



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

## ÍNDICE,

<b>1. OBJETIVO</b>	<b>2</b>
<b>2. ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO</b>	<b>2</b>
<b>3. POLÍTICAS</b>	<b>2</b>
3.1. Aplicaciones	2
3.2. Reemplazos	2
3.3. Apego	2
<b>4. ACTIVIDADES</b>	<b>3</b>
4.1. Diagrama	3
<b>5. DESCRIPCIÓN</b>	<b>10</b>
<b>6. GLOSARIO</b>	<b>16</b>
<b>7. AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS</b>	<b>18</b>
<b>8. ANEXOS</b>	<b>18</b>

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	<b>A</b>	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	<b>1 de 18</b>
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

### 1.- OBJETIVO.

Crear una guía práctica y comprensible de los principales conceptos que todo profesional del ámbito tecnológico debe tener en cuenta cuando se ejercita la actividad para captar una cuenta BIG o TOP.

### 2.- ALCANCES.

El presente procedimiento aplica para todo el personal de ventas que tenga contacto directo con los clientes BIG y TOP.

### 3.- POLITICAS.

- 3.1 Este procedimiento aplica para los procesos comerciales que menciona el Manual de Calidad.
- 3.2 Este procedimiento no reemplaza la necesidad para las mejoras por innovación.
- 3.3 Todos los procedimientos para captar cuentas BIG y TOP se apegaran a este procedimiento.

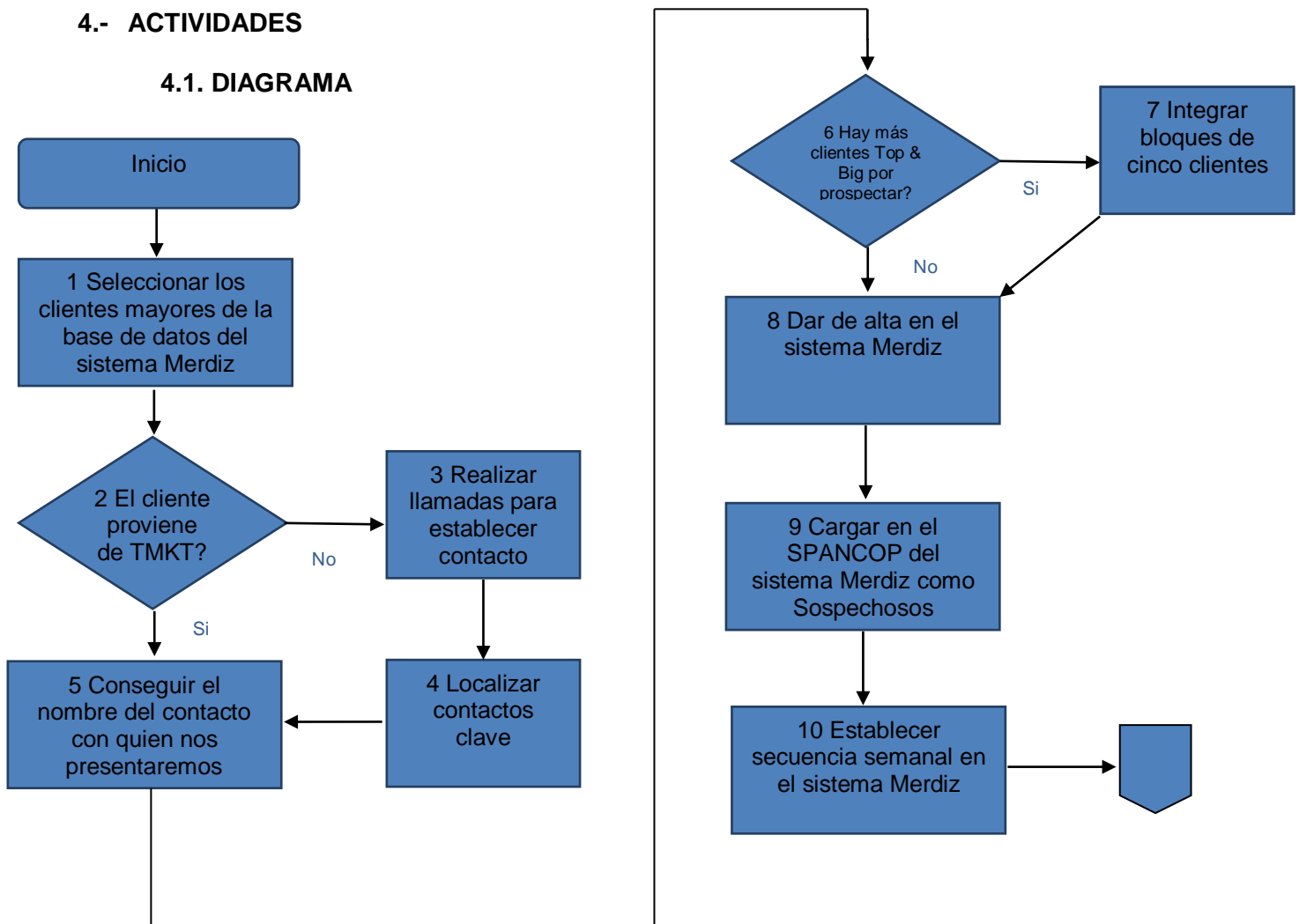
FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	2 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

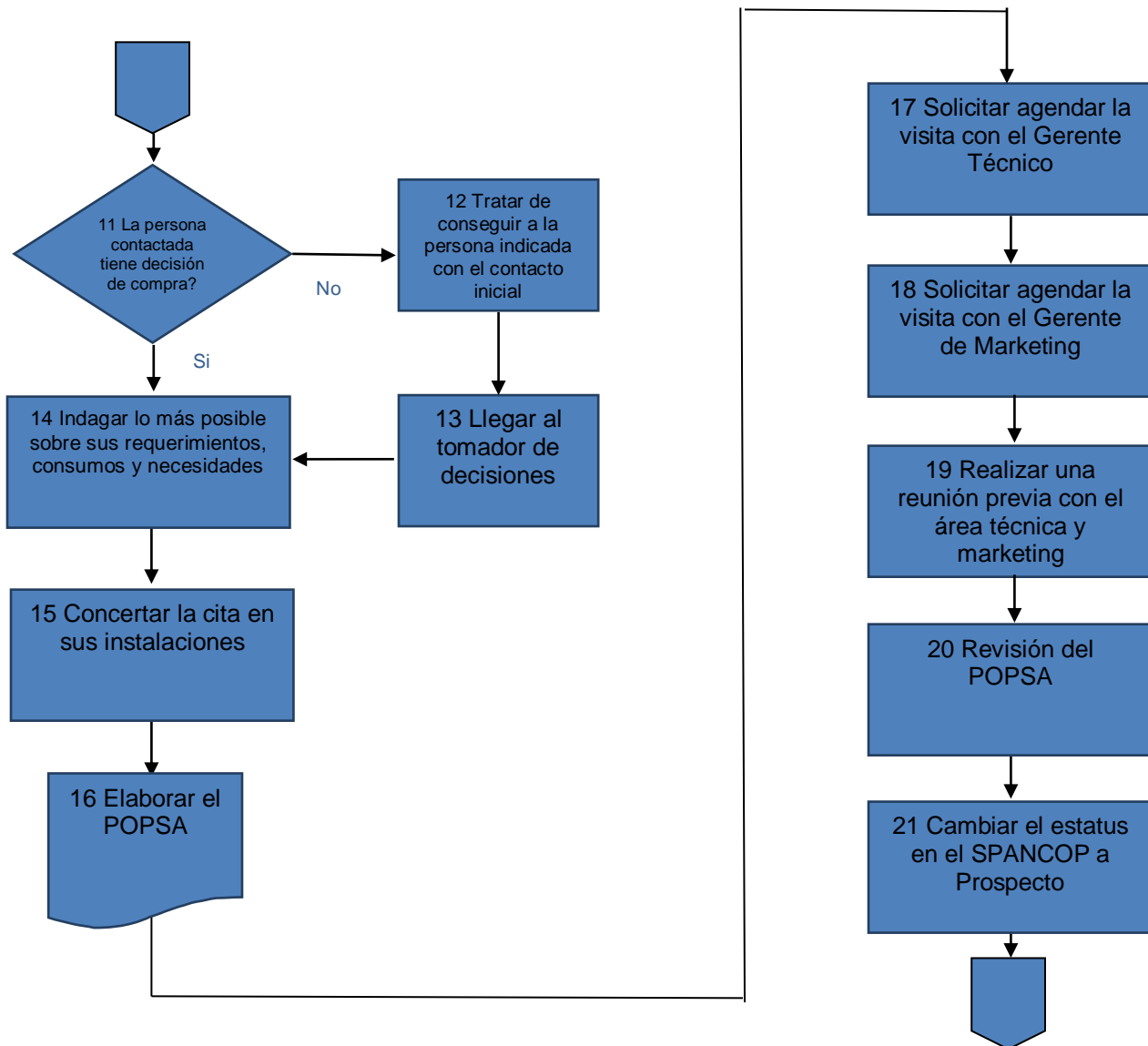
#### 4.- ACTIVIDADES

##### 4.1. DIAGRAMA



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	3 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	

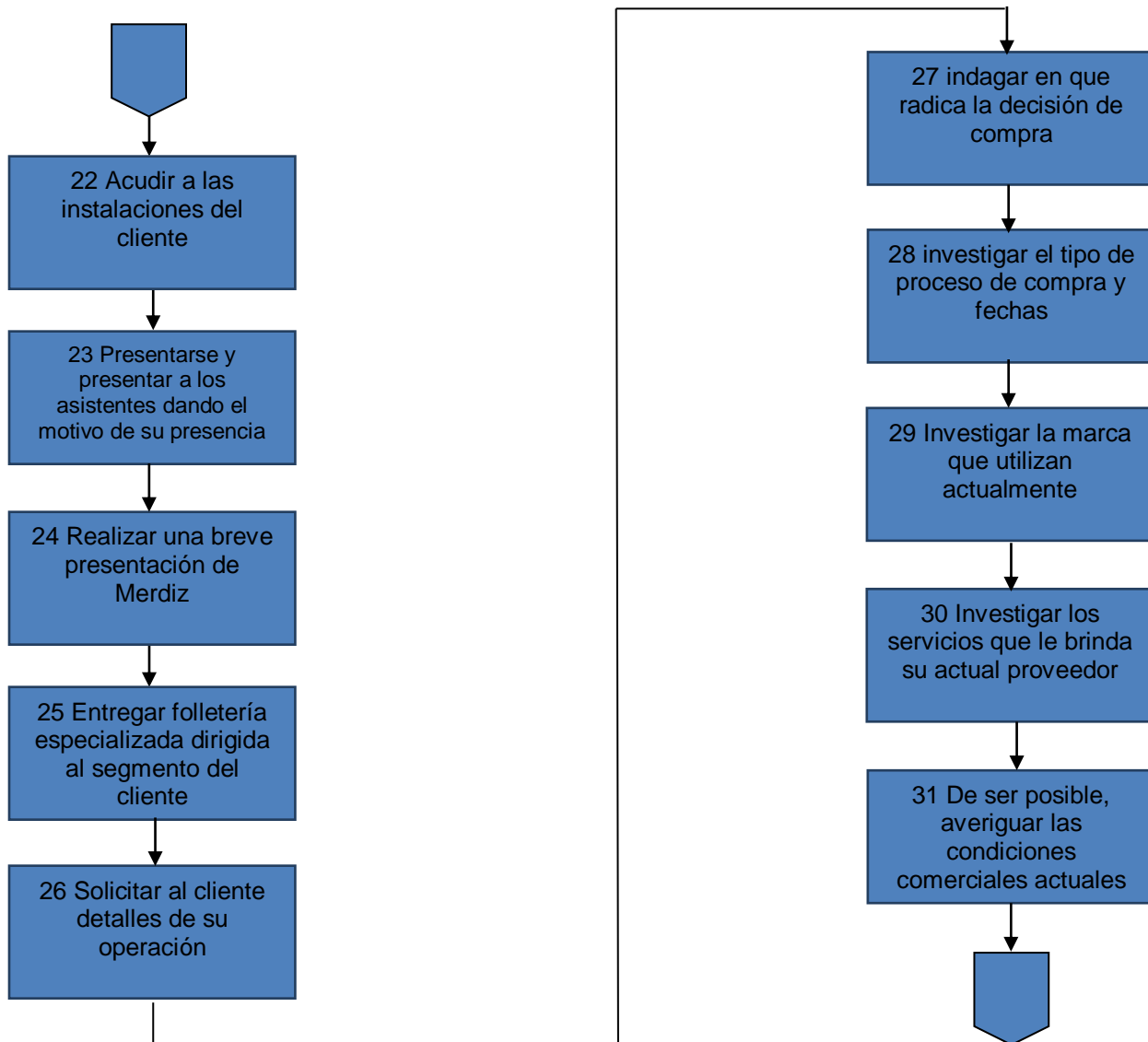
AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	4 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



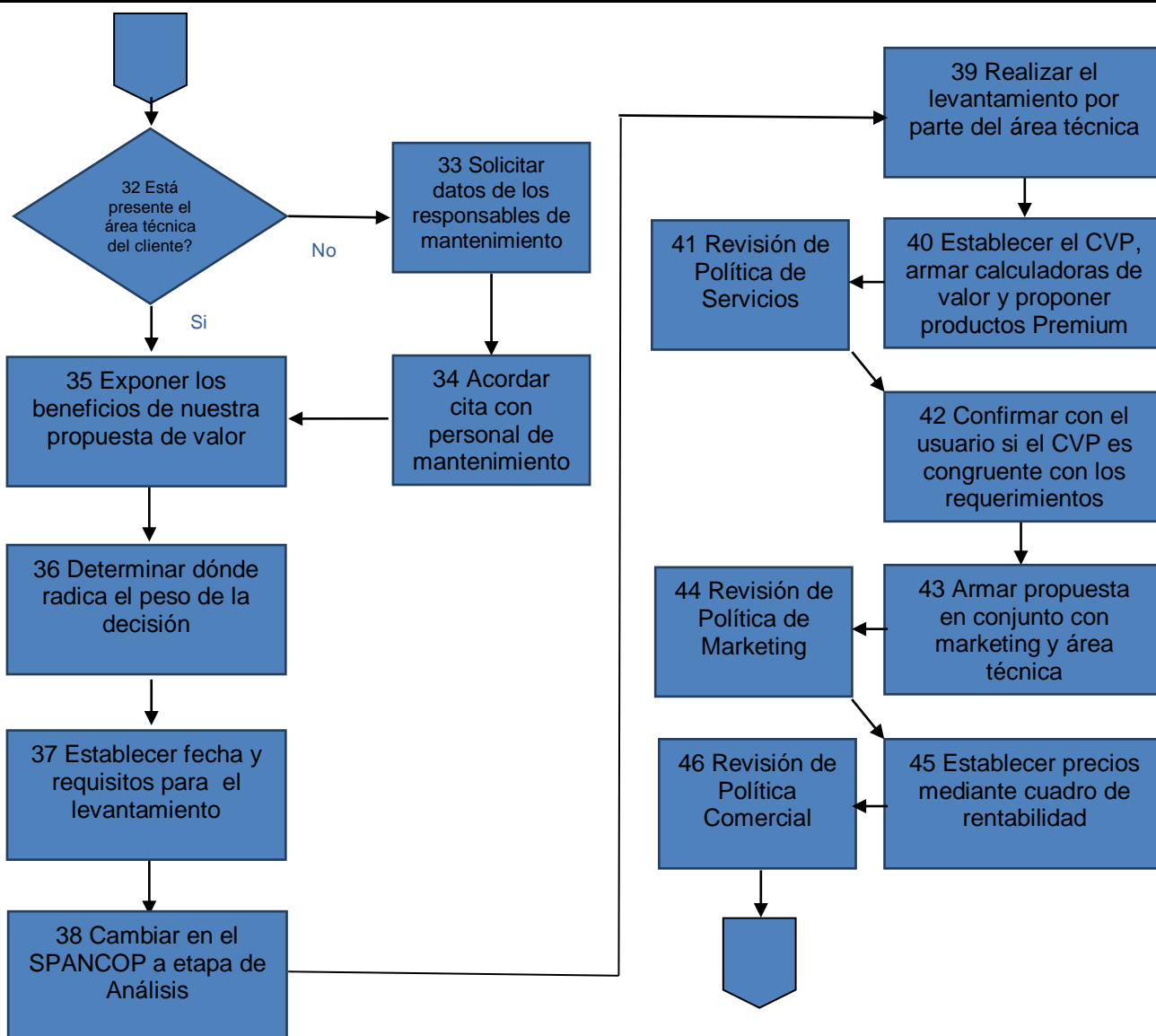
AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	5 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



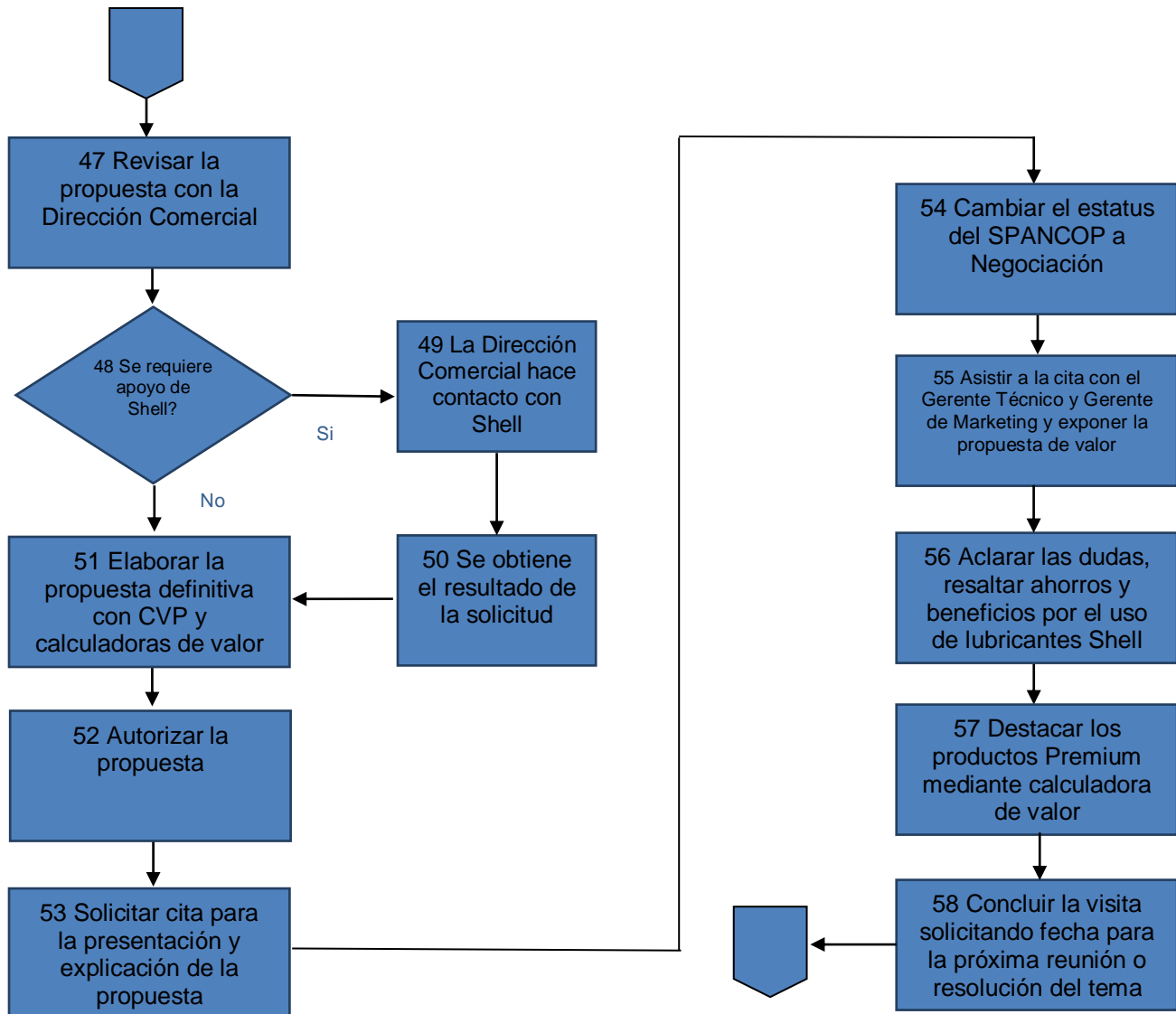
AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	6 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

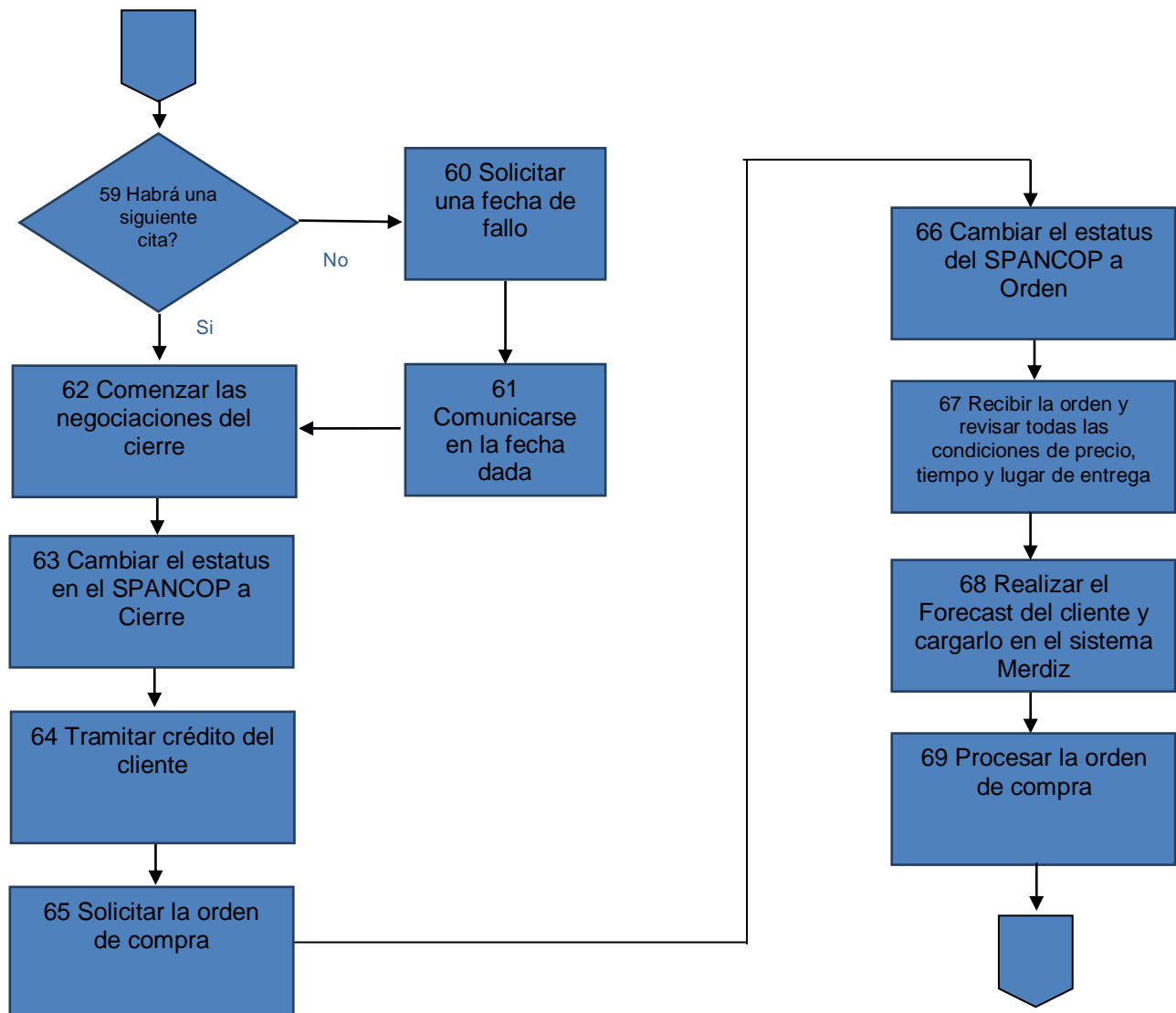


FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	7 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	





AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

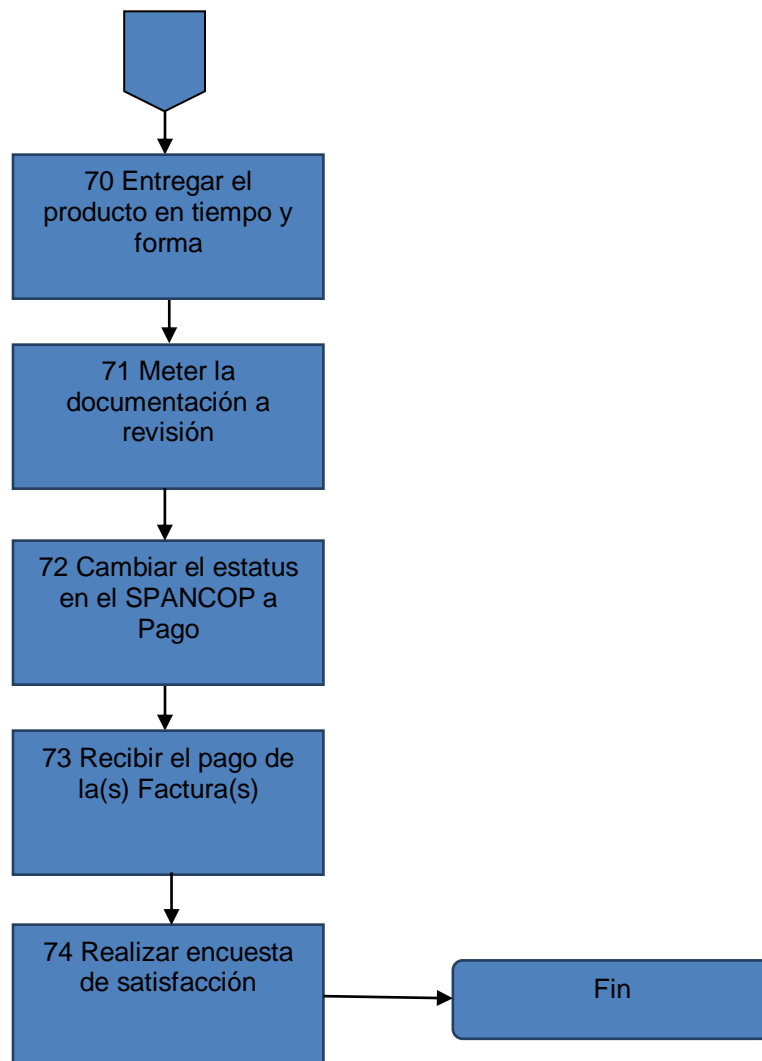


FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	8 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	





AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02



FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	9 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

## 5.- DESCRIPCION

ACTIVIDAD	DESARROLLO/INSTRUCCIÓN/LINEAMIENTO	PROCEDIMIENTO REFERENCIADO
1	Seleccionar los clientes mayores de la base de datos del sistema Merdiz: Consultar en la base de datos del sistema Merdiz los clientes catalogados como Top & Big	Instrucción para la consulta, edición y alta de clientes en el sistema Merdiz ADIV-I01
2	El cliente proviene de Telemarketing?: Se refiere a clientes provenientes del programa de telemarketing basado en las listas de clientes cargadas al sistema Merdiz	Programa de Telemarketing
3	Realizar llamadas para establecer contacto: Comunicarse a las áreas de interés del prospecto para tratar de contactar a un tomador de decisiones o interesado en nuestros productos y servicios.	
4	Localizar contactos clave: Entre las personas contactadas seleccionar a las personas con decisión o influencia en la compra de lubricantes.	
5	Conseguir el nombre del contacto con quien nos presentaremos: Recabar nombre completo y datos generales de la persona clave.	
6	Hay más clientes Top & Big por prospectar?: Seleccionar de los listados de clientes todos los mayores	
7	Integrar bloques de cinco clientes: Agrupar los prospectos en bloques de 5 clientes para tener un orden en su prospección	
8	Dar de alta en el sistema Merdiz: Capturar los datos completos en el sistema Merdiz.	Instrucción para la consulta, edición y alta de clientes en el sistema Merdiz ADIV-I01
9	Cargar en el SPANCOP del sistema Merdiz como Sospechosos: Tomar al cliente o bloque de clientes y cargarlo en el sistema Merdiz para comenzar su proceso de SPANCOP	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz ADIV-I02

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	10 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

	desde el principio.	
11	La persona contactada tiene decisión de compra?: Investigar si la persona contactada es un tomador o influenciador de la decisión de compra	
12	Tratar de conseguir a la persona indicada con el contacto inicial: Buscar contacto con la persona clave para comenzar la negociación	
13	Llegar al tomador de decisiones: Entablar contacto con la o las personas que tengan decisión e ingerencia en el tema de lubricación	
14	Indagar lo más posible sobre sus requerimientos, consumos y necesidades: Realizar las preguntas necesarias para determinar con exactitud la actividad del cliente y donde puede utilizar lubricantes	
15	Concertar la cita en sus instalaciones: Establecer una fecha para la visita	
16	Elaborar el POPSA: Llenar por completo el formato del POPSA basado en la conversación telefónica e investigación del cliente vía internet	Capacitación sobre el uso y aplicación del formato POPSA. Instrucción para la descarga del POPSA del sistema Merdiz
17	Solicitar agendar la visita con el Gerente Técnico: Establecer contacto con el Gerente Técnico para comunicarle los antecedentes del tema y agendar visita	Enviar el POPSA completo al Gerente Técnico
18	Solicitar agendar la visita con el Gerente de Marketing: Establecer contacto con el Gerente de Marketing para comunicarle los antecedentes del tema y agendar visita	Enviar el POPSA completo al Gerente de Marketing
19	Realizar una reunión previa con el área técnica y marketing: Convocar una junta para analizar al cliente y establecer los alcances de marketing para el segmento y la información técnica adecuada de acuerdo a experiencia	
20	Revisión del POPSA: Analizar el POPSA con las Gerencias	

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	11 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

	de Marketing y Técnica	
21	Cambiar el estatus en el SPANCOP a Prospecto: Realizar el ajuste en el sistema Merdiz	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz ADIV-I02
22	Acudir a las instalaciones del cliente: Asistir a la cita uniformados, de manera puntual y con el equipo necesario en caso de que se requiera	
23	Presentarse y presentar a los asistentes dando el motivo de su presencia: Presentarse personalmente con una tarjeta de presentación y presentar a los asistentes como el staff gerencial de Merdiz	
24	Realizar una breve presentación de Merdiz: Indicar con precisión pero concisamente los alcances y beneficios de trabajar con Merdiz	
25	Entregar folletería especializada dirigida al segmento del cliente: Hacer entrega de los catálogos, folletos y testimoniales del sector en un fólder de Merdiz-Shell	
26	Solicitar al cliente detalles de su operación: Recabar toda la información posible sobre la actividad del cliente realizando todas las preguntas necesarias	
27	indagar en que radica la decisión de compra: Determinar si compra por precio, por servicio, por marca o por valor agregado	
28	Investigar el tipo de proceso de compra y fechas: Averiguar si la compra es por contrato, licitación o de manera directa así como las fechas de los procesos.	
29	Investigar la marca que utilizan actualmente: Preguntar la marca de lubricantes que utilizan actualmente	
30	Investigar los servicios que le brinda su actual proveedor: Investigar si el proveedor actual ofrece servicios de valor agregado como análisis de laboratorio, capacitación, equipamiento, consignación o cualquier otro beneficio adicional.	

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	12 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

31	De ser posible, averiguar las condiciones comerciales actuales: Averiguar el crédito con el que cuentan actualmente y, si las condiciones lo permiten, el precio de algunos productos	
32	Está presente el área técnica del cliente?: Es preferible que se encuentre en la presentación el área técnica	
33	Solicitar datos de los responsables de mantenimiento: Solicitar nombres, teléfonos y correos electrónicos de las personas del área técnica	
34	Acordar cita con personal de mantenimiento: Preguntar cuando podemos reunirnos con el área técnica	
35	Exponer los beneficios de nuestra propuesta de valor: Exponer los beneficios de trabajar con lubricantes Shell aunados con la serie de servicios técnicos	
36	Determinar dónde radica el peso de la decisión: Analizar mediante preguntas si la decisión radica en compras o mantenimiento	
37	Establecer fecha y requisitos para el levantamiento: Ofrecer un levantamiento de equipos así como la fecha y lugares para llevarlo a cabo. Explicar que requisitos son necesarios y confirmar por escrito de manera formal	
38	Cambiar en el SPANCOP a etapa de Análisis: Actualizar el estatus del cliente en el sistema Merdiz	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz ADIV-I02
39	Realizar el levantamiento por parte del área técnica: en la fecha, hora y lugar programados el área técnica desarrollará el trabajo de levantamiento	
40	Establecer el CVP, armar calculadoras de valor y proponer productos Premium: Determinar las necesidades del cliente e ir desarrollando la propuesta de valor. En cada caso posible ofrecer productos de mejor desempeño y sintéticos	
41	Revisión de Política de Servicios: Apegarse a la política establecida para los servicios técnicos o pedir autorización.	Política de Servicios

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	13 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	





AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

42	Confirmar con el usuario si el CVP es congruente con los requerimientos: Revisar con el área técnica del cliente si la propuesta cubre sus necesidades	
43	Armar propuesta en conjunto con marketing y área técnica: Realizar una reunión con las Gerencias Técnicas y de Marketing para unir los criterios y desarrollar el CVP	
44	Revisión de política de Marketing: Apegarse a las políticas establecidas por marketing o pedir autorización.	Política de Marketing
45	Establecer precios mediante cuadro de rentabilidad: En el cuadro de rentabilidad integrar todos los elementos del CVP, el margen deseado, fletes y el tipo de cambio en su caso	
46	Revisión de Política Comercial: Apegarse a las políticas establecidas por la Dirección Comercial o pedir autorización.	Política Comercial
47	Revisar la propuesta con la Dirección Comercial: Someter la propuesta a consideración para su visto bueno	
48	Se requiere apoyo de Shell?: Si la propuesta no tiene un margen adecuado para Merdiz buscar el apoyo directo de Shell	
49	La Dirección Comercial hace contacto con Shell: Por conducto del Director Comercial enterar a Shell del proyecto y el apoyo requerido	
50	Se obtiene el resultado de la solicitud: Ajustar la propuesta de acuerdo al apoyo obtenido	
51	Elaborar la propuesta definitiva con CVP y calculadoras de valor: Armar la propuesta técnica y económica definitiva con excelente presentación	
52	Autorizar la propuesta: Pasar la propuesta a la Dirección Comercial para su liberación	
53	Solicitar cita para la presentación y explicación de la propuesta: Establecer con el cliente una fecha para exponerle la propuesta de valor	
54	Cambiar el estatus del SPANCOP a Negociación: Actualizar el SPANCOP en el sistema Merdiz	Instrucción para la carga del SPANCOP en el

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	14 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

		sistema Merdiz ADIV-I02
55	Asistir a la cita con el Gerente Técnico y Gerente de Marketing y exponer la propuesta de valor: Visitar al cliente uniformados y puntuales para exponer el CVP distribuyendo la presentación entre los Gerentes de acuerdo a su tema	
56	Aclarar las dudas, resaltar ahorros y beneficios por el uso de lubricantes Shell: Establecer una dinámica de preguntas y respuestas con el objeto de dejar en claro el alcance y beneficios de la propuesta	
57	Destacar los productos Premium mediante calculadora de valor: Cerrar la presentación haciendo hincapié en el ahorro de energía y mantenimiento con la utilización de productos sintéticos	
58	Concluir la visita solicitando fecha para la próxima reunión o resolución del tema: Siempre buscar fechas con el cliente para el cierre	
59	Habrà una siguiente cita?: Procurar influenciar para que la reunión sea presencial	
60	Solicitar una fecha de fallo: En caso de que no haya cita solicitar la fecha para comunicarnos para saber la resolución de nuestra propuesta	
61	Comunicarse en la fecha dada: Contactar telefónicamente en la hora y día que se acordó	
62	Comenzar las negociaciones del cierre: Influnciar para apresurar lo más posible el cierre de la operación. Revisar todas las condiciones para estar preparados	
63	Cambiar el estatus en el SPANCOP a Cierre: Actualizar la etapa del cliente en el sistema Merdiz	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz ADIV-I02
64	Tramitar crédito del cliente: Solicitar la documentación necesaria para el trámite de crédito del cliente	Política para otorgamiento de créditos
65	Solicitar la orden de compra: Requerir el pedido del cliente para dar trámite al requerimiento	

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	15 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	





AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

66	Cambiar el estatus del SPANCOP a Orden	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz ADIV-I02
67	Recibir la orden y revisar todas las condiciones de precio, tiempo y lugar de entrega: Revisar el pedido con el objeto de corroborar que las condiciones ofrecidas sean las que aparecen en el contrato	
68	Realizar el Forecast del cliente y cargarlo en el sistema Merdiz: Subir el Forecast al sistema e informar a la Gerencia de Logística de las necesidades actuales y futuras del cliente	Instrucción para la carga del Forecast en el sistema Merdiz ADIV-I06
69	Procesar la orden de compra: Subir el pedido al sistema Merdiz. Estar pendiente del desarrollo	Instrucción para la carga de Pedido en el sistema Merdiz ADIV-I07
70	Entregar el producto en tiempo y forma: Surtir el producto de acuerdo a lo pactado sin retrasos ni contratiempos	
71	Meter la documentación a revisión	
72	Cambiar el estatus en el SPANCOP a Pago: Actualizar la etapa del cliente en el sistema Merdiz	Instrucción para la carga del SPANCOP en el sistema Merdiz ADIV-I02
73	Recibir el pago de la(s) Factura(s): Dar seguimiento al pago del cliente y cotejar con las facturas que sea correcto	
74	Realizar encuesta de satisfacción: Llevar a cabo la encuesta de Satisfacción al cliente	Procedimiento para realizar la encuesta de satisfacción del cliente ADIV-P08

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	16 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

## 6.- GLOSARIO

TERMINOLOGÍA APLICADA EN EL MANUAL	
<b>Merdiz</b>	Compañía Industrial Merdiz, comercializadora de productos lubricantes de la marca Shell
<b>Sistema</b>	Software destinado al servicio del personal de ventas y administración de Merdiz registrados y con clave de usuario
<b>SPANCOP</b>	Sistema de Gestión de clientes para su seguimiento metódico en donde las siglas representan S= Sospechoso; P= Prospecto; A= Análisis; N= Negociación; C= Cierre; O= Orden; P= Pago en donde cada etapa tiene un propósito definido
<b>POPSA</b>	Herramienta esencial para la preparación de la Visita al Cliente en donde las siglas representan P= Propósito; O= Objetivo; P= Promesa; S= eStrategia; A= Anticipación en donde cada etapa tiene un propósito definido
<b>Presentación al Cliente</b>	Presentar de manera personal nuestras credenciales y las de nuestros acompañantes y presentar de manera concisa a Merdiz con el objeto de mostrar seguridad y solvencia al cliente
<b>CVP (Customer Value Proposition)</b>	Propuesta de valor al cliente que incluye programas técnicos y de marketing que diferencian las propuestas de Merdiz contra la competencia
<b>Formulario de</b>	Documento descargable del sistema para determinar las necesidades

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	<b>A</b>	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	17 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	



AREA ESPECIFICA	NOMBRE Y DESCRIPCION	CLAVE
VENTAS	PROCEDIMIENTO PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTAS BIG Y TOP	SDC-S-P-02

Levantamiento	del cliente y establecer su CVP. Existe un formato didrigido a Industria y otro a transporte
Área Técnica	Departamento interno de Merdiz especializado en servicios como LubeAnalyst, LubeCoach, LubeExpert, LubeMatch, LubeVideochek, LubeExpress, LubeAdvisor
MKT	Departamento interno de Merdiz especializado en promociones, equipamiento e incentivos así como programas internos y externos para el estímulo de la venta
Forecast	Pronóstica de venta del que se derivan las adquisiciones de Merdiz

## 7.- HOJA DE AUTORIZACIÓN DE CAMBIOS A DOCUMENTOS DEL SISTEMA DE CALIDAD.

Descripción del Cambio	Fecha del Último cambio	Autorizado por

## 8.- ANEXOS

No aplica

FECHA	LETRA	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	PAGINA
DIC 2015	A	Alberto Floresávila Leyva	Arturo Mercado	Porfirio Mercado	18 de 18
		Gerente de Ventas DIMSA	Sistemas de Calidad	Director Comercial	