

OBJETIVO DEL PROCESO					
Impulsar la gestión comercial y de mercadeo de la ESU a través de la planificación, ejecución y evaluación de actividades comerciales que promuevan el crecimiento de las unidades misionales de la entidad, la generación de impactos positivos en el mercado, asegurando la sostenibilidad, la transparencia y la consolidación de la marca a largo plazo con enfoque a generar satisfacción con enfoque a generar satisfacción en las diferentes partes interesadas.					
ALCANCE		RESPONSABLES		NIVEL DEL PROCESO	
INICIA	Con el análisis del mercado público y privado, la caracterización y segmentación de clientes y partes interesadas.	Subgerente Comercial y de Mercadeo		Misionales	
FINALIZA	Con la legalización del contrato, seguimiento a la ejecución contractual y actividades del plan de mercadeo y satisfacción del cliente.				
INTERACCIÓN DEL PROCESO					
Proveedor - Grupo de Interés	Entrada - Insumo	PHVA	Actividades Claves	Salidas - Productos / Servicios	Cliente
<ul style="list-style-type: none"> - Entidades Gubernamentales - Entes de control - Veeduría Ciudadana - Planeación Estratégica - Gestión Financiera - Procesos Misionales de la ESU - Comunidad - Mercado público y privado - Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan Estratégico Institucional - Presupuesto - Resultados de percepción. - Políticas públicas de atención al ciudadano y lineamientos en el marco de la transparencia y ética pública. - Lineamiento Programa de Transparencia y Ética Pública (PTEP). - Lineamientos institucionales y comerciales - Planes de desarrollo - Información de mercado público y privado - Requerimientos y necesidades de clientes - Necesidades de posicionamiento de marca y fortalecimiento de imagen institucional. - Análisis de competencia - Lineamientos de MIPG y directrices normativas 	P	<ul style="list-style-type: none"> - Formulación plan de acción comercial - Analizar el presupuesto y determinar actividades comerciales y de mercadeo - Analizar aspectos de percepción de clientes y partes interesadas y determinar estrategias comerciales y de mercadeo. - Diseñar estrategias de marketing y comerciales - Segmentar clientes - Analizar competencia y tendencias del mercado. - Definir lineamientos de política comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de acción comercial y de mercadeo - Clientes segmentados - Resultados del estudio del mercado - política comercial - Propuesta del Plan de Ventas y Plan de Mercadeo - Planes de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> - Entidades Gubernamentales - Entes de control - veeduría ciudadana - Planeación estratégica - Comunidad - Comité institucional de gestión y desempeño (CIGD) - Comité Comercial - Gestión de servicio y operaciones - Junta directiva
<ul style="list-style-type: none"> - Entidades Gubernamentales - Entes de control - Veeduría ciudadana - Planeación estratégica - Comunidad - Comité institucional de gestión y desempeño (CIGD) - Comité Comercial - Gestión de servicio y operaciones - Junta directiva 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de acción comercial y de mercadeo - Clientes segmentados - Resultados del estudio del mercado - política comercial - Propuesta del Plan de Ventas y Plan de Mercadeo - Planes de negocio 	H	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutar actividades comerciales y de mercadeo - Identificar necesidades, expectativas y oportunidades - Generar directrices de acuerdo a los resultados analizados del estudio de mercado - Ejecutar lineamientos de la política comercial - Ejecutar plan de ventas y mercadeo - Actualizar el portafolio de servicios - Diseñar mecanismos de percepción (Satisfacción) - Definir canales de comunicación - Ejecutar lineamientos comerciales relacionados en la política del servicio al ciudadano y participación ciudadana. - Analizar ofertas activas y declinadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Resultados del Plan de Ventas y Mercadeo - Propuestas comerciales presentadas y con seguimiento - Contratos legalizados - Eventos y actividades de mercadeo ejecutadas - Base de datos actualizada - Nuevos clientes - Portafolio de servicios actualizado y acorde a las unidades misionales - Visitas comerciales ejecutadas - Mecanismos de percepción de clientes ejecutados - Canales de comunicación con seguimiento y evaluados - Nuevas Estrategias de mercadeo y comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> - Entidades Gubernamentales - Entes de control - Veeduría ciudadana - Planeación estratégica - Comunidad - Comité institucional de gestión y desempeño (CIGD) - Comité Comercial - Gestión de servicio y operaciones - Junta directiva - Todos los procesos
<ul style="list-style-type: none"> - Entidades Gubernamentales - Entes de control - Veeduría ciudadana - Planeación estratégica - Comunidad - Comité institucional de gestión y desempeño (CIGD) - Comité Comercial - Gestión de 	<ul style="list-style-type: none"> - Resultados del Plan de Ventas y Mercadeo - Propuestas comerciales presentadas y con seguimiento - Contratos legalizados - Eventos y actividades de mercadeo ejecutadas - Base de datos actualizada - Nuevos clientes - Portafolio de servicios actualizado y acorde a las unidades misionales - Visitas comerciales 	V	<p>Evaluar y analizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de ventas y de mercadeo. - Propuestas comerciales - términos contractuales / Negocios - Actividades de mercadeo - Bases de datos - Seguimiento a visitas - Pertinencia del portafolio de servicios - Satisfacción del cliente y PQRSDF - Funcionalidad de los canales de comunicación - métricas de desempeño comerciales y de mercadeo 	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de desempeño comercial y de mercadeo - Indicadores evaluados - Matriz de riesgos actualizada - Resultados de encuestas de satisfacción y de PQRSDF - Acciones y estrategias redefinidas 	<ul style="list-style-type: none"> - Comité Comercial - Comité de Gerencia - Comité institucional de gestión y desempeño - Planeación estratégica - Proceso ASI (administración de sistemas integrados). - Proceso Gestión Financiera



CARACTERIZACION GESTIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO

Código
Versión
Tipo
Implementación

CR-M2-CM-1
8
CARACTERIZACIÓN
28/10/2025

<p>servicio y operaciones - Junta directiva - Todos los procesos</p>	<p>ejecutadas - Mecanismos de percepción de clientes ejecutados - Canales de comunicación con seguimiento y evaluados - Nuevas Estrategias de mercadeo y comerciales</p>		<p>- Evaluar riesgos asociados al proceso - Verificar presupuesto ejecutado</p>		<p>- Proceso de Gestión de servicios y operaciones - Entes de Control</p>
<p>- Planeación estratégica - Gestión comercial - Todos los procesos de la ESU - Clientes - Entes de control - Comunidad</p>	<p>- Comité Comercial - Comité de Gerencia - Comité institucional de gestión y desempeño - Planeación estratégica - Proceso ASI (administración de sistemas integrados). - Proceso Gestión Financiera - Proceso de Gestión de servicios y operaciones - Entes de Control</p>	A	<p>- Informes de desempeño comercial y de mercadeo - Indicadores evaluados - Matriz de riesgos actualizada - Resultados de encuestas de satisfacción y de PQRSDF - Acciones y estrategias redefinidas</p>	<p>- Planes de mejoramiento. - Gestión del cambio - Matriz de riesgos actualizada y mejorada. - Diseño de estrategias. - Métricas de desempeño y recursos de seguimiento de medición actualizados. - Innovaciones en portafolio y gestión comercial</p>	<p>- Planeación estratégica - Gestión comercial - Todos los procesos de la ESU - Clientes - Entes de control - Comunidad</p>

RECURSOS	REQUISITOS
<p>Físicos: Oficinas dotadas de hardware y software, sala de reuniones, internet, material publicitario, software de gestión documental Humanos: Subgerente Comercial y de Mercadeo, Profesionales Universitarios y Auxiliares administrativos Ambiente de Trabajo: Condiciones ambientales, ergonómicas, psicosociales adecuadas para la operación, clima y cultura organizacional adecuado.</p>	<p>- Norma ISO 9001: 4.1, 4.2, 6.2.1, 6.2.2, 8.2.1, 8.2.2, 8.2.3, 8.2.4, 9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 10.1, 10.2, 10.3 - Modelo Estándar de Control Interno - MECI Modelo Integrado de Planeación y Gestión- MIPG: - Política de servicio al ciudadano - Política de transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción. - Dimensión 4 evaluación de resultados: - Seguimiento y evaluación a la gestión institucional.</p>

INDICADORES

1. Cumplimiento del presupuesto del Plan de Ventas
2. Retencion de clientes
3. Eficacia del Plan de Mercadeo

RIESGOS

1. Influenciar el mercado para favorecer intereses particulares
2. Uso indebido de información estratégica para beneficio privado
3. Débil posicionamiento comercial y pérdida de oportunidades
4. Impacto por reprocesos y falta de alineación en proyectos internos y externos.
5. Bajo desempeño en ventas por Riesgo por incumplimiento de metas comerciales.
6. Falta de estrategias comerciales para expansión y cobertura

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Usuario	Comentario
4	12/08/2019	Marcela Salazar Valencia	Cambios de acuerdo a auditoría interna
5	16/09/2020	Marcela Salazar Valencia	Inclusión frecuencia seguimiento indicadores
6	28/03/2022	Marcela Salazar Valencia	Unión planeación comercial y gestión propuestas
7	17/11/2022	Carlos Alberto Ruiz Guerra	Actualizacion de la caracterización
8	28/10/2025	Dany Leon Molina Orrego	Actualización de la estructura del proceso de acuerdo a la realidad actual de la entidad con las actividades contempladas en el PHVA, los recursos y controles existentes

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
<p>Nelson Andres Rodriguez Herrera Profesional Especializado Grado 1 Fecha de elaboración: 28/10/2025</p>	<p>Diego Armando Botero Zuluaga Profesional Especializado - Oficina Estrategica Fecha de revisión: 28/10/2025</p>	<p>Juan David Ángel Bedoya Subgerente Comercial y Mercadeo Fecha de aprobación: 28/10/2025</p>

Controlado