**Procedimiento:** Ventas

**Revisión:** 07

**Código:** VEN-PRO-01

**Emisión:** 11/01/2024 (en aprobación).

**0. Generalidades**

Una transacción comercial puede pasar por varios procesos (prospección, oportunidad y venta abierta), que a su vez, tienen actividades o tareas asociadas a las diferentes fases de cada proceso, que son asignadas a roles definidos para cada área que interviene en el proceso.

Durante la prospección se realiza la generación, captación y registro de un Lead, el cual es el primer relevamiento o identificación de un probable negocio para la compañía.

Un lead puede clasificarse en tres estados:

* Calificado: se somete a una evaluación por parte del Equipo de Venta.
* Aceptado: cuando se ha confirmado que se va a convertir en una oportunidad. En este caso es necesario declarar un motivo de aceptación.
* Rechazado: cuando se ha evidenciado que no es una oportunidad real o duplicidad de lead. En este caso es necesario declarar un motivo de rechazo.

Una oportunidad puede pasar por varias fases operativas: identificado, validado, cotizado, ganado y cerrado. Una oportunidad puede crearse a partir de un lead y nace en las fases de identificado o validado. Solo en el caso del ciclo de venta directa, una oportunidad podría comenzar en la fase cotizado.

Una oportunidad tiene tres estados:

* Oportunidad abierta: cuando está en una fase inicial y aún no ha avanzado significativamente en el proceso de ventas.
* Oportunidad ganada: cuando se ha convertido en una venta exitosa, se debe indicar el motivo.
* Oportunidad perdida: cuando no se ha convertido en una venta, se debe indicar el motivo.

Una oportunidad tiene las siguientes fases:

* **Identificado:** Marca la vigencia de una oportunidad (no se incluye en los análisis de forecast o si se considera como parte del PipeLine) tiene una valoración del 0%. En esta fase el estado puede estar en abierto o en oportunidad perdida.
* **Validado:** Marca el primer nivel de certeza con 25% de valoración en el forecast (para quedarse en esta fase una oportunidad debe cumplir con la necesidad del cliente, el presupuesto y la existencia de una solución en Datec). Todas las cotizaciones previas, referenciales o proformas antes de la cotización formal forman parte de esta fase. En esta fase el estado debe estar en abierto o en oportunidad perdida.
* **Cotizado:** Marca el nivel de certeza con 50% de valoración en el forecast (para pertenecer a esta fase una oportunidad debe cumplir con el registro de oferta en el sistema y la cotización formal enviada al cliente). En esta fase el estado debe estar en abierto o en oportunidad perdida.
* **Negociación:** Marca el nivel de certeza con 75% de valoración en el forecast (para pertenecer a esta fase una oportunidad debe cumplir con: actividades de revisión y caso de precio y con más de una oferta/cotización enviada al cliente). En esta fase el estado debe estar en abierto o en oportunidad perdida.
* **Ganada:** Marca el nivel de certeza con 100% de valoración en el forecast.
* **Venta Abierta:** Marca en proceso la transacción de venta (esta fase es activada por el Encargado de Ventas y Facturación, siempre y cuando cumpla con todos los requisitos para el procesamiento de una venta).
* **Cierre de Venta:** Marca la finalización de la venta (el Encargado de Ventas y Facturación procede con la factura al cliente final).

Los criterios que se deben considerar para incorporar al área de Gestión de Proyectos (PMO) en una oportunidad son los siguientes:

* Monto de la oportunidad mayor $150.000 (ciento cincuenta mil dólares).
* Tiempo mayor a 15 días de implementación del proyecto.
* La oportunidad, incluye servicios.
* Cliente VIP o prioritario definido por el top 10 de facturación anual.
* Más de una Línea de Negocio (LOB) involucrada.
* Complejidad de la solución.

**Nota:** La excepción a uno o más criterios requeridos para la incorporación de un Project Manager, debe ser solicitada de manera explícita por correo electrónico a la Subgerencia de Gestión de Proyectos, quien puede aprobar o rechazar la solicitud.

Los criterios que se deben considerar para incorporar a un Arquitecto de Soluciones en el tratamiento y/o revisión de una oportunidad son los siguientes:

* Más de una línea de negocio (LOB) involucrada.
* Monto de la oportunidad mayor $150.000 (ciento cincuenta mil dólares).
* Cliente VIP o prioritario definido por el top 10 de facturación anual.
* Complejidad de la solución.
* La oportunidad incluye servicios.

El proceso de venta abierta se realiza en el ERP (SAP S4Hana) y comienza con la conversión de la oferta en un Pedido de Venta.

Los tipos de venta son:

* Venta directa
* Venta abierta
* Venta canal
* Venta por proyecto
* Venta de mantenimiento y servicios

El circuito transaccional comercial integrado (C4C/S4Hana) está estructurado de acuerdo a los ciclos de ventas, por lo que es importante considerar estos aspectos en cada caso:

**0.1. Integración del C4C con el ERP**

Para el proceso de integración del C4C con el ERP se debe comprender lo siguiente:

* En la creación de un lead el Ejecutivo Comercial debe llenar los datos del cliente en el C4C como un cliente potencial pero cuando se consolida el negocio pasa a ser un cliente final complementado en el ERP.
* Los contactos se crean y almacenan en el C4C y son gestionados y administrados por el propietario del lead o la oportunidad.
* Los materiales se generan inicialmente en el ERP y deben ser utilizados desde C4C. Esto incluye los materiales genéricos, los precios, el stock, el grupo de material (jerarquía y/o otras agrupaciones).
* Las ofertas se crean en C4C y se transfieren al ERP cuando se produce una asignación, la oferta es el documento fuente para la creación de un pedido de venta en el ERP (*período de venta directa*).
* Los contratos se crean en el C4C y se transfieren al ERP cuando se produce la adjudicación (*periodo de venta tipo proyecto, contrato de servicio y mantenimiento*)
* Integración de datos maestros y ofertas (propuestas/cotizaciones)

En el seguimiento de la venta abierta, las transacciones de venta y su seguimiento se operan desde el CRM. El C4C ha implementado el flujos de trabajo basados en las fases de una oportunidad (campañas, lead, oportunidad, cotización, adjudicación, despliegue y cierre), y en cada actividad se deben adjuntar los documentos requeridos. De acuerdo a los roles una venta debe ser atendida desde el C4C, mediante campañas, eventos, leads, oportunidades, consultas, validaciones, cotizaciones, agendas, llamadas, tareas

**1. Circuito Operativo Transaccional Comercial**

**1.1. Lead (Prospección)**

Un lead es la primera identificación de un probable negocio para la compañía, la creación de leads implica diversas actividades en el CRM, las cuales deben seguir una secuencia de reglas y roles definidos para cada caso:

* Cuando sea necesario, el área de Marketing debe activar las campañas para que el Equipo Comercial las pueda utilizar al registrar lead.
* Todos los leads que se crean deben vincularse a una campaña dentro del proceso comercial, esta acción es responsabilidad de los Ejecutivos Comerciales.
* Los leads pueden ser creados por Ejecutivos Comerciales, área de Marketing, Especialistas de Líneas de Negocio (LOB´s), área de Servicios, área de Soporte Post Venta o de forma automática.
* Los leads pueden crearse para clientes potenciales o para clientes finales. En caso de clientes potenciales, el creador de leads es responsable de validar que no exista duplicidad en la creación de clientes potenciales.
* Los contactos se crean y asocian a un cliente potencial o a un cliente final en el CRM (C4C) y es responsabilidad del propietario del lead la correcta carga y asociación del registro.
* Cuando existen varios leads para un mismo negocio, el Ejecutivo Comercial debe rechazar los leads duplicados utilizando el motivo de rechazo “Lead Duplicado”, colocar una nota en el lead indicando con qué lead u oportunidad se fusiona y debe adicionar a los involucrados en el Equipo de Ventas vigente o resultante.
* Cuando un lead pertenece a más de una Línea de Negocio (LOB´s), el Ejecutivo Comercial debe registrar el lead a la que mayor peso monetario de participación tenga y debe involucrar a los interesados de las demás LOB´s en el Equipo de Ventas.
* Cuando se crea un lead u oportunidad el nombre o descripción de la oportunidad debe ser con letra mayúscula, indicando mínimamente la “marca-descripción del lead u oportunidad-cantidad”. Se debe tomar en cuenta que esta descripción es la que se imprime en las cotizaciones como referencia.
* Existen leads que se generan de manera automática ante el vencimiento de un contrato. La generación es con 120 días de anticipación y en paralelo se notifica mediante correo al responsable de la cuenta o cliente involucrado, al responsable de administración de contratos y al responsable del área de Gestión por el Éxito.

**1.2. Seguimiento y validación de lead**

Para el seguimiento y validación de un lead se debe realizar la interacción con los clientes y el Equipo de Comercial registrando todas las actividades en la plataforma C4C. El registro de actividades para el seguimiento y validación son los siguientes:

* **Campañas o eventos de Marketing:** Se llevan a cabo diversas campañas y eventos para generar demanda, por lo tanto, es necesario asociar el lead a una campaña si es pertinente.
* **Llamadas:** Se deben registrar llamadas a un cliente o contacto de cliente.
* **Citas:** Se deben agendar las reuniones con los clientes y registrar en el CRM los resultados y/o compromisos asumidos.
* **Correos:** Se pueden enviar correos a los clientes y registrar en el CRM el resultado y/o compromisos asumidos.
* **Tarea:** Se pueden crear tareas y asignar a responsables del circuito comercial. Si existen documentos de por medio, éstos también pueden anexarse en el lead. Las tareas que se asignen deben tener tiempos de entrega de acuerdo a los SLA comprometidas de cada área.
* **Anexos:** Durante el tratamiento de un lead se pueden anexar los documentos que fueren necesarios.
* **Notas:** Todas las incidencias, comentarios, mensajes y/o información de un lead, se deben registrar en el campo Notas del lead.

**1.3. Conversión de lead en oportunidad y/o creación de oportunidad**

La creación de una oportunidad en el CRM se puede dar de dos formas:

* Creación directa
* Conversión de un lead en oportunidad (lead aceptado)

Para la conversión del lead en oportunidad o la creación de la oportunidad se debe considerar los siguientes puntos:

* Todas las oportunidades se incluyen en el análisis del pipeline.
* El Ejecutivo Comercial debe declarar la oportunidad como forecast.
* El propietario de la oportunidad es el único que puede convertir un lead en oportunidad y es responsable de asignar las tareas en el desarrollo de una oportunidad.
* En la oportunidad también se pueden actualizar o crear contactos y asociar a un cliente potencial o a un cliente final, es responsabilidad del propietario de la oportunidad la correcta carga y asociación del registro.
* El propietario de la oportunidad define al equipo para el desarrollo del circuito comercial. Esta actividad puede ejecutarse en cualquier momento del circuito de atención al cliente y podrá ser aplicada por el propietario o a demanda por uno de los integrantes del Equipo de Comercial.
* Cuando la oportunidad es atendida por más de un Ejecutivo Comercial, el propietario debe asegurarse de registrar al Vendedor Especializado en el Equipo de Ventas.
* Cuando se crea una oportunidad, el nombre o descripción de la oportunidad debe ser en letra mayúscula, indicando mínimamente “marca-descripción de la oportunidad-cantidad”. Se debe tomar en cuenta que esta descripción es la que se imprime en las cotizaciones como referencia.

**1.4. Seguimiento y validación de la oportunidad**

El seguimiento y validación de una oportunidad, se realiza mediante la interacción con los clientes y el Equipo de Ventas. En este caso, todo recurso integrante del Equipo de Ventas que interactúa con el cliente y la oportunidad, debe registrar sus actividades en la plataforma C4C.

El registro de las actividades para el seguimiento y validación de la oportunidad, comprende:

* **Campañas o eventos de Marketing:** Se llevan a cabo diversas campañas y eventos para generar demanda, por lo tanto, es necesario asociar la oportunidad a una campaña si es pertinente.
* **Llamadas:** Se deben registrar llamadas a un cliente o contacto de cliente.
* **Citas:** Se debe agendar reuniones con los clientes y registrar en el CRM los resultados y/o compromisos asumidos.
* **Correos:** Se pueden enviar correos a los clientes y registrar en el CRM los resultados y/o compromisos asumidos.
* **Tarea:** Como parte de validación de una oportunidad, se puede crear tareas y asignar a responsables del circuito comercial. Si existen documentos de por medios estos también pueden anexarse en la misma oportunidad. Las tareas que se asignen deben tener tiempos de entrega de acuerdo a los SLA comprometidas de cada área.
* **Anexos:** Durante el tratamiento de una oportunidad se pueden anexar los documentos que fueren necesarios.
* **Notas:** Todas las incidencias, comentarios, mensajes y/o información de una oportunidad, se deben registrar a través del campo Notas de la oportunidad.

**1.5. Diseño de la solución requerida (estado de la oportunidad abierta)**

El diseño de la solución requerida de la oportunidad puede requerir o no la participación de un Arquitecto de Soluciones. En cualquiera de las situaciones de diseño requeridas, el propietario de la oportunidad debe asegurarse de proveer toda la información sobre el proyecto al Equipo de Comercial involucrado, así como obtener todas reuniones de aclaraciones que sean necesarias para obtención de información que permita el diseño con el alcance requerido por el cliente.

El propietario de la oportunidad debe asegurarse que se cumplen los SLAs comprometidos por las Líneas de Negocio, en esta etapa de la oportunidad, efectuando el seguimiento y/o reclamo a los involucrados.

**1.5.1. Diseño de la solución con el Arquitecto de Soluciones**

Si la oportunidad se encuentra en fase validado, corresponde a una venta de proyecto y si requiere el rol del Arquitecto de Soluciones, automáticamente se asigna una tarea al Arquitecto de Soluciones que haya sido incluido como parte del Equipo de Comercial en la oportunidad. Las actividades y responsabilidades del Arquitecto de Soluciones en el diseño de la solución son:

* El Arquitecto de Soluciones tiene la responsabilidad de diseñar la solución según los requisitos del cliente.
* Si la solución propuesta requiere la participación de más de una línea de productos, el Arquitecto de Soluciones debe liderar, involucrar y convocar a las partes interesadas en un Comité de Validación cuando la oportunidad de negocio lo requiera, utilizando las funciones del C4C.
* Es responsable de cargar en C4C (en los Anexos de la oportunidad) la información del diseño, productos, alcance u otra información necesaria, y cuando sea necesario, brindar soporte a todas las Líneas de Negocio con información especializada sobre productos y competencia.
* El Arquitecto de Soluciones debe asegurarse de que los resultados de éxito esperados del cliente (outcomes) estén claramente identificados en el Punto 2. Objeto de la propuesta del formulario **VEN-01 FOR-02 Propuesta de Cliente Final** (PCF).
* Si el proceso comercial cumple con los criterios para la Gestión de Proyectos (PMO), el Arquitecto de Soluciones debe notificar al Jefe de Proyectos AI para la correspondiente cotización/evaluación.

**1.5.2. Diseño de la solución con el Especialista de Producto**

Si la oportunidad se encuentra en fase validado, corresponde a una venta de proyecto, y no requiere el rol del Arquitecto de Soluciones, ni Sales Specialist, automáticamente se asigna una tarea al Especialista de Producto que haya sido incluido como Equipo de Comercial en la oportunidad.

El Especialista de Producto en compañía del Vendedor Especializado son responsables de:

* Diseñar la solución acorde a lo requerido por el cliente.
* Cargar en C4C (dentro de los Anexos de la oportunidad) la información del diseño, productos, alcance u otra información requerida para el negocio.
* Asegurarse de que los resultados de éxito esperado del cliente (outcomes) estén claramente identificados en el Punto 2. Objeto de la propuesta del formulario **VEN-01 FOR-02 Propuesta de Cliente Final** (PCF).
* Si la operación cumple con los criterios para la Gestión de Proyectos (PMO), el Especialista de Producto debe notificar al Jefe de Proyectos AI para la correspondiente evaluación/cotización.

**1.6. Cotización de la oportunidad**

**1.6.1. Generar configuración y precios**

En la fase de cotizado se considera 3 tipos de ventas:

**Venta Proyecto:** Los Especialistas de Producto y/o Arquitectos de Soluciones deben adjuntar las plantillas de casos de precio a las oportunidades, también pueden asignar tareas a otros involucrados si fuera necesario (Especialistas de Soluciones, Ejecutivos Comerciales, Vendedores Especializados).

En caso que la oportunidad no requiera ser atendida por un Arquitecto de Soluciones, es responsabilidad del Especialista de Soluciones generar la configuración y caso de precio, y cargar dicha información en el CRM (C4C).

Los Especialistas de Producto o Arquitectos de Soluciones deben proporcionar a los Ejecutivos Comerciales los casos de precios con códigos de materiales SAP. Si los materiales no existen en S4Hana, se pueden usar materiales genéricos hasta la adjudicación. Si se adjudica, es responsabilidad de los Especialistas de Producto crear los materiales utilizando el formulario **ADQ 01 FOR 01 Solicitud de Creación de Materiales, Solicitud de OCP, Carga de Precio y Previsiones** actualizado, y luego proporcionar los códigos finales al Ejecutivo Comercial para que pueda actualizar la oferta ganadora en el CRM.

Si la oportunidad tiene incorporada a la PMO, los Especialistas de Producto y/o Arquitectos de Soluciones deben asegurarse que las cotizaciones o propuestas (PCF) incluyan claramente el concepto de gestión de proyecto, para que cuando se gane la oportunidad, el proceso de implementación pueda ser ejecutado con un Project Manager (PM) asignado desde el inicio.

**Venta Directa:** Los Especialistas de Productos debe adjuntar los pricer de casos de precios en el C4C con código SAP, si los materiales no existen pueden utilizar genéricos hasta la adjudicación y posterior a ello deben solicitar la creación de los mismos al Administración y Soporte de Datos Maestros de esta manera, el Ejecutivo Comercial podrá seguir con el siguiente proceso de la fase de la venta.

**Venta de Mantenimiento y Servicios:** Los Especialistas de Productos debe adjuntar las pricer de casos de precios en el C4C, teniendo en cuenta los SLA que intervienen en el proceso de venta de esa manera el Ejecutivo Comercial podrá seguir con el siguiente proceso de la fase de la venta.

**1.6.2. Consolidación de precios**

Cuando la oportunidad es atendida por un Arquitecto de Soluciones, éste es responsable de la Consolidación de Caso de Precios en coordinación con los Especialistas de Soluciones de las Líneas de Negocio (LOB´s) involucradas y la PMO (cuando es involucrada).

**1.7. Negociación**

**1.7.1. Generar y presentar cotización**

El Equipo de Comercial responsable de la oportunidad debe generar la cotización/propuesta y la debe presentar al cliente. Para ello, debe consolidar toda la información del CRM (C4C) y elaborar la cotización/propuesta empleando el formato establecido, según el tipo de venta:

* **Venta directa o de stock:** El Ejecutivo Comercial directamente debe generar la cotización del CRM (C4C) y enviar al cliente de acuerdo al formulario [VEN 01 FOR 01 Propuesta Directa Rev.6](https://docs.google.com/document/d/1pCFCQAgqTBY5SxRJthPG4lJ2tGB1YVHI_xUvsnWNbEo/edit?usp=drive_link) .
* **Venta de mantenimiento o servicio:** El Ejecutivo Comercial debe generar una cotización del CRM (C4C).
* **Venta proyecto:** El Ejecutivo Comercial debe elaborar la propuesta considerando el formulario [VEN-01 FOR-02 Propuesta de Cliente Final Rev.08](https://docs.google.com/document/d/19PHqdiyQfl65i8xIjvmkGDX4Y0-6O74QCI8_72F1dqI/edit?usp=drive_link), enviar al cliente y cargar la Propuesta de Cliente Final (PCF) como anexo a la oportunidad.

La Propuesta de Cliente Final (PCF) debe incluir:

* La documentación técnica requerida para cada proyecto como ser: Certificados, Cartas, DataSheets y otros. Los Arquitectos de Soluciones y/o Especialistas de Productos involucrados en el Equipo de Ventas de la oportunidad deben asegurarse que esta información esté cargada en el C4C y entregada al propietario de la oportunidad.
* La documentación comercial requerida para cada proyecto como ser: Boletas de Garantía, Cartas, Poderes, Certificados, otros; el Ejecutivo Comercial propietario de la oportunidad debe asegurarse que esta información esté cargada en C4C.
* Consideraciones generales para las cotizaciones de ventas, propuestas y número de cite:
* Todas las cotizaciones u ofertas se deben emitir desde el CRM. El número de cite o identificador de la cotización está compuesto por: código del empleado - número de oportunidad - número de oferta.
* Para el caso de Propuestas de Cliente Final y propuestas con contrato, se debe generar la cotización en el CRM y se debe copiar el número de cite o identificador de la cotización a la Propuesta de Cliente Final (PCF) en el capítulo de Resumen Económico. El número de cite a utilizar es el generado por el C4C (código del empleado - número de oportunidad - número de oferta).
* Si por necesidades del negocio se utilizan propuestas manuales armadas fuera del C4C, por trazabilidad éstas deben llevar el cite emitido por el C4C (código del empleado - número de oportunidad - número de oferta).
* Todas las cotizaciones se emiten desde el C4C, utilizando un código de material genérico SAP, no se permiten cotizaciones sin código de material. El Ejecutivo Comercial debe declarar la oportunidad ganada utilizando materiales genéricos. El Analista de Compras debe coordinar con el Especialista de Soluciones la creación de materiales definitivos.
* Todas las cotizaciones se emiten desde el C4C utilizando un código de cliente final integrado con el ERP (S4HANA), no se permiten cotizaciones con clientes potenciales, el propietario de la oportunidad debe asegurarse que exista el cliente final para generar su cotización.
* En caso de Venta Proyecto, las cotizaciones o Propuestas de Cliente Final (PCF) deben indicar claramente este concepto para que cuando se gane la oportunidad, el proceso de implementación pueda ser ejecutado con un Project Manager asignado desde el inicio.
* Todas las cotizaciones o propuestas deben estar anexadas a la oportunidad ya sean las Propuestas de Cliente Final, propuestas manuales o especiales.
* Toda cotización debe estar emitida en dólares de acuerdo a directrices de la Gerencia General.
* Se debe considerar que en el sistema de S4HANA para el ingreso de las cotizaciones deben ingresar con dos decimales.
* Las condiciones de pagos son:
* Contado: El pago al contado se va a dar cuando el cliente, decida pagar en el momento de la transacción o después de ser emitida la factura (*venta directa*).
* Crédito: El pago a plazos se va a dar cuando el cliente abone de manera parcial, luego de haber recibido el servicio. El pago a crédito presenta una serie de requisitos que se deben cumplir dependiendo al tipo de cliente (canal o corporativo). (*Venta de Proyecto o Venta de Mantenimiento, Servicio).*

Estas condiciones de pago deben ser registradas en el C4C para la creación de la factura.

*Caso Excepcional:* Si la condición de pago, no se registró de manera oportuna por falta de acuerdos con el cliente y ya se dio la transacción en el sistema, se debe notificar al área de Soporte TI para ingresar el dato faltante.

Si la propuesta o cotización enviada no es aprobada por el cliente, la oportunidad debe ser declarada como “oportunidad perdida”. Es responsabilidad del Ejecutivo Comercial registrar dicho estado en el C4C y colocar el motivo de la pérdida.

**1.7.2. Revisión de caso de precio (fase de la oportunidad negociación)**

Si la propuesta o cotización enviada no es aceptada por el cliente y éste solicita una negociación, se debe realizar una revisión de caso de precio: dependiendo de la necesidad, el Ejecutivo Comercial debe involucrar al Arquitecto de Soluciones y/o al Especialista de Producto para revisar la solución o caso de precio requerido, asignándole una tarea de forma específica.

La revisión de caso de precio debe realizarse sin importar el tipo de venta y debe involucrarse a todo el equipo que participa en el proceso comercial y la misma debe asignarse mediante una tarea en el C4C.

**1.8. Declarar la oportunidad ganada (fase de oportunidad ganada)**

Cuando la propuesta y/o cotización es aprobada por el cliente, el Ejecutivo Comercial recibe la confirmación mediante la Orden de Compra del Cliente (OCC) u otro medio de confirmación formal (la confirmación formal puede ser del cliente o de la Gerencia Comercial). Es responsabilidad del Ejecutivo Comercial declarar la oportunidad en fase de venta ganada, adjuntar la OCC dentro de los anexos de la oportunidad y declarar el estado como oportunidad ganada.

**1.8.1. Tareas para el Área Legal**

Los siguientes son aspectos relevantes a tener en cuenta al asignar tareas al área Legal; en el sistema de C4C, el Ejecutivo Comercial debe direccionar la tarea al área Legal, por las siguientes condiciones:

* **Si (Genera Datec):** En esta selección de este punto, se debe enviar todos los requisitos correspondiente al Área Legal mediante el C4C.
* **Si (Genera el cliente):** En esta selección de este punto, se debe enviar el contrato en borrador elaborado por el cliente considerando los días establecidos para su revisión y el número de oportunidad.
* **No (Tiene acuerdo Marco):** En esta selección de este punto, se debe enviar el contrato Marco por medio del C4C al Área Legal.
* **No (Monto menor a 5K):** Con la venta menor a $5000, no se debe enviar ningún documento al Área Legal.
* **No (Excepciones Autorizadas):** En caso de que no se elabore un contrato con el cliente, el Ejecutivo Comercial debe tener un documento donde obtenga la autorización de la CEO, Gerencia General y Gerencia Comercial, donde se especifique el motivo de la NO elaboración del Contrato. La misma que debe enviar al Área Legal mediante el C4C.

El Área Legal debe definir los términos del contrato, y gestionar las firmas correspondientes conforme a los plazos establecidos.

Si la respuesta es negativa por parte del cliente con respecto al contrato elaborado por Datec, el Ejecutivo Comercial encargado de la oportunidad debe solicitar al cliente que elabore el contrato que cumpla con sus requerimientos, posterior a ello, el área Legal procederá con la revisión del mismo de acuerdo a lo establecido en el procedimiento [LEG-PRO-01 Contratos con Clientes Corporativos Rev.6](https://docs.google.com/document/d/12k3e9Gw4Ta8QtenE6Yr1fbzn02NzVdY6lcH0254JosA/edit?usp=drive_link).

Cuando el cliente decide realizar y enviar su propio contrato legal por políticas de su organización, se debe considerar las directrices del procedimiento del área de Legal [LEG-PRO-01 Contratos con Clientes Corporativos Rev.6](https://docs.google.com/document/d/12k3e9Gw4Ta8QtenE6Yr1fbzn02NzVdY6lcH0254JosA/edit?usp=drive_link).

**1.8.2. Gestión de Proyectos (PMO)**

En el caso de que la oportunidad cumpla con los criterios para la gestión de proyectos, el Ejecutivo Comercial debe solicitar al Jefe de Proyectos AI la asignación de un Project Manager (PM) y ejecutar la reunión de transferencia de proyecto, mostrando el alcance del proyecto, tiempo, costo, restricciones, supuestos, riesgos y cualquier otro tema que pueda ser relevante para el éxito del proyecto, esto para dar curso al proceso de implementación del proyecto.

Cuando la venta es por proyecto y la oportunidad cumple con la definición de Total Contract Value (TCV), los contratos tanto para servicios como para mantenimiento deben generarse desde la plataforma comercial C4C. El campo de ID externo del contrato debe contener el ID de la oportunidad.

*Revisar Anexo 2*

Si se trata de renovaciones de contratos de mantenimiento y soporte, renovaciones de suscripciones, bolsas de horas, soportes de equipos, instalaciones, se debe utilizar el tipo de documento “Contrato Servicios y Mantenimiento”.

Si se trata de ventas nuevas (ejemplo: hardware, licencias de software, suscripciones, soporte, garantías, outsourcing, staffing, otros) se debe utilizar el tipo de documento “Contrato Proyecto” que parte desde la creación de una oportunidad. Si en caso la venta implica un servicio de mantenimiento que requiere una lista de materiales, utilizar también el tipo de documento“Contrato Proyecto”.

**1.8.3. Revisión de información de la oportunidad**

En cualquiera de los casos, el propietario de la oportunidad debe asegurar de proveer toda la información necesaria para su tratamiento:

* La revisión de los vencimientos de garantías, contratos de servicios, así como la gestión de oportunidades y ventas a clientes queda a cargo del Ejecutivo Comercial.
* El Ejecutivo Comercial debe declarar y anexar planes de pago, los componentes de precios y el plan de distribución.
* Los contratos funcionan con materiales y objetos cubiertos (equipos) declarados, por esta razón es necesario que los Ejecutivos Comerciales se aseguren que los contratos que están generando cumplan con este requisito, incluyendo los equipos (productos registrados) en el contrato, dentro del apartado de Objetos Cubiertos.
* El detalle de equipos que formarán parte del contrato, se puede heredar de los contratos o garantías a vencerse. Sin embargo, es responsabilidad de los Gerentes de las LOB´s involucradas proveer el listado de equipos que formarán parte de un contrato a los vendedores cuando se lo requiera.
* Al cargar los materiales al sistema C4C, el Ejecutivo Comercial debe ingresar la fecha aproximada de entrega en el campo "Fecha de Inicio" y el período de garantía en el campo "Fecha Fin". Es importante destacar que las fechas de garantía pueden ser ingresadas manualmente, lo que nos permite recibir notificaciones sobre garantías próximas a vencer. En el caso del outsourcing de impresiones, el proveedor del servicio debe informar al titular del contrato sobre la fecha de inicio del servicio, considerando que los proveedores tienen su propia fecha de inicio, la cual ocurre después de la instalación y la aprobación del servicio por parte del cliente.
* A nivel del C4C se debe declarar la propiedad de los contratos y las garantías, el vendedor, así mismo, se declara como el administrador de la cuenta.
* Cuando se trate de ventas que incluyan servicios de implementación, el responsable o propietario de la oportunidad debe indicar en el C4C si se incluyen servicios. Este es un punto de control para que el área de Operaciones pueda validar que todos los materiales están considerados en los pricers que pasan las LOB y/o Arquitectos, los siguientes puntos son:

1) Una Orden de Compra de Cliente (OCC) no puede ser menor al valor del pricer que se está recibiendo.

2) El costo comprometido a ejecutar debe asegurar que se tengan las órdenes de compra según el pricer.

3) Margen: el pricer debe tener explícito todos los servicios (servicio interno, mano de obra propia, subcontratación de proveedores de servicios). En el caso de no tener el proveedor y el costo de compra provisto, se creará una OCP por el porcentaje de costo declarado en el pricer.

* Si la oportunidad incluye la adquisición de productos y/o servicios, el Arquitecto de Soluciones y/o los Especialistas de Producto involucrados deben asegurarse de entregar los pricers actualizados, al Analista de Compras, al área de Legal, al área de PMO y al Especialista de Pricer según corresponda (esto se gestiona mediante Google Sheets, otorgando los privilegios necesarios). De igual forma, deben asegurarse solicitar y/o entregar la planilla para creación de materiales **ADQ 01 FOR 01 Solicitud de Creación de Materiales, Solicitud de OCP, Carga de Precio y Previsiones Rev.4**
* Si el Especialista de Producto no envía el pricer a las áreas involucradas, será reportado al área de Talento Humano, siendo acreedor de un memorándum debido a retraso dentro del proceso e incumplimiento del procedimiento de ventas.
* Todas las ventas que tienen un contrato deben ir por venta proyecto, excepto las ventas de clientes canales porque están bajo un contrato estándar, el cual tiene una línea de crédito y entregas parciales establecidas. Y si la venta es venta mantenimiento y servicio de igual manera debe generar un contrato.
* El Ejecutivo Comercial no deberá modificar las ventas en caso exista errores por no haber considerado materiales en la venta. Sin embargo, sí se puede añadir materiales al pedido de venta mediante la solicitud de cambio que inicia la PMO.
* Toda solicitud de modificaciones en los pedidos de ventas que ingresen por venta directa (o venta que no necesite un PM) deben ser solicitados por los Especialistas de Producto al Encargado de Compras del área de Operaciones.

**1.8.4. Venta de mantenimiento y servicio**

Si la venta es de mantenimiento y servicio:

* Los contratos soportan planes de mantenimiento, es responsabilidad de los Gerentes de las LOB´s involucradas proveer esos planes de mantenimiento a los vendedores para que sean aplicados en el contrato (general o por grupos de acuerdo a la capacidad operativa).
* Los planes de mantenimiento pueden declararse de manera general o por grupo de equipos. Los planes de mantenimiento son un requisito básico porque proveen información para la generación de los pre-tickets en forma automática en C4C Servicios, permitiendo a las unidades de servicios planificar las atenciones al cliente. Las unidades de medida utilizadas en los planes de mantenimiento serán en días, esto permite mejor gestión en notificaciones y programaciones para la atención.
* Las ventas de contratos de servicios se originan desde el C4C y el Ejecutivo Comercial responsable de la oportunidad debe adicionar los SLA´s acordados con los Gerentes de las LOB´s involucradas.
* Los Gerentes de las LOB´s son responsables de proveer los SLA´s para cada contrato que les demanden.

**1.9. Validar o crear datos maestros materiales y clientes**

Es responsabilidad del Administración y Soporte de Datos Maestros atender la solicitud de validación o creación de datos maestros que es generada del proceso de ventas mediante el C4C. Para ello, debe analizar la información para la creación de materiales: clientes, proveedores, empleados y otros, asegurando la integridad de la información, controles implementados, datos necesarios y/o resultantes requeridos en una transacción del sistema S4 Hana.

Además de ello, debe realizar la actualización y depuración de datos de acuerdo a instrucciones o necesidades del negocio, y proceder con las ampliaciones de datos maestros a los módulos, sociedades o usos requeridos dentro del sistema SAP S4Hanna.

**1.10. Generar Orden de Compra al Proveedor**

Es responsabilidad del área de Adquisiciones atender todas las solicitudes de Órdenes de Compra que son generadas en el proceso de ventas, independientemente del tipo de venta para proveedores locales y extranjeros, considerando lo siguiente:

* Realizar la verificación de que la Orden de Compra del Cliente (OCC) esté llenada de manera correcta con los requisitos del cliente y realizar la comparativa con la solicitud de compra recibida.
* Coordinar con los Especialistas de Productos de las Líneas de Negocios (LOB´s) y/o áreas solicitantes según corresponda, los datos para la elaboración de las Órdenes de Compras a Proveedores (OCP).
* Hacer seguimiento al respaldo documental del solicitante para emisión de la Orden de Compra en el sistema SAP S4Hana y verificar que estén adjuntos los siguientes respaldos en el sistema SAP S4 Hanna y CRM:
* Los pricers generados por los Especialistas de Producto
* La Propuesta de Cliente Final (PCF)
* El pedido de venta
* Validar la lista de los materiales existentes en el SAP S4 HANA.

**Nota:** Si el Ejecutivo Comercial no adjunta los documentos y anexos solicitados dentro del sistema C4C, el Analista de Compra puede volver la oportunidad de ganada a negociación, hasta que el Ejecutivo Comercial cumpla con cargar todos los documentos al sistema.

* Realizar un análisis y comparativa entre el PCF y el pricer. Debe exigir los servicios ofrecidos o el PCF como parte del control operativo interno.
* Crear, modificar y actualizar las Órdenes de Compras internacionales en el sistema SAP S4Hana, siempre y cuando NO hubieran sido liberadas por sus respectivos autorizadores.
* Gestionar la firma del solicitante y de los aprobadores definidos en la estrategia de liberación (OCP).
* Gestionar la liberación en el sistema por parte de los aprobadores asegurándose, de que existan los respaldos correspondientes para dicha acción.
* Las OCP aprobadas tienen anexadas los respaldos y son enviadas al área de Contabilidad.
* Realizar el plan de facturación la misma que deberá ser elaborada por posición y por producto al porcentaje.

**1.11. Cerrar la oportunidad**

**1.11.1. Generar la venta y facturación en el ERP SAP S4Hana**

Es responsabilidad del Encargado de Ventas y Facturación crear el pedido de entrega y la factura correspondiente:

* Las ventas sin tipo de documento contrato en C4C son las ventas directas, realizadas al contado o que se encuentran dentro una línea de crédito (Venta a Cliente Canales), también se pueden considerar ventas sin contrato a las ventas menores al corporativo y/o ventas percall. En este caso se debe crear un Pedido de Venta en el ERP.
* Las ventas con tipo de documento contratos en C4C deben generar Pedido de Entrega cuando se trata de productos inventariables.
* Ambos tipos de venta, se deben generar en el ERP S4 Hana, considerando la información del CRM (C4C).
* El Ejecutivo Comercial debe cargar en el C4C sólo el precio unitario de cada ítem, de esta manera el plan de facturación se realizará conforme al PCF firmado por parte de cliente o en su defecto, el Ejecutivo Comercial debe dejar en claro la información necesaria en “Notas” del C4C para derivar al Back Office.
* En caso de ser Venta de Mantenimiento los documentos que se requieren para la Facturación son: Cotización, informe técnico (en caso se requiera), la CSP y la aceptación del cliente para facturar (vía correo o mediante una orden de compra)

Para cumplir con el TCV, es responsabilidad del Ejecutivo Comercial encargado de la venta y facturación asegurarse que estén registrados los planes de facturación, las condiciones de pago, si es un producto tangible validar los planes de distribución.

**1.11.2. Generar la distribución de pedido**

Al momento de recibir la notificación mediante el sistema SAP S4Hana, el Encargado de Ventas y Facturación debe emitir el Pedido de Venta y enviarlo al Coordinador de Distribución. Se emite el Pedido de Entrega (venta) una vez estén verificados los planes de facturación y la fecha real de entrega.

Al tratarse de una venta directa, el Auxiliar de Entrega debe generar una Nota de Entrega, la cual debe ser notificada al Coordinador de Almacenes con el fin de gestionar la serialización y contabilización de los productos a entregar.

Es responsabilidad del área de Distribución, planificar y coordinar la entrega y distribución de las solicitudes de ventas que se van generando de manera diaria y semanal, tanto a nivel nacional como internacional.

Una vez concluida la entrega, el Coordinador de Distribución debe enviar la Nota de Entrega al Encargado de Ventas y Facturación para proceder con la facturación al cliente final y realizar el cierre de la venta en C4C.

**1.12. Gestión de Proyectos (PMO)**

El Jefe de Proyectos AI tiene visibilidad de todas las oportunidades declaradas en C4C, interviene cuando su rol hubiera sido incluido como Equipo de Venta en una oportunidad, y se le asignen tareas durante el ciclo de una oportunidad, de acuerdo a los criterios definidos para el área de Gestión de Proyectos (PMO).

Las fases en las cuales se puede invocar a la PMO son las siguientes:

* El propietario de la oportunidad podrá asignar una tarea requiriendo opinión y/o cotización respecto a la asignación de un PM a la oportunidad en las fase de validado o cotizado.
* En fase ganada se notifica a la PMO la adjudicación del proyecto con la tarea de implementación de proyectos.

Si la oportunidad es un proyecto y cumple con los criterios definidos, el Jefe de Proyectos AI debe evaluar y/o cotizar la participación de la PMO. La información debe ser incluida en la oportunidad correspondiente en la plataforma CRM (C4C).

Para la asignación de PM, la venta proyecto debe tener en cuenta los siguientes puntos:

* La oportunidad debe estar en C4C marcada como “forecast” o “ganada”.
* Monto de la oportunidad mayor $150.000.
* Cliente VIP o prioritario definido por el top 10 de facturación anual.
* Más de una Línea de Negocio (LOB) involucrada.
* Proyectos de implementación SAP.
* Proyectos estratégicos o tácticos para DATEC o el Holding.
* Proyectos con alto nivel de riesgo, estratégicos u otros que considere la organización.

El Jefe de Proyectos AI es responsable de tomar acción sobre la oportunidad, validando o descartando la participación del PMO en dicha oportunidad.

El Jefe de Proyectos AI debe validar la solicitud del Ejecutivo Comercial y asignar formalmente al Project Manager (PM) quien debe coordinar la reunión de transferencia y conocimiento de proyecto, relevando el alcance, cronograma, costos, restricciones, supuestos, riesgos y cualquier otro tema que pueda ser relevante para el éxito del proyecto, esto para dar curso al proceso de implementación del proyecto. De manera paralela, el Jefe de Proyectos AI debe dar inicio al proceso de planificación, solicitando la constitución del proyecto al patrocinador.

Es responsabilidad del Jefe de Proyectos AI la presentación de resultados de los proyectos respecto a riesgos, cumplimiento de alcance y cronogramas así como del resultado o rentabilidad del proyecto.

Si el cliente desea añadir más materiales al proyecto, debe modificar la Orden de Cambio del Cliente (OCC) y notificar los cambios al Ejecutivo Comercial, quien a su vez debe registrar una solicitud de cambio y presentar la nueva Propuesta a Cliente Final al PM. Este pedido debe vincularse con la primera orden de venta del proyecto. En caso de que el cliente notifique directamente al PM con una nueva OCC con cambios, el PM debe realizar una solicitud de cambios aprobada y confirmar la nueva cotización.

Todas las OCP que generan adquisiciones se registran contra el pedido de venta, de esta manera la PMO podrá brindar un estado de resultado por proyecto o pedido de venta, caso contrario, se pierde la trazabilidad para poder obtener el análisis del estado de resultado.

Cuando se ha concluido un proyecto, el Jefe de Proyectos AI debe solicitar formalmente mediante la plataforma C4C al responsable de Gestión por el Éxito (GxE2**)**, la realización de las encuestas de satisfacción al cliente, proporcionando toda la información correspondiente para que así se puedan realizar de acuerdo al formulario [GxE-02 FOR-01 Encuesta de Satisfacción del Cliente de Gestión de Proyectos (PMO) Rev.1](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bM8kKToilJLBfOMcv6f4pAaaIcUmRo0VyTP_hhP7JXo/edit?usp=drive_link).