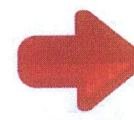


CARACTERIZACIÓN

MACROPROCESO:	Gestión Comercial	TIPO:	Estratégico
PROCESO:	Gestión de Proyectos, Mercadeo, Servicio al Cliente, Gestión de Ventas, Imagen Corporativa, Comunicación Externa.		
OBJETIVO DEL PROCESO:	Cumplir el presupuesto de ingresos de la entidad en todas sus líneas de negocio, fortaleciendo la gobernanza y vigilando que los márgenes de rentabilidad sean los requeridos por los accionistas.		
ALCANCE DEL PROCESO:	El proceso inicia desde la identificación de las necesidades de los usuarios para ofrecer los servicios y finaliza con las acciones derivadas del seguimiento al plan anual del proceso.		
EQUIPO RESPONSABLE:	Director Comercial, Lider de Ventas, Lider de Mercadeo y Servicio al Cliente, Profesionales Universitarios.		


PROVEEDOR

ENTRADAS

ACTIVIDADES

SALIDAS

CLIENTE

Agencia de Publicidad.	Conceptualización de la Estrategia Comercial y de Mercadeo.	Elaboración del Plan Comercial.	Estrategias Comerciales Empresariales.	Gubernamentales e Industriales/Empresariales.
* Administrativo y Financiero.	Analisis de Costos, presupuestos, historico de ventas			
* Tecnologia e Información.	Analisis y estructura del PYG de las unidades y lineas de Negocio, y portafolio.		Estrategias Comerciales Masivas.	Personas Naturales.
* Tecnologia e Información.	Bases de datos de clientes.		Oportunidades o negocios comerciales.	Empresas con parque automotor (venta de servicios de las unidades de negocio estrategicas y de mayor rentabilidad).
* Camara de Comercio.				
* Agremiaciones.		Ejecución del Plan Comercial Masivo.	Satisfacción del Cliente. Fidelización de Clientes. Publicidad POP.	Personas Naturales y Juridicas.
* Contac Center.	Encuestas de Satisfacción del Servicio. Registro PQRSA.			
* Software de PQRSA.	Informe Gestión no presencial. Redes Sociales (Chat del servicio).			
* Canales virtuales de Comunicación.		Medición del Plan Comercial Empresarial y Masivo	Indicadores de gestión y cumplimiento de resultados.	Gerencia
* Aliados Comerciales.	Matriz de Seguimiento y Control de Indicadores			
* Tecnologia e Información.	Informes Comerciales y de Mercadeo.	Toma de acciones preventivas, correctivas y/o de mejora	Toma de decisiones y Planes de Acción.	Clientes.
* Software Administración de Ventas.	Indicadores de gestión y cumplimiento de resultados.			Operaciones. Organismo de Transito.

MACROPROCESO:	Gestión Comercial	TIPO:	Estratégico
PROCESO:	Gestión de Proyectos, Mercadeo, Servicio al Cliente, Gestión de Ventas, Imagen Corporativa, Comunicación Externa.		
OBJETIVO DEL PROCESO:	Cumplir el presupuesto de ingresos de la entidad en todas sus líneas de negocio, fortaleciendo la gobernanza y vigilando que los márgenes de rentabilidad sean los requeridos por los accionistas.		
ALCANCE DEL PROCESO:	El proceso inicia desde la identificación de las necesidades de los usuarios para ofrecer los servicios y finaliza con las acciones derivadas del seguimiento al plan anual del proceso.		
EQUIPO RESPONSABLE:	Director Comercial, Lider de Ventas, Lider de Mercadeo y Servicio al Cliente, Profesionales Universitarios.		



RECURSOS



INFORMACIÓN DOCUMENTADA



PARAMETROS DE CONTROL



REQUISITOS



INDICADORES



RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Personal.	Ver Información Documentada del proceso en el Aplicativo SIG.	Satisfacción del Cliente	Normograma del proceso.	Ver Indicadores de Gestión del proceso en el Aplicativo SIG.	Ver Matriz de Riesgos y Oportunidades del proceso en el Aplicativo SIG.
Computadores y Equipos de Comunicación.	Manual de Imagen Institucional.	Presupuesto	Código de Ética.	Ingresos por unidades de negocio.	Perdida de Clientes
Vehículos.	Plan de Mercadeo	Fidelización de Clientes	Código de buen gobierno.	Ingresos por líneas de negocio.	Perdida de Participación en el Mercado.
Papelería.	PM-GC-01 Programa de Mercadeo.	Solución de PQRS según norma.	Independencia, Imparcialidad e Idoneidad. Requisitos Ciudadano: Ley 1755/15. Ley 1712/14. Ley 1474/11. Decreto 2641/12.	Ingresos por servicio.	No cumplimiento de los ingresos presupuestados.
Financiero	FO-GC-03 Caracterización de Clientes.	Transparencia y acceso a la información pública.	MECI.		Oportunidad: Mejorar las ventas del canal Empresarial.
	IT-GC-01 Instructivo Seguimiento y Satisfacción del Cliente.				Terminación de contratos interadministrativos.

Elaborado por:

Fecha: 02/04/2019

Nombre: Nelson Fernando Castañeda / Francisco Bonilla Sanchez

Firma

Cargo: Lider de Mercadeo y Servicio al Cliente / Lider de Ventas

Autorizado por:

Fecha: 03/04/2019

Nombre: Rafael Rodriguez

Firma

Cargo: Director Comercial

