



Procesos

Procesos : GESTIÓN DE MERCADEO

MACROPROCESO

Macroproceso.
GESTIÓN COMERCIAL

SUBPROCESO

Subproceso.
GESTIÓN DE MATERIAL EDUCATIVO E INSTITUCIONAL

Subproceso.
GESTIÓN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGIA DE MERCADEO

Subproceso.
GESTIÓN DE MEDIOS NO MASIVOS

Subproceso.
GESTIÓN DE CAMPAÑAS

NOMBRE DEL GRUPO

PROCESO.
GESTIÓN DE MERCADEO

CÓDIGO.
GCO-GME-CAP-001

VERSIÓN.
3

FECHA.
26/03/2021

OBJETIVO.

Construir la estrategia de mercadeo y con base en ella realizar acciones de divulgación sobre los productos y servicios de COLPENSIONES y la propia marca, mediante la planeación, diseño, ejecución y control de campañas externas, jornadas educativas, de servicio, bienestar e institucionales, y el diseño, producción y distribución de material educativo e institucional, con el fin de posicionar la marca y propiciar en los ciudadanos colombianos una cultura de ahorro y protección para la vejez

OBJETIVO(S) ESTRATEGICO(S) ASOCIADO(S) CON EL PROCESO.

1. Incrementar en los usuarios el nivel de recordación de la marca Colpensiones como sinónimo de confianza para depositar los aportes y ahorros para la protección hoy y mañana.

ALCANCE.

Inicia: La definición del plan de mercadeo a partir de los lineamientos estrategicos de la entidad y con la recepción de las necesidades de los diferentes procesos

Incluye: La socialización del plan de mercadeo y su ejecución a través de los subprocesos: Gestión de Direccionamiento Estrategia de Mercadeo, Gestión de Campañas, Gestión de Medios no Masivos y Gestión de Material Educativo e Institucional.

Finaliza: Generación y análisis de los informes de seguimiento y evaluación e implementación de planes de mejora.

RESPONSABLES.

Gerencia Comercial

REGLAS DE NEGOCIO.

1. La definición del plan de mercadeo se contruye con los lineamientos estratégicos de la entidad
2. La radicación de solicitudes formales de los diferentes procesos se deben realizar a través de los canales o medios autorizados por gestión de mercadeo
3. Todas las acciones y propuestas del plan de mercadeo deben contar con la aprobación de la VCSC y la Gerencia Comercial
4. Para atender debidamente las solicitudes presentadas por los procesos, se debe contar con el presupuesto aprobado y los contratos debidamente suscritos
5. Hacer seguimiento sobre la gestión realizada por cada subproceso y por los proveedores a través de informes periódicos

CICLO PHVA.

CICLO O PHV A	ENTRADAS (Debe identificarse el proveedor correspondiente)	PROVEEDOR INTERNO (PROCESOS)	PROVEEDOR EXTERNO	MACROACTIVIDAD	DOCUMENTOS RELACIONADOS	SALIDAS (Debe identificarse el cliente correspondiente)	CLIENTE INTERNO (PROCESOS)	CLIENTE EXTERNO
P	PEI Plan de Educación Plan de Servicios Extendidos y Bienestar	Planeación Estratégica	No Aplica	1. Realizar el análisis de los lineamientos para construir la estrategia de mercadeo. 2. Identificar los recursos requeridos para la gestión de los subprocesos	No Aplica	Plan Mercadeo	1. Gestión de Comercialización 2. Gestión de Educación 3. Gestión de Comunicaciones 4. Gestión de Servicios Extendidos y Bienestar	Agencia Creativa
	Investigaciones de mercado	Investigación, desarrollo y analítica	No Aplica	Subproceso Gestión de Direccionamiento Estrategia de Mercadeo	No Aplica			
	Caracterización de grupos de interés							
	Fuentes Secundarias	No Aplica	Universidades Estudios e investigaciones de Agencias Bases de Datos u otros			Estudio de Mercado	1. Gestión de Comercialización 2. Gestión de Educación 3. Gestión de Comunicaciones 4. Gestión de Servicios Extendidos y Bienestar	Agencia Creativa
	Solicitud de Campañas o piezas	Proceso Solicitante	N/A	Gestión de Campañas: incluye la recepción de la solicitud de campañas o piezas y coordinación con la	Instructivo Desarrollo de Campañas o	1. Diseño y concepto de campañas estratégicas y tácticas o piezas	1. Proceso solicitante 2. Gestión de	NA
	Plan de Mercadeo							

H	Manual de marca	Gestión de Mercadeo	N/A	Agencia Creativa	piezas	entregadas	Comunicaciones	
	Solicitud de apoyo de Medios no Masivos	Proceso Solicitante						
	Manual de Marca	Gestión de mercadeo						
	Plan de Mercadeo							
	Solicitud de Material Educativo e Institucional	Proceso Solicitante	N/A	Gestión de Material educativo e Institucional: incluye la recepción de la solicitud y la coordinación de la producción, administración, alistamiento y distribución de material educativo y material institucional.	Instructivo Material Educativo e Institucional	Producción de material educativo e institucional	Proceso solicitante	Grupos de interes
	Manual de marca	Gestión de Mercadeo						
	Plan de Mercadeo							
V	Resultados de ejecucion e implementacion	Gestión de Mercadeo	N/A	Seguimiento y Evaluación de gestión a las solicitudes realizadas por los diferentes procesos	No Aplica	Actas de reunion Correos Electronicos e seguimiento	Gestión de Mercadeo	No Aplica
	Informes de Gestión Actas de seguimiento	No Aplica	proveedores	Seguimiento y control a la gestión de proveedores	Contrato con el Proveedor	Aprobación de la Facturación Retroalimentacion a proveedor	No Aplica	Proveedores
	1. Hallazgos de Auditoría 2. Lineamientos para la identificación y análisis de riesgos 3. Resultados de los subprocesos	Administración de Sistemas de Gestion Gestion Integral de Riesgos Control Disciplinario Interno	No Aplica	Verificar la aplicación de los mecanismos definidos para el aseguramiento de la calidad y gestión de riesgos del proceso	Manual Modelo de Sistemas Integrados de Gestión Metodología para la evaluacion de riesgos por procesos	1. Identificación de Oportunidades de Mejora 2. Mapa de Riesgos Actualizados 3. Indicadores de Gestión del Proceso 4. Informes de Gestión	Administración de Sistemas de Gestión Gestión Integral de Riesgos Gestión de Procesos Control Disciplinario Interno	No Aplica
A	Lineamientos para elaborar e implementar planes de mejora	Administración de Sistemas de Gestión	No Aplica	Establecer la definición de planes de mejora y acciones correctivas	Lineamientos formulación, seguimiento y evaluación de planes de mejoramiento	Planes de Mejoramiento	Administración de Sistemas de Gestión Gestión de Procesos	No Aplica

RECURSOS TECNOLÓGICOS.

- CRM
- Ofimática
- Correo Electrónico
- Bizagi

TRÁMITES / OPAS.

No aplica

RIESGOS.

Matriz de Riesgos Asociada

CONTROL DE CAMBIOS.

FECHA	VERSIÓN	MODIFICACIÓN
03/08/2017	1	Version Inicial
23/09/2020	2	Actualización caracterización, entradas, salidas y actividades.
26/03/2021	3	Actualización nombre del proceso "Control Disciplinario Interno"

COMENTARIO

Comentario.
Actualización Caracterización

Usuarios

NOMBRE	TIPO	CARGO	DEPARTAMENTO
--------	------	-------	--------------

FASE	FECHA PREVISTA	FECHA COMPLETADA	RESPONSABLE	ESTADO
Elaboración	30/03/2021	26/04/2021	Equipo Gestión de Mercadeo (ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA)	Completada
Edición	26/04/2021	04/05/2021	Equipo Gestión de Mercadeo (ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA)	Completada
Revisión	04/05/2021	04/05/2021	Líder y Suplente Proceso Gestión de Mercadeo (ACOSTA GARIBELLO, MARISOL)	Completada
Aprobación	04/05/2021	04/05/2021	Aprobación Documentos Gerencia Comercial - VARGAS REY, RAUL ALFONSO	Completada
Revisión SIG	04/05/2021	06/05/2021	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Codificación y liberación	06/05/2021	06/05/2021	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada

Publicación y Cierre	06/05/2021	06/05/2021	Automático	Completada

Mapa

Entidad sin mapas asociados

Flujograma

<https://colpensiones.esginnova.com/centros/1165/flujogramas/pr4023/index.html>

Documentos

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN

Carpetas

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
Gestión de Mercadeo	14/12/2017	19/06/2019

Indicadores

Sin indicadores asociados

Normativa

Aplicaciones

Procesos relacionados entradas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN

Procesos relacionados salidas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN



Subproceso

Subproceso : GESTIÓN DE CAMPAÑAS

PROCESOS

Procesos.
GESTIÓN DE MERCADEO

DATOS

SUBPROCESO.
GESTIÓN DE CAMPAÑAS

CÓDIGO.
GCO-GME-CAS-001

VERSIÓN.
3

FECHA.
23/06/2021

OBJETIVO.
Definir estrategias, asesorar, recomendar y diseñar campañas y piezas externas, de acuerdo al ciclo de vida del grupo de interés y las necesidades del área solicitante. A través de conceptos estratégicos, creativos y gráficos para la divulgación y posicionamiento de los productos y servicios de la entidad y su marca en general.

ALCANCE.
Inicia: Con la recepción de solicitudes de campañas y requerimientos de piezas por parte de las áreas interesadas en comunicar un tema específico a los grupos de interés externos de la entidad.
Incluye: La coordinación de las estrategias, conceptos y propuestas gráficas de las campañas y piezas para los grupos de interés externos de la entidad.
Finaliza: Entrega de diseño y concepto de la campaña o piezas finales para su implementación.

RESPONSABLES.
Dirección de Mercadeo

REGLAS DE NEGOCIO .

1. Toda campaña o pieza solicitada debe ser radicada a través de un Brief.
2. Las campañas o piezas dependiendo del tipo de impacto, tendrán que contar con la revisión y aprobación de acuerdo a lo establecido en el instructivo desarrollo de campañas o piezas, para su entrega final.
3. Se debe dar cumplimiento estricto al Manual de Marca para garantizar el buen uso y correcta implementación de la imagen de la entidad.
4. Para la recepción de las solicitudes de Brief debe darse cumplimiento a lo definido en el instructivo desarrollo de campañas y piezas del subproceso.
5. Para determinar si una campaña o pieza se desarrollará, pasará por revisión y análisis del área con el fin de identificar si la solicitud está inmersa en una campaña estratégica, táctica o pieza en desarrollo.
6. Las solicitudes que se generen adicionales desde la presidencia de Colpensiones, y que por algún evento no estén contempladas dentro del Plan de mercadeo, podrán entenderse como excepciones para su desarrollo, siempre y cuando cuenten con la aprobación del líder del subproceso.
7. Las solicitudes provenientes de las regionales que impacten al proceso de comercialización, deben contar con la aprobación de la Dirección de Comercialización.

ENTRADAS / ACTIVIDADES / SALIDAS.

ENTRADAS (Debe identificarse el proveedor correspondiente)	PROVEEDOR INTERNO (PROCESOS)	PROVEEDOR EXTERNO	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	SALIDAS (Debe identificarse el cliente correspondiente)	CLIENTE INTERNO (PROCESOS)	CLIENTE EXTERNO
Plan de mercadeo	Gestión de Mercadeo	NA	Realizar planeación de las campañas estratégicas y tácticas de acuerdo al enfoque del proceso.	Gestor subproceso de campañas	Plan táctico	Gestión de Mercadeo	Agencia creativa
Brief de solicitud	Proceso solicitante	NA	1. Recibir solicitudes de los diferentes procesos y realizar la verificación de que la información esté completa, no esté contemplada en otra campaña y cuente con presupuesto para su ejecución. 2. Realizar validación de que las solicitudes estén alineadas con el plan estratégico institucional y con el plan de mercadeo.	Gestor subproceso de campañas	Solicitud para diseño de la estrategia	Gestión de Mercadeo	Agencia creativa
Propuesta creativa o gráfica	Gestión de Mercadeo	Agencia creativa	1. Revisar propuesta para verificar que cumpla con la necesidad generada por el proceso solicitante y con los lineamientos establecidos en el manual de marca. 2. En caso de requerirse, solicitar ajustes a la propuesta para que cumpla con los requisitos mínimos necesarios. 3. Realizar aprobación de las piezas. 4. Convocar al Tráfico de aprobaciones de Comunicaciones y Mercadeo para apobar campaña estratégica o táctica.	Gestor subproceso de campañas	1. Notificación a la agencia 2. Citación al Tráfico de aprobaciones de Comunicaciones y Mercadeo	Tráfico de aprobaciones de Comunicaciones y Mercadeo	Agencia creativa
Manual de marca							
Solicitudes en proceso	Gestión de Mercadeo	Agencia creativa	Realizar tráfico semanal para validar el estado de desarrollo o avance de las solicitudes de campañas o piezas que se encuentran en etapa de diseño y/o ajustes.	Gestor subproceso de campañas	Reporte del estado de avance de cada una de las solicitudes	Gestión de Mercadeo	Agencia creativa
Brief de solicitud	Proceso solicitante	NA	Socializar a través de reunión las propuestas de diseño de campañas o piezas que requieren Plan de Medios.	Gestor subproceso de campañas	Brief	Gestión de Comunicaciones	NA
Cuadro de materiales	Gestión de comunicaciones	NA	Recibir el cuadro con las especificaciones de las piezas a desarrollar.	Gestor subproceso de campañas	Pieza Final entregada por correo electrónico	Gestión de Comunicaciones	NA
Diseño finalizado de la campaña	Gestión de Mercadeo	Agencia creativa	Entregar formalmente la pieza o campaña diseñada y aprobada.	Gestor subproceso de campañas		Gestión de Comunicaciones Proceso solicitante	NA

CONTROL DE CAMBIOS.

FECHA	VERSIÓN	MODIFICACIÓN
03/08/2017	1	Version Inicial
28/09/2020	2	Actualización de caracterización, entradas y salidas del subproceso
16/06/2021	3	Actualización en las actividades, salidas y clientes del subproceso

COMENTARIO

Comentario. Se realiza ajuste en la caracterización del Subproceso.

Usuarios

NOMBRE	TIPO	CARGO	DEPARTAMENTO
--------	------	-------	--------------

FASE	FECHA PREVISTA	FECHA COMPLETADA	RESPONSABLE	ESTADO
Elaboración	18/06/2021	18/06/2021	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada
Edición	18/06/2021	18/06/2021	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada
Revisión	18/06/2021	21/06/2021	Líder y Suplente Proceso Gestión de Mercadeo (<i>ACOSTA GARIBELLO, MARISOL</i>)	Completada
Aprobación	21/06/2021	22/06/2021	Aprobación Documentos Gerencia Comercial - VARGAS REY, RAUL ALFONSO	Completada
Revisión SIG	22/06/2021	23/06/2021	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Codificación y liberación	23/06/2021	23/06/2021	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Publicación y Cierre	23/06/2021	23/06/2021	Automático	Completada

Mapa

Entidad sin mapas asociados

Flujograma

<https://colpensiones.esginnova.com/centros/1165/flujoqramas/pr4042/index.html>

Documentos

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Carpetas

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Indicadores

Sin indicadores asociados

Normativa

Aplicaciones

Entidades

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ORDEN	MADRE ENTIDAD	ESTADO	ESTADO	ACCIONES
--------	-------------	-------	---------------	--------	--------	----------

Procesos relacionados entradas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------

Procesos relacionados salidas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------



Subproceso

Subproceso : GESTIÓN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGIA DE MERCADEO

PROCESOS

Procesos.
GESTIÓN DE MERCADEO

DATOS

SUBPROCESO.
GESTIÓN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGIA DE MERCADEO

CÓDIGO.
GCO-GME-CAS-004

VERSIÓN.
2

FECHA.
23/06/2021

OBJETIVO.
Definir la planeación estratégica que enmarcará la gestión del proceso de mercadeo, mediante la realización del manual de marca, estudios de mercado y el plan de mercadeo, para determinar la línea táctica y operativa en el desarrollo de los subprocesos establecidos en Gestión de Mercadeo.

ALCANCE.
Inicia: Con el análisis de los lineamientos institucionales

Incluye: La creación de el Manual de Marca institucional, la realización de estudios de mercado y la construcción del plan de mercadeo.

Finaliza: La socialización de los lineamientos de mercadeo para los subprocesos de Gestión de Campañas, Material educativo e institucional y Gestión de Medios no Masivos.

RESPONSABLES.
Dirección de Mercadeo

REGLAS DE NEGOCIO .

1. Para realizar estudios de mercado siempre se debe articular con los lineamientos establecidos desde el proceso de Investigación, Desarrollo y Analítica.
2. El manual de marca debe contar con la aprobación del Tráfico de aprobaciones de Comunicaciones y Mercadeo.
3. El plan de Mercadeo debe estar validado y aprobado por la Gerencia Comercial y la Vicepresidencia Comercial y de Servicio al Ciudadano.

ENTRADAS / ACTIVIDADES / SALIDAS.

ENTRADAS (Debe identificarse el proveedor correspondiente)	PROVEEDOR INTERNO (PROCESOS)	PROVEEDOR EXTERNO	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	SALIDAS (Debe identificarse el cliente correspondiente)	CLIENTE INTERNO (PROCESOS)
Lineamientos Estratégicos Institucionales	Planeación Estratégica	No Aplica	Realizar mesas de trabajo con Agencia creativa recibiendo los lineamientos para las modificaciones pertinentes al manual.	Gestor de Subproceso	Acta de reunión	Subproceso Gestión de Campañas
Lineamiento de Marca de Gobierno	No Aplica	Presidencia de la Republica				
Propuesta de Manual de Marca	No Aplica	Agencia Creativa	Realizar revisión de propuesta para validar cumplimiento de los lineamientos estratégicos	Gestor de Campañas	Presentación Power Point con propuesta	Gestión de Mercadeo, Gestión de Comunicaciones
Presentación Power Point (Propuesta Manual)	Gestión de Comunicaciones Gestión de Mercadeo	No Aplica	Realizar aprobación de la propuesta del manual a través de la validación realizada por el Tráfico de aprobaciones de Comunicaciones y Mercadeo	Tráfico de aprobaciones de Comunicaciones y Mercadeo	Acta de Aprobación	Gestión de Mercadeo
Acta de Aprobación del Tráfico de aprobaciones de Comunicaciones y Mercadeo	Gestión de Comunicaciones Gestión de Mercadeo	No Aplica	Gestionar aprobación del Manual de Marca con la Presidencia de Colpensiones y realizar la publicación del mismo.	Líder de Subproceso	Acta de Aprobación	Todos los procesos
Necesidad de estudio de producto, servicio o grupo de interés	Gestión de Mercadeo Procesos Solicitantes	No Aplica	Identificar en conjunto con el proceso de Investigación, Desarrollo y Analítica las necesidades, objetivos, metodologías, grupos de interés, instrumentos, cobertura para el Estudio de Mercado y determinar si se realiza al interior del proceso o a través de un tercero.	Gestor de Subproceso	Lineamientos del Estudio	Gestión de Mercadeo
Investigaciones de Mercado	Investigación, Desarrollo y Analítica				Acta mesa de trabajo	Investigación, Desarrollo y Analítica
Lineamientos del Estudio	Gestión de Mercadeo Investigación, Desarrollo y Analítica	No Aplica	Realizar trabajo de campo del estudio de mercado.	Gestor de Subproceso	Recolección de información y data	Gestión de Mercadeo Investigación, Desarrollo y Analítica
Recolección de datos	Gestión de Mercadeo Investigación, Desarrollo y Analítica	No Aplica	Realizar el análisis de la información y presentación de resultados	Gestor de Subproceso	Informe de resultados	Gestión de Mercadeo Investigación, Desarrollo y Analítica

1. Lineamientos Institucionales PEI, Caracterización de Grupos de Interés. 2. Investigaciones de Mercado 3. Estudios de Mercado 4. Fuentes Secundarias	1. Planeación Estratégica 2. Investigación, Desarrollo y Analítica 3. Gestión de Mercadeo	4. Universidades Estudios e investigaciones de Agencias, Bases de Datos u otros	Consolidar y Analizar las investigaciones y los lineamientos para estructurar el plan de mercadeo.	Gestor de Subproceso	Plan de Mercadeo	Gestión c Mercadeo
			Construir la propuesta del plan de mercadeo a partir de la definición de objetivos, alcance, metas, grupos de interés, estrategias, presupuesto, cronogramas de implementación y estructuración de indicadores.			
			Presentar la propuesta final del plan de mercadeo y gestionar su aprobación			
Aprobación del Plan de Mercadeo	Gestión de Mercadeo	No Aplica	Socializar el plan de mercadeo aprobado.	Líder de Subproceso	Actas de reunión	Procesos Interesad

CONTROL DE CAMBIOS.

FECHA	VERSIÓN	MODIFICACIÓN
23/09/2020	1	Creación de Documento
16/06/2021	2	Actualización de la caracterización

COMENTARIO

Comentario.
Actualización de la caracterización del subproceso.

Usuarios

NOMBRE	TIPO	CARGO	DEPARTAMENTO
--------	------	-------	--------------

FASE	FECHA PREVISTA	FECHA COMPLETADA	RESPONSABLE	ESTADO
Elaboración	18/06/2021	18/06/2021	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada
Edición	18/06/2021	18/06/2021	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada

Revisión	21/06/2021	21/06/2021	Líder y Suplente Proceso Gestión de Mercadeo <i>(ACOSTA GARIBELLO, MARISOL)</i>	Completada
Aprobación	21/06/2021	22/06/2021	Aprobación Documentos Gerencia Comercial - VARGAS REY, RAUL ALFONSO	Completada
Revisión SIG	22/06/2021	23/06/2021	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Codificación y liberación	23/06/2021	23/06/2021	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Publicación y Cierre	23/06/2021	23/06/2021	Automático	Completada

Mapa

Entidad sin mapas asociados

Flujograma

<https://colpensiones.esginnova.com/centros/1165/flujogramas/pr4044/index.html>

Documentos

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Carpetas

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Indicadores

Sin indicadores asociados

Normativa

Aplicaciones

Entidades

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ORDEN	MADRE ENTIDAD	ESTADO	ESTADO	ACCIONES
--------	-------------	-------	---------------	--------	--------	----------

Procesos relacionados entradas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------

Procesos relacionados salidas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------



Subproceso

Subproceso : GESTIÓN DE MEDIOS NO MASIVOS

PROCESOS

Procesos.
GESTIÓN DE MERCADEO

DATOS

SUBPROCESO.
GESTIÓN DE MEDIOS NO MASIVOS

CÓDIGO.
GCO-GME-CAS-003

VERSIÓN.
2

FECHA.
25/09/2020

OBJETIVO.
Gestionar con calidad y oportunidad el desarrollo de actividades presenciales y no presenciales, que se realizan a través de medios no masivos, para el cumplimiento de los objetivos de la entidad correspondientes a Marca, Relacionamiento, Políticas Públicas, Educación, Bienestar, Responsabilidad social, Servicios Extendidos y Cubrimiento del RPM y programa BEPS para todos los ciudadanos Colombianos.

ALCANCE.
Inicia: Recepción y selección de las solicitudes para gestionar el desarrollo de actividades en medios no masivos diferenciadas en jornadas institucionales, jornadas educativas, de bienestar o de atención a trámites, de los procesos de la entidad que requieran este tipo de apoyo.

Incluye: La gestión, implementación, elaboración y supervisión de los requerimientos necesarios para el desarrollo de las actividades aprobadas, como eventos, lanzamientos, activaciones, entre otros, de manera presencial o virtual, además de elaborar propuestas de actividades en medios no masivos que permitan el cumplimiento del Plan Estratégico Institucional y el Plan de Mercadeo establecido por la Dirección.

Finaliza: Realización de los informes de resultados donde se incluye análisis y evaluación de las actividades.

RESPONSABLES.

Dirección de Mercadeo

REGLAS DE NEGOCIO .

- 1. Toda jornada debe estar orientada al cumplimiento de los objetivos de la entidad
- 2. Se debe contar con un contrato vigente de operación logística
- 3. Toda solicitud de jornada debe ser creada en el CRM de la entidad
- 4. Cumplir con los lineamientos documentados en el Instructivo Jornadas de Colpensiones

ENTRADAS / ACTIVIDADES / SALIDAS.

ENTRADAS (Debe identificarse el proveedor correspondiente)	PROVEEDOR INTERNO (PROCESOS)	PROVEEDOR EXTERNO	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	SALIDAS (Debe identificarse el cliente correspondiente)	CLIENTE INTERNO (PROCESOS)	CLIENTE EXTERNO
1. Plan anual de mercadeo 2. Solicitud apoyo actividad medios no masivos 3. Solicitud entidades públicas 4. Solicitud otra entidades 5. Resultados de jornadas realizadas 6. PEI	1. Gestión de mercadeo 2. Procesos solicitantes	Presidencia de la República, Mintrabajo, Aliados, Alcaldías y otras Entidades Gubernamentales. Empresa privada, Gremios, Fundaciones, otros. Operador Logístico	Realizar planeación de la necesidad requerida	Gestor de subproceso	Presentación de propuesta de jornada	Gestión de Mercadeo	NA
			Socializar y articular la propuesta de actividad			1. Gestión de Mercadeo 2. Proceso solicitante	Presidencia de la República, Mintrabajo, Aliados, Alcaldías y otras Entidades Gubernamentales. Empresa privada, Gremios, Fundaciones, otros.
			Poner en marcha los recursos aprobados para el desarrollo de la jornada		Brief o solicitud de recursos	Procesos relacionados con actividad	NA
			Realizar seguimiento a la producción y avanzada de los recursos aprobados		Montaje de la actividad	Gestión de Mercadeo	Operador logístico
			Implementar la actividad solicitada con apoyo de operador logístico		Desarrollo efectivo de la actividad	Gestión de Mercadeo	Presidencia de la República, Mintrabajo, Aliados, Alcaldías y otras Entidades Gubernamentales. Empresa privada, Gremios, Fundaciones, otros.
			Realizar seguimiento a la gestión del operador logístico		Correo electrónico con retroalimentación de resultado de gestión y orden de factura.	Gestión de mercadeo	Operador logístico
			Realizar informe con resultados finales de la gestión de la actividad		Formato establecido o presentación con resultados	Gestión de mercadeo y proceso solicitante	Presidencia de la República, Mintrabajo, Aliados, Alcaldías y otras Entidades Gubernamentales. Empresa privada, Gremios, Fundaciones, otros.

CONTROL DE CAMBIOS.

FECHA	VERSIÓN	MODIFICACIÓN
03/08/2017	1	Versión Inicial
28/09/2020	2	Actualización Caracterización, entradas y salidas del proceso

COMENTARIO

Comentario. Actualización Caracterización, entradas y salidas del proceso

Usuarios

NOMBRE	TIPO	CARGO	DEPARTAMENTO
--------	------	-------	--------------

FASE	FECHA PREVISTA	FECHA COMPLETADA	RESPONSABLE	ESTADO
Elaboración	25/09/2020	25/09/2020	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada
Edición	25/09/2020	25/09/2020	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada
Revisión	25/09/2020	25/09/2020	Líder y Suplente Proceso Gestión de Mercadeo (<i>ACOSTA GARIBELLO, MARISOL</i>)	Completada
Aprobación	25/09/2020	28/09/2020	Aprobación Documentos Gerencia Comercial - VARGAS REY, RAUL ALFONSO	Completada
Aprobación SIG	28/09/2020	28/09/2020	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Codificación y liberación	28/09/2020	28/09/2020	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Publicación y Cierre	28/09/2020	28/09/2020	Automático	Completada

Mapa

Entidad sin mapas asociados

Flujograma

<https://colpensiones.esginnova.com/centros/1165/flujoqramas/pr3547/index.html>

Documentos

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Carpetas

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Indicadores

Sin indicadores asociados

Normativa

Aplicaciones

Entidades

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ORDEN	MADRE ENTIDAD	ESTADO	ESTADO	ACCIONES
--------	-------------	-------	---------------	--------	--------	----------

Procesos relacionados entradas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------

Procesos relacionados salidas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------



Subproceso

Subproceso : GESTIÓN DE MATERIAL EDUCATIVO E INSTITUCIONAL

PROCESOS

Procesos.
GESTIÓN DE MERCADEO

DATOS

SUBPROCESO.
GESTIÓN DE MATERIAL EDUCATIVO E INSTITUCIONAL

CÓDIGO.
GCO-GME-CAS-002

VERSIÓN.
2

FECHA.
25/09/2020

OBJETIVO.
Suministrar material de apoyo mediante la producción, administración, alistamiento y distribución de material educativo (plegables, afiches, pendones, etc), orientado para la divulgación de contenido informativo de los servicios de COLPENSIONES; y de material institucional (bolígrafo ecológico, alcancías, etc.) para apoyar de manera directa las diferentes campañas y jornadas de la entidad frente a los grupos de interés externos.

ALCANCE.
Inicia: Recepción de formato de solicitud de material por parte de los procesos solicitantes y/o programación de envíos nacionales
Incluye: Clasificación y revisión de la solicitud, verificación de inventarios, validación de contenidos y/o de imagen, aprobación de la solicitud, producción, alistamiento, validaciones por muestreo y envío del material a nivel nacional
Finaliza: Con la recepción y confirmación de entrega del material educativo e institucional a través de las actas de recepción y la generación del informe de resultados

RESPONSABLES.
Dirección de Mercadeo

REGLAS DE NEGOCIO .

ENVÍOS NACIONALES

- 1. Todos los requerimientos deben venir en el formato establecido de solicitud, con el visto bueno del profesional de mercadeo encargado y el Director Regional.
- 2. Los requerimientos se deben hacer en la fecha establecida y socializada en el cronograma anual de actividades de material educativo e institucional
- 3. El profesional de mercadeo regional es el encargado de hacer el filtro y análisis de las cantidades solicitadas, y enviar el requerimiento al nivel central
- 4. La producción de cualquier material debe contar con la aprobación de la Dirección de Mercadeo
- 5. El material educativo e institucional se produce por demanda, con el fin de no generar existencias injustificadas
- 6. La producción del material educativo e institucional debe regirse bajo los lineamientos y políticas de austeridad de la entidad y Gobierno Nacional.

REQUERIMIENTOS ADICIONALES

- 1. Todos los requerimientos deben venir en el formato de solicitud de material educativo e institucional, con la aprobación del jefe inmediato del solicitante, el visto bueno del profesional de mercadeo encargado y el arte final de la pieza a producir
- 2. Las solicitudes deben regirse de acuerdo a lo establecido en el Instructivo de Material Educativo y Material Institucional
- 3. La producción de cualquier material debe contar con la aprobación de la Dirección de Mercadeo
- 4. El material educativo e institucional se produce por demanda, con el fin de no generar existencias injustificadas
- 5. La producción del material educativo e institucional debe regirse bajo los lineamientos y políticas de austeridad de la entidad y Gobierno Nacional.

ENTRADAS / ACTIVIDADES / SALIDAS.

ENTRADAS (Debe identificarse el proveedor correspondiente)	PROVEEDOR INTERNO (PROCESOS)	PROVEEDOR EXTERNO	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	SALIDAS (Debe identificarse el cliente correspondiente)	CLIENTE INTERNO (PROCESOS)	CLIENTE EXTERNO
Solicitud material educativo e institucional	Proceso solicitante	NA	Recibir, verificar y clasificar la solicitud del material por parte del área solicitante	Gestor del Subproceso	Solicitud de aprobación	Gestión de mercadeo	NA
			Validar la información recibida por parte del proceso solicitante				
			Solicitar aprobación de contenido de la pieza al proceso dueño de la información, para los envíos nacionales de material educativo				
			Solicitar aprobación de imagen de material institucional				
Correo con solicitud de aprobación	Gestión de mercadeo	NA	Aprobar la producción y distribución del material	Líder del Subproceso	Correo con solicitud aprobada	Gestión de mercadeo	NA
Solicitud material educativo e institucional	Proceso solicitante	NA	Realizar y enviar instructivo de uso específico del material para los envíos nacionales	Gestor del Subproceso	Instructivo del uso de material	Proceso solicitante	NA
Correo con solicitud aprobada	Gestión de mercadeo	NA	Enviar al proveedor los artes para la prueba de impresión o marcación (sherpas)	Gestor del Subproceso	Correo con artes finales de las piezas	NA	Proveedor material educativo o institucional
Pruebas de impresión o marcación (sherpa)	NA	Proveedor material educativo o institucional	Recibir y aprobar las pruebas de impresión o marcación (sherpas)	Líder del Subproceso	Pruebas de impresión aprobadas, firmadas y digitalizadas	Gestión de mercadeo	NA
Correo con solicitud	Gestión de	NA			Correo con el formato de solicitud de	NA	Proveedor material

aprobada	mercadeo	NA	Solicitar al proveedor la produccion del material	Gestor del Subproceso	material educativo e institucional final	NA	educativo o institucional
Correo con el formato de solicitud de material educativo e institucional	Gestión de mercadeo	NA	Validar la calidad del material, a través de un muestreo aleatorio	Gestor del Subproceso	Formato muestreo	Gestión de mercadeo	Proveedor material educativo o institucional
Material producido	NA	Proveedor material educativo o institucional					
Formato muestreo	Gestión de mercadeo	Proveedor material educativo o institucional	Solicitar al proveedor el envío del material	Gestor del Subproceso	Correo con el formato de solicitud de material educativo e institucional final revisado y consolidado	Gestión de mercadeo	NA
Correo con el formato de solicitud de material educativo e institucional final revisado y consolidado	Gestión de mercadeo	NA	Verificar que el material entregado corresponda al solicitado y recibir el acta de recepción de material	Gestor del Subproceso	Actas de recepción de material y formato validación de actas	Gestión de mercadeo	NA
Actas de recepción de material y formato validación de actas	Gestión de mercadeo	NA	Elaborar y enviar informe periódico de resultados	Gestor del Subproceso	Informe de gestión	Gestión de mercadeo	NA

CONTROL DE CAMBIOS.

FECHA	VERSIÓN	MODIFICACIÓN
03/08/2017	1	Version Inicial
28/09/2020	2	Actualización de caracterización, entradas y salidas

COMENTARIO

Comentario.
Actualización de caracterización

Usuarios

NOMBRE	TIPO	CARGO	DEPARTAMENTO
--------	------	-------	--------------

FASE	FECHA PREVISTA	FECHA COMPLETADA	RESPONSABLE	ESTADO
Elaboración	25/09/2020	25/09/2020	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada
Edición	25/09/2020	25/09/2020	Equipo Gestión de Mercadeo (<i>ESCOBAR PARRA, YEIMMY PAOLA</i>)	Completada
Revisión	25/09/2020	25/09/2020	Líder y Suplente Proceso Gestión de Mercadeo (<i>ACOSTA GARIBELLO, MARISOL</i>)	Completada
Aprobación	25/09/2020	28/09/2020	Aprobación Documentos Gerencia Comercial - VARGAS REY, RAUL ALFONSO	Completada
Aprobación SIG	28/09/2020	28/09/2020	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Codificación y liberación	28/09/2020	28/09/2020	Aprobador y liberador SIG - CRUZ AVILA, VIVIANA	Completada
Publicación y Cierre	28/09/2020	28/09/2020	Automático	Completada

Mapa

Entidad sin mapas asociados

Flujograma

<https://colpensiones.esginnova.com/centros/1165/flujogramas/pr3546/index.html>

Documentos

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Carpetas

TÍTULO	FECHA	FECHA RELACIÓN
--------	-------	----------------

Indicadores

Sin indicadores asociados

Normativa

Aplicaciones

Entidades

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ORDEN	MADRE ENTIDAD	ESTADO	ESTADO	ACCIONES
--------	-------------	-------	---------------	--------	--------	----------

Procesos relacionados entradas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------

Procesos relacionados salidas

SUBPROCESO	CÓDIGO	VERSIÓN
------------	--------	---------