



SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN

Manual de Gestión	Manual SIG - Proceso Gestión Comercial	
Proceso: Planeación del Sistema de Gestión	Código: MGPSG-008	
Versión: 0.1.2–(21-Ago-2013)	Página: 1	de 3
Revisó: Rosaura Ortega (Especialista Calidad y BPM´s)	Aprobó: Javier Álvarez(Gerente Negocios Pakaged, URC y Grupos / Alejandro Aldana (Gerente Nacional Negocios Industriales)/ Manuel Espinosa (Gerente Nacional Negocios Medicinal)	

1. RESPONSABLE DEL PROCESO	Javier Álvarez(Gerente Negocios Pakaged, URC y Grupos / Alejandro Aldana (Gerente Nacional Negocios Industriales)/ Manuel Espinosa (Gerente Nacional Negocios Medicinal)
2. OBJETIVO DEL PROCESO	Lograr el plan de ventas de la compañía, ofreciendo a los clientes productos y servicios de calidad que satisfagan sus necesidades, y garanticen fidelización del cliente mediante la identificación de los requerimientos del mismo.
3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	El proceso de Gestión Comercial parte de las necesidades del cliente, se desarrollan actividades de mercadeo y se definen estrategias para cumplir el plan de ventas establecido (los presupuestos establecidos). Las necesidades de los clientes, expresadas como requisitos en un contrato o pedido, los cuales se tramitan para que continúen su curso al proceso operacional que corresponda y se genere la venta. En el desarrollo de este proceso se suministra a los clientes la información técnica y calidad de los productos y servicios relacionada con aspectos de seguridad, salud y medio ambiente
4. REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> Lineamientos de Calidad Seguridad y Salud Ocupacional y Medio Ambiente de Casa Matriz Requisitos de normas NTC-ISO 9001, NTC-ISO 14001, NTC-ISO 22000 y NTC-OHSAS 18001 Requisitos de Clientes

5. FLUJO DEL PROCESO

Proveedor o Proceso de Origen	Entradas	Actividades	Salidas	Cliente o Proceso Destino
Clientes Casa Matriz PRL PRG ENT PSG Procesos de apoyo especialmente ASC, ALM. ADQ y ENT	<ul style="list-style-type: none"> Información del mercado Disponibilidad de recursos Requisitos a cumplir en SS&MA Lineamiento de Casa Matriz Requisitos de los clientes Nivel de satisfacción del cliente 	<p>Prospección del cliente objetivo (mercadeo)</p> <p>Definición de estrategias para penetración de mercado</p> <p>Ofertas de productos y servicios</p> <p>Venta de productos y servicios</p> <p>Post venta de productos y servicios</p> <p>Control de la operación comercial</p> <p>Control de cobro de cartera.</p> <p>Control de activos de la compañía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bases de Datos clientes potenciales sectorizados e información para análisis crediticio Soluciones integrales Registro de entrega de hojas de seguridad Reportes de Resultados Solicitudes de pedidos a Proveedores Pedidos y contratos a clientes. Plan de acción 	Clientes Casa Matriz PRL PRG ENT CGE Procesos de apoyo especialmente ASC, ALM, ADQ y ENT



SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN

Manual de Gestión	Manual SIG - Proceso Gestión Comercial	
Proceso: Planeación del Sistema de Gestión	Código: MGPSG-008	
Versión: 0.1.2–(21-Ago-2013)	Página: 2	de 3
Revisó: Rosaura Ortega (Especialista Calidad y BPM´s)	Aprobó: Javier Álvarez (Gerente Negocios Pakaged, URC y Grupos / Alejandro Aldana (Gerente Nacional Negocios Industriales)/ Manuel Espinosa (Gerente Nacional Negocios Medicinal)	

MEDIDOR	RECURSOS REQUERIDOS	FORTALEZAS ACTUALES	OBSTÁCULOS PARA LA SALIDA	ACCIONES PARA SUPERAR OBSTÁCULOS
<p>Cumplimiento de presupuesto</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> Herramientas informáticas y de infraestructura Recurso humano: ingenieros de aplicaciones, asesores comerciales, Ingenieros de Instalaciones Call Center. Información de disponibilidad de Cilindros, tanques, termos y activos de rotación Base de datos prospectos / actuales Material publicitario 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo comercial elite motivado Respaldo internacional Presencia a nivel nacional Tecnología apropiada Calidad de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> No están alineados los procesos de preventa, venta y postventa Costos poco competitivos en algunos productos de reventa y redes Proceso de entrega a cliente no estabilizado Perdida de cilindros que afectan el lastro y las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el proceso de Servicio al Cliente y el sistema de quejas y reclamos Gestor de cuentas Segmentación de clientes Política de Comercialización COP Buscar más proveedores que puedan hacer a la compañía mas competitiva en redes y productos de reventa.
6. DOCUMENTOS DE REFERENCIA	ANEXO 1: Listado de Documentos de Gestión Comercial			



SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN

Manual de Gestión	Manual SIG - Proceso Gestión Comercial	
Proceso: Planeación del Sistema de Gestión	Código: MGPSG-008	
Versión: 0.1.2–(21-Ago-2013)	Página: 3	de 3
Revisó: Rosaura Ortega (Especialista Calidad y BPM´s)	Aprobó: Javier Álvarez (Gerente Negocios Pakaged, URC y Grupos / Alejandro Aldana (Gerente Nacional Negocios Industriales)/ Manuel Espinosa (Gerente Nacional Negocios Medicinal)	

Fecha	Versión	Razón de Cambio	Elaboró	Revisó	Aprobó
21/08/13	0.1.2	Se definen responsables del sistema para la parte comercial	Rosaura Ortega(Especialista de Calidad y BPM´s)	Rosaura Ortega(Especialista de Calidad y BPM´s)	Javier Álvarez (Gerente Negocios Pakaged, URC y Grupos / Alejandro Aldana (Gerente Nacional Negocios Industriales)/ Manuel Espinosa (Gerente Nacional Negocios Medicinal)