



**POLITICA DE VENTAS PARA USUARIOS
RESIDENCIALES Y COMERCIALES**

CODIGO: INST – 1304

PAGINA: 1 DE 9

**HOJA DE CONTROL Y REVISIÓN
DE DOCUMENTOS**

DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	ELABORÓ	FECHA DE APROBACIÓN	No DE EDICIÓN
EMISIÓN INICIAL	E. RIOS	MARZO/10	01
ELIMINAR LAS ACTIVIDADES DONDE SE DETALLAN COMO SE DEBE DILIGENCIAREL REG 1311.	E. RIOS	SEPTIEMBRE/10	02
SE CAMBIA EL NOMBRE DEL INST DE POLITICA DE OTORGAMIENTO DE CREDITOS POR POLITICA DE VENTAS PARA USUARIOS RESIDENCIALES Y COMERCIALES. INCLUSION DE TABLA DE PROMESA DE VENTAS, OBJETO, POLITICA DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS PARA VENTAS DE INSTALACIÓN INTERNAS, CODIGO DE BUENA CONDUCTA Y PROMESA DE VENTA.	Y. RAMIREZ	OCTUBRE/12	03

LISTA DE APROBACIÓN

Vo.Bo.:
DIRECTOR DE VENTAS

REVISADO:
JEFE DE HSEQ

APROBADO:
**PRESIDENCIA Y/O REPRESENTANTE DE
LA DIRECCIÓN**



POLITICA DE VENTAS PARA USUARIOS RESIDENCIALES Y COMERCIALES

CODIGO: INST – 1304

PAGINA: 2 DE 9

Objeto: El presente documento tiene por objeto establecer los lineamientos de la política de ventas de Alcanos de Colombia S.A. ESP, la cual deberá ser respetada y aplicada por todos sus empleados en ejercicio de sus funciones. La política de ventas comprende los siguientes aspectos:

- Política de Otorgamiento de créditos para venta de instalaciones internas
- Documentos requeridos para la puesta en servicio a usuarios con venta únicamente de acometida y medidor.
- Código de Buena Conducta (Anexo A)
- Promesa de Venta

Esta política de ventas deberá ubicarse en un lugar visible de la compañía, y así mismo en la página web de forma tal que sea de fácil acceso por parte de cualquier persona y de los empleados.

Normatividad aplicable

- Ley 142 de 1994 Artículo 97. Masificación del uso de los servicios públicos domiciliario. Con el propósito de incentivar la masificación de estos servicios, las empresas prestatarias de los mismos otorgaran plazos para amortizar los cargos de la conexión domiciliaria, incluyendo la acometida y el medidor, los cuales serán obligatorios para los estratos 1, 2, 3,
- El capítulo 3 del Título II de la circular única de la SIC.
- Código de Comercio.
- Ley 256 de 1996
- Ley 155 de 1959
- Decreto 2153 de 1992
- Ley 1340 de 2009

La política de ventas contiene los siguientes aspectos principales a saber:

- Política de Otorgamiento de créditos para venta de instalaciones internas
- Documentos requeridos para la puesta en servicio a usuarios con venta únicamente de acometida y medidor.
- Código de Buena Conducta (Anexo A)
- Promesa de Venta (Anexo B)
- El PRO 1301 que establece el procedimiento de venta de instalaciones para gas (internas y/o acometidas)



POLITICA DE VENTAS PARA USUARIOS RESIDENCIALES Y COMERCIALES

CODIGO: INST – 1304

PAGINA: 3 DE 9

I. Política de otorgamiento de créditos para la venta de Instalaciones Internas

Objetivo: Establecer las directrices que permitan a la Dirección de ventas ofrecer a sus clientes las instalaciones para gas natural de tal forma que disminuya el riesgo de suscribir contratos con personas con dificultades financieras, permitiendo así mantener una cartera sana y confiable.

Objetivo del proceso:

Establecer las actividades o requisitos que se deben tener en cuenta en el proceso de venta para el otorgamiento de créditos.

Preliminares:

El Asesor Comercial debe revisar in situ la capacidad de pago del comprador del servicio, solicitándole al usuario copia de la última factura del servicio público de energía o del agua.

Si uno de los recibos de servicio público está vencido, solicita el recibo del mes anterior, para confirmar si este estaba al día y su mora no fue intencional y el cliente explique el motivo de su atraso.

En el caso que los dos recibos públicos (energía o agua) estén vencidos, el asesor comercial deberá informar al coordinador de ventas para que éste corrobore la información, determine y dé visto bueno en el físico de la factura de venta REG 1303, antes de que esta sea suscrita por el cliente, para continuar con el proceso de la venta.

La persona responsable de otorgar los créditos será el asesor comercial. Cuando sea un cliente para uso comercial, el crédito será autorizado por parte del jefe/ coordinador de ventas en el REG - 1310 (solicitud de visita técnica) del centro operativo correspondiente.

A través de los documentos para legalizar la venta, se solicitara autorización del deudor, para obtener y reportar a cualquier base de datos e información financiera, relativas al deudor, a sus hábitos de pago, manejo de cuentas bancarias o de otros tipos y todo lo concerniente a verificar o informar el cumplimiento de las obligaciones contraídas con la compañía.

Nota 1: El crédito otorgado para el pago del cargo por conexión al servicio público e instalación del gas natural, solo será otorgado al propietario del inmueble y/o poseedor regular. En el caso de que una persona diferente al propietario del inmueble solicite el crédito, este se realizará de acuerdo a lo establecido en el PRO 1301 (que establece el procedimiento de venta de instalaciones para gas (acometidas y/o internas), en la Operación 3, evento en el cual el usuario potencial deberá entregar un oficio firmado y autenticado por el propietario, junto con la fotocopia de la cedula de quien concede la autorización con el fin de dar trámite a la solicitud. En el evento en que el suscriptor potencial sea el poseedor regular o la venta no se haya registrado en el certificado de libertad y tradición del inmueble se podrán entregar como soporte para la venta cualquiera de los documentos indicados en este procedimiento

De igual forma para la venta de instalaciones de uso comercial, si el inmueble no es propio, debe solicitar carta, donde el propietario del inmueble y/o poseedor Regular autorice acceder al servicio del gas natural, especificando el responsable del pago de la deuda.

Se debe cumplir a cabalidad con el PRO – 1301 Venta de instalaciones para gas (acometidas y/o instalaciones internas).

La posesión regular se demostrará con una certificación extra juicio en la que se declare que posee el bien inmueble de manera quieta pacifica e ininterrumpida por más de 5 años, sin violencia ni clandestinidad y que no reconoce dominio ajeno.



POLITICA DE VENTAS PARA USUARIOS RESIDENCIALES Y COMERCIALES

CODIGO: INST – 1304

PAGINA: 4 DE 9

El coordinador/ auxiliar de ventas / asesor comercial debe cumplir a cabalidad con las actividades descritas en el código de **buena conducta (ver anexo A)** para la ventas de instalaciones de redes internas y derechos de conexión para el suministro de gas natural domiciliario.

Antes de finalizar la venta el asesor explicara al cliente que una vez facturado y construido su derecho de conexión e instalación interna, dependiendo del ciclo de facturación, se le generara la factura de cobro aun si esta no está certificada.

Plazos de financiación de la deuda con relación a la conexión del servicio: Se realizara teniendo en cuenta el tipo de cliente así:

Residencial (Completa o derecho de conexión): hasta 60 meses.

Comercial: hasta 36 meses cancela cuota inicial el 15%

Proyectos especiales (constructoras): Será establecido por la compañía, dependiendo del valor y el tiempo de construcción de la obra.

Documentos requeridos para la puesta en servicio a usuarios con venta únicamente de acometida y medidor:

Para la venta de la conexión al servicio público de gas natural, la empresa solicitará al suscriptor los documentos descritos en la Resolución SIC 14471 del 2002 (REG 1323) o la que lo modifique y en especial los que se relacionan a continuación:

Planos Isométricos

Memorias técnicas en original

Certificado de competencia laboral

Certificado de materiales

Fotocopia de la cedula

Escritura y/o certificado de libertad y tradición

Fotocopia de un recibo de servicio público (agua o energía).

Fotocopia del registro SIC del constructor el cual deberá estar registrado previamente como firma instaladores ante Alcanos de Colombia

Una vez registrado en el FCR de la empresa este requisito se entenderá surtido mientras se encuentre vigente el registro ante la SIC.

De igual forma se le debe indicar al potencial suscriptor que la instalación solo será puesta en servicio una vez sea certificada por el organismo de inspección, conforme al Procedimiento que este establezca.

Una vez inscrito en el FCR de la empresa, este requisito se entenderá surtido mientras permanezca registrado y hasta tanto se encuentre vigente el registro ante la SIC.



POLITICA DE VENTAS PARA USUARIOS RESIDENCIALES Y COMERCIALES

CODIGO: INST – 1304

PAGINA: 5 DE 9

PROCEDIMIENTO

1. Información personal del afiliado:

El asesor comercial / Auxiliar de ventas, debe consignar en la factura de ventas (REG 1303), la información requerida, especificando claramente el número de matrícula y/o certificado de libertad (su vigencia no debe ser superior a tres meses) o si posee la carta de compra venta autentica (supeditada a la autorización del coordinador de ventas); nombre, número de cedula, teléfono fijo y en lo posible móvil.

2. Verificación de información: El auxiliar de ventas a primera hora del día hábil siguiente al que fue gravada la venta, de forma aleatoria, debe confirmar los datos entregados por el asesor comercial, de un 10% del total de las ventas que ingresan en el día. Si alguno de los datos no puede ser confirmado por el auxiliar de ventas, este deberá informar al coordinador de ventas para que avale la información y programe la construcción de la instalación. Si el coordinador de ventas evidencia que la información no es correcta se procederá a realizar la anulación de la venta, dejando constancia expresa en el formato que se establezca para el efecto, las razones o motivos que llevaron a tomar tal decisión.

3. Promesa de venta: el coordinador de ventas, asesor comercial, auxiliar de ventas, debe informa de manera clara la promesa de venta para la construcción de la instalación de acuerdo a lo establecido en la tabla No. 1 (**ver anexo b**), esta será registrada en el REG 1303 (Factura de venta) debidamente firmada por el suscriptor.

4. Documentación: Los documentos de la venta como recibos públicos (agua o luz) o certificado de estratificación este ultimo en el caso de inmuebles nuevos, quedan como parte de los requisitos que debe cumplir una venta para su aceptación y control de documentos dentro del procedimiento de ventas establecido por la compañía. Para los recibos públicos su vigencia no debe ser mayor a 6 meses y el de los certificados de estratificación no debe superior a un año.

En la venta de las instalaciones para uso comercial el asesor comercial debe diligenciar el pagare y solicitar la firma del usuario y huella. Para el caso de las ventas de derecho de conexión el asesor comercial, debe socializar y dejar por escrito constancia de cuáles son los documentos que deben entregar para la venta.

Ventas Especiales: Son ventas especiales aquellas instalaciones que requieran de una transición superior a 25 mts. Estas serán evaluadas conforme a la tabla de precios unitarios establecida anualmente por la compañía.



**ANEXO A
CODIGO DE BUENA CONDUCTA**

Todos los vendedores de **ALCANOS** deberán abstenerse de incurrir, promover, autorizar, instigar o tolerar la realización de prácticas restrictivas de la competencia, así como deberán abstenerse de incurrir en conductas constitutivas de competencia desleal.

Las conductas establecidas como de Competencia Desleal están descritas en la Ley 256 de 1996, y su objetivo principal es garantizar la libre y leal competencia a través de la prohibición de conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participan en el mercado.

A la luz de lo anterior, los vendedores de **ALCANOS** deben abstenerse de formular indicaciones, aseveraciones, conceptos u opiniones engañosas, falsas, que no correspondan a la realidad, o que en todo caso no pueda comprobarse mediante la verificación de factores objetivos en el mercado, sobre los competidores de **ALCANOS**, y/o sus productos o servicios, en el mercado de la construcción de instalaciones internas para el suministro de gas natural domiciliario.

En particular el personal del área de ventas de **ALCANOS** debe abstenerse realizar las siguientes conductas:

1. Actos de Engaño, Descrédito y Confusión

Los vendedores deben abstenerse de realizar afirmaciones falsas o incorrectas sobre la actividad, los productos o establecimientos ajenos.

La ley de Competencia Desleal, considera que cuando se atenta contra la veracidad de la información, esto quiere decir cuando se utilicen indicaciones o aseveraciones falsas o incorrectas, se realiza un acto de competencia desleal.

Por *falso* se entiende como la “intención de emitir un juicio de valor que no es verdadero”¹

Por *incorrecto* se entiende como la “emisión de un juicio de valor que no es verdadero”²

No se deben generar nuevos clientes a partir de afirmaciones que induzcan al público al error y que además creen un concepto falso respecto de otros participantes en el mercado, sus productos y o servicios.

Por último los vendedores también deben abstenerse de realizar afirmaciones que omitan las verdaderas características o cualidades sobre la actividad, producto o establecimiento de un competidor.

Ejemplo: “Sr. Cliente Contrate la instalación de la red interna de gas natural domiciliario con **ALCANOS** porque es la única que posee las herramientas y calidad adecuada en los productos para prestar el servicio”.

Ejemplo “Sr. Cliente contrate la instalación de la red interna de gas natural domiciliario con **ALCANOS** porque el servicio con las demás empresas es mucho más lento y más costoso.”

Es posible generar nuevos clientes a partir de las calidades o valores agregados que posee la compañía.

Ejemplo “Sr. Cliente contrate la instalación de la red interna de gas natural domiciliario con **ALCANOS**, pues contamos con equipo humano y físico capacitado o especializado para satisfacer sus necesidades, para ello nos hemos acreditado con la Certificación ISO 9001-2008 en todos nuestros procesos de instalación y conexión de redes internas”

¹ JORGE JACKEL B. Apuntes sobre competencia desleal. En Revista Cedec II, colección seminario N°8- Editorial JAVEGRAF. 1998, pág. 57.

² JORGE JACKEL B. *Ibidem*, pág. 57.



La comparación frente a la competencia, los servicios que presten al público, y la empresa en general deben tener como base factores objetivos, que sean susceptibles de ser medidos, probados y que en todo caso correspondan a la realidad.

2. La desviación desleal de clientela.

La labor principal del área de ventas de una compañía es la consecución, mantenimiento y atención a los clientes de la misma. Sin embargo, aun cuando gran parte de la nueva clientela se obtiene desviándola de la competencia, esta actividad debe ejercerse sin acudir a mecanismos contrarios a la buena fe comercial, a las sanas costumbres mercantiles y a los usos honestos, o cualquier conducta desleal.

No se debe convencer al cliente de que contrate con la empresa realizando aseveraciones que no correspondan a la realidad y que tengan la potencialidad de desviar la clientela bajo premisas falsas.

Así mismo, los vendedores o cualquier funcionario de ALCANOS deben abstenerse de realizar conductas que puedan provocar en los clientes un error respecto del servicio que adquieren o de la sociedad que lo suministra.

Ejemplo “ALCANOS es el único constructor de instalaciones internas a quien no le rechazan nunca una instalación.”

Sí se puede convencer al cliente de que contrate con la empresa realizando aseveraciones ciertas y en relación con las calidades o condiciones para la prestación del servicio que ofrece la compañía.

Ejemplo “ALCANOS gracias a su experiencia ofrece un servicio oportuno e inmediato en caso de presentarse algún daño en la red interna; con ALCANOS hay excelentes planes de financiación para la instalación de la red interna de su domicilio”.

3. Inducción a la ruptura contractual.

Los vendedores deben abstenerse de realizar maniobras que inciten a clientes que tengan un vínculo contractual vigente con competidores en el mercado de la construcción de redes internas de gas naturales a infringir los deberes contractuales que tienen con estos, o a terminar de manera regular el contrato que han celebrado con los competidores de ALCANOS.

No se debe conseguir nuevos clientes a partir de acciones que tengan como objeto o por efecto el inducir al cliente a incumplir los acuerdos contractuales existentes con los competidores.

Ejemplo “Sr Usuario, no importa que ya haya contratado con XXXX, si contrata con nosotros la instalación de su red se hará de forma más rápida”

Es permitido hacer nuevos clientes una vez han cesado las obligaciones por parte del cliente frente al competidor o si este de manera libre y espontanea se acerca a requerir nuestros servicios.

Ejemplo “Sr. Usuario, si usted requiere realizar una modificación o ampliación en su red interna podrá contactarnos y enviaremos un equipo para que realice una valoración y cotización.”



POLITICA DE VENTAS PARA USUARIOS RESIDENCIALES Y COMERCIALES

CODIGO: INST – 1304

PAGINA: 8 DE 9

4. Crear Confusión.

Los vendedores de **ALCANOS** deben abstenerse de dar información sobre los productos o servicios de la competencia si no es cierta, real y exacta. Cabe recordar que todo vendedor debe abstenerse de dar valoraciones subjetivas tales como opiniones, conceptos o ideas respecto de la competencia, bienes, productos y o servicios.

No debe darse respuesta distinta al cliente a “no conozco esa información”, cuando el mismo cuestione o interroge sobre alguna condición en particular de la competencia, sus productos y o servicios.

Ejemplo “Sr. Cliente frente a lo que usted me pregunta de la competencia desconozco totalmente ese tipo de información, lo que sí le puedo decir es que **ALCANOS** es un compañía confiable con más de 30 años de experiencia en el mercado y puede dar completa solución a su inconveniente.”

Ahora bien respecto de las Prácticas Restrictivas de la Competencia, los vendedores de **ALCANOS**, además de observar todas normas sobre libre competencia, de forma específica deberán abstenerse de incurrir, promover, autorizar, instigar o tolerar las siguientes conductas de abuso de la posición dominante:

1. La disminución de precios por debajo de los costos cuando tengan por objeto eliminar uno varios competidores o prevenir la entrada o expansión de éstos.
2. La aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un consumidor o proveedor en situación desventajosa frente a otro consumidor o proveedor de condiciones análogas.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituyan el objeto del negocio, sin perjuicio de lo establecido por otras disposiciones
4. La venta a un comprador en condiciones diferentes de las que se ofrecen a otro comprador cuando sea con la intención de disminuir o eliminar la competencia en el mercado.
5. Vender o prestar servicios en alguna parte del territorio colombiano a un precio diferente de aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano, cuando la intención o el efecto de la práctica sea disminuir o eliminar la competencia en esa parte del país y el precio no corresponda a la estructura de costos de la transacción.
6. Obstruir o impedir a terceros, el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

La realización de cualquier conducta contraria a los principios y lineamientos establecidos en esta política serán considerados una falta grave por parte de los empleados.

Cuando se incurra en una falta se seguirán las normas contenidas en las normas laborales para efectos disciplinarios de los trabajadores.

PROMESA DE VENTA:

La promesa de venta para las instalaciones realizadas en los Municipios de Neiva, Ibagué, Florencia, Fusagasuga, Girardot, La Dorada, Rionegro y Popayán será de cinco (5) días hábiles y para las demás poblaciones será de 20 días.

Promesa de Venta Personalizada: Aplica para todos los Municipios en los que la empresa presta el servicio. Esta será fijada por el cliente,



ANEXO B

MUNICIPIO	PROMESA DE VENTA (DIAS)
FLORENCIA	5
NEIVA	5
FUSAGASUGA	5
GIRARDOT	5
IBAGUE	5
LA DORADA	5
RIONEGRO	5
POPAYAN	5
DEMAS MUNICIPIOS Y POBALCIONES	20

COPIA NO CONTROLADA