

		CARACTERIZACIÓN MERCADERO Y PUBLICIDAD		
OBJETIVO		DISEÑAR ESTRATEGIAS DE MERCADERO QUE GARANTICEN LA IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y EL CUMPLIMIENTO DE VENTAS DEFINIDAS EN EL PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EN LA ORGANIZACIÓN		
ALCANCE		APLICA A TODOS LOS PROCESOS Y SE INICIA CON LA COMUNICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES, PARA IMPLEMENTAR LAS ACCIONES PERTINENTES QUE CONDUZCAN A LA CONSECUCCIÓN DEL MERCADO.		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF.ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 1 DE 3	CÓDIGO: MP-C-001

ENTRADAS INTERNAS
Definición de metodologías de trabajo
MEJORA CONTINUA
Identificación de requisitos del cliente
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
Mapa de riesgos
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
Plan Estratégico de la Organización
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
Presupuesto de la entidad
GESTIÓN FINANCIERA
Productos y servicios de terceros
ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS
Toma de Acciones Correctivas y Preventivas
MEJORA CONTINUA
ENTRADAS EXTERNAS
Necesidades y retroalimentación: clientes
Peticiones, quejas y reclamos: clientes
Propuestas de eventos

PLANEAR
Requisitos: (5.1.2)(6.3)(8.2)(9.1)(10)
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
1. Establecer cronograma par aplicación de encuestas 7.2
2. Efectuar análisis de eventos propuestos para determinar participación 7.1
HACER
PROMOCIONES Y EVENTOS
1. Ejecución planeación proyecto y eventos promocionales 7.2
2. Montaje y estrategia de promocionales 7.2
PUBLICIDAD
1. Manejo de imagen y marca 7.2
2. Manejo de material POP 7.2
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
1. Aplicar encuestas de satisfacción 7.2
2. Tabulación y análisis de encuestas aplicadas 7.2
3. Resolución de peticiones, quejas y reclamos 7.2
VERIFICAR
PROMOCIONES Y EVENTOS
1. Seguimiento a proyectos y eventos promocionales 7.2
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
1. seguimiento a solicitudes, quejas y reclamos 7.2
2. Seguimiento a realización de encuestas 7.2
ACTUAR

SALIDAS INTERNAS
Solicitud de cambios, creación y/o
Eliminación de documentos y Registros
GESTIÓN INFORMÁTICA
Necesidad acciones correctivas y /o preventivas
MEJORA CONTINUA
Promociones y eventos a desarrollar
ADQUISICIÓN BIENES Y SERVICIOS
CONTROL OPERACIÓN JUEGOS
OPERACIÓN DE JUEGOS
Necesidad de productos y/o bienes a
Contratar
ADQUISICIÓN BIENES Y SERVICIOS
SALIDAS EXTERNAS
Solicitud peticiones, quejas y reclamos
Cliente

	CARACTERIZACIÓN MERCADERO Y PUBLICIDAD			
OBJETIVO	DISEÑAR ESTRATEGIAS DE MERCADERO QUE GARANTICEN LA IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y EL CUMPLIMIENTO DE VENTAS DEFINIDAS EN EL PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EN LA ORGANIZACIÓN			
ALCANCE	APLICA A TODOS LOS PROCESOS Y SE INICIA CON LA COMUNICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES, PARA IMPLEMENTAR LAS ACCIONES PERTINENTES QUE CONDUZCAN A LA CONSECUCCIÓN DEL MERCADO.			
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF.ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 2 DE 3	CÓDIGO: MP-C-001

MEJORA
1. Toma de decisiones correctivas requeridas 10.2 y 10.3

INDICADORES	
Grado de satisfacción del cliente	(No de encuestas de satisfacción positivas/Numero de encuestas realizadas) X 100
Trámite de peticiones quejas y reclamos (PQR)	(No de PQR tramitados oportunamente en el periodo/No. De PQR recibidas en el periodo) X 100
Cumplimiento de actividades	(Actividades ejecutadas / Actividades planeadas) X 100

NORMATIVIDAD Y/U OTROS QUE APLICAN AL PROCESO	
Requisitos del MIPG a. Segunda dimensión: Direccionamiento Estratégico y Planeación b. Tercera dimensión: Gestión con valores para resultados. c. Quinta dimensión: Información y comunicación d. Sexta Dimensión: Gestión del conocimiento y la innovación	ISO 9001: 2015 Ver matriz de requisitos
Requisitos del ciento Ver Manual de calidad	Requisitos legales y reglamentarios Ver Matriz Normograma

		CARACTERIZACIÓN MERCADERO Y PUBLICIDAD		
OBJETIVO		DISEÑAR ESTRATEGIAS DE MERCADERO QUE GARANTICEN LA IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y EL CUMPLIMIENTO DE VENTAS DEFINIDAS EN EL PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EN LA ORGANIZACIÓN		
ALCANCE		APLICA A TODOS LOS PROCESOS Y SE INICIA CON LA COMUNICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES, PARA IMPLEMENTAR LAS ACCIONES PERTINENTES QUE CONDUZCAN A LA CONSECUCCIÓN DEL MERCADO.		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF.ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 3 DE 3	CÓDIGO: MP-C-001

Control de cambios

Rev.	Fecha	Elaboro	Reviso / Aprobó	Observaciones y/o Ajustes
2	9-05-2023	Profesional Especializado Unidad Operativa y Comercial	Comité de calidad	1. Se unifican los indicadores con el plan de acción. 2. Se adiciona el indicador de cumplimiento de actividades 3. Se modifica el cuadro de control de cambios con la Rev. y fecha de elaboración.
1	30-06-2022	Profesional Especializado Unidad Operativa y Comercial	Comité de calidad	1. Se implementa el SIGC. 2. Se actualiza por revisión y ajuste del formato del SIGC.
0	18-08-2020	Profesional Especializado Unidad Operativa y Comercial	Comité de calidad	1. Creación del documento