

POLÍTICA COMERCIAL

1. OBJETIVO

Establecer las condiciones comerciales entre Promotora Internacional de Partes SAS – PROPARTES SAS y los diferentes tipos de clientes de cada una de las divisiones que gestiona la compañía.

Oferta de Valor

- a) Calidad y seguridad en los productos comercializados.
- b) Prontitud en el servicio para los clientes internos y externos.
- c) Rentabilidad para Propartes y el canal de distribución.
- d) Actualización constante de referencias.
- e) Alta rotación de los productos comercializados.

2. ALCANCE

Esta política es aplicable a toda la red de clientes atendidos por el personal comercial, y almacenes y servitecas a nivel nacional de los productos comercializados actualmente y en el futuro.

3. RESPONSABLES

El Gerente General, Subgerente General, director y Jefes Comerciales, serán los responsables por la actualización y el cumplimiento de lo dispuesto en esta política.

4. RESULTADO ESPERADO

La aplicación de esta política debe asegurar que todos los clientes de los productos comercializados comprendan y apliquen la forma de trabajar con Propartes, y presenten un comportamiento adecuado que asegure su sostenibilidad y la de Propartes, de acuerdo con su capacidad de compra y su fidelidad con la compañía.

Establecer montos mínimos de compra promedio mensual, y mínimos por despacho tiene como objetivo, dar la mejor opción comercial de precios de acuerdo con el tamaño del cliente con Propartes y la importancia que este le da en su negocio.

5. DESARROLLO DEL OBJETIVO

5.1. VENTAS:

Son ventas todas aquellas transacciones en donde se intercambian los productos que la compañía comercializa por un dinero efectivamente pagado por el cliente, que involucra el retorno del costo y la utilidad esperada de los mismos. Se considera el ciclo de ventas cerrado en el momento que el dinero ha ingresado a la compañía y la cartera ha sido descargada.

5.2. PLANEACION Y GESTION DE VENTAS

5.2.1. Actividad general:

- a. Toda la Fuerza Comercial, entendida desde el Director, Jefes Comerciales, Asesores comerciales, y administradores de puntos de venta, deberán realizar actividades de planeación y gestión de clientes con el objetivo de aumentar las ventas, incrementar el recaudo de cartera, procurar la mayor rentabilidad del negocio para Propartes y mejorar la oferta de valor tanto para el cliente externo como para los accionistas de la compañía.
- b. Presentar los clientes prospectos con todos los requisitos exigidos por la empresa con el ánimo de que se conviertan en clientes activos y rentables.
- c. Actualizar la información comercial y financiera de los clientes cada año.
- d. Propartes dentro de su planeación estratégica de mercado y ventas tiene la potestad de organizar y asignar las zonas de clientes, determinar los clientes de cada Asesor comercial, la clasificación de listas de precios, políticas de descuentos, los planes de promoción y mercadeo, y en general todas las actividades que busquen una mayor sostenibilidad del negocio.

5.2.2. Las actividades cotidianas del personal comercial son:

- a. Planeación y Ejecución de visitas comerciales con frecuencia semanal y mensual. Esta planeación y ejecución incluye correrías del mes siguiente.
- b. Análisis y ejecución de ventas por referencias con clientes cada mes.
- c. Análisis y ejecución de clientes impactados por mes.
- d. Atención permanente a clientes que comercializan los productos distribuidos.
- e. Solo está permitido la venta a usuario final a través de los almacenes y servitecas propias de la empresa.
- f. Capacitaciones a clientes (Fuerzas de ventas, Clientes distribuidores, otros).
- g. Gestión y recaudo de cartera dentro del tiempo oportuno de pago, según plazos aprobados al cliente.
- h. Verificación de cartera y cupos por cliente, informando novedades que ameriten el aumento, disminución, o cancelación de este.
- i. Revisión y asesoría en la exhibición de marcas, productos y referencias.
- j. Atención de peticiones, quejas y/o reclamos de clientes.
- k. Realizar profundización comercial por cada Asesor comercial, cliente, marca, y grupos de productos.
- l. Consecución de listas de precios de la competencia que coadyuven con un mejor posicionamiento de las marcas y productos comercializados.
- m. En caso de que el Jefe Comercial y/o Asesor comercial no se encuentren visitando un cliente, es obligatorio estar en la sede principal para el caso del personal radicado en Bogotá, desarrollando análisis de cartera, de la zona para ubicar nuevos clientes, de nuevos productos, elaborando presentaciones, planeando estrategias comerciales y en general utilizando el tiempo en la búsqueda del máximo provecho para Propartes. En otras zonas del país, deben desarrollar esta actividad en la sede de la regional, o en la vivienda oficial.
- n. Acompañamiento en actividades de promoción de marca que realice el área de mercadeo.
- o. Acompañamiento en actividades de promoción de marca e impulso comercial en las sedes de los clientes a su cargo.
- p. En caso de tener mercancía en su poder y registrada en su bodega, legalizar al momento de usar dichos productos, ya sea mediante entrega como muestra u obsequio a clientes finales en eventos de

acompañamiento comercial, en el mismo periodo que las utilizó. Por ningún caso; mercancía que le sea entregada, puede permanecer en su bodega por un plazo mayor a tres (3) meses.

- q. Conservar en perfecto estado el material de marketing entregado para el acompañamiento a eventos y promoción de sus clientes.
- r. Todas las actividades comerciales, deben ser registradas en la agenda del CRM, suministrado por la empresa.

5.3. ZONIFICACION DE CLIENTES.

El País se encuentra dividido en zonas geográficas delimitadas y cada zona se encuentra a cargo del Asesor comercial que Propartes SAS determine para su atención. Lo anterior, en procura de un ejercicio comercial cada vez más eficiente, en pro de la consecución de los objetivos de la organización y unido a ello, maximizando la atención de nuestros Clientes en lo que refiere a calidad y niveles de servicio.

- a) **Estas zonas pueden ser reasignadas de acuerdo con los requerimientos de Propartes SAS.**
- b) **Las zonas definidas para el equipo de ventas (Director, Jefes, y Asesores comerciales) por Departamento y/o área de Influencia son:**

ZONAS NACIONALES MAYORISTAS:

1. Caribe Norte Autos/Motos: Guajira, Cesar
2. Caribe Centro Autos/Motos: Magdalena, Atlántico
3. Caribe Sur Autos/Motos: Bolívar, Sucre, Córdoba
4. Caribe Bicicletas: Guajira, Cesar, Magdalena, Atlántico, Bolívar, Sucre, Córdoba, y San Andrés
5. Norte Santander Autos/Motos: Norte de Santander, y Arauca
6. Santander Automotriz: Santander
7. Santander Motos: Santander
8. Santander Bicicletas: Norte de Santander, y Santander
9. Boyacá Autos/Motos: Boyacá
10. Boyacá Bicicletas: Boyacá, Casanare, y Arauca
11. Antioquia Automotriz: Antioquia y Choco
12. Antioquia Motos: Antioquia y Choco
13. Antioquia Bicicletas: Antioquia y Choco
14. Eje Cafetero Autos/Motos: Caldas, Risaralda, y Quindío
15. Eje Cafetero Bicicletas: Caldas, Risaralda, y Quindío
16. Occidente Automotriz: Valle, Cauca, Nariño, y Putumayo
17. Occidente Motos: Valle, Cauca, Nariño, y Putumayo
18. Occidente Bicicletas: Valle, Cauca, Nariño, y Putumayo
19. Tolima Autos/Motos: Tolima
20. Sur Autos/Motos: Huila, y Caquetá
21. Centro Sur Bicicletas: Tolima, Huila, Caquetá
22. Llanos Autos/Motos: Meta, Guaviare, Vichada, y Casanare
23. Llanos Bicicletas: Meta, Guaviare, y Vichada
24. Amazonas Autos/Motos: Guainía, Vaupés, y Amazonas

25. Amazonas Bicicletas:	Guainía, Vaupés, y Amazonas
26. Sabana Automotriz:	Cundinamarca (Excluye Bogotá y Soacha)
27. Sabana Motos:	Cundinamarca (Excluye Bogotá)
28. Sabana Bicicletas:	Cundinamarca (Excluye Bogotá)
29. Corporativo Autos Nacional:	Cuentas Corporativas a nivel nacional.
30. Corporativa Motos:	Cuentas Corporativas a nivel nacional.
31. Corporativa Bicicletas:	Cuentas Corporativas a nivel nacional.

ZONAS BOGOTÁ MAYORISTAS:

BICICLETAS:

1. Bogotá **Norte Bicicletas:** Desde la Calle 68 al Norte. Y Cerros Orientales hasta Límites Occidentales en toda Bogotá.
2. Bogotá **Sur Bicicletas:** Desde la Calle 68 al Sur. Y Cerros Orientales hasta Límites Occidentales en toda Bogotá.

MOTOS:

1. Bogotá **Norte - Motos:** Desde la Calle 80 hasta los límites del peaje de los andes en la autopista Norte. Y desde los cerros Orientales hasta los límites Occidentales con la sabana de Bogotá con Cota y Chía.
2. Bogotá **7 de Agosto - Motos:** Desde la calle 80 hacia al sur, hasta la calle 26. Y desde los cerros Orientales hasta los límites Occidentales con la sabana de Bogotá con Funza.
3. Bogotá **Centro - Motos:** Desde la Calle 26 hasta la Calle Primera. Y desde los cerros Orientales hasta la Av. Cra.68
4. Bogotá **Occidente - Motos:** Desde la calle 26 hasta la Calle primera. Desde la Av. Cra. 68 hasta los límites Occidentales de Bogotá con la sabana.
5. Bogotá **Sur - Motos:** Desde la Calle primera hasta la intersección con la Calle Octava, el cruce con la Avenida NQS, en el costado sur, extendiéndose hasta los límites sur de Bogotá. Desde los Cerros Orientales hasta los límites occidentales de Bogotá con Soacha.

AUTOMOTRIZ:

1. Bogotá **Norte - Oriente Automotriz:** Desde Calle 80 hasta el peaje de la autopista Norte Los Andes. Y desde los Cerros Orientales hasta la Av. Boyacá.
2. Bogotá **Centro - Oriente Automotriz:** Desde la Av. Calle 26 hacia el Norte, hasta la Calle 80. Y desde los Cerros Orientales hasta la Av. Carrera 68. No incluye la Zona del 7 de Agosto.
3. Bogotá **7 de Agosto Automotriz:** Desde la Calle 63F hasta la Calle 74. Y desde Carrera 24 hasta la Av. Carrera 30 NQS.
4. Bogotá **Norte - Occidente Automotriz:** Desde la Av. Calle 26 hacia el Norte, hasta los límites de la ciudad al Norte. Y desde la Av. 68 hasta la intersección con la Calle 80 y luego baja hasta la Av. Boyacá y hasta los límites de la ciudad al Occidente.
5. Bogotá **Sur - Oriente Automotriz:** Desde la Av. Calle 26 hacia el Sur. Y desde los Cerros Orientales hasta la Av. Carrera 68 que se une con la Av. Boyacá en la Autopista Sur.
6. Bogotá **Sur - Occidente Automotriz:** Desde la Av. Calle 26 hacia el Sur, hasta la Av. Villavicencio. Y desde la Av. Carrera 68 que se une con Av. Boyacá en la autopista Sur y se prolonga hasta encontrar la unión con la Av. Villavicencio, hasta los límites de la ciudad al Occidente.

7. Bogotá Sur – **Occidente Soacha Automotriz**: En Bogotá va desde la Av. Villavicencio que se une con la Av. Boyacá hasta los municipios de Soacha y Sibaté. Y desde los límites de la ciudad de Bogotá al Oriente hasta los límites de la ciudad al Occidente.
8. Bogotá **Premium Automotriz**: Grandes empresas ubicadas en Bogotá.
9. Bogotá **Corporativa Automotriz**: Cuentas corporativas a nivel Bogotá.

ZONAS MINORISTAS:

1. Bogotá 7 de Agosto Minorista: Almacén 7 de Agosto
2. Bogotá Prado Veraniego Minorista: Almacén Prado Veraniego
3. Bogotá Serviteca Calle 76 Minorista: Serviteca Calle 76
4. Bogotá Serviteca Calle 116 Minorista: Serviteca Calle 116
5. Medellín Serviteca Calle 44 Minorista: Serviteca Calle 44 Medellín
6. Tienda Virtual Nacional: Tienda Virtual, Market place
7. Administrativo Propartes: Servicio al cliente, Empleados Propartes

5.4. DESPACHOS

- a) Los despachos para Bogotá y Nacional de clientes con lista de precio Mayorista **A** y Mayorista **B** deben cumplir con los siguientes montos mínimos de despacho antes de IVA. De lo contrario aplica el pago de fletes de transporte.

VALOR PEDIDO MÍNIMO SIN FLETE A PRECIO MAYORISTA	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
COMPRA VALORIZADA CON CANTIDADES EXISTENTES	>= \$ 1.000.000	>= \$ 1.200.000	>= \$ 1.500.000

Para los clientes mayoristas que necesiten mercancía por valores inferiores a los mencionados, aplica flete a partir de los siguientes valores mínimos de despacho antes de IVA:

VALOR PEDIDO MÍNIMO CON FLETE A PRECIO MAYORISTA	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
COMPRA VALORIZADA CON CANTIDADES EXISTENTES	>= \$ 300.000	>= \$ 500.000	>= \$ 700.000

Para el año 2024, el flete establecido es de **\$50.000**

- b) Los despachos para Bogotá y Nacional de clientes con lista de precio Industria / Taller deben hacer pedidos efectivos antes de IVA con mercancía en bodega principal de acuerdo con la siguiente tabla:

VALOR PEDIDO MÍNIMO A PRECIO INDUSTRIA / TALLER	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
COMPRA VALORIZADA CON CANTIDADES EXISTENTES	>= \$ 300.000	>= \$ 500.000	>= \$ 700.000

Estos pedidos al estar valorizados a precio Industria / Taller no pagan flete o es flete reducido.

- c) Los pedidos nacionales que ingresen al sistema comercial antes de las 2 PM en día hábil serán despachados el mismo día y los pedidos de Bogotá que ingresen hasta las 2 pm serán despachados el día hábil siguiente.
- d) Para el caso de los despachos en backorder, es responsabilidad del Asesor comercial con la supervisión del Jefe Comercial verificar cuales deben ser despachados cuando la mercancía esté disponible en bodega. Previamente se realiza la verificación por parte del área de cartera que el cliente tenga cupo de crédito y no tenga cartera en mora.

El tiempo límite para despachar backorders es de dos (2) meses, y un (1) mes en caso de que haya actualización de listas de precios.

Los montos mínimos para despachar backorders corresponden a la siguiente tabla:

VALOR MINIMO DE BACKORDER'S	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
COMPRA VALORIZADA CON CANTIDADES EXISTENTES	>= \$ 300.000	>= \$ 500.000	>= \$ 700.000

La no aceptación y recibo del pedido en backorder por parte del cliente es responsabilidad del asesor y / o Jefe Comercial.

5.5. FACTURACION:

La facturación ocurre cuando es ingresado en el sistema el pedido de un cliente a Propartes por parte de los Asesores comerciales, administradores de punto de venta, Jefe Comercial, o Director Comercial. Y posteriormente es verificado por el sistema, si cumple con los requisitos de cupo disponible y cartera al día quedará en estado comprometido y pasará directamente a bodega para ser facturado y luego despachado; si incumpliere con los anteriores requisitos quedará en estado retenido indicando la causal.

5.6. CONDICIONES DE FACTURACION

- a) La facturación de contado aplica para aquellos clientes que pagan la mercancía de manera anticipada.
- b) Solo se considera facturación de contado cuando el medio de pago es consignación en efectivo, tarjeta débito, tarjeta crédito, pago por PSE, o transferencia electrónica, previa verificación en el área de tesorería.
- c) A un cliente con cupo de crédito que se encuentre en mora o no tenga cupo suficiente no se le aprueba el pedido y por consiguiente no se puede facturar.
- d) Es responsabilidad del Asesor comercial y / o Jefe Comercial realizar inventario mensual en aquellas bodegas de mercancía en consignación y proceder a facturar la mercancía faltante. La pérdida de mercancía enviada por el área comercial debe ser pagada por quien autorizó el envío de esta. No puede permanecer más de seis (6) meses la mercancía en poder del cliente (excepto autorización expresa de Gerencia), de lo contrario será facturada al Asesor comercial, Jefe Comercial, y / o Director Comercial.
- e) El departamento de cartera gestionará el estudio de crédito de todos los clientes, pero será responsabilidad del Asesor comercial, Jefe Comercial, y / o Director comercial, el conseguir y reunir la documentación necesaria para que este estudio pueda ser realizado por el departamento de cartera.

5.7. VENCIMIENTOS DE FACTURAS:

- a) La facturación general se expide con vencimiento a 30 días. En pedidos especiales, el Jefe Comercial puede extender este plazo hasta 15 días más. Por ningún motivo se otorga a clientes con cartera en mora.
- b) Cuando el cliente esté comprando por un valor mayor al doble de su promedio de compra mensual, el pedido se podrá cargar dividido en dos valores similares y con plazos de 30 y 60 días respectivamente. Por ningún motivo se otorga a clientes con cartera en mora.
Negociaciones especiales serán aprobados por Gerencia o subgerencia general.
- c) Los almacenes y servitecas de Propartes podrán facturar a crédito y a precio Taller a clientes mayoristas registrados en Propartes; esta venta quedará cargada en el almacén o serviteca respectiva y no al Asesor comercial que tenga asignado el cliente.
- f) No se puede facturar de contado si el cliente tiene cartera en mora.

5.8. FIJACION DE PRECIOS:

La fijación de los precios de venta es responsabilidad de la Gerencia y Subgerencia general. Es deber imperioso del Director, Jefes Comerciales y/o asesores comerciales investigar y comparar los precios de la competencia para que la empresa pueda ofrecer una óptima relación costo- beneficio en los productos que se distribuyen.

- a) Lista de precio Mayorista **A**; Esta corresponde a los precios a los que se factura a los clientes que compran de manera significativa, los cuales tienen un estudio de crédito y cupo autorizado por el área de cartera y sus compras netas mensuales antes de IVA corresponden a la siguiente tabla:

CLIENTE MAYORISTA A	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
COMPRAS NETAS MENSUALES SIN IVA	>= \$ 4.000.000	>= \$ 6.000.000	>= \$ 9.000.000

- b) Lista de precio Mayorista **B**; Esta corresponde a los precios a los que se factura a los clientes que compran valores en promedio inferiores a los clientes Mayoristas **A**, los cuales tienen un estudio de crédito y cupo autorizado por el área de cartera y sus compras netas mensuales antes de IVA corresponden a la siguiente tabla:

CLIENTE MAYORISTA B	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
COMPRAS NETAS MENSUALES SIN IVA	>= \$ 2.000.000	>= \$ 3.000.000	>= \$ 4.000.000

- c) Lista de precio Industria o Taller: Esta aplica para los clientes que **NO** compran un alto volumen y que no son considerados mayoristas, tales como, por ejemplo; servitecas, concesionarios, transportadores, constructores, industriales, etc. Y sus compras netas mensuales antes de IVA corresponden a la siguiente tabla:

CLIENTE INDUSTRIA / TALLER	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
COMPRAS NETAS MENSUALES SIN IVA	< \$ 2.000.000	< \$ 3.000.000	< \$ 4.000.000

- d) Lista de precio Público: Esta corresponde a los precios a los que se factura al público en general y clientes ocasionales.
- e) Lista de precios especiales: Esta corresponde a los precios de aquellos productos o líneas en que la compañía quiere motivar especialmente sus ventas.
- f) Los almacenes y servitecas de la compañía solo están autorizados a aplicar las listas de precios Industria/Taller y Público.
Los almacenes y servitecas de la compañía solo están autorizados a facturar al precio Mayorista a clientes definidos con previa autorización de la Gerencia o Subgerencia.
- g) Cada tres (3) meses se evaluará el comportamiento de compras netas de los clientes y de acuerdo con su promedio mensual, se les asignará la lista de precios correspondiente.

5.9. CUPOS DE CREDITO:

La fijación de los cupos de crédito se realiza por parte del área de cartera, previo estudio de los documentos solicitados según el tipo de cliente.

El cupo se asigna de acuerdo con el tamaño comercial del cliente, información financiera, presentación comercial en el mercado, evaluación ante centrales de riesgo, y garantías otorgadas.

- h) Cupo a clientes Mayorista **A**

CLIENTE MAYORISTA A	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
CUPO DE CREDITO	>= \$ 6.000.000	>= \$ 9.000.000	>= \$ 13.000.000

- i) Cupo a clientes Mayorista **B**

CLIENTE MAYORISTA B	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
CUPO DE CREDITO	>= \$ 3.000.000	>= \$ 4.000.000	>= \$ 6.000.000

- j) Cupo a clientes de Industria o Taller:

CLIENTE INDUSTRIA / TALLER	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
CUPO DE CREDITO	<= \$ 2.000.000	<= \$ 3.000.000	<= \$ 4.000.000

- k) Cada tres (3) meses se evaluará el comportamiento de compras netas de los clientes y su hábito de pago, y se les asignará un nuevo cupo de crédito acorde con dicho desempeño.

5.10. TIPO DE CLIENTES

- a) Clientes Subdistribuidores, son aquellas empresas que tienen su propia fuerza comercial y equipo de distribución. Con quienes se realizan acuerdos de compras de volúmenes por contenedor o equivalentes a contenedor. A estas empresas se le asigna un descuento a pie factura si compra contenedores completos y se les establece un plan de descuentos por compras de NO contenedor que sea despachada de la bodega principal de Propartes.
- b) Clientes Corporativos para la División Automotriz, son aquellas empresas que compran más de \$30 millones de pesos mensuales y \$360 millones de pesos anuales y cuentan con sucursales por su estructura de negocio.
- c) Clientes Mayoristas **A** son aquellas empresas o comercializadores formales de compraventa de autopartes, accesorios para motocicletas, vehículos, y bicicletas que realizan unas compras netas anuales antes de IVA de acuerdo con la siguiente tabla:

CLIENTE MAYORISTA A	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
CUPO DE CREDITO	>= \$ 48.000.000	>= \$ 72.000.000	>= \$ 108.000.000

- d) Clientes Mayoristas **B** son aquellas empresas o comercializadores formales de compraventa de autopartes, accesorios para motocicletas, vehículos, y bicicletas que realizan unas compras netas anuales antes de IVA de acuerdo con la siguiente tabla:

CLIENTE MAYORISTA B	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
CUPO DE CREDITO	>= \$ 36.000.000	>= \$ 48.000.000	>= \$ 72.000.000

- e) Clientes de la industria o Taller, son los clientes que tienen una operación comercial propia, y sus compras netas anuales corresponden según la siguiente tabla:

CLIENTE INDUSTRIA / TALLER	MOTOS	AUTOMOTRIZ	BICICLETAS
CUPO DE CREDITO	>= \$ 24.000.000	>= \$ 36.000.000	>= \$ 48.000.000

- f) Clientes minoristas, son aquellos clientes que compran para consumo personal de manera directa en los almacenes y servitecas, o a los clientes Mayoristas o Taller de Propartes.

5.11. MEDIOS DE PAGO Y RECAUDO DE CARTERA:

- a) Pagos a través de PSE: El medio general de pago designado para los clientes es el pago a través de PSE en el cual el cliente puede pagar total o parcialmente una factura que adeuda.
- b) Tarjeta Débito o Crédito: En los almacenes y servitecas está permitido recibir pagos con tarjetas débito o crédito a través del datafono instalado en cada punto comercial.
No está permitido recibir recaudo de cartera por parte de los asesores comerciales en efectivo.
- c) Consignación: Los clientes pueden realizar pagos a través de consignaciones en las cuentas corrientes de los bancos autorizados por la compañía.
- d) Cheque: Los clientes pueden girar **CHEQUE CRUZADO** a nombre de la compañía y solicitar al Asesor comercial que le sea recogido en sus instalaciones. Se libera cartera y/o pedidos hasta que el cheque salga de canje.
- e) **Prohibición expresa:** En ninguna circunstancia está permitido que un Director, Jefe Comercial o Asesor comercial reciba dinero en efectivo de parte de un cliente. La compañía no se hace responsable con el cliente por la pérdida del dinero. En caso de pérdida de dinero, este será descontado de los salarios y liquidación de las prestaciones sociales del empleado.

5.12. DESCUENTOS:

- a) En caso de existir descuentos por tabla de negociación, descuentos por cumplimiento de metas de compras, o cualquier otro beneficio que reciba el cliente, estos no son acumulables. Es responsabilidad del personal comercial, informar a sus clientes.
- b) En pedidos especiales, el Jefe Comercial puede otorgar un descuento superior a la tabla, siempre y cuando el cliente esté comprando por un valor superior al doble del promedio mensual de compras, y tenga un buen comportamiento de pago. Por ningún motivo se otorga a clientes con cartera en mora.
Descuentos especiales serán aprobados por Gerencia o subgerencia general.

5.13. DEVOLUCIONES:

- a) El plazo de aceptación de una devolución es de 8 días calendario contados a partir de la fecha de entrega de la mercancía al cliente.
- b) Las devoluciones deben ser solicitadas en el formato establecido para tal fin.
- c) Solo se aceptan devoluciones de mercancía en perfectas condiciones físicas, y en su empaque original. El producto y su empaque debe estar apto para la venta a otros clientes.
- d) Las devoluciones solo deben ser tramitadas por el Asesor comercial encargado, o a través del administrador del punto de venta propio que emitió la factura.
- e) La mercancía solo se considera devuelta cuando la bodega da visto bueno de las condiciones físicas y recepción de la mercancía y proceda a la emisión de la nota crédito de inventario.
- f) Es responsabilidad del área comercial verificar la aplicación de la nota crédito de inventario por devolución en la factura correspondiente y su descargue en el sistema de cartera.
- g) Las devoluciones que se realicen por defectos o mal funcionamiento del producto deberán ser aprobadas previamente por el Jefe técnico y de garantías de la empresa, o por el jefe de línea de producto, y solo con su aprobación se podrá aceptar la devolución.
- h) Solo se aceptará una devolución a un cliente por fuera de los tiempos establecidos, cuando la mercancía devuelta sea de Alta Rotación y el cliente realice un nuevo pedido por un valor mayor al doble de su promedio de compra mensual, y tenga buen comportamiento de pago. Por ningún motivo se otorga a clientes con cartera en mora.
Devoluciones especiales serán aprobados por Gerencia o subgerencia general.

6. CUMPLIMIENTO DE LA POLITICA E INCORPORACION AL REGLAMENTO INTERNO.

Se insta a todo el personal para que cumpla lo aquí descrito y se les informa que el incumplimiento de la política por parte de algún colaborador se considera falta grave y dará lugar a sanciones de tipo disciplinario.

Cordialmente,

ANDRES PRADILLA GARCIA
Gerente General

MARIO PRADA MENDOZA
Subgerente General