

## Business Capabilities Publicidad

espacio Publicidad

<https://www.blueworkslive.com/scr/processes/10000473fe71466>

Última modificación el 22/01/2014 12:40

## 1. Desarrollar de Visión y Estratégia

Mercadotecnia

## 2. Diseño y Desarrollo de Productos y Servicios (Mercadotecnia)

Mercadotecnia

Expertos

 Mercadotecnia

### 2.1. Administra el portafolio de Productos y Servicios

Este grupo de procesos abarca todos los procesos asociados a la gestión del portafolio productos y servicios que ofrece MEGACABLE Publicidad, incluyendo el análisis del portafolio actual en comparación con las oportunidades de mercado y la definición de los requisitos para el / los nuevos productos y servicios. Este grupo también incluye actividades relacionadas con la adaptación de las nuevas adiciones al portafolio de acuerdo con la estrategia de negocio corporativo, así como la gestión del ciclo de vida del producto o servicio.

Expertos

 Mercadotecnia

#### 2.1.1. Evaluar el desempeño de los productos / servicios existentes contra las oportunidades de mercado

Este proceso se encarga de estar evaluando el desempeño de los paquetes/productos/servicios y/o promociones que se encuentran en producción, con la finalidad de tomar decisiones para determinar si continua o se retira. El monitoreo podrá ser por:

- Zona
- Ciudad
- Grupo de Canales
- Canal
- Tipo de Horario
- Horario
- o por algún agrupador que configure el producto

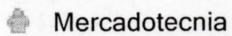
Expertos

 Mercadotecnia

### 2.1.2. Administrar el ciclo de vida de los productos y servicios

Este proceso se encarga del mantenimiento de los paquetes / promociones /productos / servicios, incluyendo precios y descuentos, así como la retirada de productos / servicios obsoletos. Este proceso abarca también la definición y el perfeccionamiento de los indicadores de desempeño (KPIs).

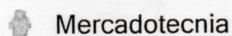
#### Expertos



### 2.1.3. Administra datos maestros de productos y servicios

Este proceso consiste en actividades relacionadas con la creación y el almacenamiento de información relacionada con los productos y servicios nuevos y actuales. Esta información puede incluir especificaciones de diseño, parte descripciones, hojas de datos de materiales, la historia del producto, y los documentos relacionados con el producto o servicio proceso de desarrollo. La aplicación o componente tecnológico sirve de repositorio de información al área de ventas para tener disponibles y actualizados los folletos, precios y papelería para la venta de los mismos.

#### Expertos



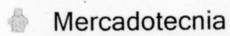
## 2.2. Desarrolla Productos y Servicios

Este grupo de procesos se refiere al diseño, desarrollo y configuración en el servicio de las promociones, productos y servicios. Abarca desde la configuración de los paquetes especiales, paquetes independientes y/o paquetes tradicionales. Deberá permitir definir los indicadores de desempeño

También se encarga de la administración de:

- Catálogo de canales, agrupadores de canales, etc.
- Catálogo de anuncios, versión, cliente, etc.
- Duración de los spots, por canal
- Horarios y tipos de horarios, horarios por canal
- Canales por sistema
- Tarifas por Sistema, agrupador/canal, tipo de horario/horario, duración
- Anuncios de relleno
- Eventos especiales
- Etc.

#### Expertos



#### 2.2.1. Diseñar, construir y evaluar productos y servicios

Este proceso consiste en las actividades para la generación de nuevas promociones/paquetes de productos y servicios, así como la actualización de productos existentes.

El proceso consiste en la definición y configuración del producto y servicios, asignación de sistemas (ciudades) disponibles, canales, horarios, agrupadores, tipos de clientes potenciales, tarifas aplicables, etc. Dentro de este proceso se puede ejecutar el proceso de configuración de comisiones a los vendedores. Dentro de este mismo proceso se podrá administrar los datos maestros de los productos, como son los documentos relacionados al nuevo producto (publicidad, tabla de tarifas, comisiones, folletería, etc.).

#### Expertos



Mercadotecnia

#### 2.2.2. Prueba de productos y servicios nuevos o revisados

Este proceso consiste en la prueba/simulación de la promoción/paquete/producto o servicio, de acuerdo a ciertos parámetros determinados por un estudio de mercado y/o al histórico de productos similares, determinar el éxito o fracaso del mismo, antes de que sea puesto en producción.

#### Expertos



Mercadotecnia

#### 2.2.3. Prepararse para la producción

Este proceso consiste en las actividades de validación para saber si el producto o servicio se encuentra bien configurado, así como haya sido aprobado, puede aplicar autorización o no, y el lanzamiento de notificaciones y alertas a las demás áreas para indicar que existe un nuevo producto o se ha modificado uno existente.

#### Expertos



Mercadotecnia

#### 2.2.4. Medir el éxito de los productos y servicios

Este proceso está asociado al proceso de Evaluar el desempeño de los productos / servicios existentes, y se refiere a el seguimiento y monitoreo de todos aquellos productos y servicios nuevos y conocer su comportamiento. Deberá incluir KPI's similares al otro procesos, más los que se hayan definido para dichos productos.

#### Expertos



Mercadotecnia

### 3. Mercadeo y Venta de Productos y Servicios (Ventas)

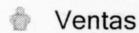
### 3.1. Entender los mercados, los clientes y las capacidades

Este grupo de procesos incluye todos los procesos necesarios para investigar y entender a los clientes, el mercado y las oportunidades relacionadas de la organización.

KPI's:

- Cuota de mercado
- Cartera de clientes
- Prospectos activos
- Promedio de pronóstico de ventas

Expertos



Ventas

#### 3.1.1. Ejecutar un análisis de mercado y clientes

#### 3.1.2. Analizar y priorizar las oportunidades del mercado

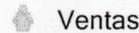
### 3.2. Desarrollar una estrategia de marketing

En este grupo de procesos, se define su estrategia de mercado en términos concretos. De acuerdo al proceso de Analizar y priorizar las oportunidades de mercado y desarrolla ofertas específicas, planes de precios y estrategias de venta de acuerdo con el valor de estos esfuerzos proporcionarán a la organización

KPI's:

- Cartera de clientes
- Cuota de mercado
- Tasa de retención de clientes en los últimos n períodos
- Deserción/Rotación:
  - Número de nuevos clientes potenciales (en relación a los trimestres o previsiones anteriores)
  - Número de nuevos clientes (en relación a los trimestres o previsiones anteriores)
  - Cambio relativo en el desempeño de la marca en los últimos tres años
- Clientes que pueden nombrar la marca de su empresa en prueba de recuerdo
- Los ingresos procedentes de los productos lanzados en el último año

Expertos

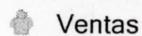


Ventas

### 3.2.1. Definir la oferta y la propuesta de valor del cliente

Definir la oferta y el proceso de propuesta de valor incluye todos las actividades necesarios para desarrollar y profundizar en los detalles de un cliente o la oferta de mercado. Estas ofertas deben abordar y alinearse con las necesidades del cliente, definido de grupo de procesos 3.1. Este proceso también incluye el desarrollo y posicionamiento de cualquier cliente nuevo, la marca relacionada con los segmentos de clientes objetivo.

#### Expertos

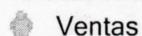


Ventas

### 3.2.2. Definir la estrategia de precios/descuentos para alinearse con la propuesta de valor

Este proceso incluye todas las actividades necesarias para definir la política de precios y descuentos de los productos y servicios, así como la configuración, de ser necesario, de las aprobaciones que se requieran, cuando excedan los márgenes permitidos en la configuración.

#### Expertos



Ventas

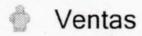
## 3.3. Desarrollar una estrategia de ventas

Este grupo de procesos incluye los procesos para la creación de planes concretos de ventas d, incluyendo las previsiones, presupuestos, las asociaciones, las metas y las medidas.

La estrategia de ventas debe incluir un kit de ventas, plantillas y temas de conversación para cada oferta. Marketing y ventas deben trabajar juntos para dotar al personal de ventas con el contenido que abre puertas. KPI's:

- Promedio mensual de pronostico de ventas vs ventas reales
- Porcentaje de ordenes de ventas, por zona/sistema/vendedor/cliente, etc
- Porcentaje de retención de clientes en los últimos años
- Numero de ventas vs pronostico de ventas

#### Expertos

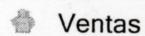


Ventas

### 3.3.1. Desarrollar pronóstico de ventas

Este proceso incluye las actividades para analizar las tendencias históricas de órdenes de venta para generar un nuevo pronóstico para los productos y servicios que actualmente están en la cartera. También examina los patrones y los resultados relacionados con las promociones anteriores y eventos con el fin de predecir los resultados de las previstas para el futuro.

#### Expertos

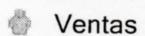


Ventas

### 3.3.2. Establecer presupuesto de ventas

Este proceso incluye todas las actividades relacionadas con la creación de un plan financiero para las ventas. Durante este proceso, se calcula los ingresos, los costos y los beneficios; los compara con los datos pronosticados e históricos, y crea un presupuesto basado en suposiciones y metas reales y razonables.

Expertos

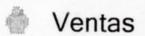


Ventas

### 3.3.3. Establecer objetivos de ventas y métricas

El presupuesto se asigna a la dirección de ventas y a cada uno de los gerentes de ventas, de acuerdo al presupuesto y al desempeño que tuvieron en el periodo anterior. Cada gerente serán los responsables de darle seguimiento y el cumplimiento a este presupuesto.

Expertos



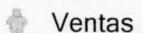
Ventas

## 3.4. Desarrollar y gestionar los planes de ventas

Este grupo de procesos incluye los procesos requeridos para gestionar las ventas de forma continua. Desde la generación de clientes potenciales para la gestión de clientes. Abarca las actividades para vender productos y servicios. El personal de ventas debe tratar con los clientes basadas en productos y servicios que se ofrecen en realidad, con el mismo horario que el desarrollo del producto / servicio, producción y seguimiento de servicio al cliente. Este grupo de proceso también incluye algunos procesos relacionados con la gestión de personal de ventas y asociaciones / alianzas de ventas puede formar con otras entidades.  
KPI's:

- Presupuesto anual para ventas como porcentaje de los ingresos
- Presupuesto de ventas por vendedor
- Tasa de retención de clientes para todos los clientes en los últimos n años
- Porcentaje de clientes satisfechos
- Porcentaje de los ingresos atribuidos a los clientes que han hecho la primera compra de la marca
- Porcentaje de leads calificados, cuando la venta esta por cerrar
- Porcentaje de ordenes de compra repetidas
- Retención/Rotación:
  - Número de ventas (en relación a los trimestres anteriores y las previsiones)
  - Costo de venta

Expertos



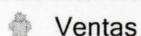
Ventas

### 3.4.1. Generar contactos (leads)

Este proceso incluye las actividades para identificar clientes viables basados en la estrategia y estudios de mercado llevados a cabo en los grupos de proceso (Desarrollar estrategia de ventas). Entender los mercados, clientes y capacidades.

Este proceso puede incluir las llamadas que se realizan a los contactos y se califican en la herramienta.

#### Expertos

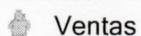


Ventas

### 3.4.2. Administrar cuentas y clientes

Este proceso incluye las actividades para la concentración de información de los contactos y clientes, así como la gestión de los mismos. Incluye actividades de programación de contactos, llamadas, etc.

#### Expertos

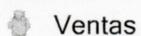


Ventas

### 3.4.3. Administrar las ventas del cliente

El proceso de gestión de las ventas de clientes incluye a las actividades básicas que se requieren para abrir y cerrar una venta. Cubre las llamadas de ventas iniciales y todo el trabajo preparatorio necesario para asegurarse de que los clientes obtengan la información que necesitan y que usted entiende completamente lo que quieren antes de que se realizó la venta. También abarca el cierre efectivo de la venta, junto con las actividades administrativas relacionadas con la entrada de datos y el procesamiento de la venta. Lecciones aprendidas Introducción, la actualización de cliente o la información de ventas, y la transferencia de información de facturación u otros departamentos como parte de la toma y el cierre de la venta, también se incluyen en esta categoría. En este proceso se definen las políticas de facturación que tendrá el cliente, de acuerdo a la política de crédito de Megacable Publicidad y en caso de no cumplir con la política se ejecutara un proceso de autorización.

#### Expertos

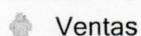


Ventas

### 3.4.4. Manejo de Ordenes de Venta

Una vez que una venta se ha logrado, se inicia el proceso de Administrar las órdenes de venta. Se trata de la aceptación / validación de las órdenes de venta, la coordinación con otros departamentos necesarios para cumplir con los pedidos, entrada de datos y las actividades de seguimiento, tales como las consultas y los informes de las transacciones.

#### Expertos



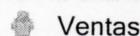
Ventas

### 3.4.5. Gestione la fuerza de ventas

El proceso consiste en asignar un número adecuado de clientes/prospectos a la fuerza de venta. La gestión de la fuerza de ventas incluye el desarrollo de un plan de incentivos para impulsar las ventas (definido en el proceso de establecer las comisiones de venta), así como la coordinación de las tareas de ventas.

En este proceso incluye la gestión de la estructura de vendedores, así como el catálogo de comisiones, el cual deberá ser flexible y ágil para su fácil administración y ajustes de acuerdo a las necesidades de la empresa.

#### Expertos



Ventas

## 4. Administración del Servicio al Cliente (Continuidad)

Este grupo de procesos incluyen los procesos para dar seguimiento a las pre-ordenes levantadas por el área de ventas, validar que los productos y servicios estén disponibles, de acuerdo a la solicitud.

El proceso incluya la programación de los productos y servicios, la validación del contenido y dejarlos disponibles al proceso de Entrega de Productos y Servicios.

En caso de una no programación por parte de Entrega de Productos y Servicios, se ejecuta el proceso automático de reprogramación y de no ser posible completar deberá notificar tanto al área de continuidad como a los vendedores responsables.

#### Expertos



Continuidad

### 4.1. Desarrollar la atención al cliente / estrategia de servicio al cliente

Este proceso incluye las actividades necesarias para configurar las políticas de operación del área de servicio al cliente (Continuidad)

#### Expertos

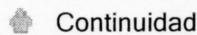


Continuidad

#### 4.1.1. Definir las políticas y procedimientos de servicio al cliente

Este proceso incluye las actividades para definir las políticas de operación de la atención, como son:

- Ejecutivos que atenderán a que zonas/sistemas/vendedores
- Prioridades de los clientes, programaciones
- Políticas de cancelación
- Políticas de suspensión
- Definición de políticas de reprogramación, por afecciones
- Definición de políticas de rellenos automáticos
- Definición de políticas de validación automática de videos
- Definición de políticas de notificación y/o autorización
- Definición de políticas de envío y recepción de información a Entrega de Productos y Servicios
- etc
- *(Handwritten note: Colaborar con Negocios)*

**Expertos**

Continuidad

**4.2. Planificar y Gestionar las Operaciones de Servicio al Cliente****4.2.1. Planificar y gestionar la fuerza de trabajo de atención al cliente**

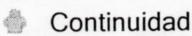
Este proceso incluye las actividades para analizar y evaluar a los ejecutivos de continuidad, respecto a su carga de trabajo y el tiempo de respuesta que tienen en las ordenes de trabajo. En este proceso también incluye las actividades las políticas de asignación automática de las ordenes a cada ejecutivo, así como los niveles de autorización y/o escalamiento en caso de no tener respuesta a las ordenes asignadas.

El proceso también incluye una serie de indicadores, que indica el comportamiento de los continuistas:

- Reporte de actividades
- Rendimiento

Los reportes pueden ser consultados, por:

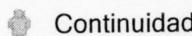
- Regiones
- Sistemas
- Canales
- Continuistas
- Clientes
- Paquetes
- Pautas no programadas
- Pautas programadas
- etc

**Expertos**

Continuidad

**4.2.2. Administrar las solicitudes/consultas a servicio al cliente**

Este proceso incluye las actividades de generar información, que le es solicitada por los clientes y/o ejecutivos, de las ordenes de transmisión ejecutadas exitosamente, las que están pendientes de ejecutar, las reprogramaciones, cancelaciones y/o suspensiones. Así como la toda la información relacionada al cliente como puede ser sus facturas, pagos, etc.

**Expertos**

Continuidad

#### 4.2.3. Administrar solicitudes/quejas de los clientes

Este proceso incluye las actividades para el registro y seguimiento de las solicitudes o quejas por los clientes y/o ejecutivos a nombre de sus clientes. El proceso termina hasta el cierre y resolución a la solicitud y/o queja.

##### Expertos

Continuidad

#### 4.2.4. Administración de Ordenes

Este proceso incluye las actividades de seguimiento a las pre-ordenes levantadas por los ejecutivos, la validación, programación de las ordenes de transmisión y/o registro de la orden de venta de otros productos y servicios.

El proceso incluye la cancelación, suspensión de las ordenes de transmisión, así como la reprogramación de las ordenes, a solicitud del cliente y/o vendedor.

Durante la ejecución de la orden, pueden realizarse cambios de versión de las pautas, cambios de duración de los spots, reemplazo de material, por lo que el proceso debe readjustar tanto tarifas, como hacer los ajustes en la programación y la comunicación al proceso de Entrega de Productos y Servicios.

##### USO DE FERRAMENTAS

Expertos *Políticas de OT fija, Políticas de OT de intercambios, políticas de productos de casa Megacable Y cable Media*

Continuidad *Políticas Negocios específicas*

#### 4.2.5. Administrar la calidad del servicio al cliente de acuerdo a los SLA's

Este proceso incluye las actividades necesarias para dar seguimiento a los SLAs (niveles de servicio) definidos con el cliente:

- Estatus de la programación
- Pautas transmitidas exitosamente (fecha, hora, canal)
- Pautas pendientes de transmitir \* *(causa material E/F, no hay disponible tiempo)*
- Pautas reprogramadas (indicando causas de porque la reprogramación)
- Pautas sin transmitir, *causa la solicitud del cliente, falta sistema, falta de video*
- Porcentaje de cumplimiento de su programación
- Etc.

\* *configuraciones por sistema / canal / dia*

\* *oficina de ubicación MASIVO y des-ubicación MASIVO*

\* *Agregar versiones a lautas ya existentes*

Expertos *Acceso operadores Megacable*

Continuidad *bloqueo de canales de acuerdo a programación (cuentos especiales)*

\* *cambio de canales únicamente de una pauta ya programada*

\* *cambio versiones de lautas - tarde x horario / versiones facturadas*

#### 4.2.6. Manejo de Problemas / Reprogramaciones

Este proceso incluye las políticas de reprogramaciones automáticas y/o manuales. De acuerdo a los criterios configurados. En cualquier caso deberá de notificar a todos los involucrados, vendedor, continuista, SeaChange, etc.

En caso de requerir autorización el vendedor deberá solicitarla al cliente y autorizarla en el sistema, para que entre en la reprogramación, de acuerdo a los espacios disponibles y a las políticas definidas.

**Expertos**

Continuidad

## 5. Entrega de Productos y Servicios (SeaChange)

### 5.1. Entrega Productos y Servicios

**Expertos**

SeaChange

#### 5.1.1. Programación del producto y servicio

Este proceso incluye las actividades de obtención los archivos de la programación de las pautas a transmitir el día siguiente o hasta 2 horas antes.

El proceso incluye una notificación del sistema de Publicidad, para notificar que tiene nuevos archivos para que sean tomados y cargados en el sistema SeaChange

Así como la validación de los videos que se encuentran en el servidor, para determinar las características validas para su transmisión.

**Expertos**

SeaChange

#### 5.1.2. Ejecución del producto y servicio

Este proceso incluye las actividades para la carga de los archivos enviados por el proceso de Administración de Ordenes hacia el sistema SeaChange, para su programación.

El sistema SeaChange genera automáticamente los archivos con el resultado de la programación realizada.

**Expertos**

SeaChange

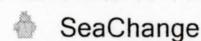
**Sistemas**

SeaChange

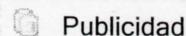
#### 5.1.3. Mantener los registros de ejecución y gestión de trazabilidad de programaciones

Este proceso realiza las actividades de procesamiento de los archivos generados por el sistema SeaChange y afecta el estatus de las ordenes de aquellos donde no tuvo problemas y en caso de los que existió problema se ejecuta el proceso de Manejo de problemas / reprogramaciones.

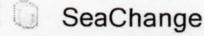
Este proceso genera reportes del estatus de las ordenes enviadas para su transmisión, notificando a los involucrados en las ordenes, vendedor, continuista y SeaChange.

**Expertos**

SeaChange

**Sistemas**

Publicidad



SeaChange

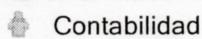
## 6. Administración de Recursos Financieros

### 6.1. Ejecutar la planeación y contabilidad administrativa

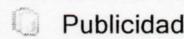
Este proceso incluye las actividades de configuración de la información contable y financiera del procesos de Publicidad.

En este proceso se definirán:

- Políticas de crédito por tipo de cliente
- Políticas de facturación
- Formas de pago
- Cuentas contables a afectar por cliente/producto
- Políticas de pago de comisiones
- Políticas de cobranza
- Etc.

**Expertos**

Contabilidad

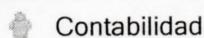
**Sistemas**

Publicidad

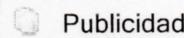
### 6.2. Ejecutar la contabilidad de ingresos

#### 6.2.1. Ejecutar credito al cliente

Proceso ejecuta las políticas de crédito y en caso de requerir autorización, hace las peticiones de las mismas, para continuar con la orden.

**Expertos**

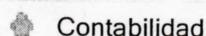
Contabilidad

**Sistemas**

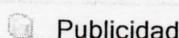
Publicidad

#### 6.2.2. Facturar al cliente

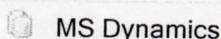
Este proceso realiza las actividades de recordatorio de facturación al cliente y hace la comunicación hacia el sistema financiero para la generación de la factura, para que sea enviada al cliente. El proceso incluye la generación de la factura electrónica y el envío al cliente, así como la carga de la factura en el portal de Publicidad, para que este disponible al cliente. También incluye la generación de una referencia bancaria para que el cliente realice el pago

**Expertos**

Contabilidad

**Sistemas**

Publicidad



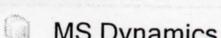
MS Dynamics

**6.2.3. Procesar Cuentas por Cobrar**

Este proceso incluye las actividades para la administración de las cuentas por cobrar, así como lanzar las notificaciones para el cobro de las facturas que sobre pasan su fecha de pago, de acuerdo a las políticas establecidas.

**Expertos**

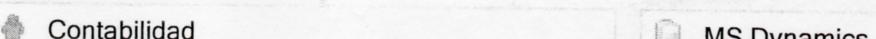
Contabilidad

**Sistemas**

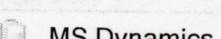
MS Dynamics

**6.2.4. Administrar y procesar la cobranza**

Este proceso incluye las actividades de recolección de la cobranza y la aplicación a las facturas de los clientes. La cobranza se realiza a una cuenta bancaria y deberá de ejecutar un proceso automático de conciliación de los pagos vs las facturas, de acuerdo a la referencia bancaria y en caso de no encontrar asociación, deberá permitir al usuario hacer la asociación manual.

**Expertos**

Contabilidad

**Sistemas**

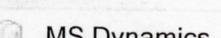
MS Dynamics

**6.2.5. Administrar y procesar los ajustes/deducciones**

Este proceso hace los ajustes automáticos y manuales de acuerdo a la programación no realizada y/o a las solicitudes del cliente, de acuerdo a las políticas definidas. En caso de que spots no sean transmitidos, estos deberán de ser descontados de la facturación o deberán generar una nota de crédito en caso de haberse ya facturado y pagado.

**Expertos**

Contabilidad

**Sistemas**

MS Dynamics

**6.3. Ejecutar contabilidad general y reportes****6.3.1. Llevar a cabo la contabilidad general**

Este proceso incluye las actividades para hacer las afectaciones de pólizas contables generadas a partir de las facturación y cobranza. Actualizando Cuentas por Cobrar y cuentas por Pagar y el libro mayor.

**Expertos** Contabilidad**Sistemas** MS Dynamics

## 6.4. Procesar la nómina

Este grupo de procesos incluye los procesos de generación de nómina, calculo de comisiones y el pago.

**Expertos** Contabilidad**Sistemas** Publicidad MS Dynamics

### 6.4.1. Calcular comisiones

Este proceso incluye las actividades del calculo de las comisiones, de acuerdo a las políticas configuradas en el sistema de publicidad. El proceso envía la información de las comisiones al sistema de MS Dynamics para que sean pagadas.

La información se almacena en el sistema de Publicidad, para estar disponible a los vendedores, para que conozcan que les han pagado vs que factura y lo pendiente de cobrar.

**Expertos** Contabilidad**Sistemas** Publicidad

### 6.4.2. Administrar pago

Este proceso incluye las actividades para el pago de la nómina y comisiones a los vendedores. Deberá de notificar al sistema de Publicidad cuando el pago haya sido efectuado.

**Expertos** Contabilidad**Sistemas** MS Dynamics

## Glosario

### Participantes, Propietarios de empresa, Expertos

Valor	Descripción
Contabilidad	Equipo de finanzas que maneja el presupuesto y las finanzas de la empresa.
Continuidad	Equipo que se encarga de garantizar la continuidad operativa de la empresa.
Mercadotecnia	Equipo que se encarga de desarrollar estrategias de marketing y comunicación.
SeaChange	Equipo que se encarga de optimizar los procesos y sistemas para mejorar la eficiencia.
Ventas	Equipo que se encarga de generar leads y cerrar ventas.

### Sistemas

Valor	Descripción
MS Dynamics	Sistema de gestión empresarial que integra las principales funciones de la empresa.
Publicidad	Sistema que se encarga de administrar campañas publicitarias y promocionales.
SeaChange	Sistema que se encarga de optimizar los procesos y sistemas para mejorar la eficiencia.