los vendedores mayoristas en campo mediante el seguimiento de su ubicación en tiempo real y la validación de precios ante solicitudes de descuento, con el fin de garantizar la transparencia comercial y decisiones rentables para la empresa.

2.- ALCANCE

Asegurar que las actividades comerciales de los vendedores mayoristas se realicen conforme a las rutas planificadas y a las políticas de precios establecidas, permitiendo un control efectivo del desempeño en campo, una gestión comercial transparente y decisiones estratégicas que protejan la rentabilidad de la empresa.

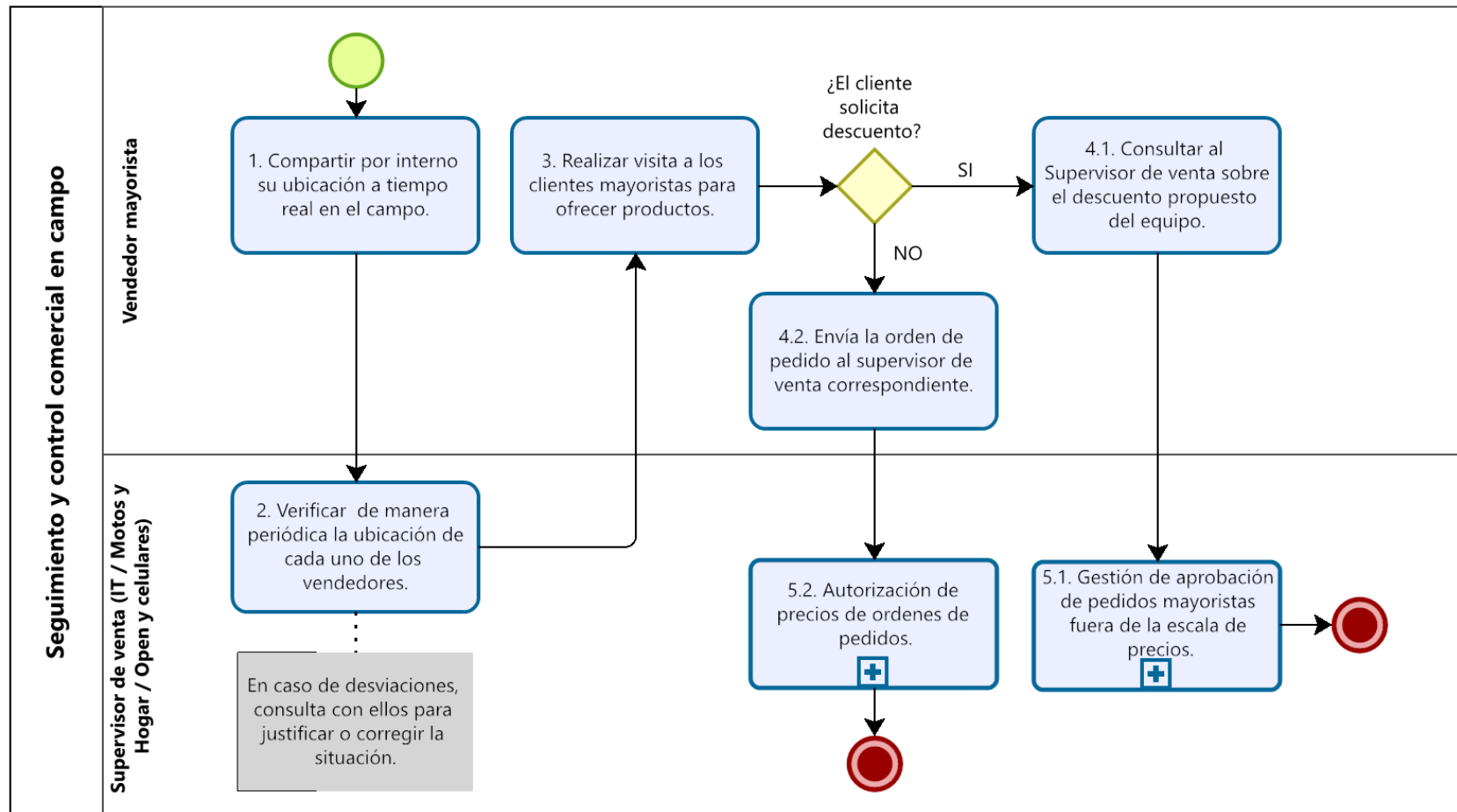
3.- POLÍTICAS

1. Todos los vendedores mayoristas deben enviar su ubicación en tiempo real al inicio de la jornada y durante sus desplazamientos como medida de control y cumplimiento de rutas asignadas.
2. Ningún vendedor mayorista está autorizado a aplicar descuentos sin la previa validación del jefe de marcas y Open, a excepción de que se encuentre autorizado por Presidencia Ejecutiva.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- N/A.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Cronograma de visitas y rutas de vendedores mayoristas, definidos por los supervisores de venta.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor mayorista	• Ejecuta la ruta de visitas a las tiendas o almacenes de sus clientes, de acuerdo con el cronograma de visitas previamente definido por los supervisores de ventas. ○ Antes de iniciar la ruta, el vendedor mayorista deberá enviar al grupo de ventas mayorista su ubicación GPS en tiempo real.	• Ruta de visitas ejecutada conforme al cronograma establecido y ubicación GPS compartida en tiempo real con el grupo de ventas mayorista.	• 2 min.
2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Verificar durante el día las ubicaciones enviadas por cada vendedor mayorista (<i>Asignados</i>), comparándolas con la ruta previamente establecida. ○ En caso de identificar desviaciones o irregularidades en la ruta del vendedor Mayorista, se procede a realizar consultas al colaborador y dar seguimiento para su justificación o corrección.	• Revisión de ubicaciones por vendedor; en caso de identificar irregularidades o desviaciones, se procede con su respectivo seguimiento.	• 2 min.

3	Vendedor Mayorista	- Realiza el acercamiento en las tiendas de los clientes mayoristas para ofrecer los productos disponibles. <u>¿El cliente solicita un descuento en los productos?</u> SI: Consultar al Supervisor de venta para solicitar la gestión de autorización de descuento de precio por solicitud del cliente (<i>Potencial</i>) (<i>Continuar con el proceso: GESTIÓN DE APROBACIÓN DE PEDIDOS MAYORISTAS FUERA DE LA ESCALA DE PRECIOS</i>). NO: Se elabora y se envía al orden de pedido por medio de email (<i>Continuar con el proceso: AUTORIZACIÓN DE PRECIOS DE ORDENES DE PEDIDOS</i>).	Envío de la solicitud de descuento al supervisor de venta para su validación y autorización. En caso de que la venta no requiere descuento, se procede con el envío formal de la orden de pedido (<i>Por email</i>) para su respectiva aprobación por parte del supervisor de venta y el gerente de crédito (<i>En caso que solicite aprobación de crédito</i>).	15 min
---	-----------------------	--	--	--

ELABORACIÓN DE CRONOGRAMA DE VISITAS EN CAMPO

Este proceso describe la planificación y ejecución de visitas mensuales a clientes mayoristas a nivel nacional en las que participan los supervisores de ventas junto con el vendedor asignado para identificar productos de alta demanda y evaluar el desempeño del colaborador.

1.- OBJETIVO

Programar visitas mensuales junto con el vendedor mayorista a clientes a nivel nacional mediante la planificación y elaboración de un cronograma estructurado, con el fin de identificar productos con mayor demanda y evaluar el desempeño del colaborador.

2.- ALCANCE

Supervisar el desempeño comercial del vendedor mayorista y obtener información directa sobre la demanda de productos en tiendas a nivel nacional para fortalecer la estrategia comercial y apoyar el cumplimiento de los objetivos de ventas de la organización.

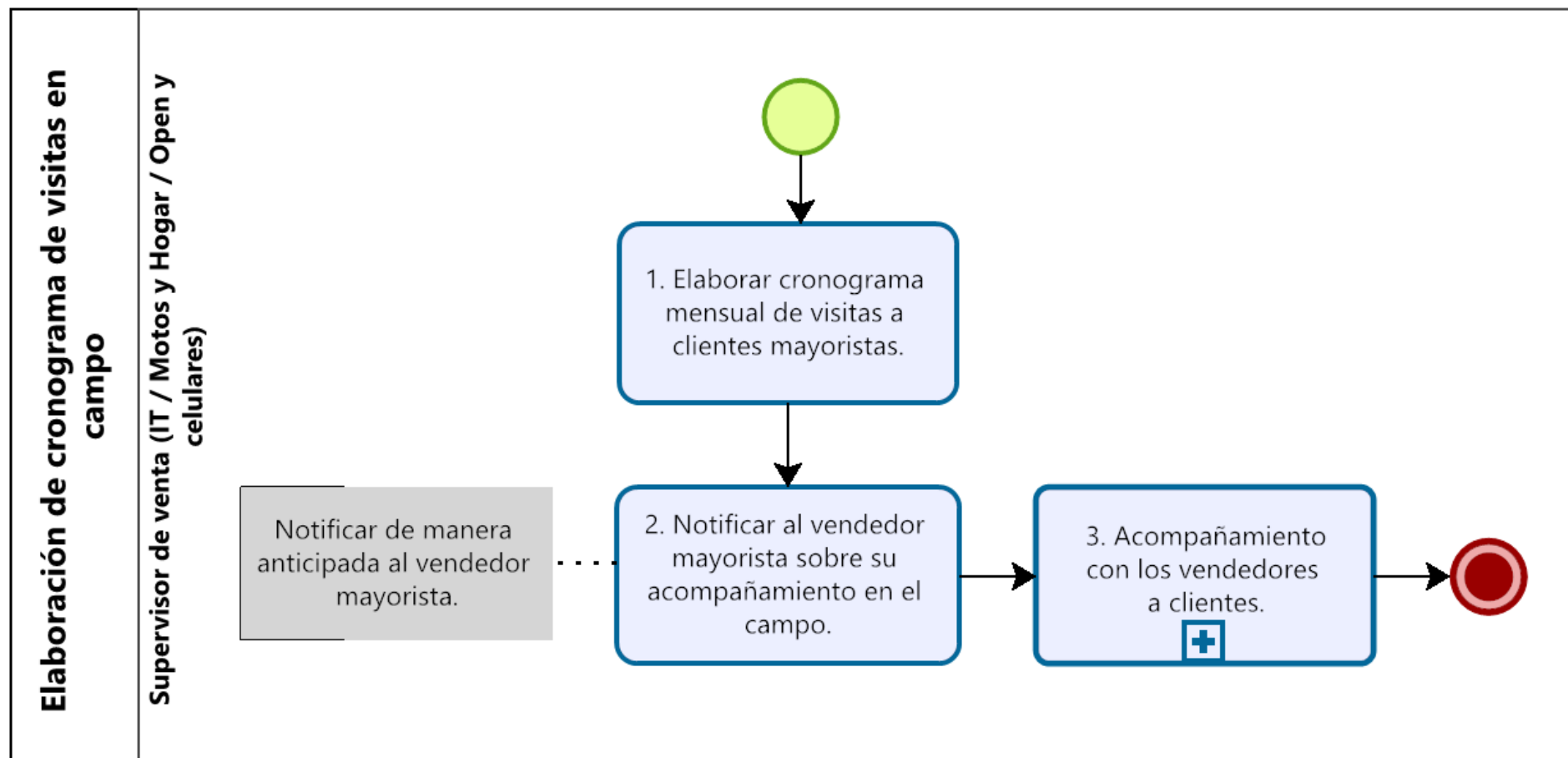
3.- POLÍTICAS

1. Los supervisores de ventas y los vendedores deben seguir el cronograma mensual establecido para garantizar la cobertura de todas las zonas asignadas.
2. Cualquier ajuste en el cronograma debe ser aprobado por el Jefe de Marcas y Open y comunicado al equipo con anticipación.
3. La asignación de ciudades o zonas a cada vendedor debe realizarse considerando factores como la población, la actividad económica, la alineación con el mercado objetivo y las zonas que no hayan sido visitadas previamente.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- N/A.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Acompañar con el vendedor mayorista en las visitas de clientes para evaluar la demanda de productos y desempeño del colaborador.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Elaborar el cronograma mensual de visitas a clientes mayoristas a nivel nacional junto con los vendedores asignados, detallando lo siguiente: - Días - Provincia - Ciudad - Dirección. - Nombre del vendedor al que va a acompañar. - Nota: El supervisor deberá identificar zonas o ciudades estratégicas, considerando densidad poblacional, seguridad, actividad económica y alineación con el mercado objetivo, con el fin de optimizar las rutas, incrementar la cartera de clientes y dar seguimiento a los clientes ya establecidos. - Asegurarse de que las rutas estén optimizadas para reducir tiempos de desplazamiento y maximizar la productividad.	Cronograma mensual de visitas elaborado y notificado al vendedor mayorista correspondiente, según la fecha programada de acompañamiento.	10 a 15 min.

		Una vez elaborado el cronograma, se deberá notificar de manera anticipada a los vendedores mayoristas sobre el acompañamiento programado en las visitas a clientes en campo.		
2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Realizar el acercamiento a los clientes junto con el vendedor mayorista en la zona o ruta previamente programada: <u>Ingresar a la tienda como cliente:</u> - Revisar los artículos o productos que vende y con sus precios que ofrecen. <u>Presentarse frente al cliente (Dueño de la tienda).</u> - Apoyar junto con el vendedor mayorista sobre la presentación del portafolio de productos y gestionar una posible venta. <u>Evaluar el desempeño del vendedor durante la visita.</u> - Brindar retroalimentación al final de la visita del cliente mayorista. Nota: Revisar el proceso de ACOMPAÑAMIENTO CON LOS VENDEDORES para mayor claridad. - Analizar la información recopilada durante la visita para identificar oportunidades de mejora y realizar ajustes estratégicos en el portafolio, precios o enfoque comercial según la demanda observada en el cliente.	Registro de observaciones de mercado, evaluación del desempeño del vendedor y sugerencias para ajustes en productos y precios.	8 horas (Toma todo el día; las visitas a los clientes).

ACOMPañAMIENTO CON LOS VENDEDORES A CLIENTES

Este proceso detalla los pasos a seguir en el proceso de acompañamiento con los vendedores para fortalecer la relación con los clientes mayoristas y el cumplimiento de los objetivos comerciales.

1.- OBJETIVO

Acompañar a los vendedores en las visitas a clientes mayoristas, mediante la planificación y coordinación de actividades, con el fin de fortalecer las relaciones comerciales, identificar nuevas oportunidades de negocio y garantizar el cumplimiento de los objetivos de ventas.

2.- ALCANCE

Garantizar la relación comercial con los clientes, brindando un buen servicio acorde a sus necesidades, fortaleciendo la fidelidad y maximizando las oportunidades de negocio para el cumplimiento de los objetivos de ventas de la empresa.

3.- POLÍTICAS

1. Todos los viáticos deben ser documentados y aprobados antes del viaje, asegurando el control de gastos dentro del presupuesto establecido.
2. Los vendedores deben mantener una actitud positiva, amable y persuasiva para fortalecer la relación con el cliente y comprender sus necesidades. En caso de presentarse reclamos por parte del cliente, brindarle soluciones de manera rápida para no perder su confianza.
3. Al finalizar cada visita, se proporcionará retroalimentación constructiva para mejorar las habilidades de comunicación, negociación y cierre de ventas, promoviendo la autonomía del vendedor.

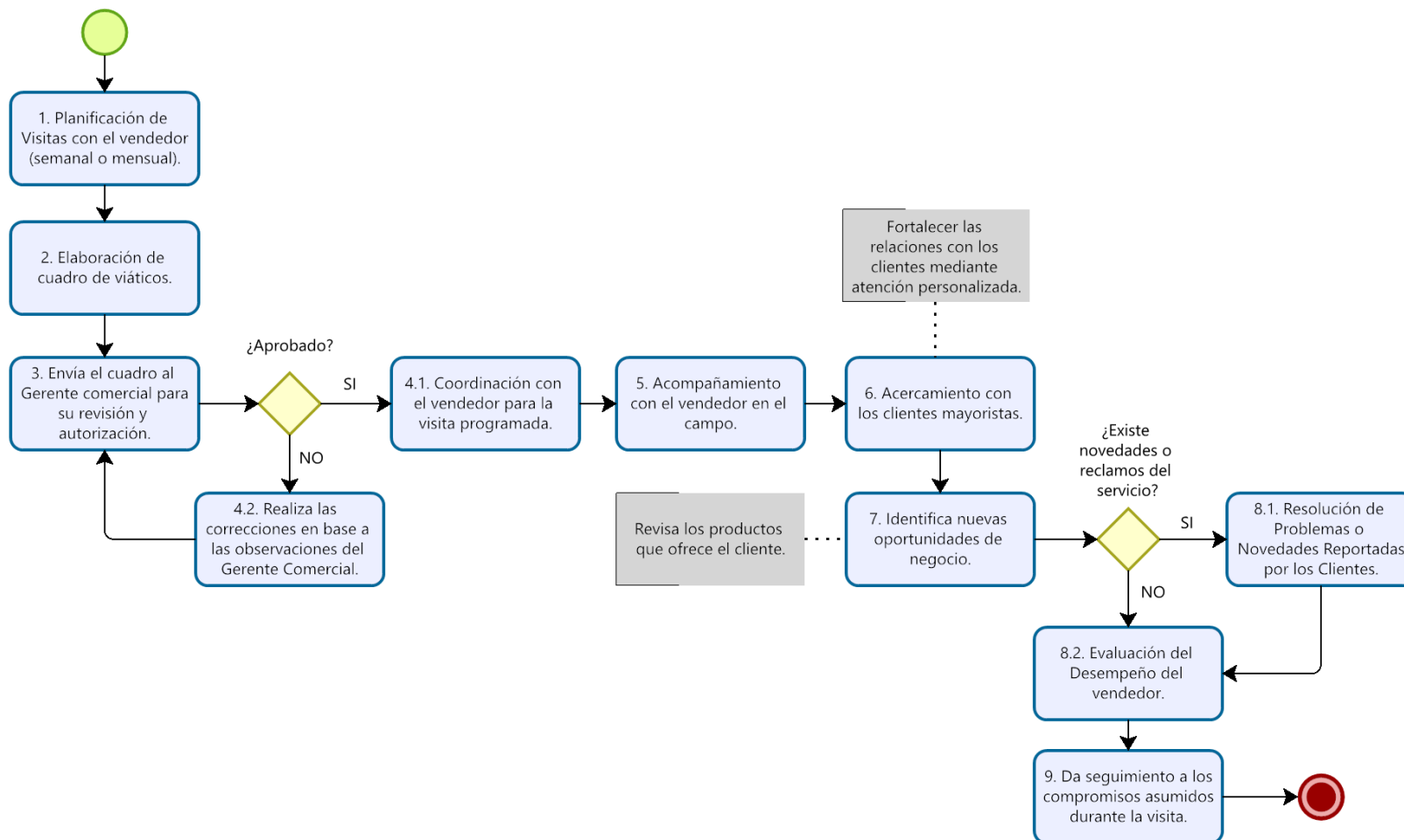
4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- N/A.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS

Acompañamiento con los vendedores al clientes

Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Cronograma de visitas de clientes definido por el supervisor de ventas para identificar nuevas oportunidades de negocio en el mercado mayorista.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Elaborar un cuadro solicitud de viáticos que detalle los gastos necesarios para la ejecución de las visitas, incluyendo: ○ Transporte. ○ Hospedaje (<i>De ser necesario</i>). ○ Alimentación. • Enviar el cuadro de viático completado al Gerente comercial por correo electrónico para su respectiva aprobación. - Nota: En el email se adjunta en copia al asistente contable responsable de los viáticos.	• Cuadro de viáticos con desglose de gastos estimados (<i>Transporte, hospedaje, alimentación</i>) enviado al Gerente comercial (kalvarado@novicompu.com) para revisión y autorización, con copia al asistente contable responsable de viáticos (lucero.y@novicompu.com).	• 10 a 20 min. (<i>Depende de lo que se solicite</i>).

		• Importante: Para los vendedores mayoristas (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>) deben solicitar los viáticos al supervisor de venta correspondientes, quien son responsables de aprobar.		
2	Supervisor de venta (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	• Recibe y revisa la solicitud de viáticos enviada por el Supervisor de venta. ○ Aprueba o solicita ajustes a la solicitud de viáticos, según corresponda. ▪ Una vez emitida la aprobación, el Asistente Contable gestiona la transferencia del monto de viáticos autorizado a la cuenta del Supervisor de venta.	• Solicitud de viáticos aprobada o ajustada por el Gerente Comercial y monto de viáticos transferido a la cuenta del Supervisor de venta, conforme a la autorización emitida.	• 5 min.
3	Supervisor de venta (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	• Realiza la coordinación directa con los vendedores, con el fin de: ○ Contactar a cada vendedor para confirmar las visitas programadas a clientes. ▪ Asegurar que los vendedores estén debidamente informados sobre las expectativas, objetivos y alcance de cada visita.	• Confirmación de las visitas programadas y comunicación de objetivos y expectativas a los vendedores.	• 5 a 10 min.

4	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Realiza el acompañamiento al vendedor durante las visitas al establecimiento del cliente, con el objetivo de: - Identificar nuevas oportunidades de negocio con clientes potenciales. - Revisar los productos que ofrece el cliente de manera discreta. - Fortalecer las relaciones con los clientes, brindando atención personalizada y respondiendo a sus necesidades específicas. - Presentación de las características, beneficios y precios de los productos. - Atención de requerimientos del cliente. - Resolución de dudas o inquietudes. - Aplicación de técnicas de persuasión adecuadas para el cierre de la venta, sin ejercer presión indebida. - Gestión de la facturación y coordinación del despacho inmediato de la mercadería, cuando aplique. <u>¿Existen novedades o reclamos del servicio?</u>	- Reunión con el cliente para presentar los productos disponibles de Novisolutions, identificando nuevas oportunidades de negocio, así como problemas o novedades reportadas por el cliente. - Retroalimentación al vendedor enfocada en mejorar sus habilidades de comunicación y negociación.	4 a 8 horas. (Depende de la ubicación y duración de la visita).
---	---	--	--	---

		▪ SI: Resolución de Problemas o Novedades Reportadas por los Clientes. ▪ NO: Continuar con el PASO 5. • Evaluación del Desempeño del Vendedor: ○ Durante la visita, evalúa el desempeño individual del vendedor, considerando su enfoque comercial y habilidades de comunicación. ○ Una vez finalizada la visita, proporciona retroalimentación constructiva al vendedor sobre su desempeño en la negociación.		
5	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Da seguimiento a los compromisos asumidos durante la visita, tales como: ○ Cotizaciones pendientes. ○ Entregas de mercadería. ○ Resolución de reclamos o novedades. ○ Contactos posteriores con el cliente.	• Compromisos comerciales gestionados y seguimiento documentado.	• 30 min a 1 hora.

ACTUALIZACIÓN DE LISTADO DE PRECIO Y STOCK DE PRODUCTO

Este proceso se centra en la actualización, validación y control del listado de precios y stock de los productos, asegurando que la información utilizada por las áreas comerciales sea correcta, vigente y alineada con los lineamientos definidos por Presidencia Ejecutiva.

1.- OBJETIVO

Actualizar el listado de precios y el stock de los productos, con base en las directrices definidas por la Presidencia Ejecutiva, para garantizar que los precios autorizados sean competitivos, rentables y alineados con los objetivos comerciales y financieros.

2.- ALCANCE

Contar con un listado de precios y stock actualizado, validado y autorizado, que permita una correcta toma de decisiones comerciales, asegure la rentabilidad de los productos y garantice coherencia con los lineamientos estratégicos y financieros de la organización.

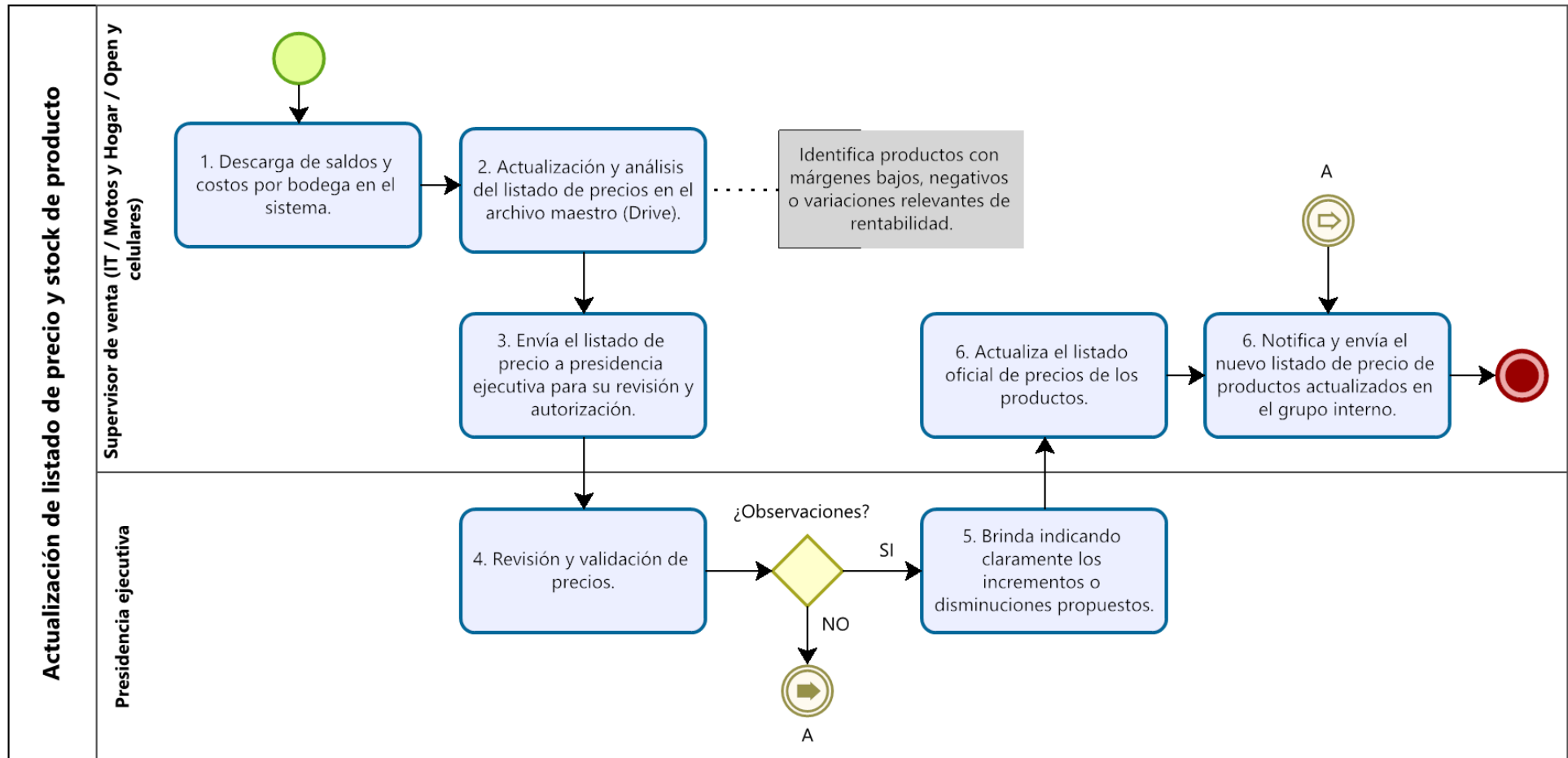
3.- POLÍTICAS

1. La actualización del listado de precios y stock deberá realizarse únicamente con base en los lineamientos y directrices aprobados por la Presidencia Ejecutiva.
2. Ningún precio podrá ser publicado, comunicado o utilizado por el área comercial sin contar con la validación previa de la autoridad correspondiente.
3. Todos los supervisores de venta son responsables de actualizar el listado de precios y stock correspondiente a la línea de producto que tienen asignada.
4. Durante el transcurso de la semana, se emita un comunicado relacionado con la incorporación de nuevos productos o modificaciones en productos específicos, se deberá realizar la actualización correspondiente y comunicar oportunamente al grupo interno.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Reporte de saldo y costo por bodega.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Disposición semana en donde todos los días lunes se debe actualizar el listado de precios actualizados.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Descarga desde el sistema MBA3 el archivo de Saldos y costos por bodega: - Acceder al sistema mediante las credenciales asignadas (<i>Usuario y contraseña</i>). - En el menú principal del sistema, seleccionar la opción INVENTARIO. - Dentro del menú de inventario, seleccionar la opción REPORTES. - Se abrirá un cuadro que detalla todos los reportes disponibles, seleccionar el reporte con el nombre de SALDO Y COSTOS POR BODEGA. - En la nueva ventana de configuración del reporte, seleccionar los siguientes parámetros: - Sucursal: 027 C. LOGÍSTICO / 026 C. LOGÍSTICO	Archivo de Saldos y Costos por Bodega descargado desde el sistema MBA3, correspondiente a los centros logísticos de Quito y Durán, almacenado en el equipo de trabajo del Supervisor de Venta.	.5 a 10 min.

		○ Bodega: C. LOG. DURÁN / C. LOG. QUITO ○ Existencia: TODAS. - <i>Nota:</i> El reporte debe descargarse de forma independiente para cada centro logístico (<i>Quito y Durán</i>). 6. Seleccionar la opción confirmar. 7. Una vez generado el reporte, transferir el documento a su equipo de trabajo.		
2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Con base en el archivo de Saldos y Costos por Bodega, el Supervisor de Venta procede a la actualización del archivo maestro de precios, considerando lo siguiente: ○ Actualización del costo promedio sin IVA por producto. ○ Revisar y ajustar: ▪ Precio sin IVA. ▪ Utilidad por producto. ▪ Margen bruto. ○ Durante esta etapa se identifica: ▪ Productos con márgenes bajos. ▪ Productos con margen negativo.	• Archivo maestro de precios actualizado, que incluye: ○ Costo promedio sin IVA por producto. ○ Precio sin IVA. ○ Utilidad por producto. ○ Margen bruto. ○ Identificación de productos con márgenes bajos,	• 1 a 2 horas.

		▪ Productos con variaciones significativas de rentabilidad. ○ Realiza un análisis detallado cuando se detecta alguno de los siguientes escenarios: ▪ Márgenes de rentabilidad muy bajos. ▪ Márgenes negativos. ▪ Cambios significativos en precios derivados de Invoice recientes.	negativos o con variaciones relevantes de rentabilidad.	
3	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Una vez actualizado el listado de precio y stock, se procede a enviar Presidencia Ejecutiva por interno para su revisión y aprobación de precios, remitiendo el siguiente detalle: ○ Precio anterior vs precio nuevo (<i>Según Invoice</i>). ○ Indicación clara de si el precio presenta incremento o disminución.	• Listado de precios enviado a Presidencia Ejecutiva para revisión.	• 3 min.
4	Presidencia ejecutiva	• Revisa el listado de precios remitido, analizando las variaciones propuestas en relación con los costos, márgenes de rentabilidad y lineamientos comerciales vigentes. ○ Emite la validación, observaciones o lineamientos correspondientes, indicando la aprobación, modificación o	• Listado de precios revisado y validado, con observaciones, lineamientos o aprobación formal de los precios propuestos para su	• 30 min a 1 hora.

		rechazo de los precios propuestos, para su correcta aplicación en el proceso comercial.	aplicación en el proceso comercial.	
5	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Procede a realizar las modificaciones en el archivo del listado de precios en base a las indicaciones de Presidencia Ejecutiva. - Una vez validados los precios, el archivo maestro de precios se encuentra vinculado automáticamente al listado resumido de precios y stock: - Código y nombre del producto. - Stock por bodega. - Precio de contado. - Precio a crédito (<i>Con incremento aproximado del 2%, hasta un máximo de 30 días</i>). - Nota: Este archivo es el que utilizan los asesores para la gestión comercial diaria.	Listado resumido de precios y stock actualizado.	10 min.
6	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	Cada vez que se realiza una actualización, se envía el listado de precios actualizado al grupo interno del área de venta mayorista (<i>En donde se encuentra cada uno de los vendedores</i>).	Listado de precios comunicado al equipo de ventas mayoristas	2 min.

- Importante: En caso que Presidencia Ejecutiva envíe un listado de producto con promociones o combos que apliquen para la venta mayorista, se procede en:
 1. Revisa el listado y procede a elaborar un cuadro de productos de promociones y/o combos detallando lo siguiente:
 - Modelo.
 - Precio.
 - El valor del producto incluido como combo.
 - El valor total (*La suma del precio oficial junto con el combo*).
 2. Una vez elaborado el listado de promociones, comparte la información de manera oficial con el equipo de ventas mayoristas por interno, a fin de que puedan ofrecer las novedades a los clientes.

ELABORACIÓN DE REPORTE DE VENTAS MAYORISTA

Este proceso se centra en la preparación de reporte diario de venta mayorista que permita dar seguimiento al desempeño comercial, evaluar resultados por asesor y categoría, y brindar soporte oportuno a la toma de decisiones de Presidencia Ejecutiva y/o Gerencia Comercial.

1.- OBJETIVO

Generar reportes consolidados de ventas mayoristas, mediante la descarga, depuración y unificación de la información del sistema MBA3, para brindar a Presidencia Ejecutiva y Gerencia Comercial información confiable que facilite el seguimiento comercial y la toma de decisiones.

2.- ALCANCE

Disponer de reportes de ventas mayoristas consolidados, depurados y actualizados, que reflejen de manera clara el desempeño por asesor, categoría y periodo, permitiendo a Presidencia Ejecutiva y Gerencia Comercial analizar resultados, identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones comerciales oportunas y fundamentadas.

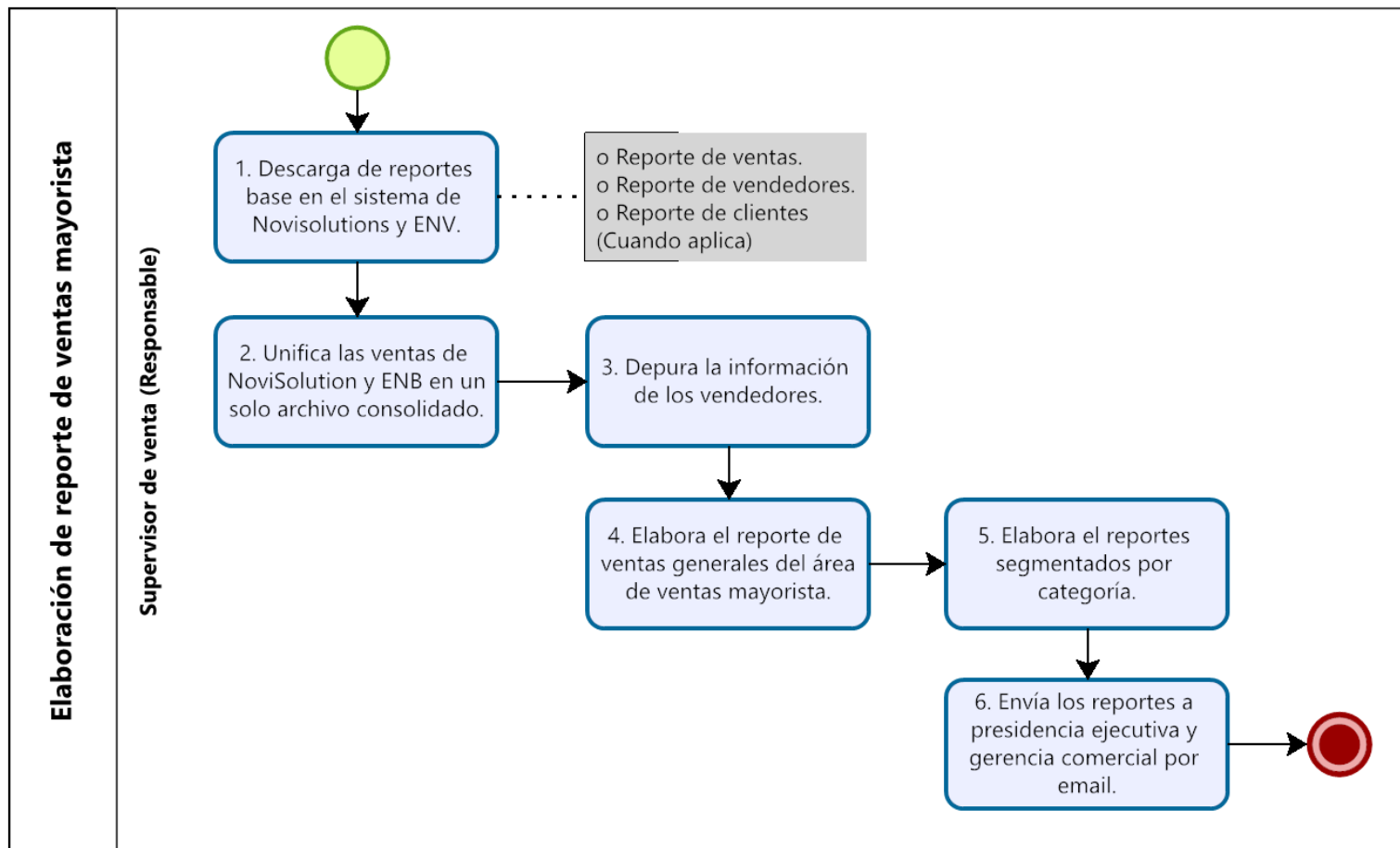
3.- POLÍTICAS

1. El Supervisor de Ventas, asignado para la elaboración del reporte, es responsable de la generación, consolidación, validación y envío de los reportes de ventas mayoristas a Presidencia Ejecutiva y Gerencia Comercial, de forma diaria, una vez finalizada la jornada laboral.
2. Antes del envío, los reportes deberán ser revisados y depurados para garantizar la exactitud de los datos, evitando duplicidades, omisiones o inconsistencias.
3. Los reportes de ventas son de uso exclusivo para fines de análisis y toma de decisiones internas, por lo que no deberán compartirse con terceros no autorizados.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Reporte de ventas.
- Reporte de vendedores.
- Reporte de clientes.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Solicitud de información realizadas por Presidencia Ejecutiva y gerencia comercial sobre las ventas mayoristas:
 - **Documento:**
 - Reporte de ventas.
 - Reporte de vendedores.
 - Reporte de clientes.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (Responsable)	• Ingresa al sistema MBA3 y descarga los reportes base necesarios: ○ Reporte de ventas. ○ Reporte de vendedores. ○ Reporte de clientes <i>(Cuando aplica)</i>. ▪ La información se descarga considerando que existen dos empresas facturadoras <i>(Los reportes se obtienen de ambas fuentes cuando corresponde)</i>: - Novisolutions. - ENV.	• Reportes base descargados desde el sistema MBA3 <i>(Ventas, vendedores y clientes)</i>, correspondientes a Novisolutions y ENV, almacenados en el equipo de trabajo del Supervisor de Ventas.	• 5 a 10 min.

2	Supervisor de venta (Responsable)	- Una vez descargados los reportes, se unifican las ventas de Novisolutions y ENB en un solo archivo consolidado. - Se valida que los valores están expresados sin IVA, ya que las comisiones y análisis comerciales se basan en este criterio. - Procede a depurar la información de los vendedores: - Debido a que un mismo asesor puede tener: - Un código en Novisolutions. - Otro código distinto en ENV. - Se procede a: - Unificar cada vendedor bajo una sola codificación, generalmente la de ENV. - Consolidar las ventas de ambos códigos en un único registro por asesor.	- Archivo consolidado de ventas sin IVA. - Base de datos depurada de vendedores, con una sola codificación por asesor y ventas consolidadas por empresa.	20 a 30 min.
3	Supervisor de venta (Responsable)	- Una vez obtenida la información depurada, se procede con la respectiva elaboración de reportes de ventas generales: - Se genera un reporte consolidado de ventas por asesor. - Se ordenan los resultados de mayor a menor venta. - Se incluyen ventas acumuladas por fecha. - Nota: Este reporte permite:	- Reporte consolidado de ventas por asesor. - Reportes segmentados por categoría de producto. - Reportes específicos por marca o producto solicitado,	30 min a 1 hora.

		▪ Visualizar el desempeño individual de cada asesor. ▪ Analizar la evolución diaria de ventas durante el mes. • Adicionalmente, se elaboran reportes segmentados por categoría, tales como: ○ Celulares. ○ Accesorios tecnológicos. ○ IT. ○ Hogar. ○ Equipos tecnológicos. ○ Juguetes. ○ Servicios. - Nota: Este reporte permite: ▪ Identificar qué asesores venden determinadas categorías. ▪ Detectar oportunidades de mejora en el esquema de venta multilínea. ▪ Evaluar el cumplimiento de la estrategia comercial de venta cruzada.	con análisis de unidades y desempeño de asesores.	
--	--	--	---	--

		• Importante: Cuando se solicita información puntual (<i>Por ejemplo, celulares ENV</i>): ○ Se filtra la información por marca o categoría específica. ○ Se identifica: ▪ Cantidad de unidades vendidas. ▪ Asesores que comercializan el producto. ▪ Asesores con bajo o nulo movimiento. - Nota: Este análisis sirve como insumo para decisiones comerciales y de seguimiento.		
4	Supervisor de venta (Responsable)	• El envío de la información se realiza según el tipo de reporte: ○ Reporte consolidado diario de ventas: ▪ Se envía generalmente al finalizar la jornada, luego del cierre de ventas. ▪ Se remite por correo electrónico a Presidencia Ejecutiva y gerencia comercial. ○ Reportes específicos o segmentados: ▪ Se envían cuando están listos, ya sea en la mañana, al mediodía o en la noche, según la urgencia del requerimiento.	• Reportes comerciales enviados por email a Presidencia Ejecutiva (presidencia@novicompu.com) y Gerencia Comercial (kalvarado@novicompu.com).	• 5 min.

REPORTE DE COMISIONES DE LOS VENDEDORES MAYORISTAS

Este proceso detalla los pasos a seguir en la elaboración del reporte de comisiones de los vendedores mayoristas, asegurando un cálculo justo y transparente en las comisiones basadas en las ventas realizadas por cada colaborador.

1.- OBJETIVO

Elaborar el reporte de comisiones de los vendedores mayoristas mediante el uso de información consolidada desde el sistema de ventas, con el fin de garantizar el pago justo y transparente de cada uno de los colaboradores que forman parte del canal venta mayorista.

2.- ALCANCE

Enviar el reporte de comisiones al área de contabilidad en donde refleje el desempeño real de los vendedores mayoristas, permitiendo realizar el pago correspondiente de manera justa, transparente y dentro del plazo establecido.

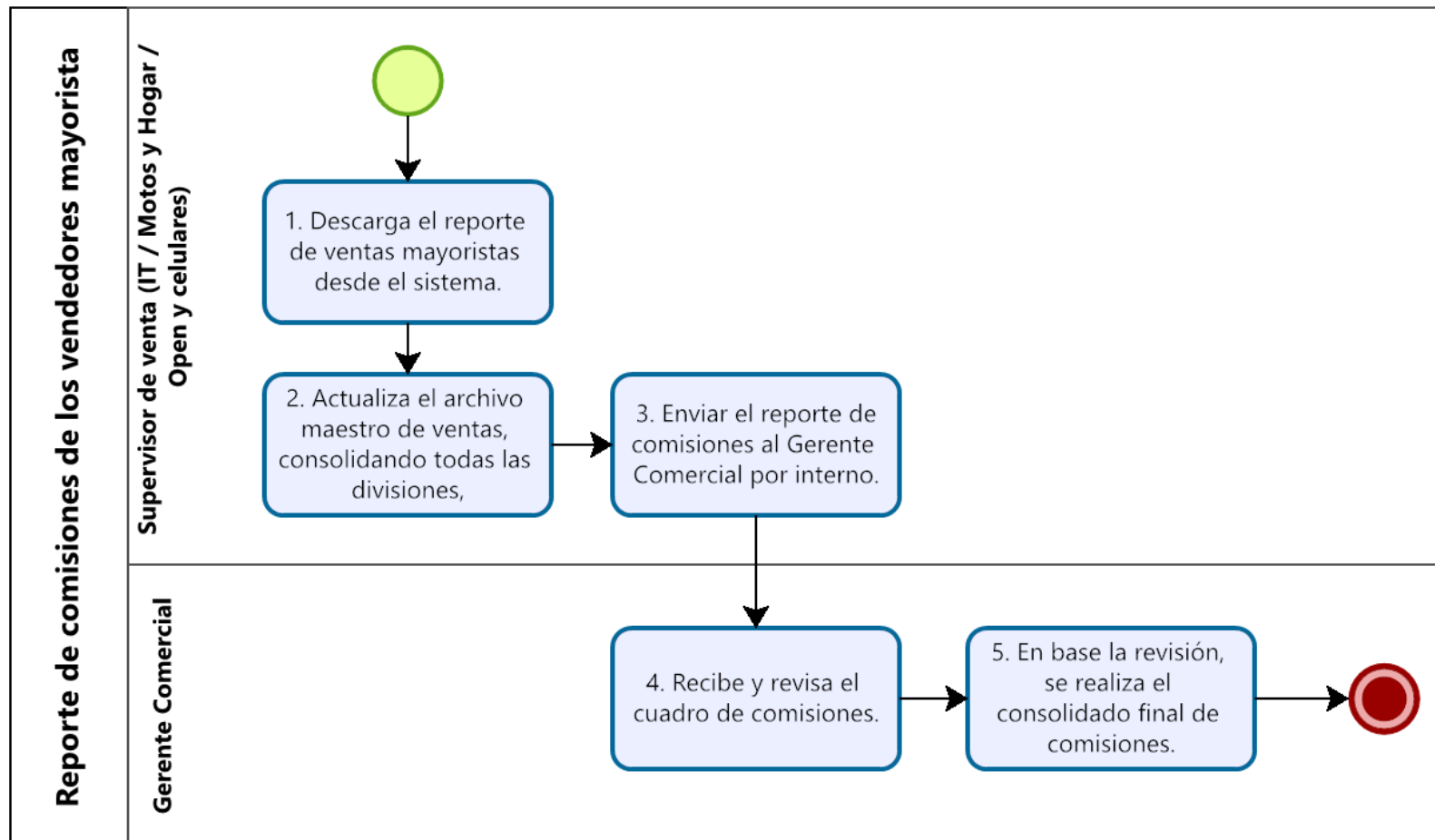
3.- POLÍTICAS

1. Toda la información relacionada con las ventas y las comisiones debe manejarse con confidencialidad y transparencia, garantizando que los vendedores reciban información precisa sobre su desempeño y las comisiones correspondientes.
2. El reporte de comisiones debe ser elaborado y entregado antes de la finalización del mes correspondiente, a fin de asegurar el cumplimiento de los tiempos establecidos para la aprobación y pago.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Reporte de ventas mayorista.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Elaboración del reporte de comisiones para los vendedores mayoristas antes de finalizar el mes correspondiente.
 - **Documento:** Reporte de ventas mayorista.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Descargar el reporte de ventas del área mayorista en el sistema considerando los meses vigentes y anteriores (<i>Por ejemplo: noviembre, diciembre y enero</i>), con el fin de contar con una base histórica actualizada.	• Reporte de ventas del canal mayorista descargado desde el sistema.	• 5 a 10 min.
2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Una vez descargada la información, el supervisor alimenta de manera frecuente el archivo maestro de ventas compartido con el área administrativa. ○ En este archivo se consolidan las ventas de todas las divisiones del equipo mayorista, no únicamente de su división directa. ○ Antes de enviar la información, el supervisor revisa y depura el archivo, eliminando: ▪ Facturas anuladas.	• Archivo maestro de ventas mayorista actualizado, depurado y validado. • Información enviada al Gerente comercial para la consolidación de comisiones.	• 30 a 60 min (<i>Depende del volumen de ventas y divisiones</i>).

		▪ Notas de crédito. ▪ Registros que no deban considerarse para comisiones. - <i>NOTA:</i> Este paso se realiza debido a que el sistema puede reflejar documentos anulados que aún aparecen como activos. ○ Una vez depurada la información, el supervisor envía el archivo actualizado al Gerente comercial quien es encargado de las comisiones por interno, para que pueda realizar el consolidado correspondiente.		
3	Gerente comercial	• Revisa que la información enviada: ○ No contenga notas de crédito. ○ No incluya facturas anuladas. ○ Sea consistente para el cálculo de comisiones. ▪ Con base en esta revisión, se realiza el consolidado final de comisiones.	• Reporte consolidado de comisiones del canal mayorista. • Información validada y lista para su uso administrativo y pago de comisiones.	• 20 a 40 min.

ACTUALIZACIÓN DE REPORTE DE INVOICE Y TRÁNSITO

Este proceso se centra en la actualización de los productos en el reporte de *Invoice y Tránsito*, con el propósito de brindar información oportuna sobre los equipos próximos a arribar, permitiendo registrar anticipadamente la reserva de los productos.

1.- OBJETIVO

Actualizar el reporte de Invoice y Tránsito mediante la revisión del documento de *Invoice*, con el fin de garantizar que el equipo de ventas mayorista disponga de información oportuna sobre los productos próximos a arribar y facilitar la gestión de reservas para los clientes.

2.- ALCANCE

Reporte de *Invoice y Tránsito* actualizado, preciso y oportuno, que permita al equipo de ventas mayorista conocer los productos próximos a arribar, gestionar reservas con anticipación y planificar de forma efectiva las futuras negociaciones y ventas comerciales.

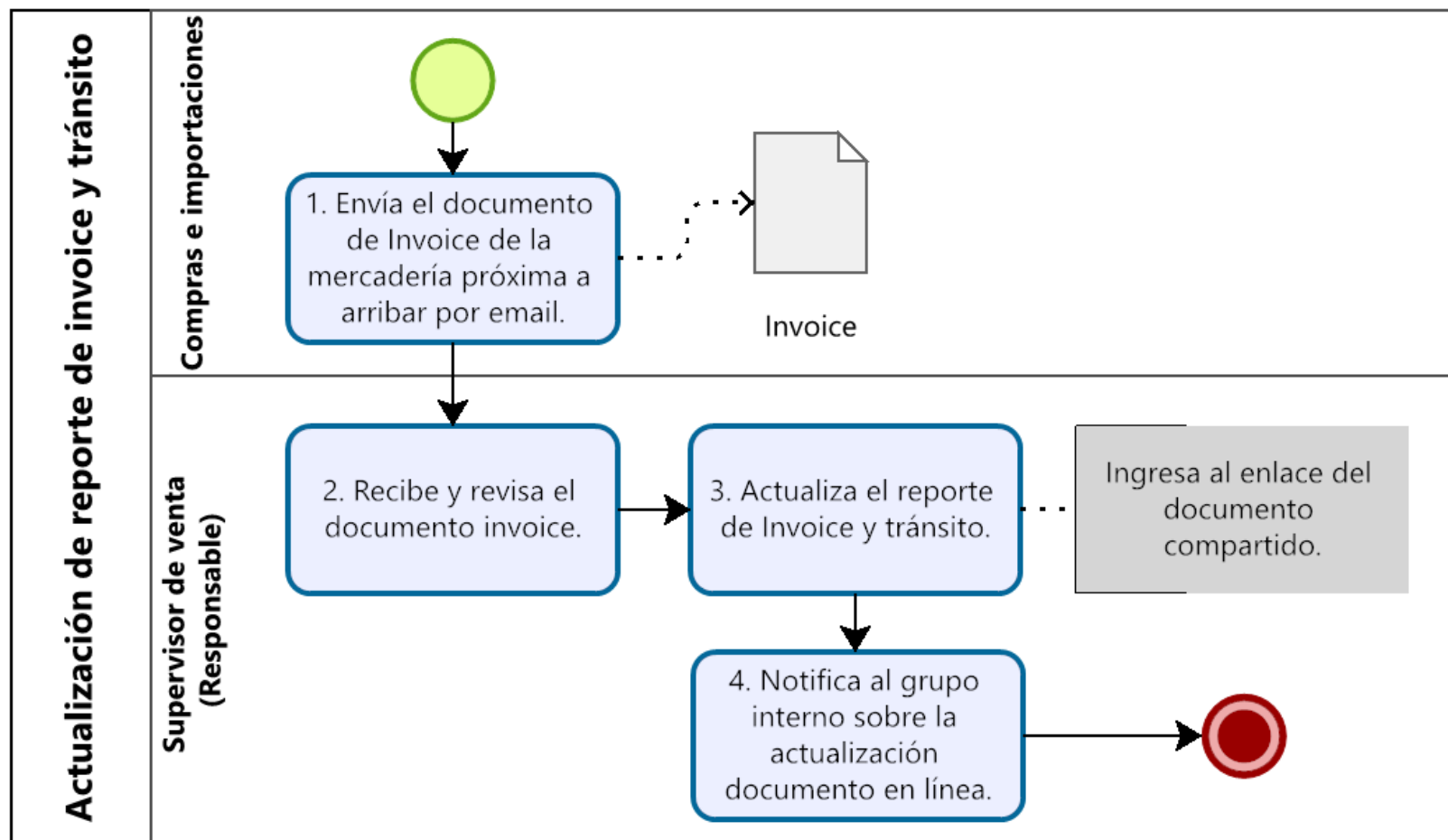
3.- POLÍTICAS

1. El reporte de Invoice y tránsito deberá ser revisado, actualizado y comunicado al equipo de ventas mayoristas por cada documento Invoice emitido por el área de Compras e Importaciones, con el fin de mantener información oportuna sobre los productos en arribo y facilitar la gestión de reservas para clientes.
2. El supervisor de ventas (designado) será el responsable de actualizar los productos y cantidades registrados en el Invoice.
 - Los vendedores mayoristas deberán limitarse únicamente a registrar las cantidades requeridas para reserva, sin alterar ni modificar la información previamente registrada por el Supervisor de Ventas.
3. Las reservas deberán efectuarse solo cuando exista una intención real de compra por parte del cliente, evitando registros con fines personales o sin sustento comercial.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Invoice.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El área de compras e importaciones envía el documento de Invoice de la mercadería importada próxima a arribar.
 - **Documento:** Invoice.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de ventas (Responsable)	• Recibe y revisa detalladamente el documento de Invoice: ○ Se analiza la siguiente información: ▪ Productos y modelos/referencias (<i>Ej.: Tablets ENV, freidoras de aire, celulares específicos</i>). ▪ Cantidades que están por arribar. ▪ Fechas estimadas de llegada (<i>Cuando están disponibles</i>). ▪ Línea comercial involucrada (<i>Ej.: electrónica, línea blanca</i>). - Nota: El objetivo de esta validación es identificar anticipadamente los productos disponibles para gestión de reservas comerciales.	• Productos identificados para gestión de reservas.	• 5 a 10 min. (Depende por la cantidad de producto por revisar).
2	Supervisor de ventas (Responsable)	• Una vez identificada la información de los productos, procede a actualizar el reporte de Invoice y Tránsito: 1. Ingresa al enlace del documento virtual (<i>Drive</i>) asignado. 2. Registra la siguiente información: ○ Fecha probable de arribo.	• Reporte de Invoice y Tránsito actualizado.	• 10 a 15 min. (Depende de la cantidad de productos)

		○ Numero de Invoice. ○ Código de artículo. ▪ En caso de que el producto no se encuentre registrado en el sistema de la empresa, se lo ingresa como NUEVO. 3. Nombre del artículo (<i>Incluyendo descripción y características principales</i>). 4. Cantidad total de importación.		<i>por registrar).</i>
3	Supervisor de ventas (<i>Responsable</i>)	• Una vez actualizado el reporte de <i>Invoice y Tránsito</i>, notifica al equipo de ventas mayoristas a través del grupo interno sobre la actualización del documento, con la finalidad de iniciar el proceso de reservas. ○ Comparte el enlace del archivo para que los vendedores ingresen y registren las cantidades de productos reservados en el casillero correspondiente, conforme a sus gestiones comerciales.	• Notificación interna enviada al equipo mayorista. • Documento compartido habilitado para registro de reservas.	• 40 min a 1 hora.

7.- ANEXO

- **Anexo:** Reporte de Invoice y tránsito.

[illegible]

GESTIÓN DE PRODUCTOS PARA DEMOSTRACIÓN A CLIENTES MAYORISTA

Este proceso se centra en la gestión y control de los productos utilizados para la demostración ante clientes del canal mayorista, asegurando su correcta asignación, uso responsable y devolución en el tiempo acordado.

1.- OBJETIVO

Controlar la asignación, uso y devolución de los productos demo, mediante la evaluación de solicitudes y el seguimiento del inventario, para asegurar su correcta utilización y disponibilidad en el proceso comercial.

2.- ALCANCE

Entregar de manera controlada los productos para demostración a clientes mayoristas, garantizando el seguimiento riguroso durante el periodo de exhibición, la recepción conforme y la adecuada gestión de devoluciones o facturación por daños, con el fin de mantener la integridad y trazabilidad del inventario.

3.- POLÍTICAS

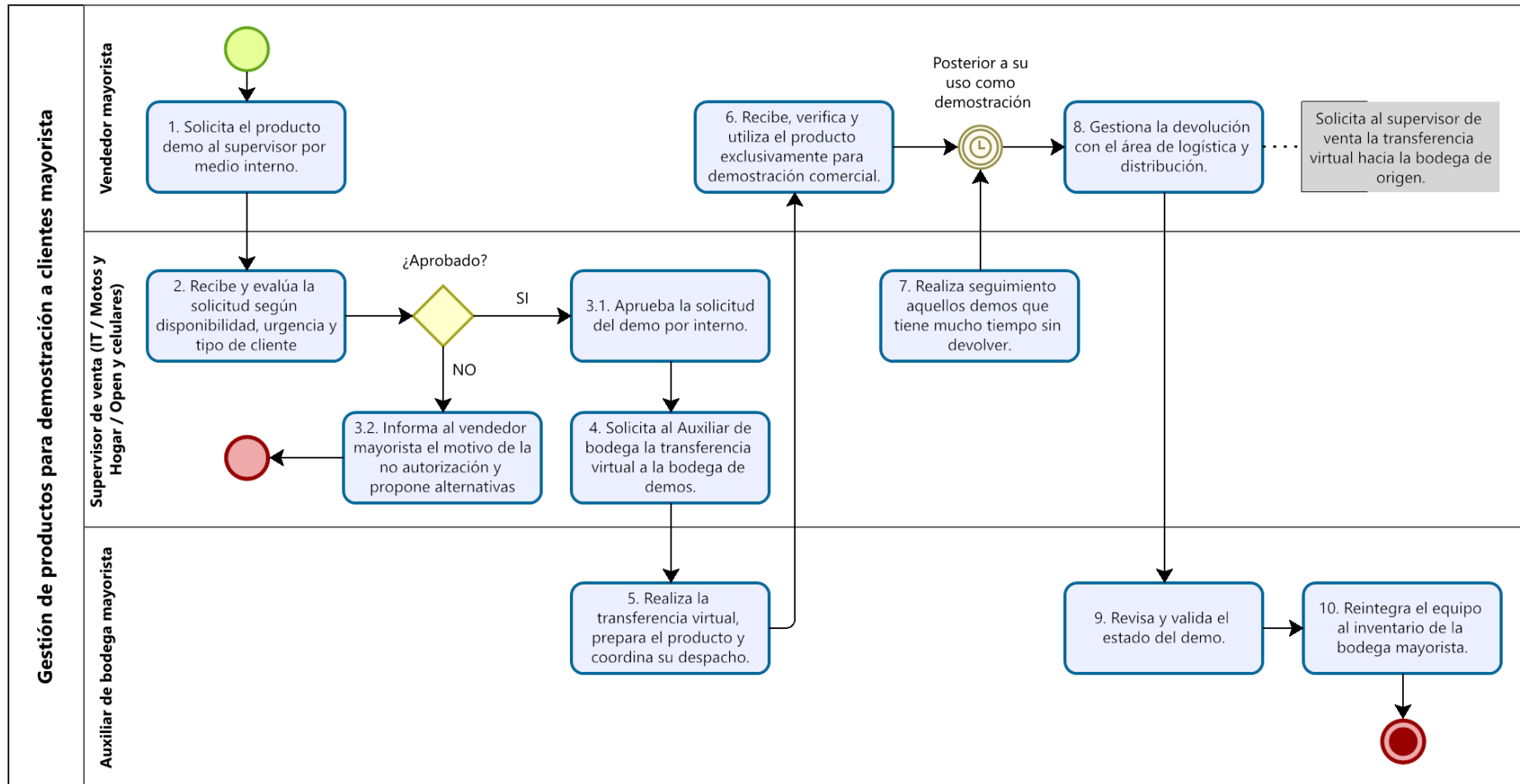
1. Todo producto demo deberá ser solicitado por el vendedor mayorista y autorizado previamente por el supervisor de ventas correspondiente antes de su entrega o uso.
2. Los productos demo podrán ser utilizados únicamente con fines de demostración, exhibición o apoyo a la negociación comercial, quedando prohibido su uso personal, préstamo o cesión no autorizada.
3. El vendedor mayorista que reciba el producto demo será responsable de su cuidado, conservación y correcto uso durante todo el período de asignación.

4. El tiempo de uso del producto demo no deberá exceder los 4 días calendario, salvo autorización expresa y justificada del supervisor de ventas.
5. El supervisor de ventas deberá realizar el seguimiento permanente de los productos demo en uso, verificando fechas de entrega, estado del producto y cumplimiento de los plazos establecidos.
6. En caso de daño, pérdida, retraso en la devolución o incumplimiento de las condiciones de uso, se deberá registrar la novedad y aplicar los procedimientos internos correspondientes para la determinación de responsabilidades.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Email de solicitud de productos para demostración.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El asesor comercial informa al supervisor que tiene una visita programada con un cliente y requiere un producto demo (ej.: auriculares, monitores, tablets, celulares, etc.).

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor mayorista	- Emite su solicitud de productos para demos por medio interno al supervisor de venta: - Indicando lo siguiente: - Producto requerido. - Cliente a visitar. - Fecha estimada de uso. - Motivo de la demostración.	Solicitud interna de producto demo debidamente registrada y enviada al supervisor de ventas, con información completa del producto, cliente, fecha estimada de uso y motivo de la demostración.	2 min.
2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Recibe y evalúa la solicitud del vendedor, analizando los siguientes criterios: - Disponibilidad del producto en bodega mayorista. - Nivel de urgencia de la solicitud en función de la visita o negociación comercial. - Tipo de cliente, considerando su relevancia estratégica y potencial de negocio.	Aprobación o rechazo formal de la solicitud comunicada al vendedor mayorista, incluyendo justificación y, de ser el caso, alternativas propuestas.	3 a 5 min.

		○ <u>¿Autorizado?</u> ▪ SI: Aprueba la solicitud del demo por interno. Continúa el PASO 3. ▪ NO: Informa al vendedor mayorista el motivo de la no autorización y propone alternativas, como reprogramar la demostración o utilizar otro producto disponible.		
3	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Solicita al facturador mayorista la transferencia del producto requerido hacia la bodega de demos asignada al supervisor por interno. • Importante: En caso que el producto no se encuentre disponible en las bodegas (<i>Principal o mayorista</i>) del centro logístico, el producto puede ser retirado de una tienda, previa autorización excepcional y adicionalmente con la autorización del gerente comercial.	• Solicitud de transferencia del producto demo enviada al centro logístico.	• 4 min.
4	Auxiliar de bodega Mayorista	• Valida la solicitud y procede con la transferencia de inventario virtual hacia la bodega DEMOS del supervisor correspondiente. ○ Posteriormente, prepara físicamente el producto, verificando su estado y accesorios, y coordina con el	• Transferencia de inventario virtual registrada hacia la bodega de DEMOS del supervisor. • Producto demo preparado, validado y despachado	• Depende del tiempo de repuesta del auxiliar de bodega.

		jefe de bodega la inclusión del pedido dentro de la ruta de despacho correspondiente. El producto para demos debe ser enviado hacia la sucursal Orellana 2 (<i>En donde se encuentran las oficinas del área de ventas mayoristas</i>).	físicamente hacia la sucursal Orellana 2, conforme a la ruta logística establecida.	
5	Vendedor mayorista	- Recibe el producto demo por parte del centro logístico o del supervisor responsable, verificando que el mismo se encuentre en buen estado y con todos sus accesorios completos. - Utiliza el producto exclusivamente con fines de demostración comercial, tales como exhibición, presentación funcional o apoyo a la negociación con el cliente. Importante: El vendedor mayorista se compromete a cuidar y preservar el estado del producto, evitando cualquier uso indebido, manipulación inadecuada o cesión no autorizada del demo.	- Producto demo recibido y validado en correcto estado y con accesorios completos. - Uso del producto demo registrado exclusivamente para fines de demostración comercial autorizada.	2 a 4 horas.
6	Vendedor mayorista	Una vez concluida la demostración comercial, el vendedor mayorista notifica al supervisor de ventas que el producto demo ha finalizado su uso.	Notificación formal de finalización del uso del producto demo.	30 min a 1 hora.

		○ Procede a preparar el producto para su devolución, asegurándose de que: ▪ El equipo se encuentra en buen estado. ▪ Todos los accesorios originales están completos. ▪ El producto funciona correctamente. ○ Solicita al supervisor de venta correspondiente la transferencia virtual de productos hacia la bodega de origen. ○ Posteriormente, coordina con el centro logístico o bodega mayorista la entrega física del demo, siguiendo la ruta para la devolución. ▪ Al momento de la devolución, el producto es revisado por el personal del centro logístico o la persona designada para la recepción, se verifica que el producto: - Se encuentre en buen estado - Funcione correctamente - Incluya todos sus accesorios ○ Una vez validado el estado del producto, el demo se reintegra al inventario correspondiente.	• Producto demo devuelto, revisado y validado por el centro logístico o bodega mayorista.	
--	--	--	---	--

		▪ El auxiliar de bodega traslada el producto hacia la bodega mayorista y posteriormente acepta la transferencia de inventario en el sistema para cerrar el proceso. - Nota: En caso de haber novedades con el producto, se aplican los procedimientos internos establecidos para la gestión de responsabilidades. • Importante: El supervisor de ventas (<i>IT / Motos y Hogar / Open y Celulares</i>) debe realizar el seguimiento permanente de todos los productos demo que se encuentren en uso y que superen los 4 días sin haber sido devueltos a la bodega de origen. ○ En caso de incumplimiento del plazo establecido, el supervisor deberá: ▪ Contactar al vendedor responsable para solicitar la devolución inmediata. ▪ Registrar la novedad y el motivo del retraso. ▪ Definir las acciones correctivas correspondientes para evitar recurrencias.		
--	--	--	--	--

GESTIÓN DE CONSIGNACIONES PARA CLIENTES MAYORISTA

Este proceso describe los pasos para la entrega de los productos como ventas en consignación de forma excepcional, permitiendo al cliente evaluar su demanda sin compromiso inmediato de compra.

1.- OBJETIVO

Gestionar la entrega de productos en consignación a clientes mayoristas mediante ventas a crédito con observaciones y garantías específicas, con el fin de asegurar la correcta liquidación y control de devoluciones previamente aprobadas y con lineamientos aceptados.

2.- ALCANCE

Contar con un control eficiente, ordenado y actualizado de los productos entregados bajo concepto de CONSIGNACIÓN, para garantizar nuevas negociaciones con potenciales clientes.

3.- POLÍTICAS

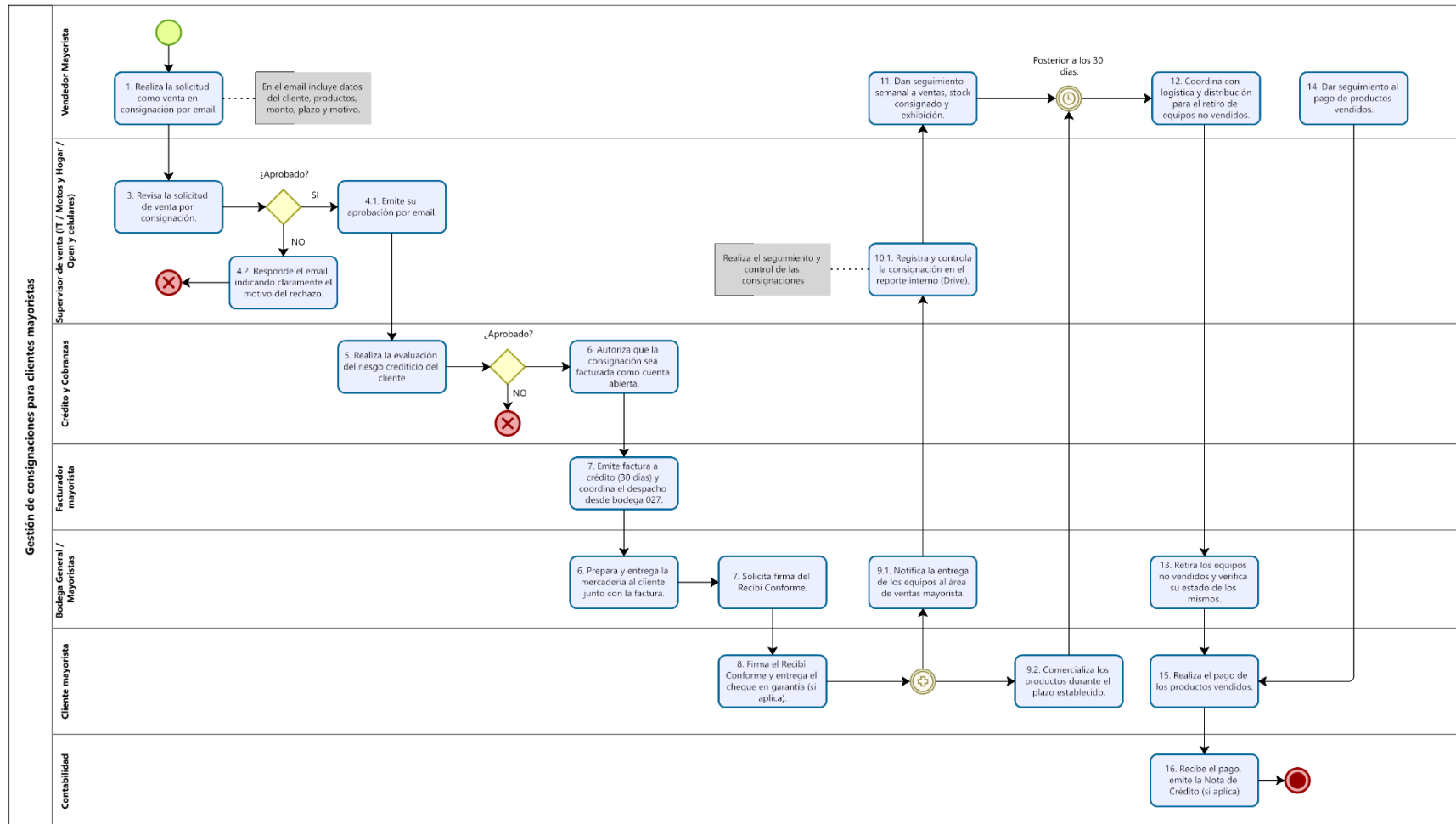
1. El vendedor es responsable de verificar previamente que el cliente cuente con historial comercial activo y que la solicitud sea coherente con su volumen de negocio.
2. Ninguna consignación podrá continuar sin la aprobación expresa y documentada del Supervisor de Ventas correspondiente a la división (*IT / Motos y Hogar / Open y Celulares*) y autorización del área de Crédito y Cobranzas.
3. Las consignaciones se facturan como ventas a crédito, bajo la modalidad de cuenta abierta, con un plazo estándar de hasta 30 días, salvo excepción autorizada.
4. Las facturas de consignación deben emitirse exclusivamente desde la bodega 027, como mecanismo de control interno

5. El cliente debe cuidar adecuadamente los productos en consignación, sin trasladarlos, dañarlos o destinarlos a usos distintos sin autorización.
 - Caso contrario será responsable de cubrir el costo total de los productos.
6. La bodega mayorista sólo podrá preparar y despachar productos consignados cuando reciba la factura y documentación de respaldo completa.
7. El Supervisor de Ventas es responsable de mantener un registro actualizado de consignaciones activas en el archivo de control interno (Google Drive).
8. El Vendedor Mayorista y/o Supervisor deben realizar un seguimiento semanal del estado de los productos consignados y su rotación comercial.
9. El cliente mayorista no podrá trasladar, ceder, exhibir en terceros ni utilizar los productos consignados para fines distintos a los autorizados.
 - Los productos deben mantenerse en condiciones adecuadas de seguridad, exhibición y conservación.
 - Cualquier daño, pérdida o deterioro del producto será responsabilidad del cliente, quien deberá asumir el pago correspondiente.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Email de solicitud de consignación.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El vendedor mayorista solicita la entrega de producto como consignación como una venta a crédito al cliente potencial.
 - **Documento:** Email de solicitud de consignación.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor mayorista	• Realiza la solicitud de consignación vía correo electrónico, utilizando el mismo formato de una venta normal. ○ La solicitud debe contener como mínimo la siguiente información: ▪ Cliente: razón social y, de ser posible, código del cliente. ▪ Productos y cantidades: modelos, códigos y número de unidades solicitadas. ▪ Valor total de la consignación: monto total referencial de la mercadería consignada. ▪ Plazo estimado de consignación: número de días de vigencia (<i>Normalmente hasta 30 días</i>).	• Solicitud de consignación enviada al supervisor de venta mayorista correspondiente por correo electrónico (wilmeraviles@env.com.ec, dquinonez@env.com.ec, rmenendez@env.com.ec), con copia al gerente de crédito (daniloalban@novisolutions.co) y Líder de crédito y cobranza (cuentasporcobrar1@novicompu.com).	• 10 a 15 min.

		- Observaciones adicionales: motivo de la consignación (<i>Exhibición, prueba de mercado, rotación de producto, etc.</i>). Importante: El vendedor es responsable de verificar previamente que el cliente tenga historial comercial activo y que la solicitud sea coherente con su volumen de negocio.		
2	Supervisor de venta (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Revisa la solicitud de consignación enviada por el vendedor, validando: - Coherencia del pedido con el historial del cliente. - Cantidades y productos solicitados. - Plazo de consignación propuesto. - Justificación comercial de la consignación. <u>¿Autorizado?</u> SI: Emite su aprobación explícita por correo electrónico, dejando constancia escrita de la autorización. Continúa con el PASO 3. No: Responde el email indicando claramente el motivo del rechazo (<i>Riesgo</i>	Correo electrónico de aprobación o rechazo de la solicitud de consignación, con sustento comercial documentado.	10 a 15 min.

		<i>comercial, exceso de inventario, historial del cliente, etc.).</i>		
3	Gerente de crédito / Líder de crédito y cobranza	- Realiza la evaluación del riesgo crediticio del cliente, considerando: 1. Historial de pagos. 2. Cupo de crédito disponible. 3. Consignaciones activas vigentes. 4. Antigüedad del cliente y comportamiento financiero. ¿Autorizado? ▪ SI: Autoriza que la consignación sea facturada como cuenta abierta, generalmente con un plazo de hasta 30 días. Continúa con el PASO 4. ▪ NO: Emite su rechazo de la consignación, especificando el motivo (<i>Exceso de riesgo, cupo insuficiente, morosidad, etc.</i>). - La consignación no puede continuar bajo ninguna circunstancia (<i>Finaliza el proceso</i>).	Correo electrónico de autorización para facturación como cuenta abierta o notificación formal de rechazo de la consignación por riesgo crediticio.	10 a 20 min.

4	Facturación Mayorista	- Una vez obtenidas ambas autorizaciones, genera la factura correspondiente como una venta a crédito. - La factura se emite como cuenta abierta, con un plazo estándar de 30 días. - Incluye en el campo de observaciones: VENTA EN CONSIGNACIÓN (<i>Con esto se obtiene una factura y un Recibí-Conforme al entregarla al cliente</i>). - La factura de consignación debe ser obligatoriamente emitida desde la bodega 027. - Una vez emitida la factura, se coordina la preparación del pedido y la entrega de la documentación correspondiente al equipo de bodega para su despacho.	Factura emitida con la observación “VENTA EN CONSIGNACIÓN”, acompañada de la guía de remisión y enviada al cliente para su correspondiente entrega de productos.	15 a 20 min.
5	Auxiliar de bodega (Mayorista)	- Recibe la factura de consignación y la documentación de respaldo. - Prepara el despacho del producto consignado, asegurando:	Productos entregados al cliente con la factura y guía de remisión firmadas con la leyenda “Recibí Conforme”, como constancia de aceptación y conformidad de la mercadería.	15 a 20 min. (<i>Depende de la disponibilidad de la bodega</i>)

		○ Correcta selección de productos. ○ Cumplimiento de cantidades facturadas. ○ Buen estado físico de la mercadería. • Coordina con el Jefe de Bodega la programación de la ruta de entrega, considerando tiempos, destino y prioridades del despacho. • Realiza la entrega del producto al cliente, junto con la factura y guía de remisión: ○ Solicita al cliente firmar factura y guía de remisión en campo: RECIBÍ CONFORME, que certifica la recepción en conformidad de la mercadería. • Una vez entregado los productos, se le notifica al supervisor de venta (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>) sobre la confirmación de entrega de producto al cliente.		<i>general / mayorista).</i>
6	Supervisor de venta	• Registra el reporte interno de conciliaciones para control interno. control interno de los productos	• Registro actualizado en la hoja de control (<i>Drive</i>), con todos los datos	• 5 min.

		en consignación mediante un registro en Google Drive (<i>Anexo 1</i>), detallando lo siguiente: ○ Número de documento: ○ Nombre del cliente ○ Nombre del vendedor quien solicitó la consignación. ○ Fecha de solicitud. ○ Valor total de la consignación. ○ Días de vencimiento. ○ Status. • Importante: El supervisor debe realizar el seguimiento y control permanente de las consignaciones registradas, verificando su estado, vencimientos y proceso de liquidación correspondiente.	relevantes del movimiento de consignación.	
7	Cliente mayorista	• Recibe la mercadería y firma el Acta de Recibí-Conforme: ○ Entrega el cheque y/o pagaré por el valor total de la factura, el cual queda en custodia hasta la liquidación (<i>Excepto para clientes</i>	• Acta de recepción firmada por el cliente, junto con la entrega del cheque y/o pagaré como garantía de la factura, y constancia de la tenencia de los	• 5 a 10 min.

		<i>categorizados como “Cadenas” y/o “especiales”, cuyo término de pago es con cruce de cuentas y/o al vencimiento).</i> - Comercializa los productos dentro del plazo previamente acordado (<i>Se espera que venda los productos consignados en ese período</i>) considerando lo siguiente: - Los productos no pueden ser trasladados a otra sucursal, almacenarlos en lugares que expongan la condición física y/o seguridad, así como usarlos para fines distintos sin autorización previa. - Tampoco pueden ser entregados a terceros para exhibición bajo el mismo esquema de consignación.	productos para su comercialización bajo condiciones pactadas.	
8	Supervisor de venta / vendedor mayorista	- Realizar un seguimiento semanal al cliente, verificando: - Qué productos se han vendido. - Qué productos no se han vendido.	Seguimiento de consignaciones semanalmente para validar el estado de venta, exhibición y rotación de los productos consignados.	10 a 15 min (<i>Seguimiento semanal</i>).

		○ Que los productos estén correctamente exhibidos. ▪ Para este control se utiliza un archivo de seguimiento de consignaciones, el cual debe actualizarse de forma permanente.		
9	Vendedor Mayorista	• Transcurrido el plazo previamente acordado, se realiza el retiro de los productos que no se han vendido por parte del cliente, en donde: 1. Verifica en conjunto con el cliente qué productos no se han comercializado. 2. Revisa que los productos devueltos estén en perfecto estado, sin golpes, daños físicos o de sistema, sin señales de uso, y con empaque original. 3. Informar al área de Logística y Distribución para coordinar el retiro físico de los productos. 4. Realizar seguimiento del pago de los productos que fueron vendidos.	• Notificación del retiro de productos no vendidos y verificación del estado físico de los mismos, acompañado de la solicitud formal a Contabilidad para la emisión de nota de crédito.	• Depende del plazo acordado para el retiro de los productos no comercializados.

		5. Solicita al área de Contabilidad la emisión de la nota de crédito correspondiente por los artículos que no fueron comercializados.		
10	Cliente mayorista	- Realiza el pago total de la mercadería vendida. - En caso de identificarse productos que presenten daños físicos como golpes, raspaduras, entre otros debido a una mala manipulación de estos, el cliente debe gestionar el pago correspondiente.	Comprobante de pago por los productos vendidos, incluyendo documentación de respaldo en caso de cobro adicional por daños ocasionados a los productos.	5 a 10 min.
11	Contabilidad	- Recibe el pago correspondiente y cierra la transacción con ingreso a cuenta de bancos y con la Nota de crédito correspondiente (<i>De ser el caso</i>). - Si previamente entregó cheque y/o pagaré, se devuelve o cambia según el valor final liquidado. Todo debe estar respaldado con factura, Nota de crédito N/C (<i>De ser el caso</i>), y el email correspondiente para el cierre del proceso	Registro contable del ingreso por la venta en consignación, emisión de la nota de crédito correspondiente y devolución del cheque/pagaré.	10 a 15 min.

7.- ANEXO

Anexo 1: Reporte de Consignaciones.

Fecha de solicitud	Tipo	Ejecutivo que solicita	Código	Detalle	Estado	Cliente	Fecha de transferencia	Fecha de envío	Guía o nota de envío	Fecha de recepción del cliente	recibido por	Fecha de devolución

COORDINACIÓN CON MARKETING PARA EL DESARROLLO DE ARTE Y CATÁLOGO DE PRODUCTOS

Este proceso se centra en la creación, distribución y publicación de materiales promocionales de nuevos productos, para garantizar una correcta presentación en el mercado, facilitar su comercialización y fortalecer la estrategia de ventas.

1.- OBJETIVO

Coordinar y supervisar al equipo de ventas mediante la asignación estratégica de zonas y el acompañamiento en visitas a clientes, con el fin de mejorar su desempeño, optimizar resultados comerciales y fortalecer las relaciones con los clientes.

2.- ALCANCE

Creación y distribución de materiales promocionales de calidad para los nuevos productos, asegurando su correcta publicación en plataformas digitales y su entrega oportuna al equipo de ventas para facilitar su comercialización y aumentar su visibilidad en el mercado.

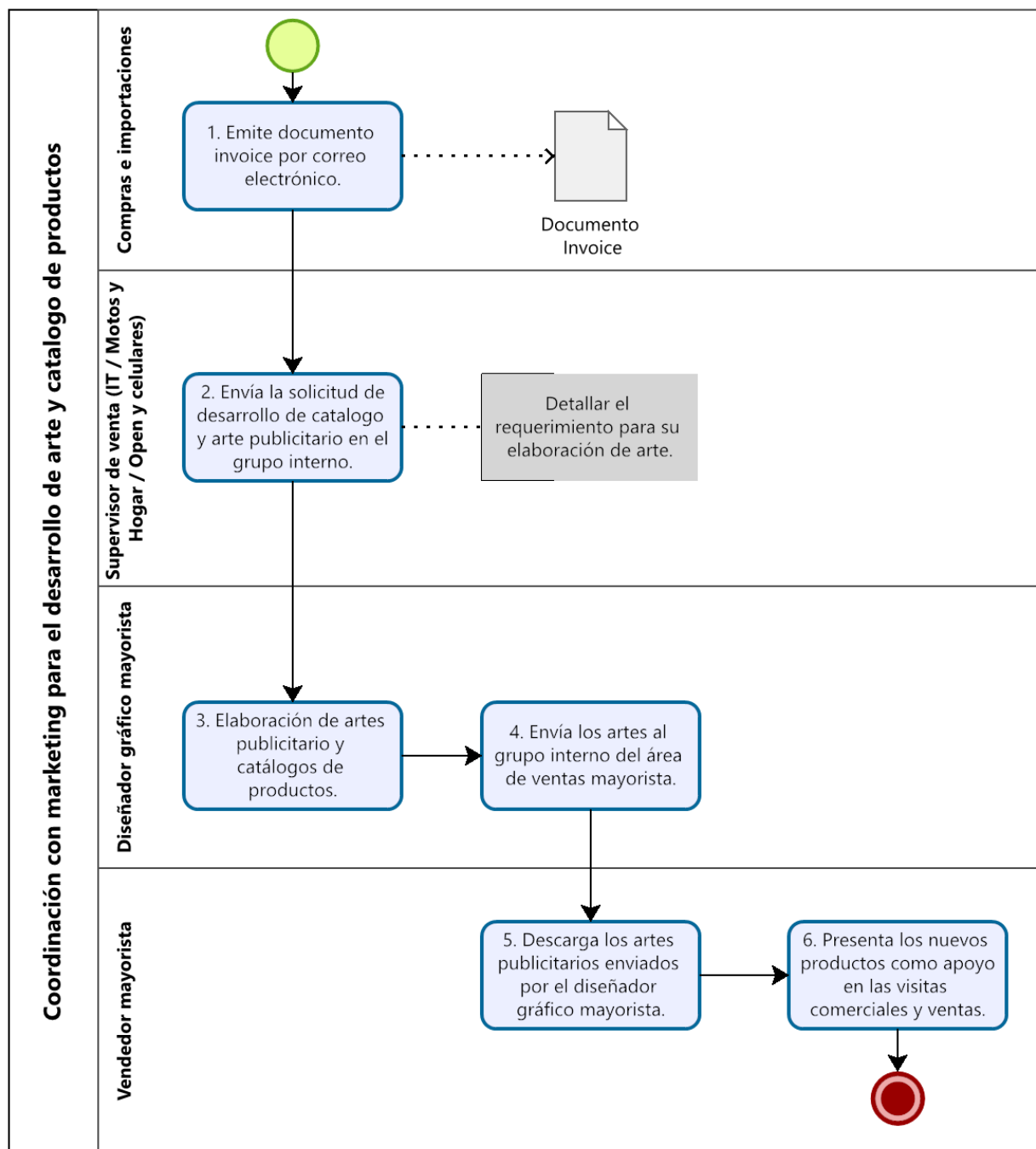
3.- POLÍTICAS

1. Supervisar y asegurar que se cumplan las especificaciones instruidas al diseñador gráfico, y que los materiales cumplan con los estándares requeridos.
2. Mantener una comunicación fluida y constante con el diseñador gráfico durante el desarrollo del arte y/o catálogo, brindando retroalimentación en caso de requerir ajustes o modificaciones.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Documento Invoice.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Envío del Documento de Invoice de Nuevos Productos a la Empresa, por parte de compra e importaciones:
 - **Documento:** Invoice.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Supervisor de venta (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	• Solicitar al diseñador gráfico mayorista el desarrollo de catálogos y artes publicitarias de los nuevos productos próximos a ingresar, remitiendo de manera interna el documento Invoice como soporte de la solicitud: 1. Solicitud de catálogo: ○ Imágenes del producto. ○ Características del producto. ○ precios (<i>Solo para accesorios</i>). 2. Solicitud de artes publicitarias: ○ Estilo y Diseño. ○ Colores y Tipografía. ○ Imágenes del producto. ○ Información del producto.	• Solicitud de desarrollo de catálogo y arte.	• 3 a 5 min.

2	Diseñador gráfico	• Elaborar los catálogos y artes publicitarias de los nuevos productos solicitados, considerando las siguientes actividades: ○ Investigación del producto para correcta comunicación visual y comercial. ○ Toma y edición de fotografías del producto, de ser necesario. ○ Aplicación de los lineamientos de diseño visual y estilo previamente establecidos por la marca.	• Elaboración de artes publicitarias. • Elaboración de catálogos de productos.	• 2 a 3 horas.
3	Diseñador gráfico mayorista	• Una vez finalizada la elaboración de los catálogos y artes publicitarias, se procede a: 1. Enviar el catálogo del producto al grupo interno del área de ventas mayorista para su difusión y uso comercial. 2. Subir artes publicitarias en la plataforma de Instagram y Facebook.	• Revisión de reporte de actividades.	• 2 a 5 min.
4	Vendedor mayorista	• Descarga el catálogo y los artes publicitarios enviados por el diseñador gráfico mayorista. • Presentar la información de los nuevos productos durante las visitas comerciales y gestiones de venta.	• Catálogo y artes publicitarias difundidos y utilizados en las visitas comerciales y gestiones de venta.	• 5 min.

A photograph of two men in a modern office setting. The man on the left, wearing a light brown pinstriped blazer over a white shirt, is smiling and shaking hands with the man on the right. The man on the right is wearing a light-colored, textured sweater and is seen from the side. They are standing in front of a glass partition with a circular pattern. In the foreground, there is a desk with a laptop and some papers.

VENDEDOR MAYORISTA

(IT / MOTOS Y HOGAR / OPEN Y CELULARES)

BÚSQUEDA DE CLIENTES POTENCIALES EN EL CAMPO

Describir los pasos a seguir en la búsqueda de nuevos clientes con el objetivo de incrementar el monto de ventas, así como la cartera de clientes activos, con la finalidad de alcanzar los objetivos comerciales de la organización.

1.- OBJETIVO

Realizar la búsqueda de potenciales clientes en provincia o localización asignada, mediante un barrido, con el fin de generar contactos efectivos, registrar prospectos y fomentar futuras oportunidades de venta para incrementar la cartera de clientes de la empresa.

2.- ALCANCE

Incrementar la cartera de clientes y generar nuevas oportunidades de venta para alcanzar las metas comerciales, impulsando el crecimiento y la expansión de la empresa.

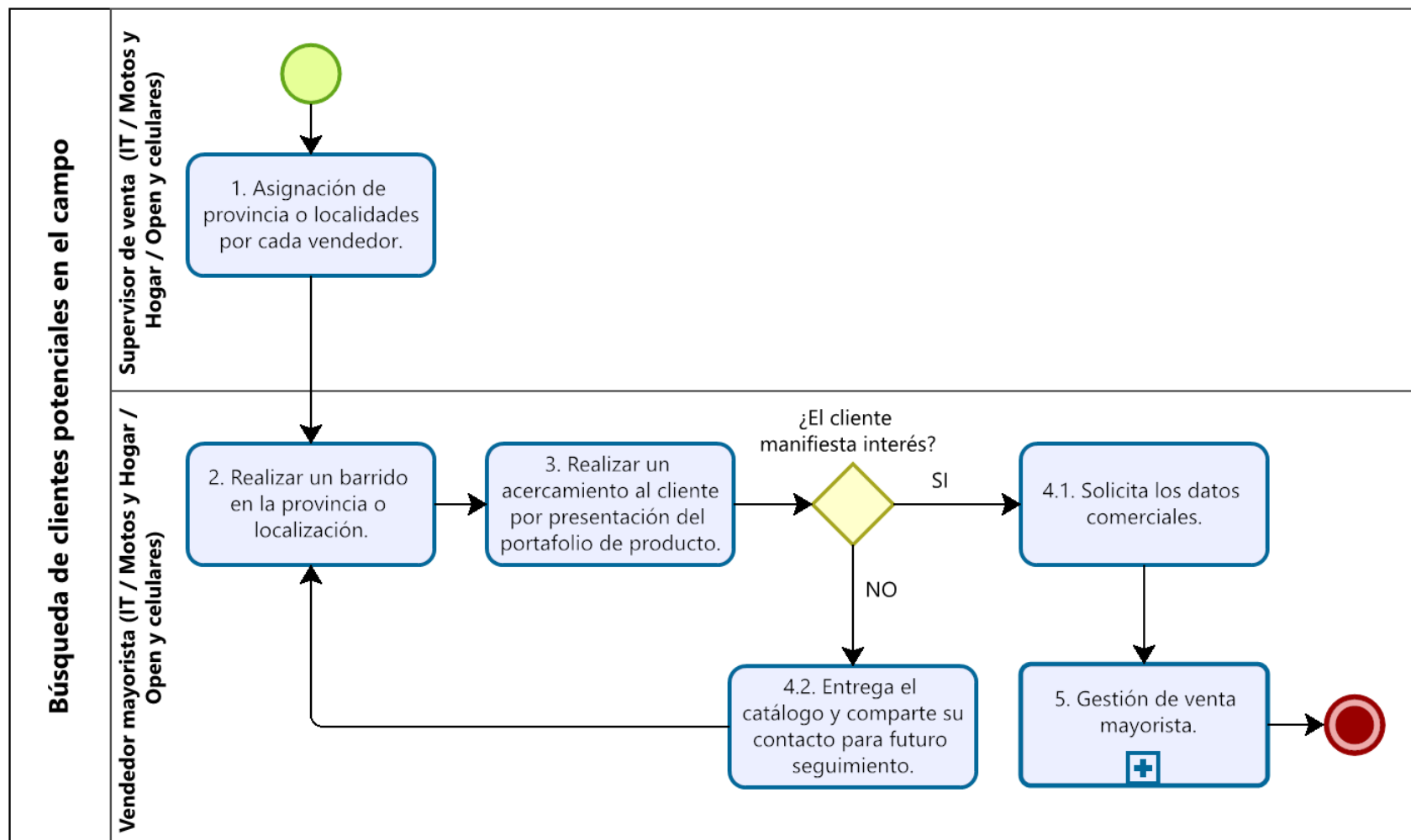
3.- POLÍTICAS

1. Los vendedores mayoristas deberán realizar la búsqueda de clientes únicamente en la provincia o localidades asignadas por el supervisor de ventas (*IT / Motos y Hogar / Open y celulares*), respetando los límites establecidos.
2. Durante el acercamiento al cliente, los vendedores deberán presentar el portafolio de productos de forma clara y profesional, incluyendo información relevante como catálogos, detalles de especificaciones técnicas y/o características y precios, asegurando una comunicación efectiva y transparente.
3. Toda la información recopilada sobre los potenciales clientes deberá manejarse de forma confidencial, utilizándose exclusivamente para fines comerciales de la empresa debiendo registrarla en la respectiva ficha de cada cliente en el formato establecido por la empresa.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Asignación de provincia o localización.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Asignación de provincias o localidades por parte del supervisor de venta (*IT / Motos y Hogar / Open y celulares*).

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor mayorista (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	- Realizar búsqueda de potenciales clientes (<i>Depende del giro del negocio: Celulares, motos, accesorios tecnológicos</i>): - Ejecuta un barrido comercial en la provincia o zona asignada, que incluya: - Investigación del mercado local. - Identificación de negocios alineados al perfil de cliente mayorista. - Registro de información básica del posible cliente. Importante: En caso de que la búsqueda de clientes potenciales se realice en provincia, el vendedor Mayoristas deberá gestionar previamente la solicitud de viáticos con el	Listado de clientes potenciales identificados.	8 horas (<i>Toma todo el día</i>).

		Supervisor de venta (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>) correspondiente para su respectiva aprobación.		
2	Vendedor mayorista (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	- Establece contacto con el potencial cliente mediante una presentación comercial del portafolio de productos que dispone la empresa. - Presenta de manera clara: - Líneas de productos disponibles. - Catálogos actualizados. - Precios referenciales y condiciones generales de venta.	- Portafolio de productos presentado al cliente. - Interés inicial del cliente identificado.	20 a 30 minutos (<i>Aproximado por cliente</i>).
3	Vendedor mayorista (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	- Evalúa el interés del potencial cliente con base en la interacción inicial y la información recopilada. <u>¿El cliente manifiesta interés real?</u> SI: Solicita formalmente los datos de contacto y comerciales necesarios para realizar la gestión de venta (<i>Razón social, RUC, dirección, teléfono y correo</i>). - Continúa con el proceso: GESTIÓN DE VENTA MAYORISTA.	Datos comerciales del cliente interesado o prospecto registrado para seguimiento futuro.	10 a 15 min.

		▪ NO: Entrega el catálogo de productos, comparte los datos de contacto y registra al cliente como prospecto para seguimiento futuro. - Nota: Independientemente del resultado, el vendedor debe continuar con la búsqueda de nuevos clientes potenciales, visitando otros establecimientos para presentar el portafolio de productos disponible. • Importante: Cuando la ruta asignada se encuentre próxima a clientes que ya forman parte de la cartera del vendedor, se deberá aprovechar la visita para realizar un acercamiento comercial estratégico, con el objetivo de fortalecer la relación, dar seguimiento a compras anteriores, identificar nuevas necesidades y gestionar posibles pedidos adicionales, siempre que la visita no afecte el cumplimiento del barrido comercial planificado.		
--	--	--	--	--

GESTIÓN DE VENTA MAYORISTA

Detallar los pasos a seguir en la gestión de la venta mayorista para grandes y medianas empresas (*Retail*) para el cumplimiento de los objetivos de ventas de la organización y brindar un servicio de forma satisfactoria para los clientes.

1.- OBJETIVO

Gestionar la venta mayorista retail mediante la atención al cliente, el cumplimiento de acuerdos comerciales, la entrega oportuna de productos, con el fin de optimizar la satisfacción del cliente y contribuir al logro de los objetivos comerciales de la organización.

2.- ALCANCE

Garantizar gestión integral de la venta mayorista retail que asegure la correcta atención al cliente, cumplimiento de acuerdos comerciales, entrega oportuna de productos y satisfacción del cliente.

3.- POLÍTICAS

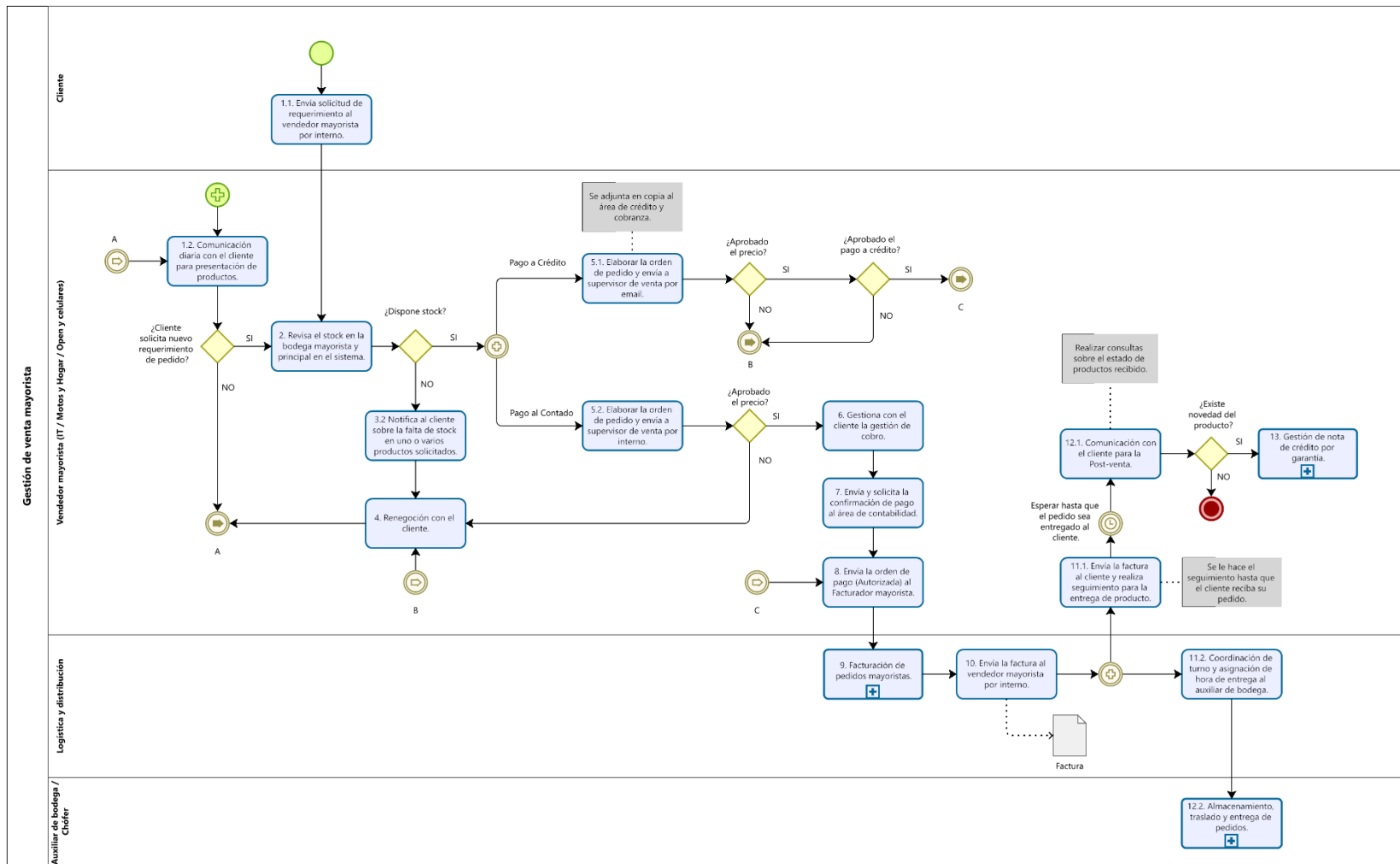
1. La comunicación con los clientes debe ser clara, respetuosa y orientada a entender para obtener una relación sólida con los clientes y generar fidelización a la marca.
2. Las negociaciones deben realizarse conforme a la lista de precios aprobada por Presidencia Ejecutiva; cualquier descuento deberá contar con su autorización previa.
3. Al realizar una negociación por forma de pago a crédito, se debe solicitar la debida autorización al área de crédito y cobranzas para gestionar correctamente el cupo crediticio autorizado al cliente.
4. Al presentarse un retraso en el plazo de entrega de la mercadería, se debe gestionar con el área de logística un plazo tentativo e informarle al cliente de forma anticipada ofreciendo soluciones alternativas.
5. Después de la venta, se debe realizar un seguimiento con el cliente para evaluar su nivel de satisfacción y atender cualquier inconveniente relacionado con el producto.

6. La información personal y comercial de los clientes debe ser manejada con la máxima confidencialidad para los fines comerciales previstos, respetando las normativas legales sobre la ley de protección de datos.
7. Todo pedido debe estar respaldado por la documentación completa (*Solicitud de pedido, autorizaciones de crédito, comprobante de pago o constancia de excepción*). No se permite el despacho de mercadería sin estos documentos validados.
8. En los casos de excepción (*Entrega sin cheque*), el vendedor mayorista asume la responsabilidad formal de gestionar el cobro, garantizando el cumplimiento en los plazos autorizados por el área de crédito.
9. Toda factura debe reflejar con claridad la forma de pago pactada con el cliente. Está prohibido modificar las condiciones de pago luego de emitida la factura, salvo autorización escrita de la Gerencia de Crédito y Cobranzas.
10. El auxiliar de bodega y chofer deben validar en el punto de entrega la identidad del cliente y la condición de entrega o cobro que describe la factura antes de entregar la mercadería, para evitar pérdidas o entregas indebidas.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Solicitud de pedido del cliente mayorista.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

1. Comunicación diaria con el cliente para presentación de portafolio de producto o nuevas promociones disponibles.
2. Solicitud de nuevo requerimiento por parte del cliente mayorista (*Habituales o dentro de la cartera de clientes*):
 - **Documento:** Mensaje.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor mayorista (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Comunicación diaria con el cliente por seguimiento de cartera, presentación de catálogo de productos y nuevas promociones, en donde el cliente: ○ <u>¿Cliente solicita nuevo requerimiento de pedido?</u> ▪ SI: Verificar la disponibilidad de stock de los productos solicitados en la bodega mayorista y en la bodega principal del Centro Logístico y de Distribución (UIO y GYE). - En caso de disponer stock de los productos solicitados, se procede a elaborar la orden de pedido. Continúa el PASO 2. - En caso de NO disponer de stock, se informa al cliente sobre la indisponibilidad y gestiona una renegociación,	• Solicitud de pedido generada y enviada con las respectivas aprobaciones de precio y/o crédito, o en su defecto, continuidad de la comunicación con el cliente para mantener la fidelización y satisfacción con los productos y el servicio.	• 10 a 15 min (<i>Depende del tiempo de respuesta del cliente</i>).

		definiendo si la venta se realiza con productos disponibles, se reemplazan por alternativas similares o se suspende la gestión de venta. ➤ Puede gestionar la recolección de productos solicitados en tiendas, pero debe informar al cliente que requiere un mayor tiempo de gestión. ▪ NO: Mantener la comunicación constante con el cliente para atender futuros requerimientos (<i>PASO 1</i>).		
2	Vendedor mayorista (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Elaborar la orden de pedido con base en la solicitud de productos realizada por el cliente. ○ Completar de manera obligatoria la información requerida en el formato de Solicitud de Pedido Mayorista, considerando los siguientes datos: ▪ Información del cliente: razón social, RUC, dirección, teléfono y correo electrónico. ▪ Condiciones comerciales: forma de pago, número de orden de compra (<i>En caso de aplicar</i>), lugar de entrega y medio de transporte.	• Orden de Pedido Mayorista elaborada y validada, con información completa del cliente, condiciones comerciales definidas, detalle de productos correctamente valorados y precios verificados conforme a la lista autorizada, lista para ser enviada a aprobación y	• 5 min.

		▪ Detalle del pedido: código del producto, descripción, cantidad solicitada, precio unitario, precio con IVA y subtotal. ▪ Observaciones relevantes para la gestión del pedido. ○ Validar que los precios ingresados corresponden a la lista autorizada, dejando registro de cualquier diferencia y de la autorización respectiva, en caso de existir variaciones. ▪ Verificar el correcto cálculo de subtotales, impuestos, seguros y total del pedido antes de continuar con el proceso de facturación y despacho.	posterior facturación y despacho.	
3	Vendedor mayorista (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Una vez elabora la orden de pedido, se procede a enviar al supervisor de venta correspondiente, según la forma de pedido: 1. Forma de pago al Contado: ○ Enviar la orden de pedido al supervisor de venta correspondiente a la línea de producto por interno. ○ ¿Aprobado? ▪ SI: Gestiona con el cliente el cobro del pedido y envía el comprobante de pago al área de contabilidad para	• Solicitud de autorización de precio dirigida al supervisor de venta correspondiente (IT / Motos y Hogar / Open y celulares), en caso de que el cliente solicite como forma de pago a crédito, se procede a	• 5 a 10 min (Depende de la disponibilidad del gerente de venta mayorista y crédito y cobranza para la autorización de pago a crédito).

		confirmar el registro de la transacción en la cuenta de la empresa. - Una vez confirmado el comprobante de pago por parte de contabilidad, se notifica al facturador mayorista para su respectiva facturación. Continúa con el PASO 3. ▪ NO: Procede a renegociar con el cliente, ajustándose a los precios ya establecidos en el área de canal mayorista. 2. <u>Forma de pago a Crédito:</u> 2.1. Envía la orden de pedido al supervisor de venta correspondiente a la línea de producto por email, con copia al gerente de crédito y al líder de cuentas por cobrar. ○ El supervisor de venta responde en el email como: APROBADO, en caso de ser rechazado, se procede a renegociar con el cliente, ajustándose al precio establecido.	solicitar autorización al gerente de crédito y cobranza (danioloalban@novisolutions.co). • Solicitud de confirmación y validación del comprobante de pago dirigida a contabilidad (<i>Contado</i>).	
--	--	--	--	--

		2.2. Una vez aprobado, el gerente de crédito o el líder de cuentas por cobrar revisa el cupo de cliente disponible y emite su respuesta en el email. ○ <u>¿Aprueba el cupo del cliente?</u> ▪ SI: Continúa con el PASO 3. ▪ NO: Renegociación con el cliente.		
4	Vendedor mayorista (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	• Realizar el seguimiento correspondiente al facturador mayorista mediante correo electrónico, con el objetivo de asegurar la correcta gestión y despacho del pedido. ○ Adjunta la solicitud de pedido (<i>Autorizado</i>) en el email, para que proceda con la recolección de los productos. ▪ En caso de que el pedido tenga alguna condición especial de entrega o cobro, esta deberá detallarse en el email para conocimiento del Facturador Mayorista. • Importante: Mantener comunicación activa con el facturador mayorista hasta confirmar que el pedido ha sido correctamente procesado, facturado y despachado, informando oportunamente cualquier novedad al cliente.	• Solicitud de pedido enviada al Facturador Mayorista, incluyendo todas las condiciones especiales de entrega o cobro.	• 3 a 5 min.

5	Facturador mayorista	• Preparar el pedido con base en la información previamente validada y autorizada, verificando cuidadosamente cantidades, referencias de producto y condiciones comerciales acordadas. • Generar la factura en el sistema (<i>Como ENV</i>), asegurándose de incluir correctamente la siguiente información detallada en el email de autorización del área mayorista: ○ Datos del cliente: nombre completo, número de cédula o RUC y dirección. ○ Código del vendedor mayorista que gestionó la negociación. ○ Producto solicitado: Código, descripción del artículo y cantidad. ○ Precio de venta: validado previamente por el área comercial mayorista. ○ Detallar la forma de pago del pedido. ○ Registrar en el memo (<i>Obligatorio</i>): ▪ En caso de contado: “Pago verificado por contabilidad”. ▪ En caso de crédito con cheque: “Cheque al momento de la entrega – Plazo XX días”.	• El pedido se prepara y factura correctamente, se coordina la entrega con el personal correspondiente, se valida la forma de pago y, en caso de retrasos, se notifica al vendedor mayorista para gestionar la reprogramación o solución con el cliente.	• 20 a 1 hora. (<i>Depende de los productos a preparar y facturar</i>).
---	----------------------	---	--	---

		- Nota: El facturador mayorista deberá generar inicialmente una factura desde la marca Novicompu hacia la marca ENV (<i>En calidad de cliente interno</i>), para posteriormente emitir la factura correspondiente desde ENV hacia el cliente final. Para mayor detalle, revisar el proceso: FACTURACIÓN DE PEDIDOS MAYORISTAS (<i>Área de logística y distribución</i>). • Coordinar turno y se asigna hora de entrega con el auxiliar de bodega y el chofer. ○ Entregar al auxiliar de bodega la factura y la guía de remisión junto con la mercadería preparada. ▪ Recordar al entregador que debe leer y validar la condición de pago antes de la entrega al cliente. • Importante: En caso de que no se cumpla el plazo de entrega, notificar inmediatamente al vendedor mayorista, quien se comunicará con el cliente para reprogramar o resolver la novedad.		
--	--	---	--	--

6	Vendedor mayorista (IT / Motos y Hogar / Open y celulares)	- Recibir la factura de venta emitida y enviarla al cliente por los internos. - Brindar seguimiento al proceso de entrega de los productos, asegurando una comunicación clara y continua con el cliente. - Confirmar con el cliente la fecha, hora y condiciones de entrega previamente establecidas. - Realizar el seguimiento del despacho hasta verificar y confirmar la recepción efectiva de la mercadería por parte del cliente.	Envío de factura de productos al cliente mayorista.	2 a 3 min.
7	Auxiliar de bodega (Entregador) / chofer	- Ejecuta la Recepción, traslado y entrega de mercadería hacia el cliente correspondiente. - Verificación de documentos: - Recibir factura junto con la mercadería. - Revisar con detalle la factura para identificar las condiciones de entrega o cobros. - Subir la mercadería al camión. - Notificar por interno al vendedor mayorista sobre el traslado del pedido al cliente.	La mercadería se entrega al cliente mayorista de manera segura y conforme a las condiciones de pago establecidas, garantizando que la documentación (<i>Factura y guía de remisión</i>) esté completa y validada, que	1 a 2 horas.

		○ El vendedor mayorista debe notificar y coordinar con el cliente, para que esté pendiente de recibir y entregar el cheque <i>(Si aplica)</i>. 4. Realizar la entrega de mercadería al cliente: 4.1. Identificarse con el cliente y presentar la factura y la guía de remisión. 4.2. Confirmar que el cliente esté preparado para recibir el pedido. 4.3. Si corresponde pago con cheque, solicitar el cheque antes de descargar la mercadería. • Importante: Se debe considerar las siguientes condiciones en el punto de entrega: 1. Contado. ○ Verificar que el pago haya sido confirmado previamente por contabilidad <i>(Indicado en la factura)</i>. ○ Proceder a la entrega de la mercadería. 2. Crédito con cheque: ○ Exigir el cheque antes de entregar los productos.	el pago se haya recibido o que exista una autorización escrita en caso de excepción.	
--	--	--	---	--

		○ Verificar que el cheque cumpla con lo siguiente: ▪ Nombre correcto de la empresa beneficiaria. ▪ Fecha de emisión correcta. ▪ Monto que coincida con la factura. ▪ Firma válida. - En caso de identificar alguna novedad, se debe contactar con el vendedor mayorista para recibir seguimiento del caso. 3. Excepción autorizada (<i>Crédito con cheque o contra entrega – efectivo o cheque</i>): Si el cliente no está o no tiene el cheque al momento de la entrega, se podrá entregar solo si: 3.1. El vendedor mayorista responsable de la gestión de ventas pide autorización inmediata al gerente de crédito y/o líder de cuentas por cobrar. ○ En el email o por mensaje interno debe indicar que se responsabiliza por recoger y entregar el cheque ese mismo día o al siguiente como máximo.		
--	--	--	--	--

		3.2. El gerente de crédito y/o líder de cuentas por cobrar autoriza por escrito (<i>Mensaje interno</i>). 3.3. Una vez obtenida la autorización, el vendedor mayorista responsable deberá notificar inmediatamente al Auxiliar de Bodega y al Chofer para proceder con la entrega.		
8	Cliente mayorista	- Recepcionar el pedido mayorista, verificando que los productos entregados correspondan en cantidad, estado y especificaciones a lo solicitado en la factura y guía de remisión. - Una vez validado, entrega el cheque o comprobante de pago en caso de ser requerido por la forma de pago.	Pedido mayorista recibido y validado por el cliente, con conformidad en cantidad, estado y especificaciones del producto, y pago entregado o confirmado conforme a la forma de pago acordada.	10 a 15 min.
9	Vendedor mayorista (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	- Ejecutar el proceso de postventa, manteniendo una comunicación activa y permanente con el cliente, con el objetivo de fortalecer la relación comercial, asegurar la satisfacción y fomentar la recompra. - La gestión de postventa incluye:	Gestión de postventa realizada, que incluye la confirmación de satisfacción del cliente, seguimiento del inventario	10 a 20 min. (<i>Depende de la disponibilidad del cliente</i>).

		1. Seguimiento de satisfacción del cliente: verificación del nivel de conformidad respecto a la atención recibida, tiempos de entrega, condiciones comerciales y calidad del producto. 2. Revisión periódica del inventario del cliente: análisis semanal de stock para identificar oportunidades de reposición, rotación de productos y nuevas necesidades de compra. 3. Gestión de servicio de garantía: atención y acompañamiento en casos de reclamos, devoluciones o garantías, coordinando con las áreas internas correspondientes hasta el cierre del caso. ▪ Continúa con el proceso: Gestión de nota de crédito por garantía. En caso que se requiera.	para reposición, identificación de nuevas oportunidades comerciales y, de ser necesario, la gestión y derivación de casos de garantía hasta su cierre.	
--	--	--	--	--

GESTIÓN DE NOTA DE CRÉDITO POR GARANTÍA

Detallar los pasos necesarios para la gestión de solicitudes de garantía de productos, para garantizar una experiencia satisfactoria para el cliente y mantener los estándares de calidad de la organización.

1.- OBJETIVO

Gestionar las solicitudes de garantía de productos adquiridos por clientes mayoristas, mediante la coordinación con el departamento de logística y servicio técnico, con el fin de garantizar la reparación o reemplazo del producto asegurando la confianza con el cliente.

2.- ALCANCE

Atender y resolver las solicitudes de garantía de productos, garantizando que los reclamos por defectos sean gestionados de manera eficiente, oportuna y satisfactoria para el cliente.

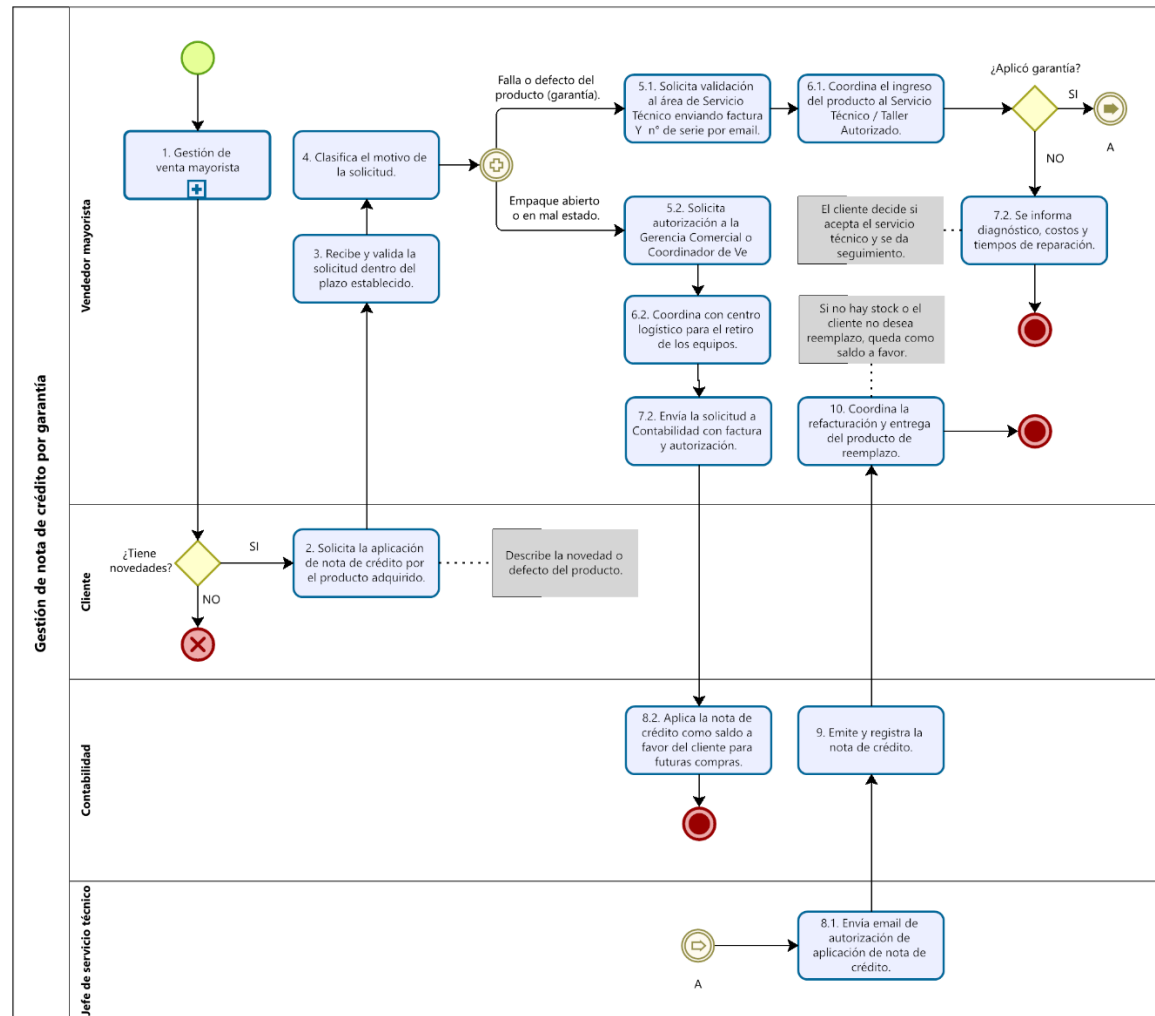
3.- POLÍTICAS

1. Los clientes deben notificar cualquier reclamo de defecto dentro de un plazo máximo de 24 horas desde la recepción del producto.
2. Todos los reclamos de garantía serán evaluados por el equipo de servicio técnico, quien determinará si el defecto es cubierto por la garantía o si es causado por un mal uso del producto.
3. Asegurar que la comunicación con el cliente sea clara y transparente, informando sobre el estado del reclamo y los plazos estimados de respuesta y reparación.
4. En caso de que se determine que el producto tiene un defecto de fabricación, se procederá con el reemplazo de un nuevo producto sin costo adicional para el cliente.
 - Si el producto es provocado por el cliente, se le brinda como alternativa reparar el producto con un costo adicional.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Mensaje por interno.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El cliente reporta una novedad del producto (Defecto, falla, daño, caja abierta, inconformidad) al vendedor mayorista por interno.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Cliente	- Solicita la aplicación de nota de crédito sobre él o el producto adquirido. - Describir la novedad o el defecto que está experimentando con el producto. Importante: El cliente tiene un tiempo de 24 horas para notificar las novedades de los productos recibidos (<i>A partir de que recibió</i>).	Solicitud de aplicación de nota de crédito / garantía del producto, con descripción de la novedad o defecto reportado.	5 min
2	Vendedor mayorista (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	- Recibe la solicitud del cliente y valida que la notificación se haya realizado dentro del plazo establecido (Máximo 24 horas desde la recepción del producto). - Revisa la factura original de venta y verifica la información del producto involucrado (<i>Modelo, serie, valor facturado y condiciones comerciales</i>).	Solicitud de nota de crédito válida y clasificada.	10 a 15 min.

		○ Determina el motivo de la solicitud de la nota de crédito, clasificándose según corresponda: ▪ Producto con falla o defecto (<i>Garantía</i>). ▪ Producto recibido con empaque abierto o en mal estado. • Importante: En caso de fallas o defectos del producto, se debe describir de manera breve las políticas de garantía que aplican para el producto, asegurando que se comprendan claramente los términos y condiciones.		
3	Vendedor mayorista (<i>IT / Motos y Hogar / Open y celulares</i>)	• Una vez identificado, se procede a gestionar la resolución según motivo de la solicitud de nota de crédito. a. Producto con falla o defecto (<i>Garantía</i>): 1. Envía un correo electrónico al área de Servicio Técnico para confirmar si la garantía aplica para servicio técnico o taller autorizado, con la siguiente información: ○ Factura de venta. ○ Número de serie del producto.	• Caso por garantía (<i>Producto con defecto</i>): Nota de crédito emitida por el área de Contabilidad, con reemplazo del producto por una nueva unidad conforme a las políticas de garantía vigentes.	• Gestión inicial: 10 a 20 min. • Evaluación técnica: hasta 7 días. • Emisión de nota de crédito: 15 a 30 min.

		○ Detalle de la falla o novedad reportada. 2. Coordina el ingreso del producto al Servicio Técnico / Taller Autorizado, solicitando al cliente la entrega del equipo. 3. Da seguimiento al área de servicio técnico, hasta obtener la confirmación de que el caso aplica a garantía. 4. Una vez confirmada los resultados de la revisión técnica, se notifica al cliente lo siguiente: ○ Si el producto aplica a garantía, el jefe de servicio técnico autorizará la aplicación de la nota de crédito (<i>En donde pone en copia al área contable</i>). 4.1. El área de Contabilidad procede a registrar y aplicar la nota de crédito en el sistema, y envía por correo electrónico la confirmación de la emisión de la nota de crédito.	• Caso por empaque o estado (<i>Producto no dañado</i>): Nota de crédito previamente autorizada por la Gerencia Comercial y/o el Coordinador de Ventas, aplicada por el área de Contabilidad como saldo a favor del cliente y registrada en el sistema para futuras compras.	
--	--	--	--	--

		4.2. El Vendedor Mayorista realiza el seguimiento correspondiente con el Facturador Mayorista para gestionar la refacturación del nuevo producto que será entregado al cliente. ▪ En caso de que no exista stock del mismo producto o el cliente decida no recibir el reemplazo, se gestiona la aplicación de la nota de crédito a favor del cliente, la cual podrá ser utilizada en una compra posterior. 4.3. Coordina la entrega del producto nuevo al cliente como reemplazo, de acuerdo con la disponibilidad y políticas internas. ○ Si no aplica la garantía, se informa el diagnóstico, condiciones de reparación y costos correspondientes al cliente, de ser el caso. ▪ El cliente decide si acepta o no el servicio técnico; en caso afirmativo, se realiza el		
--	--	--	--	--

seguimiento correspondiente con el área de Servicio Técnico hasta el cierre del caso.

b. Producto recibido con empaque abierto o en mal estado:

1. Verifica el estado físico del producto y valida que no haya sido utilizado.
2. Solicita la autorización correspondiente a la Gerente Comercial o Coordinador de ventas.
3. Coordina el centro logístico el retiro de los productos con novedades donde el cliente.
4. Remite la solicitud de nota de crédito al área de Contabilidad, adjuntando la factura y la autorización aprobada.
 - El área contable realiza la aplicación de nota de crédito a favor al cliente para su realizar otra compra de un producto del mismo valor u otro producto de mucho valor, pero paga la diferencia.



VENDEDOR KAM
(KEY ACCOUNT MANAGER)

GESTIÓN DE PREPARACIÓN Y DESPACHO DE ÓRDENES DE COMPRA DE CLIENTE RETAIL

Este proceso se centra en la planificación, validación, coordinación y ejecución de las actividades comerciales, administrativas y logísticas necesarias para el despacho de pedidos retail, asegurando el control documental, la disponibilidad de stock, la correcta facturación y el cumplimiento de los lineamientos operativos y logísticos establecidos.

1.- OBJETIVO

Gestionar el despacho de las órdenes de pedidos retail mediante la validación de stock, aprobación comercial y crediticia, facturación, coordinación logística y seguimiento del despacho, para asegurar la entrega oportuna y conforme de los productos al cliente.

2.- ALCANCE

Garantizar que las órdenes de pedidos retail sean atendidas, preparadas, despachadas y entregadas de manera oportuna, completa y sin inconsistencias, cumpliendo las condiciones comerciales, crediticias y logísticas establecidas, y asegurando la conformidad del cliente en la recepción de la mercadería.

3.- POLÍTICAS

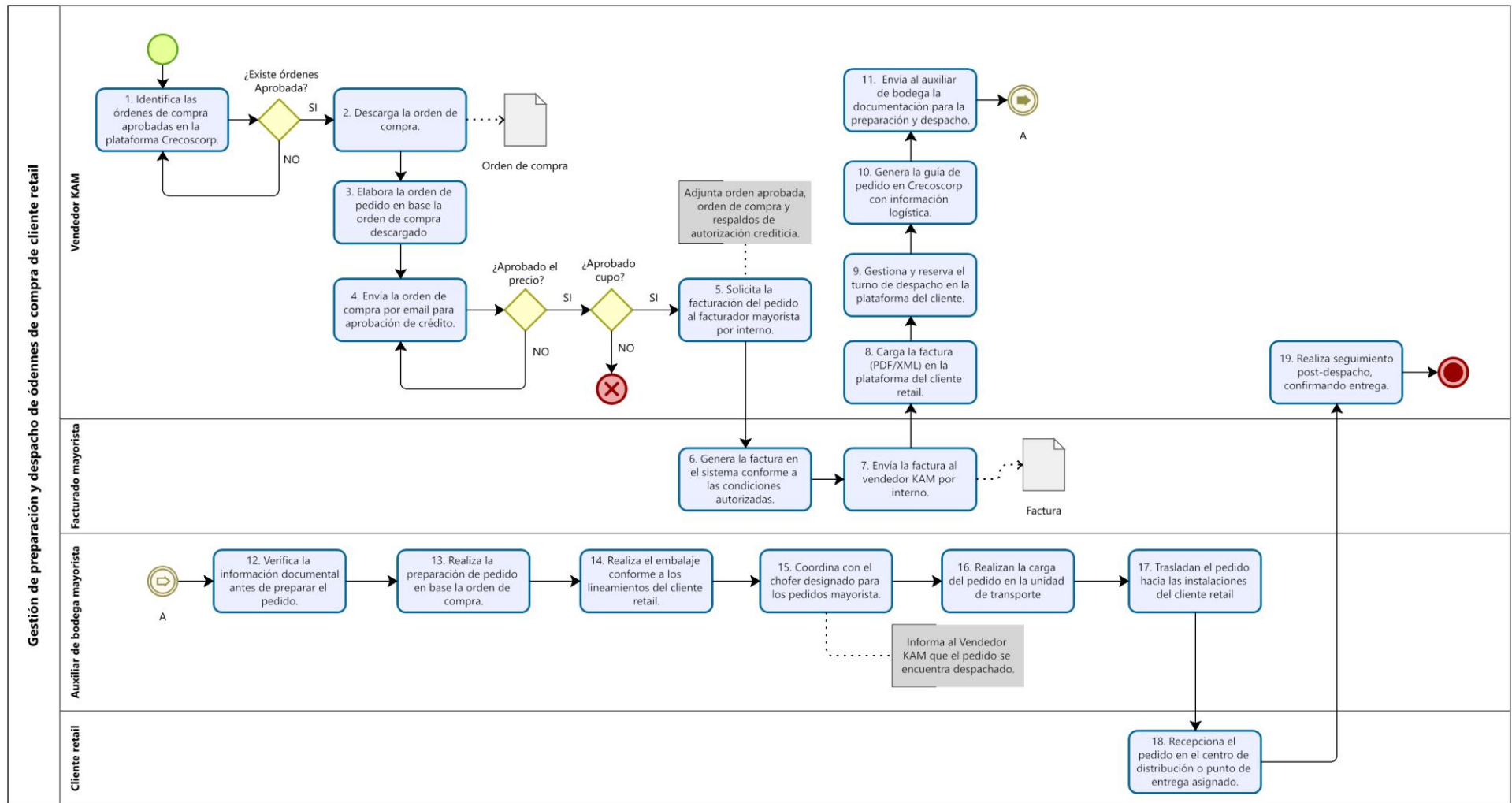
1. Toda orden de compra retail deberá encontrarse aprobada en la plataforma Crecoscorp (*Estado de factura aprobado*) previo a iniciar cualquier gestión de facturación o despacho.
2. Los precios, descuentos y condiciones de venta deberán ajustarse estrictamente a la lista autorizada. Cualquier variación requerirá aprobación formal del Supervisor de Ventas.
3. Ningún pedido podrá facturarse ni despacharse sin la validación y aprobación del cupo de crédito por parte de Gerencia de Crédito o Cuentas por Cobrar.
4. Todo pedido retail deberá ser despachado en un plazo máximo de 48 horas laborables, contadas a partir de la confirmación de la factura generada y la disponibilidad total del stock.

- En caso de presentarse novedades que impidan cumplir este tiempo (*Faltantes, recolecciones, restricciones logísticas o solicitudes del cliente*), el Vendedor KAM deberá notificar oportunamente al cliente retail y a las áreas involucradas, dejando registro de la justificación y nueva fecha estimada de entrega.
- 5. Bodega sólo podrá preparar pedidos que cuenten con la documentación completa: Orden de compra, Guía de pedido y Turno de despacho (*Cuando aplique*).
- 6. El embalaje, etiquetado, armado de pallets y documentación deberán ajustarse a las especificaciones logísticas de cada cliente retail.
- 7. Toda mercadería deberá salir identificada con su guía de pedido y etiquetas logísticas correspondientes para asegurar su correcta recepción.
- 8. Los vehículos deberán salir vacíos desde bodega (*Cuando la política del cliente lo exija*) y con la documentación completa para su ingreso al centro de distribución.
- 9. El Vendedor KAM será responsable de realizar el seguimiento de la entrega, confirmar la recepción conforme y gestionar cualquier novedad presentada.
- 10. Todo faltante, daño, rechazo o novedad detectada en la entrega deberá registrarse y gestionarse de forma inmediata conforme a los procesos de devoluciones o notas de crédito.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Acceso a plataforma Crecoscorp.
- Acceso a portales de clientes retail.
- Acceso al sistema MBA3.
- Orden de compra del cliente.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El cliente retail genera una orden de compra en la plataforma Crecoscorp.
 - Documento: Orden de compra.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor KAM	• Identifica la orden de compras de los clientes retail por despachar: 1. Ingresa a la plataforma Crecoscorp mediante sus credenciales asignadas. 2. Selecciona el módulo BANDEJA DE PROVEEDORES y luego la opción LISTADO DE ÓRDENES. 3. Revisa el listado de órdenes de compra registradas: ○ Identifica las que tienen estado de factura aprobado, validando la columna <i>Estado factura</i> (Revisar en la columna Estado factura). ○ <u>¿Existen órdenes aprobadas?</u>	• Órdenes de compra aprobadas identificadas y validadas. • Stock verificado en bodegas (<i>Mayorista y/o Principal UIO/GYE</i>). • Confirmación de disponibilidad o notificación de reposición al cliente y bodega.	• 5 a 10 min.

		▪ SI: Selecciona el ícono de detalle para visualizar (<i>Código del artículo, descripción del producto, cantidades, Costo unitario, Costo total</i>) y descarga la orden de compra. ▪ NO: Se mantiene en monitoreo hasta su aprobación. • Importante: Validar en el sistema disponer la cantidad de stock solicitados por el cliente retail en la bodega mayorista y/o bodega principal (<i>UIO/GYE</i>). ○ Si dispone del stock solicitado, continúa con el PASO 2. ○ En caso de no disponer stock en la bodega, se procede a contactar con el cliente retail informando disponibilidad actual y tiempo estimado de reposición. ▪ Notificar al auxiliar de bodega la recolección de inventario en las sucursales.		
2	Vendedor KAM	• Elaborar la orden de pedido con base en la solicitud de compra realizada por el cliente retail.	• Orden de pedido mayorista elaborada y registrada con información completa del cliente, condiciones	• 10 min.

		○ Completar de manera obligatoria la información requerida en el formato de Solicitud de Pedido Mayorista, considerando los siguientes datos: ▪ Información del cliente: razón social, RUC, dirección, teléfono y correo electrónico. ▪ Condiciones comerciales: forma de pago, número de orden de compra (<i>En caso de aplicar</i>), lugar de entrega y medio de transporte. ▪ Detalle del pedido: código del producto, descripción, cantidad solicitada, precio unitario, precio con IVA y subtotal. ▪ Observaciones relevantes para la gestión del pedido. ○ Validar que los precios ingresados corresponden a la lista autorizada, dejando registro de cualquier diferencia y de la autorización respectiva, en caso de existir variaciones.	comerciales y detalle de productos. • Precios validados conforme a lista autorizada.	
3	Vendedor KAM	• Envía la orden de pedido al supervisor de venta correspondiente a la línea de producto por email, con copia al gerente de crédito y al líder de cuentas por cobrar:	• Orden de pedido aprobada por el Supervisor de Ventas.	• 15 a 30 min (<i>Depende del tiempo de</i>

		○ El supervisor de venta responde en el email como: APROBADO, en caso de ser rechazado, se procede contactar con el cliente retail para notificar los ajustándose de precio. ▪ Una vez aprobado por el supervisor de venta, el gerente de crédito o el líder de cuentas por cobrar revisa el cupo de cliente disponible y emite su respuesta en el email. ○ <u>¿Aprueba el cupo del cliente?</u> ▪ SI: Continúa con el PASO 4. ▪ NO: Se cancela la continuidad del proceso.	• Validación y aprobación de cupo de crédito por Gerencia de Crédito / Cuentas por Cobrar.	<i>respuesta del Supervisor de venta y del área de cuentas por cobrar).</i>
4	Vendedor KAM	• Solicitar al Facturador Mayorista la facturación de la orden de compra del cliente Retail, a través de los canales internos establecidos. ○ Adjuntar la siguiente documentación de respaldo: ▪ Orden de pedido (<i>Aprobado</i>). ▪ Orden de compra (<i>Descargado desde la plataforma Crecoscorp</i>). ▪ Captura del Correo electrónico de aprobación de precio y cantidad de créditos otorgados.	• Solicitud de facturación enviada al Facturador Mayorista con documentación completa de respaldo.	• 10 a 15 min.

5	Facturador mayorista	• Generar la factura en el sistema (<i>La factura se emite como NOVICOMPU</i>), asegurándose de registrar correctamente la información detallada en el correo de autorización emitido por el área mayorista, la cual deberá incluir: ○ Datos del cliente: nombre completo, número de cédula o RUC y dirección. ○ Código del vendedor mayorista que gestionó la negociación. ○ Producto solicitado: Código, descripción del artículo y cantidad. ○ Precio de venta: validado previamente por el área comercial mayorista. ○ Detallar la forma de pago del pedido. ○ Registrar en el memo: “Cheque al momento de la entrega – Plazo XX días”. • Una vez generada la factura, remitir al Vendedor KAM a través de los canales internos establecidos para la continuidad del proceso.	• Factura electrónica generada en sistema (<i>NOVICOMPU</i>). • Documento validado conforme condiciones comerciales autorizadas. • Factura remitida al Vendedor KAM.	• 10 min.
---	----------------------	--	--	---

6	Vendedor KAM	- Una vez recibida la factura, procede a cargar el documento en la plataforma del cliente retail: - Descarga la factura remitida por el Facturador Mayorista. - Ingresa a la plataforma del cliente retail correspondiente, utilizando sus credenciales asignadas. - Carga la factura en formato PDF y XML, según los requisitos de la plataforma. - En caso de que la plataforma solicite únicamente el archivo en formato XML, deberá descargarlo desde el sistema siguiendo estos pasos: - En el menú principal, seleccionar la opción VENTAS. - Dentro del módulo, ingresar a la opción CONFIRMACIÓN. - Se visualizará una pestaña de búsqueda donde deberá registrar y seleccionar el nombre del cliente correspondiente. - Una vez seleccionado, se desplegará el listado de facturas emitidas; elegir el documento requerido.	- Factura cargada en plataforma del cliente retail (<i>PDF / XML</i>). - Confirmación de carga o validación en plataforma.	5 a 7 min.
---	--------------	--	---	--

		3.5. Seleccionar el ícono de documento y descargar el archivo en formato XML.		
7	Vendedor KAM	• Genera el turno de despacho en la plataforma del cliente retail correspondiente (<i>En caso de que las políticas del cliente lo requieran</i>). 1. Ingresa a la plataforma asignada del cliente retail. 2. Registra el número de pedido o selecciona la orden que se encuentra pendiente de entrega. 3. Selecciona la opción Generar o Reservar turno. ○ Una vez confirmada la acción, la plataforma emitirá automáticamente un ticket de despacho, el cual detalla: ▪ El Número de ticket. ▪ La fecha de entrega. ▪ La hora de entrega. ▪ Información del pedido. ▪ Especificaciones para armado del pallet.	• Turno de despacho generado o reservado. • Ticket de despacho emitido con fecha, hora y especificaciones logísticas.	• 5 min.
8	Vendedor KAM	• Generar la guía de pedido en la plataforma Crecoscorp, que detalla: ○ Nombre del proveedor.	• Guía de pedido generada en Crecoscorp con información completa del despacho.	• 3 a 4 min.

		○ Nombre del cliente retail. ○ Fecha de solicitud. ○ Fecha de entrega. ○ Número de pedido. ○ SKU. ○ Nombre del producto (<i>Descripción y características</i>). ○ Código EAN. ▪ Para completar los códigos EAN, deberá solicitarlos al área de Compras e Importaciones en caso de no disponer de la información. - Nota: La Guía de Pedido funciona como documento de identificación de la orden de compra realizada por el cliente, y debe ser adherida en las cajas o pallets para su correcta identificación logística.	• Códigos EAN incorporados o solicitados a Compras/Importaciones. • Documento listo para identificación logística.	
9	Vendedor KAM	• Envía al auxiliar de bodega retail los siguientes documentos, para que proceda con la preparación y el despacho del pedido: ○ Orden de compra ○ La guía de pedidos. ○ El turno o ticket (<i>En caso que el cliente lo quiera</i>).	• Documentación logística remitida a bodega: Orden de compra + Guía de pedido + Ticket de turno.	• 2 min.

			• Solicitud formal de preparación y despacho enviada.	
10	Auxiliar de Bodega Retail	• Recibe del Vendedor KAM la documentación necesaria para la preparación del pedido: ○ Orden de compra. ○ Guía de pedido. ○ Turno o ticket de despacho <i>(Cuando aplique según políticas del cliente retail)</i>. • Verifica la información documental antes de preparar el pedido: ○ SKU solicitados. ○ Cantidades. ○ Fechas de entrega. ○ Requisitos logísticos del cliente. • Procede con la preparación del pedido en base la orden de compra:	• Pedido preparado, validado y embalado conforme lineamientos del cliente. • Pallets armados, etiquetados e identificados. • Pedido ubicado en zona de despacho. • Confirmación de despacho notificada al KAM.	• 20 a 40 min <i>(Depende del volumen del pedido)</i>.

		○ Válida códigos, descripciones y cantidades contra la orden y la guía. ○ Revisa el estado físico de los productos. ○ Verifica que los empaques se encuentren sellados, completos y sin daños. • Realiza el embalaje conforme a los lineamientos del cliente retail y a las especificaciones detalladas en el ticket o guía de pedido. ○ Arma pallets según configuración solicitada (<i>Altura, peso, distribución</i>). ○ Utiliza materiales de protección (<i>Stretch film, zunchos, esquineros, etc.</i>). ○ Una vez finalizado el embalaje, se adhiere de manera visible la guía de pedido impresa (<i>Documento que proporcionó el vendedor KAM</i>). ▪ Deja el pedido en zona de despacho debidamente identificado para carga. • Coordina con el chofer designado para los pedidos mayorista:		
--	--	--	--	--

		○ Verifica conjuntamente cantidades y pallets preparados. ○ Confirma que la documentación esté completa para el traslado. ○ Informa al Vendedor KAM que el pedido se encuentra despachado o en ruta de entrega.		
11	Auxiliar de Bodega Retail y Chofer	• Realizan la carga del pedido en la unidad de transporte: ○ Aseguran correcta estiba para evitar daños. ○ Ordenan el despacho según ruta o prioridad de entrega. • Trasladan el pedido hacia las instalaciones del cliente retail: ○ Cumplen fecha y hora asignadas en el turno. ○ Portan la documentación necesaria para el ingreso (<i>Orden, guía, factura si aplica, ticket</i>). • Importante: El camión deberá transportar únicamente productos correspondientes al cliente retail. ○ No se permite mercadería adicional o mezclada. ○ La unidad debe salir vacía desde la bodega, conforme a políticas del cliente.	• Pedido cargado en unidad de transporte. • Documentación de traslado validada. • Mercadería despachada en ruta al cliente retail.	• 15 a 30 min (<i>Depende del volumen del pedido</i>).

12	Cliente retail	• Recepciona el pedido en el centro de distribución o punto de entrega asignado. ○ Verifica contra orden de compra: productos, SKU y cantidades. ○ Revisa el estado físico de la mercadería y condiciones del embalaje. ○ Válida etiquetado logístico y códigos EAN. ▪ Una vez finalizada, se procede a firmar la documentación de conformidad.	• Pedido recepcionado y verificado. • Validación de productos, cantidades y estado físico. • Documentación firmada de conformidad (<i>Acta / guía / orden</i>).	• 30 min a 1 hora.
14	Vendedor KAM	• Realiza seguimiento integral al despacho: ○ Monitorea cumplimiento del turno y entrega. ○ Mantiene comunicación con bodega, transporte y cliente.	• Confirmación de entrega conforme. • Seguimiento post-despacho realizado. • Registro y gestión de novedades (<i>Faltantes, daños, rechazos si existieran</i>).	• 10 min.

ACTUALIZACIÓN DE COSTO Y STOCK EN LA PLATAFORMA CRECOSCOP

Este proceso se centra en la actualización y mantenimiento de la información comercial y de inventario de los productos registrados en la plataforma Crecoscorp, garantizando que los datos de costo y disponibilidad se encuentren vigentes para la correcta gestión de pedidos y despacho a clientes retail.

1.- OBJETIVO

Actualizar la información de costo y stock de los productos en la plataforma Crecoscorp, mediante la validación de inventario disponible en bodegas y la revisión de listados de precios autorizados, para asegurar la disponibilidad comercial, la correcta generación de pedidos y la continuidad operativa en los procesos de venta y despacho retail.

2.- ALCANCE

Garantizar que la totalidad de productos activos en la plataforma Crecoscorp cuenten con información de costo y stock actualizada, habilitándolos para su comercialización, toma de pedidos y programación de despachos hacia clientes retail.

3.- POLÍTICAS

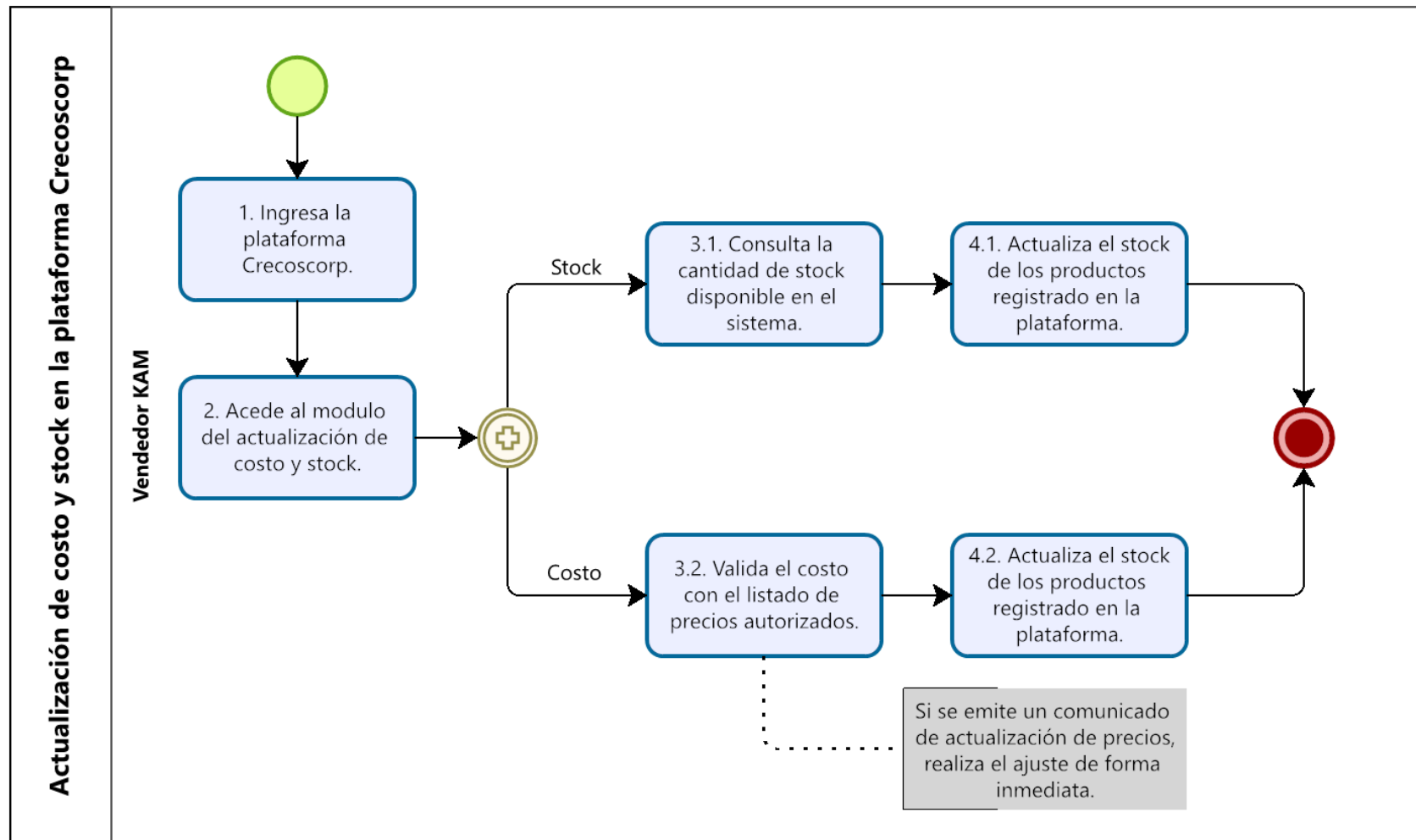
1. La actualización de stock deberá realizarse de manera diaria o cada vez que exista una variación relevante de inventario.
2. El stock registrado en Crecoscorp deberá ser referencial (*Stock limitado*), no el total exacto disponible.
3. Todo costo registrado debe estar validado con el listado de precios autorizados vigente.
4. Las actualizaciones de precio comunicadas por Supervisión de Ventas, Gerencia Comercial o Presidencia Ejecutiva deberán aplicarse de forma inmediata.
5. No se deberá mantener productos activos sin información actualizada de costo y stock.

6. El Vendedor KAM es el único responsable de la veracidad y actualización de la información registrada.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Credenciales activas de acceso a la plataforma Crecoscorp.
- Acceso del sistema MBA3 para consultar el inventario en sistema interno (*Bodega mayorista y principal UIO/GYE*).
- Listado de precios autorizados actualizado.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Actualizar la cantidad de stock de manera diaria en el sistema Crecoscorp.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor KAM	• Ingresa a la plataforma Crecoscorp utilizando sus credenciales asignadas. ○ Una vez dentro, selecciona el módulo BANDEJA DE PROVEEDORES. ○ Dentro de este módulo, accede a la opción ACTUALIZACIÓN DE COSTO Y STOCK, donde se visualizará el listado de productos con la siguiente información: ▪ SKU. ▪ Código del producto. ▪ Código CE (<i>Indica que el producto cumple con las directivas y requisitos aplicables</i>). ▪ Nombre del producto (<i>Descripción y características</i>). ▪ Costo actual.	• Listado de productos habilitado para gestión, con visualización completa de información comercial y logística (SKU, códigos, descripción, costo y stock vigente en sistema).	• 2 a 3 min.

		▪ Stock actual.		
2	Vendedor KAM	• Procede a actualizar el costo y stock de cada producto registrado en la plataforma Crecoscorp. 1. Actualización de Stock: 1.1. Seleccionar la opción STOCK que se encuentra ubicado en la columna ACCIONES. 1.2. Se visualizará una nueva pestaña de información del producto seleccionado, en donde: ○ Marcar la viñeta de STOCK LIMITADO ○ Registrar la cantidad de stock disponible (<i>Valor aproximado</i>). ▪ No se debe colocar el stock total exacto, debido a posibles variaciones en cortos periodos de tiempo. - Nota: Para obtener esta información, debe consultar el producto en el sistema y verificar el stock disponible en las bodegas mayorista y principal (<i>UIO / GYE</i>). 1.3. Finalmente, selecciona la opción GUARDAR para registrar la actualización.	• Información de costo y disponibilidad de inventario actualizada y parametrizada en la plataforma Crecoscorp por cada SKU, quedando los productos habilitados para procesos de comercialización, generación de pedidos y despacho a clientes retail. • Importante: Este procedimiento debe ejecutarse para cada uno de los productos	• 2 a 4 horas (<i>Depende de la disponibilidad del sistema y la cantidad de productos por registrar</i>).

		2. Costo: 2.1. Seleccionar la opción COSTO que se encuentra ubicado en la columna ACCIONES. 2.2. Se visualizará una nueva pestaña de información del producto seleccionado, en donde: ○ Registrar el valor unitario actualizado del producto. - Nota: El costo debe validarse con el listado de precios autorizados remitido por los supervisores de venta (<i>IT / Motos y Hogar / Open y Celulares</i>) cada lunes. ▪ En caso de que, durante la semana, se emitirá un comunicado de actualización de precios por parte de Supervisión de Ventas, Presidencia Ejecutiva o Gerencia Comercial, se deberá realizar la actualización correspondiente de manera inmediata. 2.3. Selecciona la opción GUARDAR para registrar la información.	registrados en la plataforma.	
--	--	---	-------------------------------	--

REGISTRO DE NUEVOS PRODUCTOS EN LA PLATAFORMA CRECOSCOP

Este proceso se centra en la creación, parametrización y validación de nuevos productos en la plataforma Crecoscorp, asegurando que la información comercial, técnica, logística y gráfica se encuentre correctamente registrada para su posterior gestión comercial, facturación y despacho.

1.- OBJETIVO

Registrar de manera correcta y completa los nuevos productos importados en la plataforma Crecoscorp, mediante la carga de información técnica, comercial y logística validada, para garantizar su disponibilidad operativa en los procesos de venta, facturación, inventario y despacho.

2.- ALCANCE

todos los productos nuevos detallados en los documentos de importación (*Invoice*) queden debidamente registrados en la plataforma CRECOSCOP, con su información técnica, logística, gráfica y comercial completa, correcta y validada, permitiendo su aprobación, activación en el sistema y disponibilidad para la gestión comercial, de inventario y ventas de la organización.

3.- POLÍTICAS

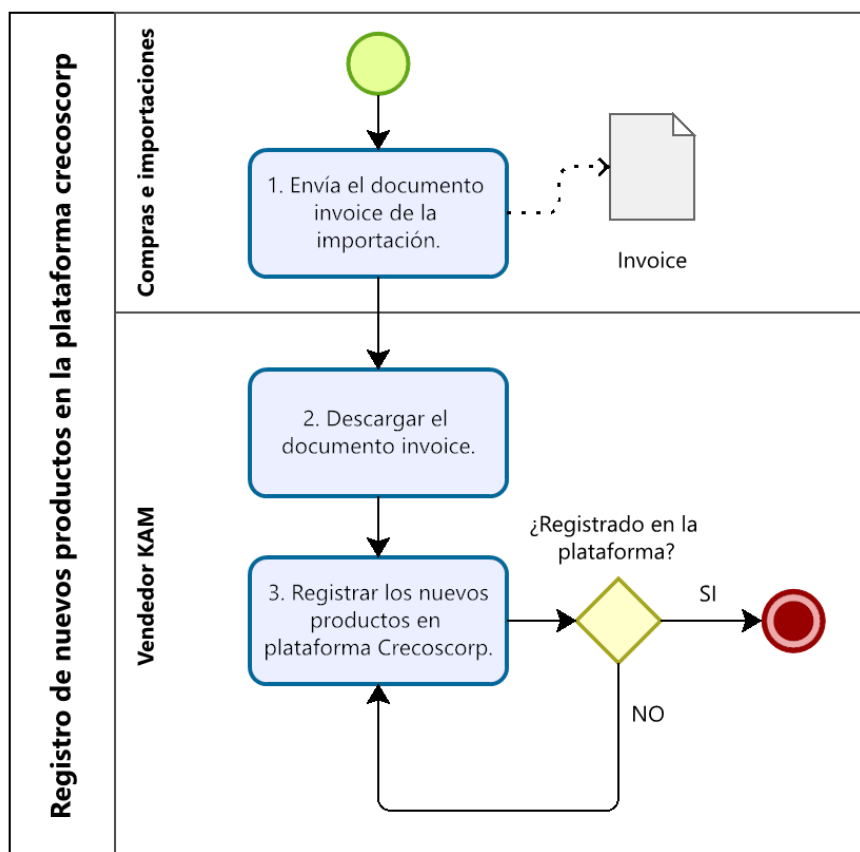
1. Todo producto nuevo deberá registrarse obligatoriamente en la plataforma Crecoscorp previo a cualquier gestión de venta, facturación o despacho.
2. La información registrada deberá coincidir fielmente con el documento Invoice y con las especificaciones técnicas proporcionadas por Compras e Importaciones.
3. El código SKU o EAN no podrá duplicarse; deberá validarse previamente en el sistema antes de su creación.
4. Será obligatorio cargar mínimo tres fotografías en alta resolución que permitan la correcta identificación del producto.

5. Los precios de venta sugeridos deberán alinearse a la estructura comercial autorizada por la empresa.
6. En caso de rechazo por parte de la plataforma, el Vendedor KAM deberá corregir la información observada y reenviar el producto para aprobación.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Documento Invoice remitido por Compras e Importaciones.
- Acceso autorizado a la plataforma Crecoscorp.
- Información técnica del producto (*Dimensiones, marca, especificaciones*).
- Códigos SKU y/o EAN.
- Fotografías del producto en alta resolución.
- Lista de costos y precios sugeridos.

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- El área de compras e importaciones envía el documento Invoice por importación.
 - Documento: Invoice

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Vendedor KAM	• Descargar el documento Invoice proporcionado por el área de compras e importaciones. ○ Revisa e identifica qué productos son nuevos y que no se encuentran registrados en la plataforma Crecoscorp.	• Productos nuevos identificados y listos para registro en plataforma.	• 2 min.
2	Vendedor KAM	• Procede a registrar los nuevos productos en la plataforma Crecoscorp. 3. Ingresa al portal de CRECOSCOP utilizando tus credenciales de usuario y contraseña proporcionadas por el departamento comercial. 4. Dirígete al menú lateral y selecciona CONSOLIDADO PRODUCTOS. 5. Posteriormente seleccionar la opción AGREGAR UN NUEVO PRODUCTO. 6. Procede a registrar información del producto. ○ Completa los campos obligatorios del producto:	• Productos creados en plataforma Crecoscorp con información integral cargada, listos para validación y aprobación.	• 5 min. (Tiempo aproximado para el registro de cada producto).

		▪ Ingresa el código interno (<i>SKU</i>) o código de barras (<i>EAN</i>). ▪ Registra el nombre comercial del producto: ▪ Selecciona la Categoría (<i>Ej.: Línea Blanca</i>). ▪ Selecciona la Subcategoría (<i>Ej.: Refrigeradoras</i>). ○ Configuración logística y técnica ▪ Define la Unidad de Medida (<i>Unidad, juego, set, etc.</i>). ▪ Indica si el producto es pesable. ▪ Completa campos de: - Dimensiones. - Color. - Marca. - Especificaciones eléctricas (<i>Cuando aplique</i>). ○ Carga de material gráfico: ▪ Sube mínimo 3 fotografías en alta resolución. - Se recomienda que los archivos tengan bajo peso para evitar lentitud en la carga en crecos.com. ○ Registro de información comercial: ▪ Ingresa el Costo de Proveedor (<i>Sin IVA</i>). ▪ Registra el Precio de Venta Sugerido (<i>PVP</i>).		
--	--	---	--	--

		○ Configuración de inventario: ▪ Establece la cantidad mínima para generar alertas automáticas de reposición. 7. Finalmente presiona la opción GUARDAR. - <i>Nota:</i> Generalmente, el producto entra en un estado de "Pendiente de Aprobación" hasta que un administrador de categorías de Crecoscorp valida que la información cumple con sus estándares de calidad. ○ En caso de que la plataforma rechace el registro, se deberá realizar la corrección de la información observada, considerando: ▪ Ajuste o validación de datos técnicos y comerciales. ▪ Corrección de categorías o subcategorías. ▪ Mejora o recarga de material fotográfico. ▪ Verificación de códigos SKU o EAN. ● Importante: El registro deberá realizarse de manera individual por cada producto nuevo detallado en el documento Invoice.		
--	--	---	--	--



DISEÑADOR GRÁFICO MAYORISTA

ELABORACIÓN DE ARTES DE CATÁLOGO MAYORISTA

Detallar los pasos a seguir en el proceso de elaboración y distribución de artes de los catálogos de productos mayoristas por importación de accesorios, proporcionando al equipo de ventas las herramientas necesarias para presentar los productos a los clientes.

1.- OBJETIVO

Elaborar artes de los catálogos de productos mayoristas por importación de accesorios, mediante el uso de herramientas de diseño, con el fin de proporcionar información al equipo de venta para realizar presentaciones efectivas y generar interés para los clientes.

2.- ALCANCE

Facilitar la presentación y promoción de productos al equipo de ventas, fortaleciendo las oportunidades de venta y mejorando la experiencia del cliente.

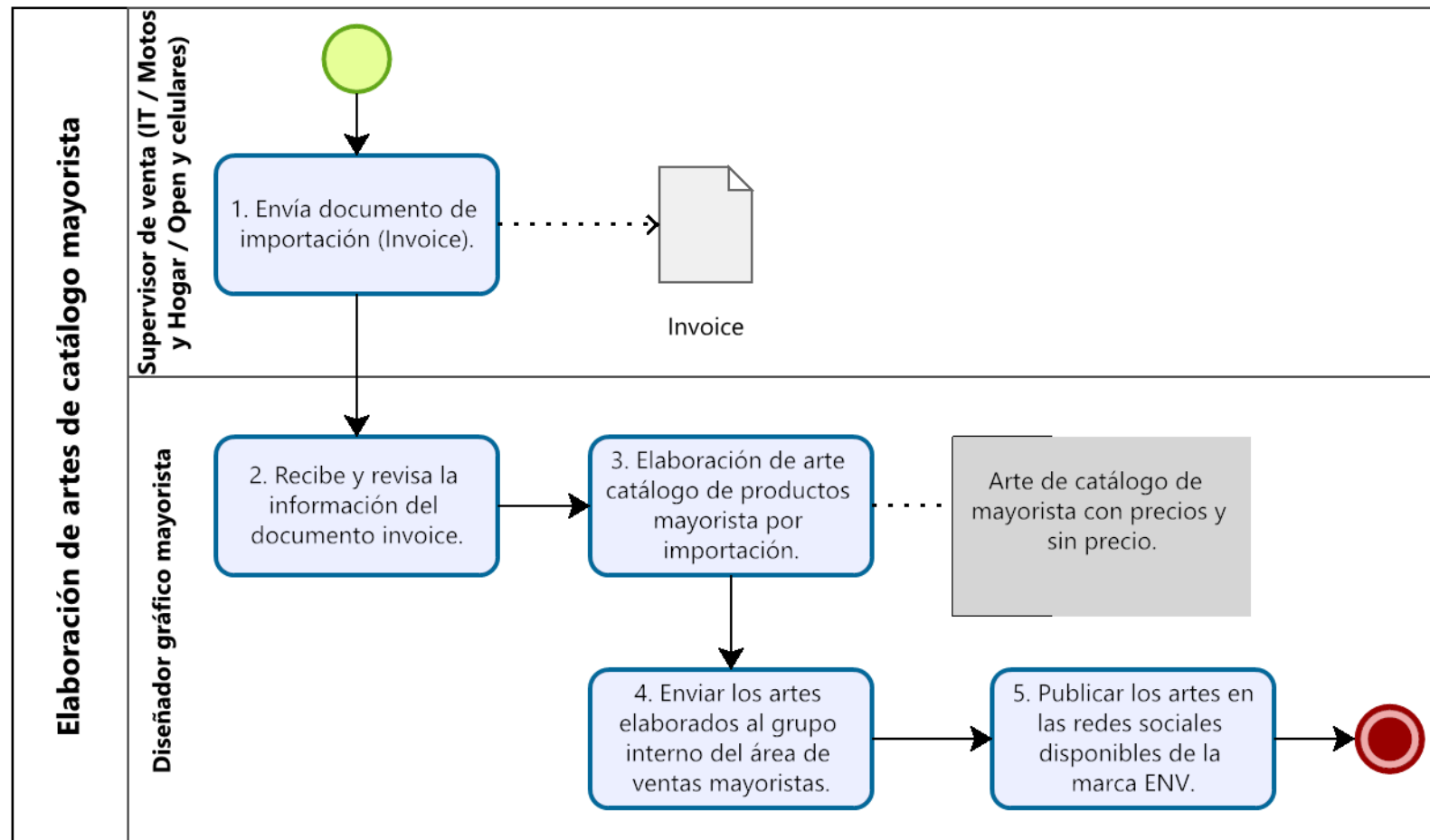
3.- POLÍTICAS

1. El catálogo debe seguir un formato estandarizado, con un diseño visual coherente que facilite la comprensión y el acceso a la información relevante, tanto en la versión con precios como sin precios.
2. Toda la información incluida en los catálogos debe ser exacta, clara y actualizada.
 - Cualquier cambio en los productos o precios debe ser reflejado de manera inmediata en el catálogo antes de su distribución...
3. Se debe elaborar dos versiones del catálogo mayorista: una con precios, destinada a clientes que realizan pagos al contado, y otra sin precios, dirigida a clientes que manejan pagos a crédito.

4.- INSTRUCTIVOS / REQUERIMIENTOS

- Documento Invoice

5.- DIAGRAMA DE PROCESOS



6.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

6.1.- ENTRADAS DEL PROCESO

- Recibe el documento Invoice de los próximos productos que llegarán a la empresa por parte de los supervisores de ventas.
 - Documento: Invoice.

6.2.- ACTIVIDADES

ID.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	SALIDA (ENTREGABLE)	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
1	Diseñador gráfico mayorista.	• Recibe el documento Invoice del departamento de Compras e Importaciones. • Revisa y valida que la información esté completa y correcta, considerando: ○ Nombre del producto. ○ Imagen del producto. ○ Características técnicas. ○ Precio referencial.	• Recepción y Revisión de la Información del documento Invoice para identificar el nombre del producto, características y precio.	• 5 min.
2	Diseñador gráfico mayorista	• Creación del arte para el catálogo mayorista de productos importados mediante el programa Adobe InDesign, utilizando Adobe Photoshop para el tratamiento previo de imágenes:	• Catálogo mayorista finalizado en dos versiones:	• 2 a 4 horas (Depende de la

		○ Configuración de Documento: Crear un nuevo documento con las medidas definitivas del catálogo y configurar márgenes, columnas y áreas de sangrado. ○ Creación de Maquetas: Diseñar plantillas base que incluyan elementos repetitivos como el encabezado, pie de página, logotipo, numeración de páginas y la estructura de la cuadrícula para las fichas de producto. Esta es la clave para la eficiencia y la coherencia. ○ Diseño de Fichas de Producto: Utilizando las maquetas, crear páginas o secciones para cada producto. Insertar las imágenes tratadas y añadir los cuadros de texto para: ▪ Nombre del Producto ▪ Código del Producto/SKU (<i>Único y asignado por el área de inventario</i>). ▪ Imagen del Producto (<i>De alta calidad, con tamaño y estilo consistentes</i>). ▪ Descripción del Producto: Texto conciso que destaque beneficios, usos y las características técnicas validadas. ▪ Precio (<i>Ver variantes a continuación</i>).	1. PDF CON precio (<i>Para distribución general</i>). 2. PDF SIN precio (<i>Para negociaciones de crédito</i>). • Archivos listos para impresión y/o distribución digital.	<i>cantidad de ítems que contiene el documento Invoice).</i>
--	--	---	--	--

		○ Aplicación de Estilos: Usar Estilos de Párrafo y Estilos de Carácter de forma rigurosa. Esto asegura que la tipografía (<i>Fuente, tamaño, color, interlineado</i>) sea uniforme en todo el catálogo y permite cambios globales instantáneos. • Importantes: Se elaboran dos formatos de artes de catálogo mayorista: 1. Catálogo CON Precio: ○ Destinado a clientes que pagan al contado o con condiciones generales. ○ Es la versión de referencia para la mayoría de las comunicaciones. 2. Catálogo SIN Precio: ○ Enfocado específicamente para clientes con líneas de crédito o negociaciones especiales de pago. ○ El precio se comunica de manera personalizada por el ejecutivo de ventas, permitiendo flexibilidad en la negociación. - Nota: Ambos formatos deben mantener identidad visual consistente (<i>Mismas fuentes, colores corporativos, logotipos y estructura</i>), diferenciándose solo por la presencia o ausencia del campo de precio.		
--	--	--	--	--

3	Diseñador gráfico mayorista	• Enviar los artes gráficos al grupo interno del área de ventas mayorista, con el fin de que sean utilizados en la presentación de productos y catálogos a los clientes. • Importante: antes de enviar los artes gráficos, se debe validar que los catálogos cuentan con ambos formatos (<i>Con precio y sin precio</i>) y que hayan sido exportados correctamente, asegurando la calidad, legibilidad y formato adecuado para su distribución.	• Envío del Catálogo al Equipo de Venta Mayorista para Presentación del Producto.	• 10 a 15 min.
4	Diseñador gráfico mayorista	• Finaliza publicando los artes elaborados en las redes sociales disponibles (<i>Facebook e Instagram</i>) de la marca ENV. 1. Ingresa a la plataforma Meta Business Suite utilizando la las credenciales asignadas. 2. Carga las piezas gráficas correspondientes. 3. Redacta un copy persuasivo alineado con la estrategia comercial y el público objetivo. 4. Seleccionar la opción <i>Publicar</i> para realizar la publicación simultánea en Facebook e Instagram.	• Artes publicadas y visibles en redes sociales (<i>Facebook e Instagram</i>).	• 5 min.