

**PROCEDIMIENTO DE CALIDAD 02:
COMERCIALIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN**

CÓDIGO: PC02	Nº VERSIÓN: 01	FECHA DE EDICIÓN: 01/09/2007
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
PUESTO JEFE DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE	PUESTO DIRECTORA DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE	PUESTO DIRECTOR GENERAL
NOMBRE ALFONSO IRIARTE	NOMBRE MARIA PRIETO	NOMBRE IÑIGO ALDAZ
FECHA: 01/09/2007 FIRMA: 	FECHA: 01/09/2007 FIRMA: 	FECHA: 01/09/2007 FIRMA: 

ÍNDICE

	Página
01.-PORTADA	1
02.-CAMBIOS DE DOCUMENTACIÓN	2
03.-INDICE	3
1.- OBJETO.....	4
2.- ALCANCE.....	4
3.- RESPONSABILIDADES.....	4
4.- DEFINICIONES.....	5
5.- DOCUMENTOS DE REFERENCIA.....	5
6.- DESARROLLO.....	6
6.1.- DIAGRAMA DE FLUJO.....	6
6.2.- DESCRIPCIÓN.....	7
7.- REGISTROS Y ARCHIVO.....	23

1.- OBJETO.

El objeto de este procedimiento es describir las responsabilidades, funciones y método a seguir para la planificación y realización de las actividades relacionadas con la comercialización de la promoción.

La comercialización es un proceso clave en el desarrollo de la promoción que tiene por objeto la consecución de los objetivos de venta establecidos para la promoción procurando la máxima satisfacción de los clientes a través la atención comercial e información recibida sobre su finca.

2.- ALCANCE.

Este procedimiento es de aplicación a todas las promociones que se desarrollen en **REALIA BUSINESS.**

3.- RESPONSABILIDADES.

Las responsabilidades del presente procedimiento quedan detalladas en el apartado 6.2.

4.- DEFINICIONES.

PCP: Plan de calidad de la promoción.

5.- DOCUMENTOS DE REFERENCIA.

- Procedimiento general de planificación de la calidad de la promoción. PCMA01.

6.- DESARROLLO.

6.1.- DIAGRAMA DE FLUJO.

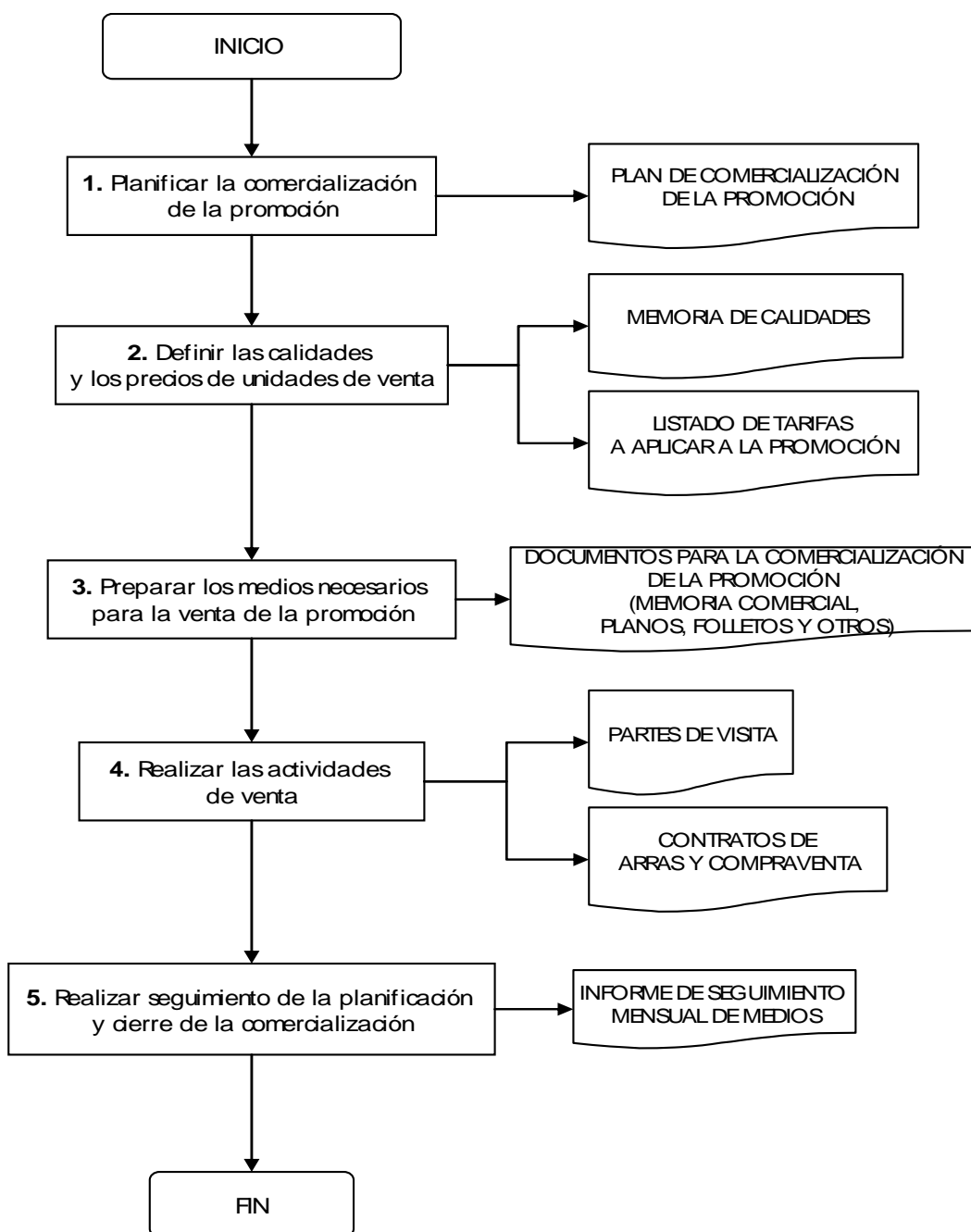


Figura 1: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN

6.2.- DESCRIPCIÓN.

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de planificar la comercialización de la promoción PCP 	<p>1 Planificar la comercialización de la promoción</p>	Delegado	<p>Elaborar la planificación en detalle de la comercialización de la promoción, estableciendo para cada actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsable de su realización Fechas previstas de inicio y fin. 	<p>Objetivos de plazo del planning de la promoción establecidos en el plan de calidad de la promoción.</p> <p>Deben planificarse, al menos, las actividades y los hitos de seguimiento que se han establecido en el PCP en la fase de comercialización.</p> <p>En cada Delegación y promoción se planificará la actividad comercial en la extensión que se considere necesario, respetando la pauta anterior.</p> <p>Incluir en la planificación, por ejemplo, la preparación de los medios que estime necesarios para la comercialización tales como, piso piloto, documentos comerciales, selección del equipo de vendedores y, en su caso, contratación de agencias comercializadoras, definición de la campaña de publicidad, contratación de la agencia publicitaria y contratación de la caseta de ventas, inicio y fin previstos de la actividad de ventas, seguimiento de los vendedores y de las ventas, retirada de la caseta de ventas.</p>		Plan de calidad de la promoción PCP	
		D. Comercial	Revisar la planificación de la comercialización de la promoción.	Respecto a las actividades que sean responsabilidad de su Departamento.		Plan de comercialización	Plan de comercialización PC02-F01-YY/BB
		Delegado	Aprobar la planificación de la comercialización.				
		Jefe de ventas	Archivar el Plan de comercialización				

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
<ul style="list-style-type: none"> Calidades descritas en el programa de necesidades y en P. Básico 	<p>2 Definir las calidades y los precios de las unidades de venta</p>	Delegado D. Comercial D. Proyectos D. Técnico	Definir los acabados que sean necesarios para poder elaborar la memoria de calidades.	Tomar como referencia las calidades descritas en el programa de necesidades y en el P. Básico.	<ul style="list-style-type: none"> Memoria de calidades Rbles. Designados del Dpto. Comercial y del Dpto. Técnico. 	Memoria de calidades PC02-F02-YY/BB
			Enviar a los Rbles. Designados del Dpto. Comercial y del Dpto. Técnico.	Cumplimentar el formato PC02-F02-YY/BB		
<ul style="list-style-type: none"> Memoria de calidades Jefe de ventas 		Rble. Dpto. Comercial Rble.Dpto. Técnico	Revisar la memoria de calidades propuesta para asegurar, por una parte (en la parte técnica) su conformidad con el proyecto básico de la promoción, y, por otra parte (comercial) con las necesidades comerciales de la promoción.	En caso de detectar errores o deficiencias se las comunica al Jefe de ventas para su corrección. En caso de resultar satisfactoria la revisión efectuada, firmar e indicar la fecha de la revisión. En caso de diferencia de criterios, la decisión final la toma el Delegado.		
			Jefe de ventas	Enviar al Delegado		<ul style="list-style-type: none"> Memoria de calidades revisada: Delegado
<ul style="list-style-type: none"> Memoria de calidades revisada D. Comercial 		Delegado + D. Comercial	Aprobar la memoria de calidades, previo intercambio de opiniones Con D. Comercial, D. Técnico y D. Proyectos, y D. Marketing (cuando proceda).		<ul style="list-style-type: none"> Memoria de calidades aprobada 	Memoria de calidades PC02-F02-YY/BB
			Enviar copia de la memoria de calidades al D. Comercial y Jefe de ventas.	Son copias controladas según lo descrito en el procedimiento de Gestión de la documentación	<ul style="list-style-type: none"> Memoria de calidades (cc) D. Comercial y Jefe de ventas 	Procedimiento de gestión de la documentación PCMA02
		Jefe de ventas	Archivar la Memoria de calidades			

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA		
<ul style="list-style-type: none"> Estudios de mercado Cuadro de superficies Planos comerciales 	<p>2 Definir las calidades y los precios de las unidades de venta (continuación)</p>	Delegado/ D. Comercial	Elaborar el listado de tarifas aplicables a la promoción.	<p>Teniendo en cuenta los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> estudios de mercado, en caso de existir. conocimiento propio de la zona. cuadro de superficies (P. Básico). planos comerciales de cada unidad de venta. <p>Cumplimentar el formato PC02-F03-YY/BB</p>	<ul style="list-style-type: none"> Listado de tarifas revisado Delegado 	Listado de tarifas PC02-F03-YY/BB		
		D. Comercial	Revisar y consensuar con el Jefe de ventas/Delegado, en su caso, el listado de tarifas aplicable a la promoción.	En caso de diferencia de criterios, la decisión final la toma el Delegado.				
		Jefe de ventas	Enviar al Delegado el Listado de tarifas revisado.			<ul style="list-style-type: none"> Listado de tarifas revisado Delegado 		
		<ul style="list-style-type: none"> Listado de tarifas revisado Jefe de ventas 	Delegado	Aprobar el listado de tarifas.		Son copias controladas según lo descrito en el procedimiento de Gestión de la Documentación	<ul style="list-style-type: none"> Listado de tarifas aprobado (cc). D. Comercial Jefe de ventas 	Procedimiento General de Gestión de la documentación PCMA02
				Enviar copia del Listado de tarifas al D. comercial y Jefe de ventas				
	Jefe de ventas	Archivar el Listado de tarifas						
	<p>3 Preparar los medios necesarios para la venta de la promoción</p>	Rbles. de la realización, de las actividades previstas, que se establecen en el Plan de comercialización	Realizar las actividades asignadas y que se describen a continuación.					

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA	
	3 Preparar los medios necesarios para la venta de la promoción (continuación)	D. Marketing	Definir y comunicar los diseños de imagen corporativos que se deben aplicar en las actividades de comercialización de las promociones				
		D. Comercial + Delegación	Elegir el Logo/Nombre/Eje de comunicación de la promoción	En consonancia con los diseños de imagen corporativos.			
		D. Marketing	Supervisar y dar el visto bueno a los diseños e imagen de los soportes de comunicación de la promoción.				
		Delegación	Elaborar la documentación comercial necesaria para la comercialización de la promoción: Elaboración de la documentación que contiene la Carpeta comercial : • Memoria de calidades comercial	La documentación comercial de la promoción se elabora según la IT: "Directrices para la elaboración de la documentación comercial de promociones"		IT:"Directrices para la elaboración de la documentación comercial de promociones"	
		Jefe Ventas + Rble. Técnico Delegación	Definir las partidas y las calidades que se presentarán en la memoria calidades comercial.	En función de las calidades identificadas en la definición del producto, estudios de mercado disponibles o realizados y de las calidades descritas en el proyecto vigente (Básico o Ejecución).			
		D. Comercial	Revisar la memoria de calidades propuesta por Jefe Ventas y Rble. Técnico.	En caso de diferencia de opiniones, la decisión final la toma el Delegado.			
		Delegado	Aprobar la memoria de calidades comercial.			• Memoria de calidades comercial	

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	3 Preparar los medios necesarios para la venta de la promoción (continuación)		<ul style="list-style-type: none"> Planos comerciales: 			
		Jefe Ventas + Rble. Técnico Delegación	Definir los aspectos necesarios para realizar los planos comerciales de la promoción, que serán: plano perspectiva, plano ubicación general de la unidad de venta, plano de la vivienda.	Según las directrices de IT: "Directrices para la elaboración de la documentación comercial de promociones"		
		Delegado	Aprobar la propuesta de los planos comerciales.		<ul style="list-style-type: none"> Planos comerciales (PC02-DC03/YY) 	Planos comerciales (PC02-DC03/YY)
		Delegación	Coordinar con el estudio de arquitectura la realización de los planos comerciales Recibir los planos comerciales y asegurar su concordancia con el proyecto vigente.			
			<ul style="list-style-type: none"> Forma de pago: 			
		Delegado	Determinar la forma de pago. Aprobar la forma de pago		<ul style="list-style-type: none"> Forma de pago de la promoción 	
			<ul style="list-style-type: none"> Otros medios comerciales: 			
		Jefe de Ventas + D. Comercial	Proponer otros medios comerciales que considere necesarios para la comercialización de la promoción. Dichos medios pueden ser: vallas publicitarias, trípticos, buzoneo, prensa, TV, etc.		<ul style="list-style-type: none"> Otros medios comerciales (PC02-DC04/YY) 	Otros documentos/medios comerciales contractuales (PC02-DC04/YY)
		D. Marketing	Revisar y dar el visto bueno a los diseños propuestos.			
		Delegado	Aprobar, o, en su caso rechazar, los medios propuestos.			

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	3 Preparar los medios necesarios para la venta de la promoción (continuación)	Delegación	Elaborar la documentación contractual de la promoción . Dicha documentación son los contratos tipo de reserva y compraventa.		<ul style="list-style-type: none"> Modelos de contrato tipo de la promoción 	Modelo contrato tipo reserva PC02-DC01/YY Modelo contrato tipo compra venta PC02-DC02/YY
		Rble. asesoría Jurídica + Delegado	Elaborar los contratos tipo aplicables en la organización.	Dichos contratos forman parte de la documentación corporativa de la organización y han sido revisados por D. Comercial, D. Promociones, D. Financiero, D. Asesoría Jurídica y aprobados por el Comité de Dirección.		
			Particularizar los modelos de contrato tipo a cada promoción.	En los campos variables para cumplimentar con los datos de cada promoción.		
			Revisar y aprobar los modelos de contrato para cada promoción.			
			Enviar los modelos de contrato de la promoción al Jefe de Admón. de la Delegación.			
		Jefe de Admón. de la Delegación	Dar de alta en Prinex los modelos de contrato de la promoción.			
			Seleccionar la agencia comercializadora de la promoción	Proveedor homologado según lo descrito en el procedimiento de gestión de suministros.		
		Jefe de ventas	Proponer la agencia comercializadora para la promoción.			
		D. Comercial	Asesorar sobre la selección de la agencia comercializadora.	En función de la visión global que el D. Comercial tiene de la agencia seleccionada, por los resultados obtenidos en acciones anteriores y para evitar elevadas cargas de trabajo en la misma agencia y evitar concentraciones de riesgo.		

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA	
	3 Preparar los medios necesarios para la venta de la promoción (continuación)	Delegado	Decidir y aprobar la selección de la agencia comercializadora.		Agencia comercializadora de la promoción		
		D. Comercial	Elaborar el contrato de la agencia comercializadora.	Modelo de contrato tipo para contratación de agencias comercializadoras.			
		D. Comercial + Delegado	Firmar el contrato con la agencia comercializadora.				
				Seleccionar la agencia de publicidad.	Proveedor homologado según lo descrito en el procedimiento de gestión de suministros.		
			Jefe de ventas + D. comercial	Analizar cual es la agencia de publicidad más adecuada para la promoción.		Agencia de publicidad de la promoción	
			Delegado	Decidir y aprobar la selección de la agencia de publicidad.			
			D. Comercial	Elaborar el contrato de la agencia de publicidad.	Modelo de contrato tipo para contratación de agencias de publicidad.		
			D. Comercial + Delegado	Firmar el contrato con la agencia de publicidad.			
			D. Marketing	Asegurar que todas las acciones realizadas por la agencia de publicidad satisfacen los criterios corporativos definidos para las mismas.			
				Seleccionar la entidad financiera.			
			Delegado + D. Financiero	Estudiar la necesidad de financiación de la promoción, la forma más operativa y la entidad más adecuada.			
			Delegado	Informar al D. Financiero de los resultados de la actividad anterior.	Si es posible, un mes antes del inicio de la venta de la promoción.	Entidad financiera y condiciones de la misma	
			D. Financiero	Realizar las actividades necesarias para la gestión de la entidad financiera e informar al Delegado de los resultados de las mismas.			

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	3 Preparar los medios necesarios para la venta de la promoción (continuación)		Gestionar la implantación de la oficina de ventas .	La oficina de ventas es corporativa y existe un único proveedor (proveedor homologado según lo descrito en el procedimiento general de gestión de suministros).		
		Jefe de Ventas	Seleccionar el modelo de oficina de ventas necesario para la promoción.	En función del volumen de ventas de la promoción y de la configuración física del solar.	<ul style="list-style-type: none"> Oficina de ventas y mobiliario 	
			Informar al D. Comercial (SSCC) de la necesidad de la oficina de ventas.	En caso de ser posible, dos meses antes del inicio de las ventas.		
		Rble. Dpto. Comercial SSCC	Notificar al proveedor la necesidad de la oficina de ventas. Solicitar presupuesto y plazo de entrega.			
			Identificar las necesidades de mobiliario para la oficina de ventas y solicitar al proveedor presupuesto y plazo de entrega.			
			Enviar al D. Comercial y Delegado ambos presupuestos y los plazos de entrega previstos.			
		Delegado + D. Comercial	Aprobar y firmar los presupuestos y contratar la oficina de ventas y el mobiliario.			
		Jefe de Ventas	Informar al Rble. técnico de la Delegación de, en su caso, la necesidad de construir la plataforma para colocar la oficina de ventas.			
	Jefe de Ventas + Rble. Técnico Delegación	Supervisar la construcción de la plataforma para la colocación de la oficina de ventas.				

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	3 Preparar los medios necesarios para la venta de la promoción (continuación)	Jefe de Ventas	Realizar la formación necesaria a los vendedores de la agencia comercializadora.	<p>En función de los criterios descritos en la IT: "Manual de la actividad comercial inmobiliaria", en lo referente a "Cursillo inicial a vendedores".</p> <p>Los aspectos generales que se presentan en dicho cursillo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de la empresa - Conocimiento de la promoción y otras promociones de Realia Business - Conocimiento de la competencia - Fórmula de pago y condiciones de financiación - Plazo entrega de viviendas - Modelos de contratos tipo 		"Manual de la actividad comercial inmobiliaria" "Cursillo inicial a vendedores"
	4 Realizar las actividades de venta	Jefe de Ventas	Explicar a los vendedores el protocolo de información a la organización de las llamadas y visitas realizadas por los clientes a la promoción.			
Vendedores		Atender a los clientes según las directrices de la organización.	Entregar a los clientes la documentación comercial: Carpeta comercial.			
		Cumplimentar los partes de las visitas realizadas.	Cada agencia comercializadora lo realiza en el formato que le parezca oportuno.			
		Informar, semanalmente, a la organización, de las llamadas y visitas realizadas por los clientes.	Cumplimentar el Parte semanal de llamadas y visitas de Realia Business, formato PC02-F04-YY/BB	<ul style="list-style-type: none"> • Parte semanal de llamadas y visitas. 	Parte semanal de llamadas y visitas. PC02-F04-YY/BB	
			Enviar semanalmente el parte semanal de llamadas y visitas al Jefe de Ventas.		Jefe de ventas	

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	4 Realizar las actividades de venta (continuación)	Jefe de ventas	Enviar al Rble. Dpto. Comercial copia de los partes semanales de llamadas y visitas de los clientes. Archivar los partes semanales de llamadas y visitas.			
		Rble. Medios del Dpto. Comercial SSCC	Realizar seguimiento mensual de los medios.	Cumplimentar, mensualmente, el Informe de seguimiento mensual de medios, formato SGC-PG04-AAF05-YY		Informe seguimiento mensual de medios PC02-F05-YY/BB
		Vendedores	Si el cliente está interesado se realiza un contrato de reserva y solicitan la firma de los clientes.	Se utilizan los modelos normalizados y particularizados para la promoción elaborados en el la actividad 3.		Modelo contrato tipo reserva PC02-DC01/YY Particularizado para la promoción
			Recibir el dinero entregado por los clientes. Entregar al Jefe de ventas el contrato de reserva y el dinero recibido.			
		Jefe de ventas	Recibir y custodiar el dinero y el contrato, comprobando que la finca a la que se refiere está libre, que el precio es conforme a lo establecido y que los datos que figuran en el contrato son correctos.			
			Enviar el contrato original a Administración de la Delegación.			

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	4 Realizar las actividades de venta (continuación)	Rble. Administración	Actualizar la base de datos de clientes con los datos identificativos y la finca adquirida.			
		Rble. Administración Delegación	Elaborar los contratos de compraventa de cada cliente.	Se utilizan los modelos normalizados y particularizados para la promoción elaborados en el la actividad 3. De acuerdo al plazo establecido y a las condiciones específicas que se definen en el contrato de reserva.		Modelo contrato tipo compra venta PC02-DC02/YY Particularizado para la promoción
			Enviar el contrato de compraventa al Jefe de Ventas.			
		Jefe de ventas	Efectuar la revisión del contrato comprobando que todos los datos del contrato son correctos. Citar a los clientes.	En caso de detectar algún error comunicárselo al Rble.. Administración para que lo modifique.		
		Jefe de ventas o persona autorizada	Firmar el contrato de compraventa con el cliente.			
		Jefe de ventas	Recibir y custodiar el dinero entregado por los clientes. Enviar el original del contrato a Administración de la Delegación.	Los contratos firmados por la organización y por los clientes suponen registros de este procedimiento.		Contratos de compraventa firmados PC02-DC02/YY
		Admón. Delegación	Archivar los contratos de compraventa Actualizar la base de datos de clientes con los datos identificativos y la finca adquirida.			
		Administrac. de la Delegación	Gestión administrativo-financiera de la operación.			
		Asesoría Jurídica	En caso necesario, asesorar en la redacción del contrato de compraventa en el caso de ser diferente del modelo tipo.	Informar al Delegado y Jefe de ventas de la viabilidad de las modificaciones solicitadas por el cliente.		

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
		Jefe de ventas	<p>En caso de que el cliente quiera proceder a la anulación de un contrato (reserva o compraventa) recabar las razones y la intención de anular el contrato en un documento escrito y firmado por el cliente.</p> <p>Proponer al Delegado la forma de resolver la anulación.</p>			
		Delegado	<p>Aprobar o rechazar la propuesta del Jefe de ventas y, en caso necesario, recabar información de Asesoría jurídica y D. Comercial.</p> <p>Informar al Jefe de ventas de la resolución propuesta.</p>			
		Jefe de ventas	<p>Informar al cliente de la resolución aprobada y recabar la aceptación o rechazo del mismo.</p> <p>En caso de que se apruebe la anulación del contrato elaborar dos copias del documento de anulación y recabar las firmas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Delegado . Cliente <p>Entregar un original al cliente.</p> <p>Enviar un original del documento de anulación a Administración de la Delegación.</p> <p>Actualizar la base de datos y asegurar la disponibilidad de la unidad de venta anulada.</p>			

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	4 Realizar las actividades de venta (continuación)	Jefe de ventas	Realizar seguimiento de los vendedores.	Reunión, al menos, mensual con los vendedores analizando y revisando los partes de visitas y las reservas mensuales.		
	5 Realizar seguimiento de la planificación y cierre de la comercialización	D. Comercial + Delegado	Realizar el seguimiento de la acción de ventas a través de los Partes semanales de llamadas y visitas, Informes de comercialización, y de los datos que el Jefe de ventas considere necesario aportar.			
Jefe de ventas		Actualizar, al menos, mensualmente el Plan de comercialización.				
		Informar al Delegado del desarrollo del Plan de comercialización y del grado de cumplimiento del mismo y, en caso de detectarse desviaciones respecto a los objetivos de fechas establecidos, proponer las acciones de resolución necesarias para corregir las mismas.				
			Informar al Delegado sobre los documentos comerciales que se hayan generado en el último periodo y de la necesidad de realizar cambios en los existentes.			

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	<p>5 Realizar seguimiento de la planificación y cierre de la comercialización (continuación)</p>	Delegado	Aprobar o rechazar las propuestas realizadas por el Jefe de ventas y, en caso de que dichas decisiones supongan una modificación del PCP, actualizar el mismo en las partes que se considere necesario (objetivos de calidad, planificación, plan de control, documentación externa y modificaciones a documentos).	<p>Si es necesario realizar esta actividad a la validación del Proyecto de Ejecución.</p> <p>En caso de que las modificaciones supongan cambios en la documentación contractual entregada a los clientes y que forma parte del contrato se deberá enviar una carta a los clientes que hayan firmado los contratos de compra venta comunicándoles los cambios y la necesidad de recabar su conformidad con la firma de los documentos que sean necesarios.</p> <p>En caso de que las modificaciones supongan cambios en la documentación comercial asegurar su cambio en las casetas de ventas, comunicárselo a los clientes con contrato de arras y dejar constancia de ello.</p>		
Responsables designados en el PCP de la promoción.		Revisar la documentación/medios comerciales contractuales y los planos comerciales contractuales una vez obtenida la Licencia para identificar posibles discrepancias en los mismos respecto a los elaborados anteriormente según el Proyecto Básico.	Realizar las modificaciones necesarias en los mimos para asegurar la adecuación de Memoria de calidades comercial, documentación/medios comerciales contractuales y planos comerciales contractuales al proyecto actual.			
Delegado		Actualizar el PCP, (documentos aplicables al desarrollo de la promoción) con las versiones actuales.				

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	5 Realizar seguimiento de la planificación y cierre de la comercialización (continuación)	Jefe de ventas	Realizar seguimiento de las ventas y analizar si procede realizar una revisión de las tarifas aplicables a la promoción.	En función del presupuesto/ritmo de ventas.		
			En caso necesario, solicitar asesoramiento del D. Comercial para revisar las tarifas aplicables a la promoción.			
			Proponer al Delegado las nuevas tarifas..			
		Delegado	Aprobar, si procede, las nuevas tarifas aplicables a la promoción.			
		Jefe de Ventas	Actualizar el Listado de tarifas, aumentando en un dígito la edición del documento.			
		Delegado	Firmar el listado de tarifas actualizado.			<ul style="list-style-type: none"> Listado de tarifas actualizado aprobado. D. Comercial y Jefe de ventas
			Enviar copia del Listado de tarifas al D. comercial y Jefe de ventas.	Son copias controladas según lo descrito en el procedimiento de Elaboración y control de la documentación.		
			Actualizar el PCP de la promoción (Documentos aplicables al desarrollo de la promoción).			
	Jefe de Ventas	Archivar el Listado de tarifas actualizado.				

ENTRADA: FACILITADOR	ACTIVIDAD	PROCESADOR	FUNCIONES	PAUTAS A SEGUIR	SALIDA: CLIENTE	DOCUMENTO DE REFERENCIA
	5 Realizar seguimiento de la planificación y cierre de la comercialización (continuación)	Jefe de ventas	Proponer la retirada de la caseta de ventas y la eliminación de otros medios comerciales previa notificación al Delegado par que éste se lo notifique al D. Comercial.	Criterio flexible dependiendo de las circunstancias que concurran en cada promoción.		
Delegado		Aprobar la retirada de la caseta de ventas y la eliminación de otros medios comerciales.				
		Realizar la División horizontal de la promoción, asesorado por el D. Comercial para que se utilicen criterios unificados en todas las promociones.	Esta actividad se puede realizar anteriormente en el tiempo, pero es imprescindible realizarla antes de iniciar el proceso de escrituración y entrega.			

7.- REGISTROS Y ARCHIVO.

La responsabilidad del archivo y periodo de conservación de los registros de este procedimiento se describe en la tabla 1.

REGISTRO	FORMATO APLICABLE	MODO DE CODIFIC. (BB)	RESPONSABLE DE ARCHIVO	PERIODO DE CONSERVACIÓN
Plan de comercialización	PC02-F01-YY/BB	Fecha de elaboración	Jefe de Ventas	3 años
Memoria de calidades	PC02-F02-YY/BB	Nombre promoción/ fecha elaboración	Delegación	5 años
Listado de Tarifas	PC02-F03-YY/BB	Nombre promoción/ fecha entrada en vigor	Jefe de Ventas	5 años
Parte semanal de llamadas/visitas	PC02-F04-YY/BB	Nombre promoción/ semana-mes-año	Jefe de Ventas	3 años
Informe de seguimiento mensual de medios	PC02-F05-YY/BB	Nombre promoción/ mes-año	Rble. Medios Dpto. Comercial SSCC	3 años

Tabla 1: RESPONSABILIDAD DE ARCHIVO Y PERIODO DE CONSERVACIÓN DE LOS REGISTROS DEL PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN.

- **Documentos internos y externos:**

La responsabilidad del archivo y periodo de conservación de los documentos, internos y externos de **REALIA BUSINESS**, que afectan a este procedimiento se describen en la tabla 2.

DOCUMENTO	CÓDIGO	RESPONSABLE DE ARCHIVO	PERIODO DE CONSERVACIÓN
Modelo tipo Contratos de reserva	PC02-DC01/YY	D. Comercial	Legislación
Modelo tipo Contratos de compra- venta	PC02-DC02/YY	D. Comercial	Legislación
Planos comerciales (contractuales)	PC02-DC03/YY	Delegación	5 años
Otros documentos/medios comerciales contractuales	PC02-DC04/YY	Delegación	5 años

Tabla 2: RESPONSABILIDAD DE ARCHIVO Y PERIODO DE CONSERVACIÓN DE LOS DOCUMENTOS QUE AFECTAN AL PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN.