

**POLÍTICA
COMERCIAL DEL SEGMENTO
EMPRESARIAL**



Página Nro.
1 de 4
Código Nro.
GC-POL-OPE-CUM-01

ÍNDICE

N°	CONTENIDO	Pág.
I	ASPECTOS GENERALES	2
II	DEFINICIONES	2
III	OBJETIVO A ÁMBITO DE APLICACIÓN	2
IV	DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA	3
V	AREAS INVOLUCRADAS	4
VI	RESPONSABILIDAD Y CUMPLIMIENTO	4

FIRMA

0	APROBADO	Mar-2023	M. Bermúdez	Responsable	RES. C.A. 046/2023
				Cargo	C. de Administración
Rev.	Estado	Fecha	Elaboró	Aprobó	

POLITICA COMERCIAL DEL SEGMENTO EMPRESARIAL

I. ASPECTOS GENERALES

La venta a empresas ha cambiado, como ha cambiado casi todo. Los métodos tradicionales se han renovado (sin desaparecer) y también se ha profesionalizado mucho la labor comercial, hemos pasado de modelos de venta carentes de procesos a empresas basadas en establecer criterios objetivos, bajo la premisa de la **Satisfacción del Cliente**, es decir, de vender productos o servicios enlatados a desarrollar soluciones pensadas en los clientes.

En el último tiempo el Cliente de segmento B2B (business to business), demanda soluciones por parte de sus proveedores; productos y servicios diseñados a la medida de sus necesidades, este segmento de mercado además demanda Servicios de Valor Agregado y valora la atención personalizada, ágil y oportuna.

II. DEFINICIONES

Oferta Comercial: Una oferta consiste en ofrecer un determinado producto o servicio con unas condiciones especiales. En la mayoría de ocasiones, estas condiciones especiales se refieren a modificaciones en el precio original.

B2B (business to business): Cuando una empresa realiza transacciones comerciales con otra. El nombre es la abreviatura del inglés Business to Business, que en español sería algo como **de negocio a negocio**.

Satisfacción del cliente: Es una métrica que indica qué tan felices están los consumidores con los productos y los servicios que brinda una empresa. Incluye factores como agilidad, precisión, amabilidad, entre otros.

Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado

Procesos: Procesamiento o conjunto de operaciones a que se somete una cosa para elaborarla o transformarla.

Metodología: define metodología como “ciencia del método” y “conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal”

III. OBJETIVO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Objetivo General

El enfoque principal que perseguimos es el de vender con **ESTRATEGIA** y que esta se sustente en **PROCESOS** y **METODOLOGÍA**, ello con la finalidad de agilizar el proceso actual de solicitudes de Aprobación de planes, contrataciones, flexibilizaciones, etc. Que actualmente se realizan ante el Consejo De Administración y que se traducen en demora en la respuesta al cliente B2B. En ese contexto es importante señalar los siguientes

aspectos que forman parte del presente documento y que serán aplicadas como políticas para agilizar procesos internos.

Objetivos Específicos

- Agilizar y dinamizar los procesos que actualmente se tienen que seguir para aprobación de planes comerciales, campañas, alianzas estratégicas para proveer soluciones oportunas a clientes B2B.
- Establecer Responsabilidades de acuerdo con el organigrama vigente, para la toma de decisiones, para aprobación de planes comerciales, campañas, alianzas estratégicas para proveer soluciones oportunas a clientes B2B, respetando la cadena de mando, de acuerdo con el siguiente detalle:
 - ✓ Responsable de Unidad de Trabajo, inicia la solicitud con justificativo e informe.
 - ✓ Jefatura de División, autoriza
 - ✓ Gerencia Comercial, visto bueno.

Ámbito de Aplicación

El ámbito de aplicación es para Clientes Empresariales y Estratégicos

IV. DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA

1. Flexibilidad para creación de nuevos planes comerciales a medida de las necesidades del cliente, considerando rubros, ejm: Universidades, Empresas e instituciones del sector público, entre otros. Así como también campañas promocionales, todas estas decisiones serán plasmadas en un documento o informe y contendrán los siguientes respaldos:
 - ✓ Justificativo
 - ✓ Análisis de viabilidad técnica - Gerencia Técnica
 - ✓ Análisis de viabilidad Regulatoria (si corresponde)
 - ✓ Análisis de viabilidad Económico Financiero - Gerencia de Planificación.
 - ✓ Análisis de viabilidad Legal (si corresponde) - Asesoría Legal
2. Otorgar **planes de prueba**, costo cero, a Clientes Empresariales y estratégicos, por un tiempo no mayor a 1 mes, como periodo de degustación para captar nuevos clientes o realizar up sellings, previa autorización de la Jefatura de la División y visto bueno de la Gerencia Comercial.
3. Disponibilidad de cuentas go on, costo cero, por el periodo de 1 mes, para clientes estratégicos que serán utilizadas como herramienta de Fidelización y Retención.

4. Habilitar servicio MAX, sin costo para fines de prueba, por un mes.
5. Insertar publicidad en canales corporativos como elemento Fidelizador y de Retención, por un mes.
6. Negociar costo de instalación de los diferentes servicios, previo informe y justificación a la Jefatura de División y visto bueno de la Gerencia Comercial, precautelando la viabilidad económica y financiera como premisa.
7. Desarrollo de soluciones a medida de las necesidades de los clientes (diversificación de propuesta de valor) como, por ejemplo:
 - 7.1. Servicios de valor agregado
 - 7.2. Servicios de Ingeniería
 - 7.3. Servicios de Construcción de cableado Estructurado.
 - 7.4. Servicios de Asesoramiento técnico.
 - 7.5. Alquiler de equipos.Previo análisis detallado en el punto 1.
8. Firmar de contratos en modalidad Joint Venture con aliados estratégicos, para resolver contingencias emergentes, como, por ejemplo; para presentarnos a licitaciones del sector público, así como también para proveer servicios en el interior del país.
9. Aplicar tarifas negociadas con las empresas para alquiler de equipos que cuenten con respaldo de planificación.
10. Otorgar Antenas Ruckus y Equipamiento en comodato, considerando la facturación total del cliente.

V. ÁREAS INVOLUCRADAS

- a) Gerencia Comercial
- b) Gerencia de Planificación
- c) Div. Gestión de Recursos
- d) Div. Gestión Integral Territorios
- e) Encargado(a) Equipo Empresas

VI. RESPONSABILIDAD Y CUMPLIMIENTO

Queda encargado de supervisar el fiel cumplimiento de la presente Política, la Gerencia Comercial.

Las disposiciones contenidas en la presente Política regirán a partir de su aprobación y difusión.