

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: 03
**RESPONSABLE: PROF.ESPECIALIZADO
UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL**
FECHA ACTUALIZACIÓN: 15-05-2025
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 MERCADEO Y PUBLICIDAD		
OBJETIVO		DISEÑAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO 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: 03	RESPONSABLE: PROF.ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA ACTUALIZACIÓN: 15-05-2025	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 (Medición)	(No de encuestas de satisfacción positivas/Numero de encuestas realizadas) X 100
Determinar el grado de respuesta de la Lotería del Tolima frente al cliente - Trámite de peticiones quejas y reclamos - PQR (Medición)	(No de PQR tramitados oportunamente en el periodo/No. De PQR recibidas en el periodo) X 100

NORMATIVIDAD Y/U OTROS QUE APLICAN AL PROCESO	
Requisitos del MIPG	ISO 9001: 2015
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	Ver matriz de requisitos
Requisitos del ciento	Requisitos legales y reglamentarios
Ver Manual de calidad	Ver Matriz Normograma

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 CONSECUCIÓN DEL MERCADO.

VERSIÓN: 03

RESPONSABLE: PROF.ESPECIALIZADO
UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL

FECHA ACTUALIZACIÓN: 15-05-2025

PÁGINA: 3 DE 3

CÓDIGO: MP-C-001

Control de cambios

Rev.	Fecha	Elaboro	Reviso / Aprobó	Observaciones y/o Ajustes
3	15-05-2025	Profesional Especializado Unidad Operativa y Comercial	Comité de calidad	<ol style="list-style-type: none"> Se modifican los indicadores de acuerdo con el plan de acción y matriz de indicadores Se modifica el cuadro de control de cambios con la Rev. y fecha de elaboración.
2	9-05-2023	Profesional Especializado Unidad Operativa y Comercial	Comité de calidad	<ol style="list-style-type: none"> Se unifican los indicadores con el plan de acción. Se adiciona el indicador de cumplimiento de actividades 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	<ol style="list-style-type: none"> Se implementa el SIGC. Se actualiza por revisión y ajuste del formato del SIGC.
0	18-08-2020	Profesional Especializado Unidad Operativa y Comercial	Comité de calidad	<ol style="list-style-type: none"> Creación del documento