

PROCESOS Y CLIENTES

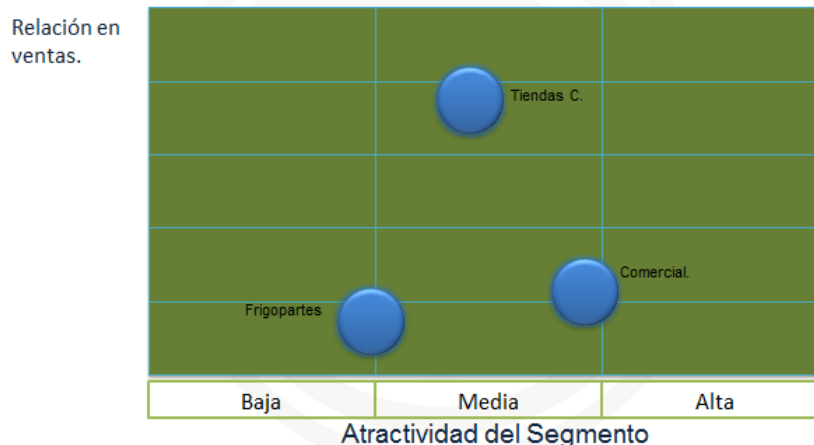
1. SEGMENTOS DE MERCADO

Ponemos nuestra experiencia al servicio del cliente proponiendo soluciones específicas de refrigeración desde el cálculo térmico hasta el diseño constructivo, con calidad, tecnología de vanguardia y precios convenientes de acuerdo con las necesidades de cada sector comercial. Además, ofrecemos la supervisión y asesoría profesional para el mantenimiento (preventivo y correctivo) de cada proyecto asegurando así, el óptimo funcionamiento de los equipos y el más alto rendimiento de la inversión de nuestros clientes.

Los mercados que atendemos son.

1. **Tiendas de Conveniencia Nacionales**
2. **Cadenas Regionales**
3. **Mercado Comercial que comprende:**
 - 3.1 Restaurantes y Franquicias
 - 3.2 Minisúper
 - 3.3 Punto de venta directo:
4. **Industrial**
5. **Supermercados Medianos**
6. **Frutas y Verduras**
7. **Partes y Refacciones que comprende:**
 - 7.1 Mantenimiento Corporativo
 - 7.2 Usuarios Finales
 - 7.3 Instalador y/o Contratista
 - 7.4 Macrocontratista

Midiendo la atraktividad de la industria, a través de la metodología de las 5 fuerzas de Porter, logramos obtener la siguiente conclusión:



Una vez enfocados en los segmentos atractivos de la Industria de la Refrigeración desarrollamos diferentes mecanismos que nos brinden información acerca de los clientes y nos ayuden a detectar oportunidades; así como a conocer y entender sus necesidades actuales y futuras. Algunos de estos mecanismos son:

Actividad	Descripción	Responsable	Frecuencia
Contacto con clientes.	Apoyados en nuestra base de datos (de clientes actuales y prospectos) se realiza un contacto telefónico o entrevista personal, con el objetivo de platicar brevemente sobre sus necesidades.	Área Comercial	Anual
Encuestas de Satisfacción	Se realizan encuestas de satisfacción de clientes en donde evaluamos diferentes servicios del negocio con la intención de detectar áreas de oportunidad de mejora, variables críticas para el cliente y recolectar sugerencias de valor para mejorar nuestros procesos, productos y servicios.	Área de Mejora Continua	Se cuenta con procesos Mensuales, Semestrales y Bianuales.
Tendencias del mercado	Analizamos las tendencias de los mercados, las nuevas tecnologías de los productos y las nuevas formas de trabajo para innovar de acuerdo a las demandas de los clientes.	Área de Ingeniería	De acuerdo a calendario de Expos de Refrigeración.
Curvas de Valor	Se establecen las curvas de valor de acuerdo a los conceptos que son importante para el cliente en relación al producto y servicio que ofrecemos; como precio, calidad de materiales, cobertura, tiempo de entrega, etc.	Consultor Externo	Bianual
Conocimiento de la Competencia	Se entrevista a los clientes en relación a la curva de valor definida por Grupo Aislacon y se les solicita evaluar a la competencia bajo los mismos criterios.	Consultor externo	Bianual

Capitalizamos los aprendizajes generados por la voz de cliente para desarrollar proyectos conjuntamente con nuestros proveedores y socios estratégicos para responder a las necesidades presentes y futuras de nuestros clientes

2. PROPUESTA DE VALOR

Contamos con ofertas de valor diferenciadas para los segmentos de Aislacon y Frigopartes:

Aislacon	Frigopartes
Proveer a nuestros clientes una solución integral en sistemas de refrigeración, con tecnología de punta en el ahorro de energía. Basados en: - Ingeniería Profesional. - Eficiencia en la Instalación - Altos estándares de calidad. - Logística e Inventarios. - Amplia garantía A través de: - Asesoría constante al cliente. - Cumplimiento de demandas. - Atención 7/24.	Proveer a nuestros clientes una solución integral en sistemas de refrigeración, con tecnología de punta en el ahorro de energía. Basados en: - Diseño de paquetes a la medida. - Logística e inventarios. - Manejo de marcas Premium. - Respaldo e identidad corporativa. A través de: - Asesoría constante. - Precio competitivo. - Cumplimiento de tiempos de entrega. - Calidad reconocida.

Estas propuestas han ido incrementándose en el transcurso de los años para cumplir con la visión del negocio y ofrecer soluciones INTEGRALES en refrigeración; entro los productos ingresados están:

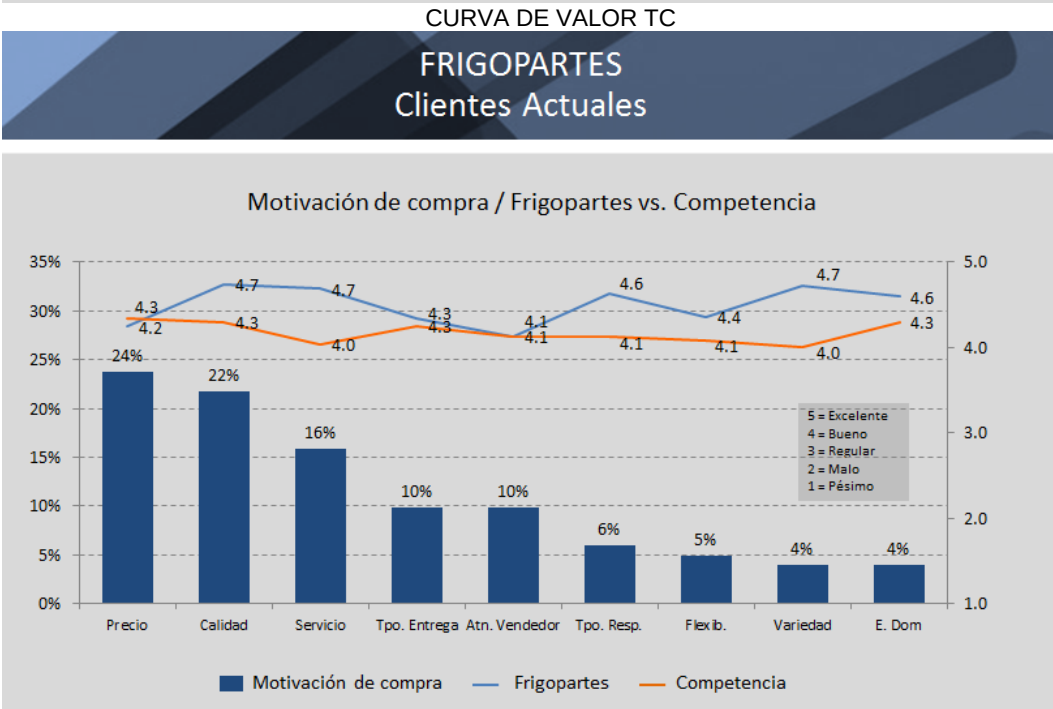
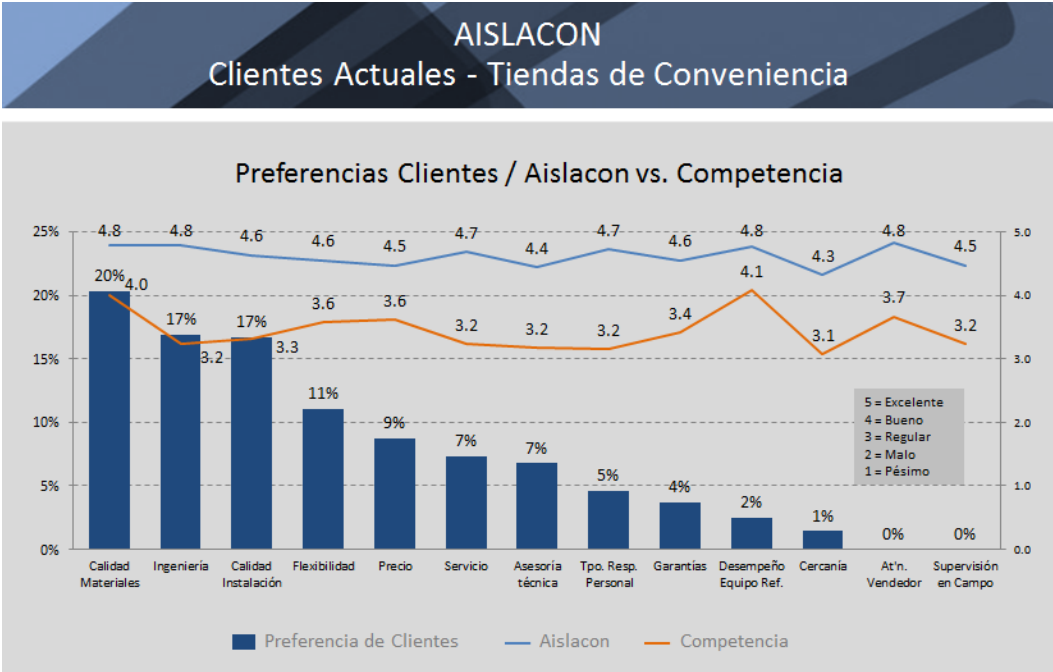
- Racks y miniracks de compresores
- Vitrinas
- Racks de almacenaje.
- Obra Civil y Estructura.

Además, las principales diferenciaciones de nuestra propuesta de valor de Aislacon y Frigopartes con la de la competencia son:

1. La más amplia garantía del mercado.
2. Capacidad para mantener más de 150 cámaras en inventario.
3. Capacidad financiera para dar crédito a proyectos de gran tamaño.
4. Flexibilidad en el proceso de instalación, al contar con una plantilla de 31 supervisores de obra.
5. Un área de ingeniería con 18 ingenieros, entre Seniors y Auxiliares.
6. 3 Centros de Distribución para entrega a nivel nacional (MTY, MEX, GDL).
7. Innovación con tecnología de punta.
8. Contamos con 3 entrenadores de contratistas a fin de estandarizar los procesos e incrementar las capacidades y conocimientos del personal de instalación.
9. Solución integral y venta cruzada de partes y refacciones.
10. Productos a la medida listos para instalarse.

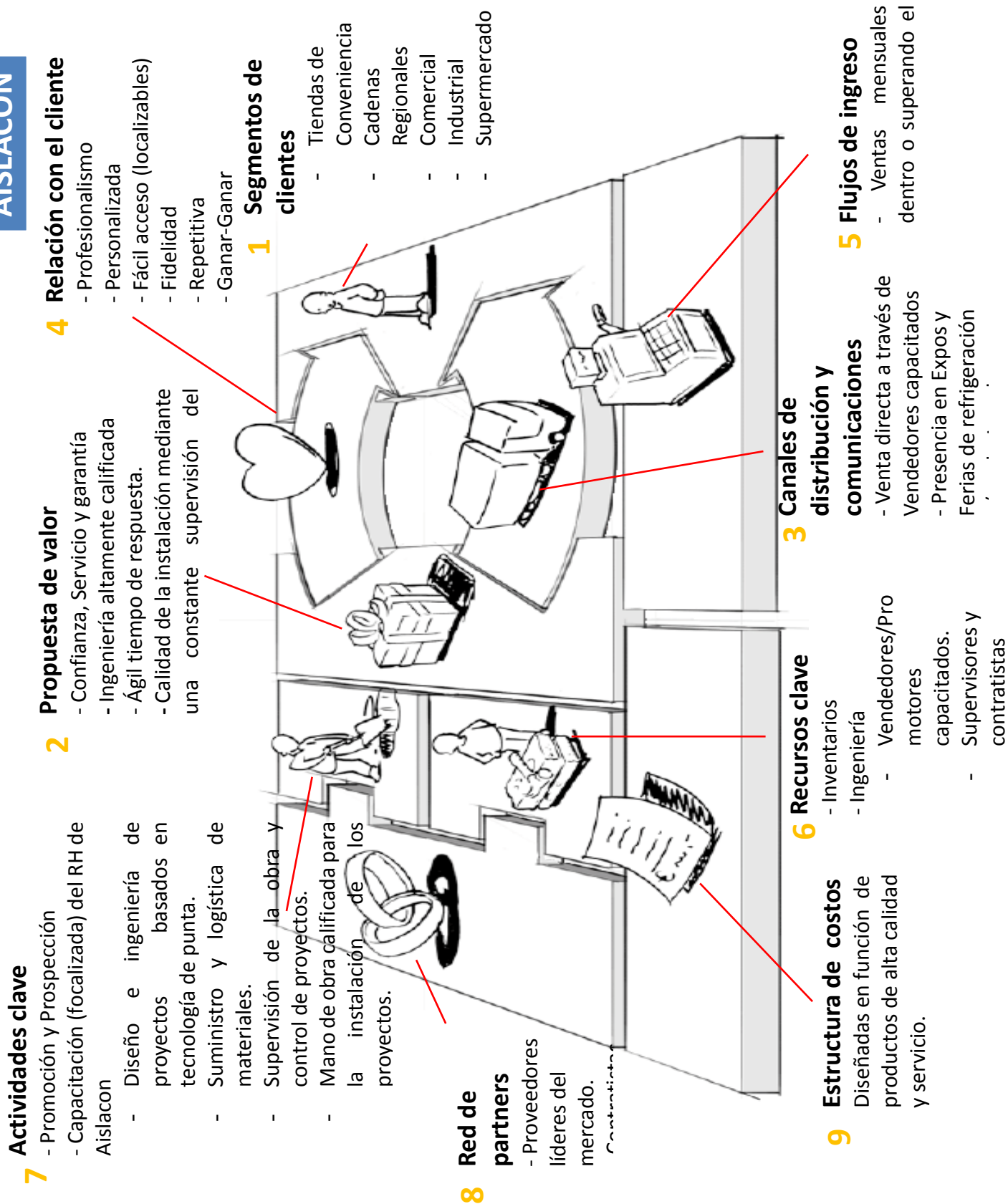
De manera bianual, evaluamos la propuesta de valor, gracias a un estudio de voz del cliente elaborado por un consultor externo. Dicho análisis nos arroja como resultado la generación de las denominadas Curvas de Valor, de acuerdo con la

preferencia del cliente en ese periodo de tiempo. Los resultados de la última encuesta arrojan las siguientes gráficas:



En base a estas curvas de valor generadas podemos desarrollar mejoras enfocadas a nuestras propuestas de valor

Para lograr el éxito de la oferta de servicio contamos con modelos de negocio innovadores y únicos en el mercado, tanto para Aislacon como Frigopartes:



FRIGOPARTES

7 Actividades clave

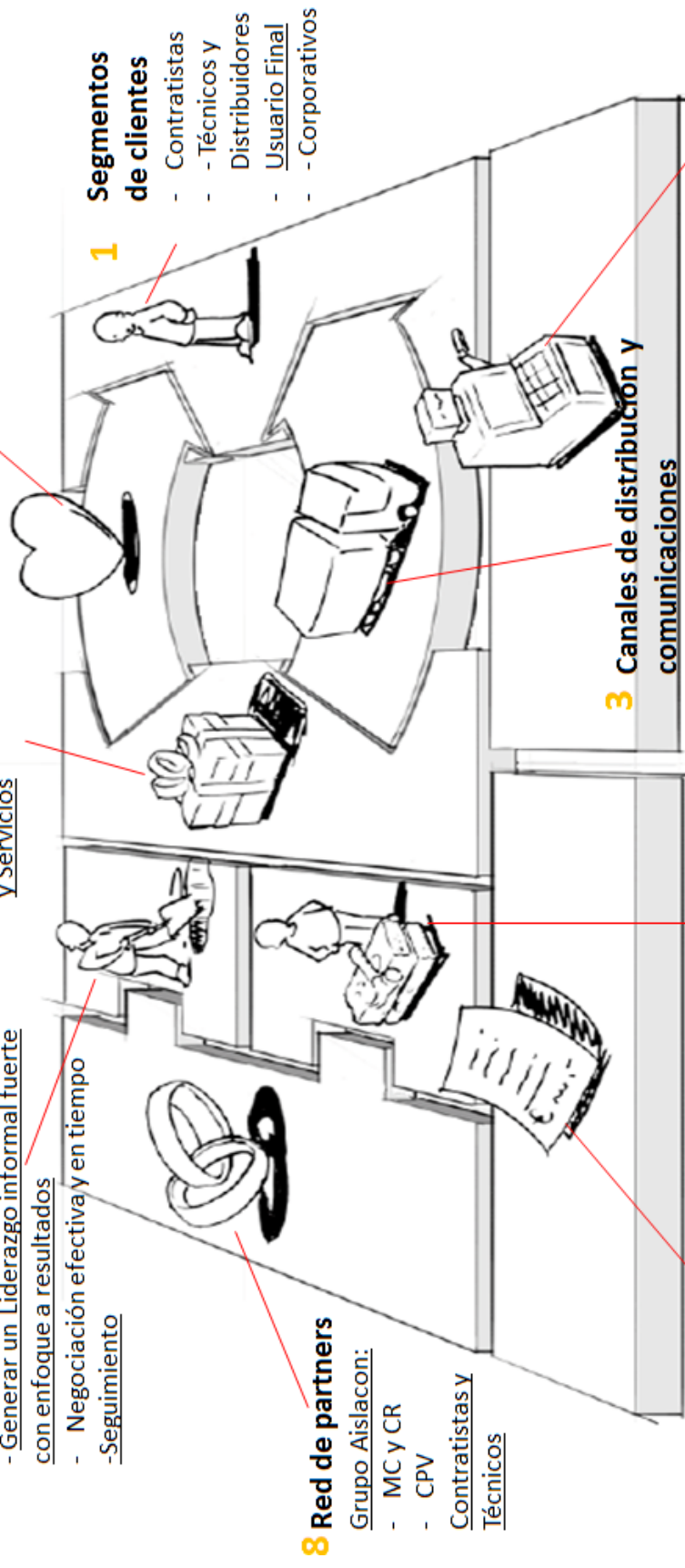
- Promoción y Prospección
- Capacitación (focalizada) del RH de Frigopartes
- Plan de relaciones públicas con los Contratistas y Técnicos regionales calificados (Fidelización)
- Desarrollo de productos alternos certificados
- Generar un Liderazgo informal fuerte con enfoque a resultados
- Negociación efectiva y en tiempo
- Seguimiento

2 Propuesta de valor

- Asesoría Técnica
- Confianza, Seguridad, Servicio y garantía
- Respaldo e Identidad de Marca (Grupo Aislacon/Frigopartes)
- Inventario (balanceado y sano) disponible en punto de venta
- Alternativas de Producto, Paquetes y Servicios

4 Relación con el cliente

- Personalizada
- Fácil acceso (localizables)
- Fidelidad
- Repetitiva
- Ganar-Ganar



1 Segmentos de clientes

- Contratistas
- Técnicos y Distribuidores
- Usuario Final
- Corporativos

3 Canales de distribución y comunicaciones

- Contratistas y Técnicos Calificados
- Vendedores / Promotores capacitados
- Medios publicitarios dirigidos al sector de mercado de Frigopartes

6 Recursos clave

- Inventarios
- Alternativas de crédito/Pago
- Vendedores/Promotores capacitados.

9 Estructura de costos

- Diseñadas en función de productos y servicios Premium, Estándar y Básico.

5 Flujos de ingreso

- Ventas mensuales dentro o superando el objetivo

8 Red de partners

Grupo Aislacon:

- MC y CR
- CPV

Contratistas y Técnicos

3. RELACION CON EL CLIENTE

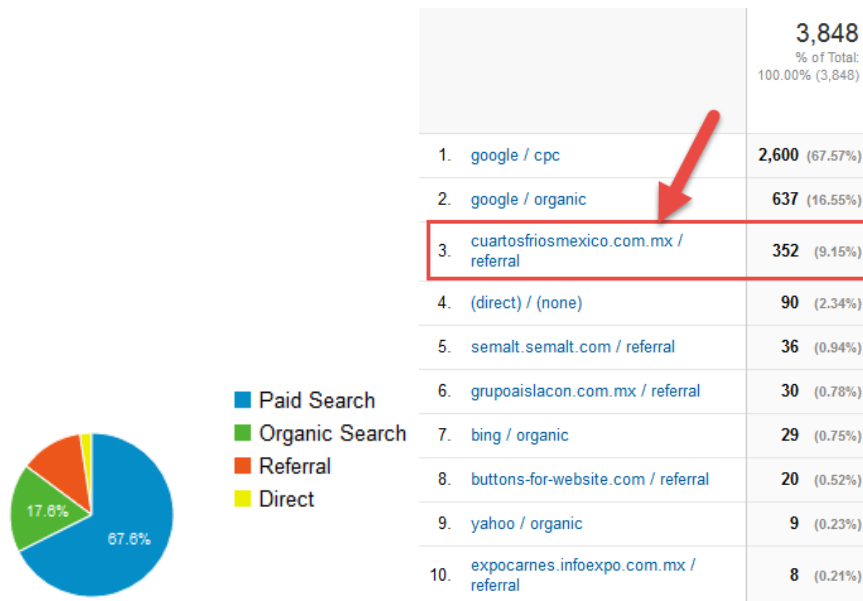
Desarrollamos, como parte de un plan comercial, una estrategia de marketing que incluye mecanismos para la promoción por medios digitales, así como presencia en ferias y exposiciones de refrigeración

- PAGINAS WEB: Actualmente Grupo Aislacon cuenta con 3 páginas web:
 - www.grupoaislacon.com.mx Es la página principal del grupo. En ella se encuentra la información general del negocio, la filosofía organizacional, los mercados que atendemos, un apartado acerca del modelo de responsabilidad social, avisos legales y denuncia anónima; además de la bolsa de trabajo y contacto. Esta última funcionalidad está ligado con el sistema de SALES FORCE para garantizar una atención inmediata al requerimiento de solicitud.
 - www.aislacon.com.mx En la página se encuentra inmersa la información correspondiente a los mercados que atendemos, tanto para Tiendas de Conveniencia, como Mercado Comercial. Al igual que la de grupo posee su sección de contacto, responsabilidad, avisos legales y denuncia anónima.
 - www.frigopartes.com.mx En la página se encuentra inmersa la información correspondiente a productos y servicios que ofrecemos al mercado de partes y refacciones.

El rediseño de estas páginas es parte del proyecto de marketing digital, proyecto que inicio en 2014 y esta a cargo del área de sistemas en conjunto con las áreas comerciales del Grupo.

- LANDING PAGES: Es una página web a la que una persona llega tras dar click en el enlace de una guía, un portal o un banner situado en otra página web. Funciona como una extensión del anuncio de promoción donde se explica más detalladamente la oferta del producto. Actualmente contamos con 2 páginas de aterrizaje:
 - CUARTOSFRIOSMEXICO.COM
 - PANELDEREFRIGERACION.COM

Se tiene el conocimiento de que el 9.15% de las visitas son provenientes de la landing pages.



- COSMOS.COM: Es el centro de negocios online líder en México y América Latina. Ahí se encuentran proveedores para cualquier necesidad del cliente, incluyendo cuartos fríos y proyectos de refrigeración. Desde el año 2014 contamos con banners para enlazar a los clientes a nuestras páginas de aterrizaje.
- GOOGLE Y BUSQUEDA ORGANICA: Se realizan inversiones en Google para la promoción de Grupo Aislacon. Se tiene contratado el servicio Google CPC (Costo por click) que incluye la publicidad para la landing page cuartosfriosmexico.com.mx. Así como la búsqueda orgánica de Google.
- PERFIL GOOGLE+: Google+ es el segundo servicio de red social más popular en el mundo con aproximadamente 343 millones de usuarios. A través de este perfil de Google compartimos información general y videos del negocio.



- CANAL DE VIDEO YOUTUBE: Espacio creado para usuarios de youtube por medio del cual compartimos videos.



- PRESENCIA EN EXPOS: Estamos presentes en las expos más importantes de refrigeración del país a través de stand que nos acercan al cliente y nos permiten entablar pláticas de negocio.
 - ANTAD: Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales. Su expo es reconocida como la plataforma de negocios para detallistas y proveedores. Cuenta con un espacio de 55,000m2 de piso de negocio, 2,400 expositores de más de 45 países y se estima una audiencia anual de 42,000 visitantes.
 - ANAM: Asociación Nacional de Abarrotes Mayoristas. Es el mayor centro de negocios, para abarroteros mayoristas del país. En su piso de exhibición se reúnen mayoristas y proveedores de producto y servicio en un ambiente profesional.
 - EXPOCARNES: Exposición y convención de la industria cárnica; conocido punto de reunión para proveedores, empaques y representantes de los eslabones del sector.
 - AHR: Evento más importante de latino américa en la industria HVAC&R (Heath, Ventilating, Air Condition & Refrigeration). Se dan cita empresas y profesionales del sector, quienes mostrarán las últimas novedades, avances e innovaciones relacionados con los temas de la Expo.
 - Expo Agrolimentaria: Expo que se reúne a empresas del sector agrícola así como cientos de visitantes de diferentes regiones del país. En la exposición se presentan los insumos y tecnologías agrícolas más modernas, así como información relacionada a los sistemas de producción agrícola.
 - ExpoFarma: Foro de negocio donde los expositores tienen la posibilidad de realizar contacto directo con más de 8,000 profesionales de la industria farmacéutica, química, cosmética, alimentaria, dispositivos médicos, farmacia hospitalaria y análisis clínicos.
 - Expo Láctea: Evento diseñado a toda la cadena productiva de la industria láctea del país y Latinoamérica.
 - Texas Fuel and Food: Expo del Sureste de los Estados Unidos que reúne a los actores principales en temas de gasolina, comida y tiendas de conveniencia.

Acudiremos como parte de las estrategias de posicionar a Grupo Aislacon en la mente de las Tiendas estadounidense que vendrán a establecer negocio con la apertura del petróleo y gasolina en el país.

- ONEXPO: Organización Nacional de Expendedores de Petróleo. Reúne a los gasolineros más grandes de México y Estados Unidos.



Stand Expo ANTAD 2018

Garantizamos que atendemos a los segmentos de mercado más rentables a través del cálculo de indicador de margen por proyecto, margen por segmento de mercado y margen por producto. Estos indicadores están bajo la responsabilidad del área de finanzas y se revisan periódicamente en juntas de operaciones y juntas de consejo.

Contamos con SALES FORCE, herramienta tecnológica de tipo CRM (Customer Relationship Manager) capaz de simplificar el proceso de seguimiento a las ventas, en las 3 áreas comerciales los que nos permite una visibilidad sobre todo el proceso, a través de registros y cálculos de indicadores para detectar oportunamente desviaciones al proceso de una manera simple y amigable.

Los beneficios por la implementación del software son:

- Simplificación del control sobre el seguimiento a las ventas.
- Simplificación del control sobre el cumplimiento de presupuestos.
- Envío de Pedidos, de Frigopartes, a SAP
- Rápida detección de desviaciones.
- Cálculo de indicadores en tiempo real.
- Documentación e historial centralizado del proceso.
- Visibilidad y seguimiento del proceso: prospección, cotización, cierre de ventas, facturación, indicadores, etc.



PANEL DE INDICADORES SALES FORCE PARA GERENCIA MC

Para medir la satisfacción del cliente; Aislacon cuenta con 3 procesos definidos:

Encuestas Mensuales: El proceso es responsabilidad del área de mejora continua y se implementó durante el 2012. El objetivo es conocer el punto de vista del cliente en relación a la calidad y limpieza de la instalación. Una vez notificada la actividad de entrega de proyecto el personal del área de mejora continua contacto al supervisor del cliente encargado del seguimiento de la obra entregada con el objetivo de evaluar:

1. La entrega de los materiales
2. La instalación de la cámara
3. Los tiempos de entrega de la obra
4. La labor del supervisor
5. Orden, Limpieza y Seguridad.

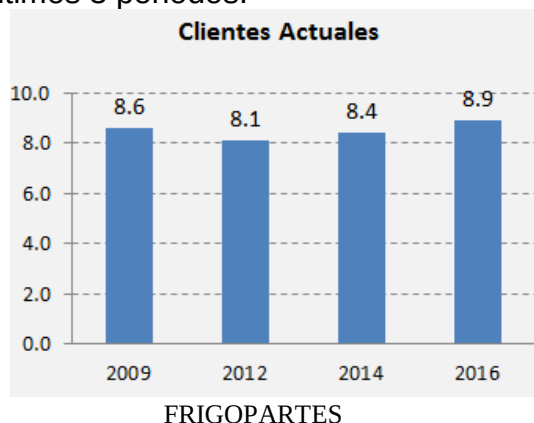
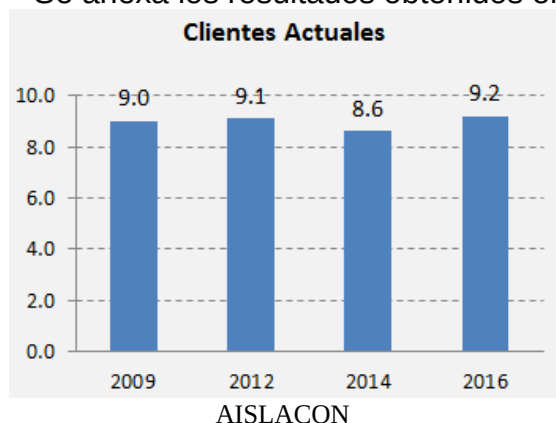
Encuestas Semestrales: El proceso es responsabilidad del área de Mejora Continua y se aplica semestralmente vía telefónica a clientes seleccionados aleatoriamente, el único requerimiento que establecemos es que estén activos y que hayan generado facturación durante un lapso no mayor a 3 meses.

Se establece un nivel de servicio que va desde Deficiente hasta Excelente.

El cliente responde las preguntas de la encuesta y adicionalmente nos brinda comentarios o sugerencias para mejorar el servicio al cliente. Mismas que se incorporan a los procesos a través de planes de acción detallados por el responsable del sector y de los procesos de Cadena de Valor.

Encuestas Bianuales: Durante el 2010 y con apoyo de un consultor externo se desarrolló, un proceso de conocimiento de nuestros clientes y nuestros no-clientes; para ello se realizaron entrevistas y encuestas con los diferentes tipos de clientes y poder determinar qué es lo importante para ellos, como nos ven respecto a esos puntos y como ven a las competencias, cuáles son nuestras áreas de oportunidad y cuáles nuestras fortalezas, etc.

Se anexa los resultados obtenidos en los últimos 3 periodos:



Estos 3 mecanismos nos ayudan a conocer el grado de cumplimiento en los factores clave de la satisfacción que tenemos definidos; algunos de ellos se miden en las encuestas mensuales, otros en la semestrales y otro en las bianuales.

Calidad en la Instalación
Logística
Ingeniería Profesional
Garantías y Servicios
Competitividad en Precio
Flexibilidad en Construcción
Tiempos de entrega

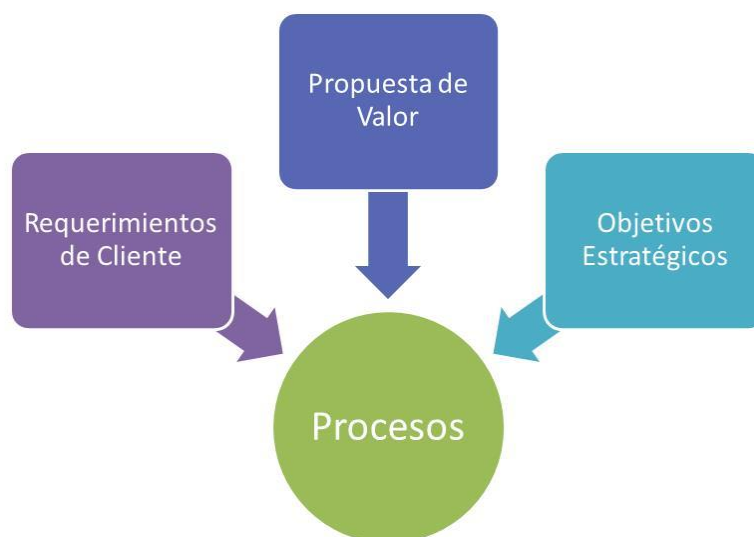
Con la información obtenida por las encuestas y una vez analizadas. Se presenta los resultados a los líderes de las áreas comerciales y se establece un plan de acción de mejora para el año en curso.

Las encuestas a cliente con frecuencia mensual y semestral nos sirven como termómetro a estas acciones correctivas de hallazgos detectados en el proceso de satisfacción bianual.

Los resultados de las encuestas bianuales sirven como información base para el proceso de planeación estratégico, principalmente las curvas de valor que se generan en relación a la competencia.

4. DISEÑO DE PROCESOS

Las estrategias se definen en base a los requerimientos de los grupos de interés del negocio y al logro de la visión y misión; siendo congruentes con los valores institucionales. Posteriormente las estrategias son traducidas en objetivos, para las diferentes direcciones y gerencial del Grupo, que se encadenan de forma descendente en toda la organización; de tal manera que la eficiencia del proceso impacta en el logro de los objetivos del personal administrativo y de almacén que a su vez impacta de forma relevante en el logro de los objetivos del personal directivo y gerencial y finalmente al cumplimiento de las estrategias.



ALINEACION DE ESTRATEGIA CON PROCESOS DEL NEGOCIO

La fuente de información primaria de los requerimientos del cliente proviene de las encuestas de servicio, y más precisamente de la encuesta bianual desarrollada por el consultor externo; mientras que la fuente de la propuesta de valor y los objetivos estratégicos las reuniones de planeación estratégica.

Lo anterior aplica para los procesos clave del negocio: Prospección, Diseño e Ingeniería, Logística, Instalación y Construcción, Compras, Administración de Garantías, desarrollo de producto e Innovación.

Estos son monitoreados, evaluados y contralados de acuerdo a los mecanismos señalados a continuación:

Mecanismo de Control	Descripción del mecanismo	Responsable	Frecuencia
Administración de Indicadores	Administración de indicadores de los procesos clave y de apoyo con la finalidad de anticipar el comportamiento de los procesos y generar acciones preventivas ante posibles fallas.	Mejora continua y el proceso clave	Mensual
Junta de Operaciones	Seguimiento a indicadores clave del negocio, tanto operativos, del cliente, financieros y ventas. Además se revisa el avance en proyectos estratégicos y temas de interés como expos y ferias de refrigeración, resultado de objetivos, eventos, etc.	Director General	Mensual
Sistema de objetivos	Seguimiento al cumplimiento de objetivos de todo el personal a través de la captura y retroalimentación en el sistema SEDOC.	Mejora Continua	Trimestralmente

Herramientas Automatizadas para eficiencia de procesos	Aviso automático de inicio y fin de garantía: Notificar al personal de garantías cuando inicia y termina el período de gracia para cada proyecto, con la intención de avisar oportunamente al cliente.	Sistema SAP	De acuerdo a los tiempos de cada proyecto.
	Sistema de bloqueo de ingreso y compra de material clasificado como lento movimiento: Garantizar que material clasificado con etiqueta de obsoleto o lento movimiento no sea ingresado al inventario mediante una orden de compra.	Sistema SAP	En cada corrida del MRP (Material Resource Planning).
	Detección y notificación automática de clientes perdidos o por perder: Dar aviso al personal de venta cuando un cliente está a punto de entrar a la clasificación de perdido (de acuerdo a los criterios establecidos) contribuyendo de esta forma a mejorar el indicador de retención de clientes.	Sistema ARTUS	Mensualmente
	Envío automatizado de indicadores logísticos: Dar aviso al personal de logística, mediante el envío automatizado de correo, los indicadores clave del área contribuyendo de esta forma a mejorar el seguimiento a indicadores (incluye el de lento movimiento).	Sistema ARTUS	Semanalmente
	DMD-Aislacon Cámaras: Es una herramienta inteligente integrada y soportada en el software de diseño Solid Works que permite optimizar el proceso de cálculo de materiales para la construcción de cuartos fríos así como sus planos de construcción así como una ágil modificación de planos y cálculos.	Solid Works	En cada proyecto
	Funcionalidad en SAP para Solicitud de Cotizaciones al Dep. de Compras: Se desarrolló e implementó una nueva funcionalidad en SAP que permite agilizar y administrar las Cotizaciones de insumos con los Proveedores.	Sistema SAP	En cada Solicitud de cotización

Reuniones periódicas	Reunión de inventario de lento movimiento: Definir acciones para reducir el inventario de lento movimiento.	Director General	Quincenalmente
	Reunión de faltantes y pendientes de embarque: Definir acciones sobre materiales faltantes y pendientes de embarque.	Director de Administración y logística	Semanalmente
	Reunión de flujo de efectivo: Dar seguimiento a la cobranza de la empresa.	Director General	Quincenalmente
	Reunión de Temporada Alta: Durante la temporada alta de ventas y embarques (generalmente los meses de septiembre, octubre y noviembre). Se llevan a cabo reuniones de seguimiento sobre la operación de ingeniería, almacén y desviaciones a los procesos.	Director General	Variable según requerimiento (en los meses de temporada alta)

A continuación se presenta la tabla de procesos de GRUPO AISLACON.

Nombre del proceso	Tipo de proceso	Objetivo del proceso	Indicador	Objetivo del indicador
Prospección (Ventas)	Clave	Atraer clientes nuevos a la empresa.	Porcentaje Facturación de Clientes Nuevos	Medir el poder de atracción de clientes con el que cuenta cada vendedor mediante la documentación de altas de clientes nuevos.
			Indicador de Bateo	Medir la efectividad del vendedor entre cotizaciones ganadas y perdidas.
Diseño e ingeniería (Ingeniería)	Clave	Desarrollar la ingeniería básica para cotización de proyectos; así como el detalle del mismo una vez hecho pedido.	Margen por proyecto	Garantizar la rentabilidad del proyecto a través de un diseño de producto con precio competitivo y un margen de acuerdo a presupuesto.
Logística (Almacén)	Clave	Entregar en forma y tiempo los pedidos a los clientes, asegurando los compromisos de calidad definidos.	Pedidos Incompletos	Medir la eficiencia del almacén en la preparación de embarques y dar seguimiento a los faltantes de material.
Instalación (Instalación y Construcción)	Clave	Realizar la entrega de la cámara en tiempo y forma según los términos acordados.	Cumplimiento en tiempo de entrega de proyecto	Evaluar el cumplimiento en tiempo de las entregas de proyecto.

			Cumplimiento en tiempo de la recolección de firma	Evaluar el cumplimiento en tiempo de la recolección de firma. Este indicador es la entrada al proceso de cobro con el cliente.
Compras (Compras)	Apoyo	Administrar los niveles de inventario de los CEDIS de acuerdo a la demanda del mercado.	Rotación y Días inventario	Dar seguimiento al capital de trabajo y a la frecuencia media de renovación de las existencias consideradas.
Administración de Garantías (Garantías)	Apoyo	Garantizar al cliente el correcto funcionamiento del proyecto durante el plazo establecido.	Costo de Garantías	Monitorear la cantidad de garantías otorgadas y la recuperación que se tuvo por proveedor.
			% de solución de órdenes de servicio	Evaluar el nivel de servicio en relación a las órdenes de servicio atendidas
Innovación (Mejora Continua)	Apoyo	Generar proyectos de innovación y mejora continua en las diferentes áreas del negocio, generando impactos y beneficios positivos para la organización	Ahorros Generados por programa Innova	Mide los beneficios económicos alcanzados por los proyectos surgidos del programa de innovación.
			% de Participación en programa Innova	Medir la participación de los empleados en el programa Innova. Así como el compromiso de las gerencias en el mismo.
Reclutamiento (Recursos Humanos)	Apoyo	Identificar candidatos que cumplan con las necesidades de los vacantes de puestos.	Cumplimiento en cobertura de vacante.	Medir el desempeño del área de Recursos Humanos en cuanto al reclutamiento de nuevo personal, a través del cumplimiento de cobertura de vacante en un tiempo estándar.
Responsabilidad Social (Recursos Humanos)	Apoyo	Crear una cultura de Responsabilidad Social alineada al modelo de RS y las estrategias del negocio.	% de Participación en actividades y eventos de Resp. Social	Medir la participación de los empleados en actividades y eventos con enfoque sustentable y de Responsabilidad Social. Así como el compromiso de las gerencias en el mismo.

5. DESARROLLO DE PRODUCTO

Para el caso particular del desarrollo de producto contamos con las siguientes actividades para su realización

Paso del Proceso	Descripción	Responsable
Identificar áreas de oportunidad	Cualquier empleado de Grupo Aislacon podrá presentar una opción de mejora ante un área de oportunidad detectada, llenando el formato correspondiente o bien a través del programa Innova Aislacon. Adicional a eso se cuenta con otros mecanismos como: Visitas a Ferias y Expos de Refrigeración, reuniones con fabricantes e investigación para detectar necesidades de modificaciones en el diseño de producto.	Empleados de Grupo Aislacon
Establecer un equipo de trabajo	De acuerdo a las características del cambio a realizar, se designa un líder de proyecto quien se apoya con un equipo de trabajo interdepartamental. Este equipo será el responsable del éxito del proyecto.	Dirección General
Realizar nuevo diseño	Se realiza un estudio de factibilidad de la propuesta recibida, que incluye estudio sobre las condiciones ambientales, registros de patentes, certificaciones NOM, afectaciones a la comunidad aledaña, etc., de ser positivo el estudio se realiza el nuevo diseño de producto.	Ingeniería
Selección de proveedores	De acuerdo a las especificaciones del nuevo diseño se localizan proveedores (de la cartera actual o nuevos) que puedan cumplir con los requerimientos demandados por el área de ingeniería. Se seleccionará aquel proveedor que, en conjunto, tenga una mejor oferta de servicio, de acuerdo a los parámetros que se verán en el criterio 7.	Compras
Solicitud de muestras	Se solicitan muestras y/o prototipos al proveedor. Estas servirán para realizar pruebas previas a su implementación.	Compras
Realizar Pruebas	Con las muestras recibidas se realizan pruebas funcionales y de calidad, mismas que tienen una duración de hasta 30 días (dependiendo de tipo de cambio a implementar). En dichas pruebas se descarta aquellos prototipos que no cumplan los requerimientos especificados por el cliente.	Ingeniería
Selección de mejor opción	Se selecciona la mejor opción en cuanto a precio, calidad y funcionalidad. Para esto también pasan por una serie de pruebas en campo, estas se revisarán en este criterio más adelante.	Ingeniería y Construcción
Comunicación de cambios	Se comunican los cambios al personal involucrado	Ingeniería
Implementación de cambios	Se implementan los cambios realizados y se documenta.	Ingeniería

Cabe señalar que este proceso no tiene una frecuencia cíclica y que el mismo se dispara al presentarse algunas de las causas siguientes:

- Falla del producto actual.
- Alto costo del insumo.
- Afectación en los tiempos de instalación
- Optimización de recursos que deriven en ahorros.

- Favorecer el impacto social y ambiental.
- Ahorros de energía.
- Cumplir con especificaciones del cliente.

En GRUPO AISLACON garantizamos la calidad de nuestro producto final, insumos y servicio por escrito por lo que realiza una labor exhaustiva para asegurar el cumplimiento a los requerimientos demandados previo a su liberación.

DISEÑO DE PRODUCTO

Primeramente, realiza una comparación económica, en tiempos de instalación, en ahorro de energía, o en el beneficio esperado de ambos sistemas (el actual y el propuesto). Si el nuevo diseño o innovación es más benéfico que el actual se procede con la solicitud del prototipo para las pruebas en campo.

Además, el área de ingeniería y construcción (o el líder del proyecto) realiza una investigación acerca de las principales características del producto a través de las hojas de especificaciones técnicas, hojas de seguridad, certificados de instalación, recomendaciones de otros usuarios y casos de éxito; así como sus usos, aplicaciones, afectaciones al medio ambiente, etc.

Una vez que se ha comprobado que el producto propuesto es la opción indicada y que reúne las características necesarias para el correcto funcionamiento de la cámara instalada se disparan una serie de pruebas piloto como:

- Funcionamiento.
- Variación de voltaje.
- Cambios de temperatura.
- Resistencia.

Posterior a obtener el resultado de las pruebas y que ingeniería dictamina que han sido superadas satisfactoriamente, se libera el nuevo producto para su evaluación en campo.

Para las pruebas en campo se establece un equipo de trabajo conformado por personal de las áreas de ingeniería, construcción y garantías quienes serán los responsables de la puesta en marcha de nuevo producto.

El área de construcción procede a documentar la forma de instalación y/o aplicación del nuevo producto, indicando los tiempos de instalación, las dificultades presentadas, cambios, entre otros datos, a través de la bitácora del proyecto.

FABRICACION DE RACKS

El diseño de los equipos tipo Rack se realiza en base a los requerimientos del mismo cliente. Estos son solicitados en un formato denominado SUMMARY.

Ingeniería se asegura de presentar y documentar los DIBUJOS APROBADOS para cada rack o minirack; estos dibujos comprenden los diagramas de flujo, diagramas de control, diagramas de fuerza, lista de asignación, etc. según sea el caso y de acuerdo al tipo de producto. Incluso se solicita a los proveedores certificados de calidad sobre sus materiales (a usarse en la fabricación del producto)