



Carnes MUMA

# “Estrategia y Productividad Comercial”

## SCORECARD

- Incremento en ventas Call Center de 13%
- Recuperación de clientes perdidos: 25 clientes.
- Incremento de nivel de servicio: 31%
- Disminución de horas extra: 77%.
- Disminución inventario mayor a 2 meses: 44%
- ROI del proyecto de 2 a 1.

## PROYECTO

- **Nombre:** “Estrategia y Productividad Comercial”
- **Duración:** 28 semanas
- **Etapas:** Proyecto
- **Prácticas Implementadas:** Sistema comercial y sistema logística.
- **Industria/Sector:** Agropecuario/ Comercialización

Carnes MUMA se dedica a la producción y comercialización de productos de carne de Cerdo, se ubica en Torreón Coah., tiene 1 planta de producción, 5 sucursales y 4 CEDIS, atiende a clientes nacionales, autoservicios, mayoreo, menudeo, venta al público, comercializa mas de 19,000 toneladas anuales.

**RETO:** Carnes MUMA contaba con un área comercial y de logística con falta de estrategia, de objetivos y de procedimientos claros que le permitieran tener una operación eficiente y bases mas sólidas para un mayor crecimiento. El reto principal era profesionalizar el área comercial y de logística, cambiar la situación anterior para incrementar las ventas, mejorar el control de la cadena de suministro y del nivel de servicio al cliente.

**RESPUESTA:** Se desarrolló la **estrategia** comercial de la empresa, que junto con una redefinición de sus **procesos comerciales y de logística**, su estructura y una mejor medición y gestión, transformaron la operación de la empresa. Se trabajó con el director general y la gerente comercial para desarrollar la **estrategia** comercial de la empresa, dejando objetivos por familias de productos, sucursal, vendedor y tipo de cliente, así como 10 proyectos estratégicos para incrementar las ventas, se dió un mayor enfoque hacia los productos de mayor margen. El primer paso para el cambio fue el rediseño e implementación de la **estructura organizacional** de MUMA, creando nuevos puestos y nuevas líneas de reporte, enfocando a la gente a especializarse en áreas funcionales con nuevas descripciones y perfiles de puestos; se trabajó con la fuerza comercial del Call Center para mejorar la planeación y ejecución de las llamadas a clientes a través de agendas de llamadas, evitando perder clientes, recuperando clientes perdidos, aumentando la venta cruzada (productos no vendidos) e incrementando las ventas a través de una gestión comercial proactiva. Se creó un área nueva de prospección de clientes para incrementar el número de clientes en las categorías definidas en la estrategia comercial. Se puso especial énfasis en el análisis, cambio y control de los márgenes de los productos / clientes, permitiendo asignar el producto a los clientes con mayor margen, así como en definir las listas de precios en función de volúmenes, tipo de cliente, región y producto. Se mejoraron los procesos de planeación de compras, planeación de producción, administración de inventarios, almacenaje, surtido y distribución de producto. En cada una de las áreas de comercial y logística se implementaron reuniones y paneles de control con KPIs para medir, **gestionar** mejor cada área y evaluar sus resultados.

**RESULTADOS:** Mayor profesionalización del área comercial y de **logística**, mayor enfoque a objetivos, mejor comunicación y organización interna.



caltic  
consultores