

## ANEXO 1. ENCUESTA

### DIAGNÓSTICO Análisis del Microentorno

El siguiente cuestionario pretende conocer la perspectiva del equipo de trabajo frente a diferentes dimensiones; agradecemos responder cada una de las preguntas de la manera más transparente posible y no con el objetivo del “deber ser”, sino con lo que considera es hoy la realidad de la compañía para usted.

#### Información general

<b>Nombre:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Tiene personas a cargo o dependientes?:</b>	SI _____ NO _____
<b>Tiene objetivos estratégicos a cargo?:</b>	SI _____ NO _____
<b>Maneja presupuesto de la compañía?:</b>	SI _____ NO _____
	<i>(Si respondió SI) Cuanto aprox. mensual?</i> _____
<b>Antigüedad en la compañía:</b>	_____ años _____ meses
<b>Jefe inmediato (si aplica):</b>	
<b>Área:</b>	

Este instrumento consta de cuatro secciones:

- Dimensión estratégica
- Dimensión organizacional
- Dimensión social y ambiental
- Dimensión tecnológica y de innovación

Para la respuesta a las diferentes variables, se le solicitará que califique según su percepción, así:

Respuesta	Interpretación
5	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo
3	Indiferente o Neutro
2	En desacuerdo
1	Totalmente en desacuerdo

### a. Dimensión estratégica

ID	Pregunta	1	2	3	4	5
A1	Me identifico con la misión de la compañía por lo tanto diariamente ejecuto mis actividades en pro de su cubrimiento.					
A2	Me identifico con la visión de la compañía por lo tanto diariamente ejecuto mis actividades buscando su cumplimiento.					
A3	Tengo claros los objetivos organizacionales de la compañía, por lo que identifico claramente cómo mis actividades aportan a estos.					
A4	Comparto los valores de la compañía, por lo que los aplico diariamente en mis actividades.					
A5	Conozco las políticas de la compañía, con las cuales fueron establecidos los procesos y procedimientos de mi grupo de trabajo.					

### b. Dimensión organizacional

ID	Pregunta	1	2	3	4	5
B1	Coincido con el código de ética y reglamento interno de la compañía, por lo que lo aplico diariamente en mis actividades.					
B2	Estoy de acuerdo con que las actividades asignadas a mi cargo son pertinentes y adecuadas para los objetivos que me trazan.					
B3	La compañía se esfuerza constantemente por generar apropiación del comportamiento ético y valores que debo aplicar en mis labores.					
B4	Tengo claros los procedimientos que debo aplicar para ejecutar cada una de mis actividades al interior de la compañía.					
B5	Los procesos y procedimientos de mi cargo son tan claros y específicos que no debo recurrir a la improvisación o ejecución de actividades sin orden concreto.					

### c. Dimensión Social y Ambiental

ID	Pregunta	1	2	3	4	5
C1	Para la compañía el conocer de mi familia y aspectos personales es muy importante.					
C2	Para la compañía el implementar programas de capacitación para nosotros los colaboradores es muy importante.					
C3	Me siento estimulado por la compañía para ejecutar de la mejor forma mi trabajo.					
C4	Me siento bien trabajando con mi equipo de trabajo.					
C5	Cuando tengo alguna dificultad laboral o personal tengo claro y confío en el proceso a tomar para notificarlo a la compañía.					

### c. Dimensión Tecnológica y de Innovación

ID	Pregunta	1	2	3	4	5
D1	Para la compañía crear sentido de pertenencia y responsabilidad social con sus clientes, sus proveedores, asociados y colaboradores es muy importante.					
D2	Para la compañía, adherirse, certificarse, o implementar procesos de estándares internacionales (ej: ISO) es muy importante.					
D3	Puedo proponer ideas o participar en las decisiones de mi área si ninguna dificultad y con la seguridad de que serán analizadas por la compañía.					
D4	Constantemente la compañía me informa de los resultados y avances de las actividades que efectúa.					
D5	La compañía busca constantemente mejorar sus procesos mediante nuevas tecnologías o diferentes puntos de vista.					

Muchas gracias.

<b>Proceso asociado:</b>	
<b>No. formato:</b>	
<b>Fecha de actualización:</b>	

## 1. Términos y conceptos

**GSA:** Corresponde a la entidad representadora de las plataformas e-commerce desarrolladas por D.P. International Services S.A. [www.agencars.com](http://www.agencars.com) y [www.rentingcars.com](http://www.rentingcars.com) en países o regiones destino específicas.

**Rentadoras:** Corresponde a la organización que provee directamente el servicio de renta de autos mediado por una plataformas e-commerce desarrolladas por D.P. International Services S.A. [www.agencars.com](http://www.agencars.com) y [www.rentingcars.com](http://www.rentingcars.com)

**Usuario final:** Corresponde al beneficiario que toma el servicio de las plataformas e-commerce desarrolladas por D.P. International Services S.A.

## 2. Identificación de los involucrados (Stakeholders)

Entidad	Cargo o perfil	Tipo cargo	perfil	Encargado de atención – Interlocutor

## 3. Matriz de comunicaciones

Tipo de comunicación	Quién Elabora	Quién Revisa	Quién Aprueba	Quién Suscribe	Canal evidencia	Fecha o Frecuencia

## 4. Protocolo de reuniones

Tipo	Tiempo de Notificación	Método de Notificación	Lugar	Duración	Asistentes	Soporte de ejecución

## 5. Control de Correspondencia

5.1 Enviada

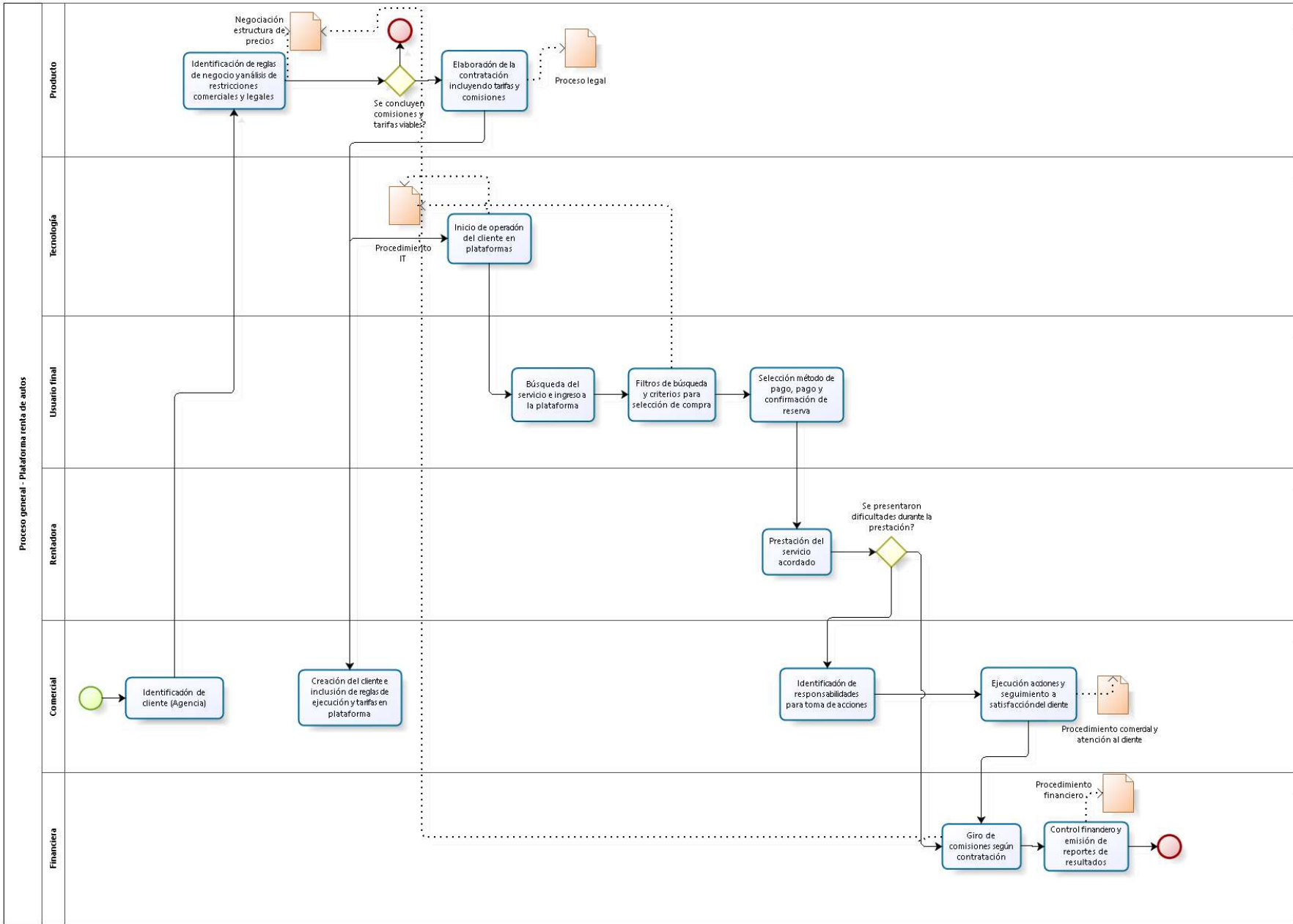
5.2 Recibida

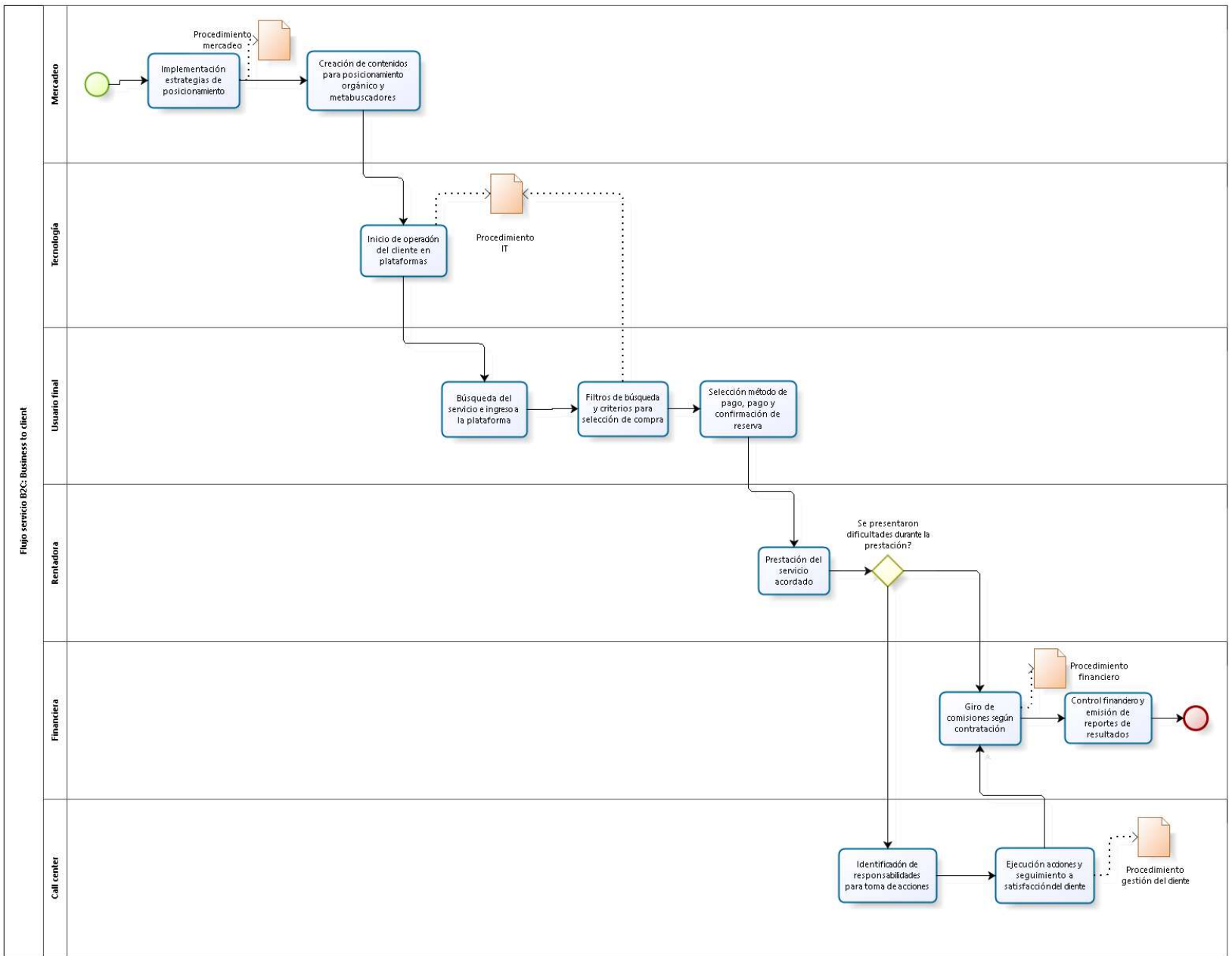
## 6. Uso Firmas Digitales

Firma autorizada	Tipos de comunicaciones	Elabora	Revisa	Aprueba	Inclusión de firma por:

## 7. Matriz de relacionamiento por cargo

Compañía	Directivos	Ejecutivo	Operativo	Apoyo	Asesor
<b>Terceros</b>					
Directivo	X	X			
Ejecutivo	X	X			
Operativo			X	X	
Apoyo			X	X	
Asesor		X	X		





Versión	Fecha emisión	Descripción del Cambio	Revisado	Aprobado
1.0		Versión original		

## TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO .....	2
2. ALCANCE .....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. DEFINICIONES .....	2
5. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES .....	3
6. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO .....	4
7. ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.

## 1. OBJETIVO

Delimitar las actividades frente a la formalización de los negocios jurídicos adquiridos con proveedores, asegurando relaciones gana-gana basados en una estructura contractual que de cubrimiento a restricciones.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento abarca todas las relaciones contractuales adquiridas por la compañía para la prestación de servicios en plataformas B2C; así mismo abarca la negociación de las contrataciones potenciales que puedan adquirirse.

## 3. RESPONSABLE

El procedimiento es responsabilidad de Direcciones Financiera, apoyado por los analista de producto y jurídico, con seguimiento de la junta directiva (Dirección general).

## 4. DEFINICIONES

**Agencia:** Corresponde a los clientes del servicio B2B de la compañía, representan un tercero en la cadena de distribución y se configuran como personas o compañías que abarcan la gestión del servicio de la plataforma en un territorio o mercado determinado.

**B2B (Business to Business):** modelo de negocio que señala que el acuerdo es entre 2 empresas.

**B2C (Business To Customer):** Definen el término “de negocio a consumidor”. Son las acciones estratégicas de los negocios que se utilizan para llegar directamente al consumidor

**Cargue en SI:** Obedece a la acción por parte del área comercial (servicio B2B) o por parte del analista de producto (servicio B2C) de cargue en el sistema de información de las nuevas rentadoras o agencia con las que se suscriben contratos para prestación de servicio.

**Cliente potencial:** Corresponde a las agencias o rentadoras que aún no hacen parte del servicio ofrecido por las plataformas desarrolladas por la compañía, más cuentan con el perfil o la necesidad para ofrecer el servicio.

**Estructura contractual:** Modelo de contratación que incluye el clausulado contractual para aseguramiento de cumplimiento legal, jurídico y cambiario, así como una estructura de precios que se acopla a las exigencias del mercado.

**Mercado:** Para los efectos del presente procedimiento, corresponde a los supuestos y restricciones que debe cubrir la contratación para prestar el servicio en un territorio determinado, lo cual afecta la estructura de precios y método de prestación del servicio.

**Minuta:** Documento que contiene la formalización del contrato a suscribir entre las partes de un negocio jurídico.

**Modelo de precios:** corresponde a la estructura de precios preestablecida que se acopla a las exigencias del mercado y debe registrarse en el clausulado contractual e incluir todas las comisiones, costos, impuestos y utilidades aplicables a las partes.

**Negocio jurídico:** Se refiere a la relación contractual que suscriben las partes para prestar el servicio.

**Sistema de información:** corresponde a las plataformas desarrolladas en la nube por la compañía para la prestación del servicio, para uso de los clientes y usuarios finales.

## 5. ENTRADAS Y SALIDAS

Entradas del Procedimiento	Salidas del Procedimiento
Oportunidades de negocio	Contratos suscritos
Supuestos y restricciones del mercado	Registro desistimientos
Recomendaciones legales y cambiarias	Cargue de rentadoras en sistema
Modelo de precios	Cargue de agencias en sistema

## 6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES

CARGO	RESPONSABILIDADES
Dirección general y Dirección comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encargados de la identificación de potenciales negocios mediante las diferentes fuentes de captación.</li> </ul>

CARGO	RESPONSABILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acercamiento al potencial cliente para identificación de restricciones y supuestos aplicables del cliente y del mercado.</li> <li>• Verificar la viabilidad de la contratación una vez estructurada la minuta y el modelo de precios aplicable.</li> <li>• Garantizar la socialización y conocimiento de las nuevas contrataciones por parte de todo el equipo de trabajo.</li> </ul>
Analista de producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de la elaboración de la minuta, aplicación de la estructura de precios y comisiones, definición del clausulado técnico y financiero que corresponde al contrato.</li> <li>• Garantiza la emisión completa de las minutas de contratación para análisis de la junta o director solicitante.</li> <li>• Realiza el cargue del cliente y parametrización de éste en los sistemas de información de la compañía, para inicial la ejecución, una vez suscrito el contrato.</li> </ul>
Analista jurídico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado del análisis de la jurisprudencia legal, comercial y cambiaria que debe incluirse en la minuta del potencial contrato.</li> <li>• Recomienda aspectos a considerar de connotación jurídica según estructuraciones iniciales de contratación elaboradas por el analista de producto.</li> </ul>

## 7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Identificación	Junta Directiva o dirección general	La Dirección general en cabeza de los 2 fundadores identificarán las opciones de nuevos negocios según experticia en el mercado y fuentes de captación de clientes, para lo cual realizara los acercamientos comerciales para obtención de las restricciones y supuestos que regirían la potencial contratación.
Estructuración inicial	Analista de producto	Contando con las restricciones y supuestos del posible negocio, se aplica un modelo de precio preestablecido por la compañía para

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
		identificar el aplicable al negocio y se incluye el clausulado que regiría el precio seleccionado.
Inclusión jurídica	Asesor jurídico	Con la estructuración inicial de la potencial contratación, se incluye el clausulado legal aplicable, considerando a su vez aspectos cambiarios y jurisprudencia según el territorio de la contratación. Adicionalmente se realizan las recomendaciones de ajuste (si aplican) al modelo de precio aplicado y clausulado de éste.
Estructuración final	Analista de producto	Contando con todas las recomendaciones jurídicas y financieras se culmina la elaboración de la minuta de contratación para socialización a la junta directiva o al director que identificó la oportunidad.
Viabilidad contratación	Junta Directiva	Posterior al análisis de la estructuración final del contrato que se aplicaría al potencial negocio, se define si es viable su suscripción considerando las comisiones, impuestos y costos. Ante una evidencia de desequilibrio o no consideración de relación gana – gana, se procede a desistir del negocio notificando a la contraparte y registrando la trazabilidad y soportes del caso en carpeta en la nube. Al contrario, en el caso contrario donde la contratación se considere beneficiosa para la compañía se procede a formalizar el nuevo negocio a todo el equipo de trabajo.
Cargue en SI	Analista de producto	Ante una contratación viabilizada, el analista de producto procede a cargar el nuevo cliente o negociación y su forma de pago en el Sistema de información, para dar inicio a la ejecución. Desde el analista se realiza este cargue a nivel de rentadoras en la plataforma (servicio B2C).

<b>Versión</b>	<b>Fecha emisión</b>	<b>Descripción del Cambio</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>
1.0		Versión original		

**TABLA DE CONTENIDO**

1. Objetivo .....	2
2. Alcance .....	2
3. Responsable .....	2
4. Definiciones .....	2
5. Entradas y Salidas .....	3
6. Relación de cargos y responsabilidades .....	3
7. Flujo Del Procedimiento .....	4

## 1. OBJETIVO

Delimitar las actividades de atención al cliente a nivel de agencias intermediarias de los servicios ofrecidos por las plataformas tipo B2B desarrolladas por la compañía, incluyendo la gestión tipificada ante los posibles eventos que puedan presentarse con estos clientes y midiéndose a razón de ventas.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento abarca todas las agencias con relaciones contractuales adquiridas por la compañía para la prestación de cada servicio B2B y las agencias potenciales en todos los territorios que abarque el mencionado servicio.

## 3. RESPONSABLE

El procedimiento es responsabilidad directa del director comercial de la compañía, apoyado por las fuentes de captación de clientes correspondiente exclusivamente a agencias para servicio B2B medido a razón de nivel de ventas periódicas exclusivamente.

## 4. DEFINICIONES

**Agencia:** Corresponde a los clientes del servicio B2B de la compañía, representan un tercero en la cadena de distribución y se configuran como personas o compañías que abarcan la gestión del servicio de la plataforma en un territorio o mercado determinado.

**B2B (Business to Business):** modelo de negocio que señala que el acuerdo es entre 2 empresas.

**Cargue en SI:** Obedece a la acción por parte del área comercial de cargue en el sistema de información de las nuevas agencia con las que se suscriben contratos para prestación de servicio.

**Cliente potencial:** Corresponde a las agencias que aún no hacen parte del servicio ofrecido por las plataformas desarrolladas por la compañía, más cuentan con el perfil o la necesidad para ofrecer el servicio.

**Estructura contractual:** Modelo de contratación que incluye el clausulado contractual para aseguramiento de cubrimiento lega, jurídico y cambiario, así como una estructura de precios que se acopla a las exigencias del mercado.

**Fuentes de captación:** Corresponde a las diferentes entradas de clientes potenciales con las que cuenta la compañía, pueden ser directamente los registros en la plataforma, las listas de contactos obtenidas por gestión comercial o socios estratégicos.

**Mercado:** Para los efectos del presente procedimiento, corresponde a los supuestos y restricciones que debe cubrir la contratación para prestar el servicio en un territorio determinado, lo cual afecta la estructura de precios y método de prestación del servicio.

**Modelo de precios:** corresponde a la estructura de precios preestablecida que se acopla a las exigencias del mercado y debe registrarse en el clausulado contractual e incluir todas las comisiones costos, impuestos y utilidades aplicables a las partes.

**Negociación:** Actividades de relaciones públicas y representación que efectúa el área comercial o directiva de la compañía para acercamiento a clientes potenciales y propender la contratación.

**Registro desistimientos:** corresponde a lista de clientes potenciales que no aceptaron las condiciones contractuales o con las que no se llegó a acuerdo para iniciar un negocio jurídico.

**Sistema de información:** corresponde a las plataformas desarrolladas en la nube por la compañía para la prestación del servicio, para uso de los clientes y usuarios finales.

## 5. ENTRADAS Y SALIDAS

Entradas del Procedimiento	Salidas del Procedimiento
Registro agencias en plataforma	Contratos suscritos
Agencias potenciales referidas	Registro desistimientos
Portafolio de servicios	Cargue de agencias en sistema
Supuestos y restricciones del mercado	Informes financieros
Actualizaciones y piezas gráficas	Facturaciones y cobros

## 6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES

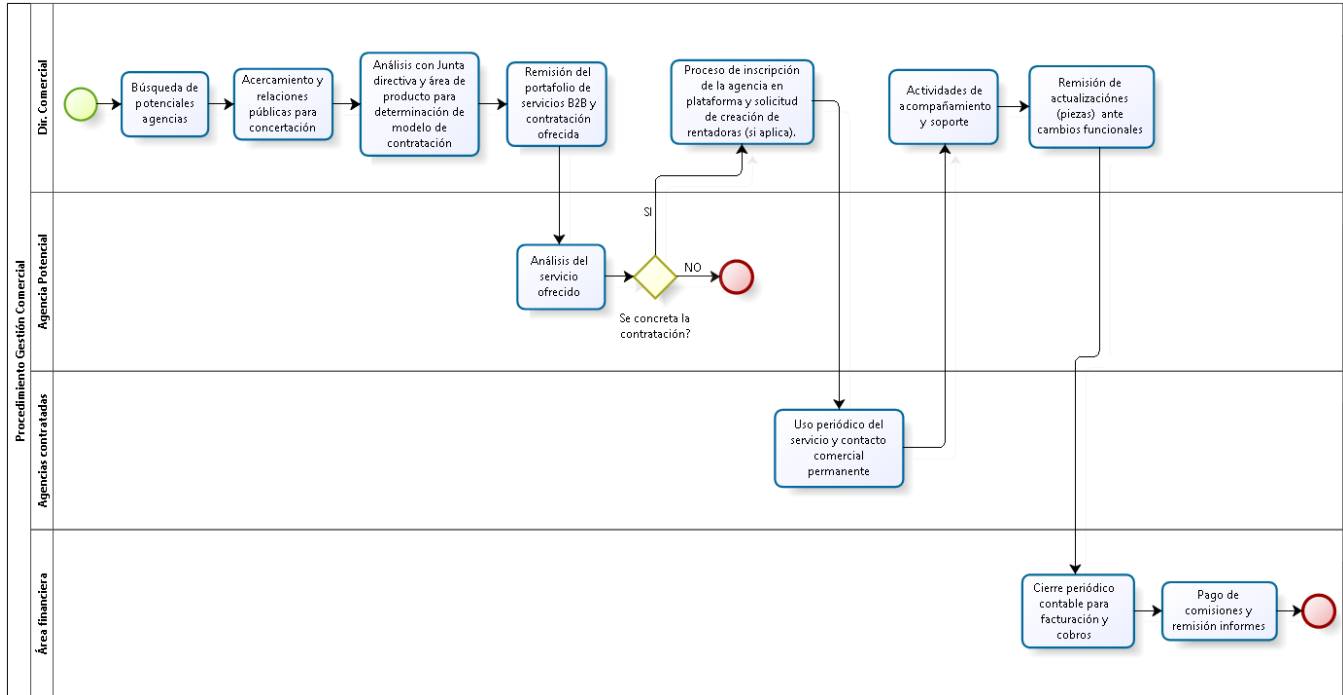
CARGO	RESPONSABILIDADES
Dir. Comercial	<ul style="list-style-type: none"><li>Identifica clientes potenciales para procesos de contratación.</li></ul>

CARGO	RESPONSABILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realiza las actividades de representación, relaciones públicas y comerciales para los acercamientos a clientes potenciales</li> <li>Se encarga de la socialización del portafolio de servicio, identificación de las restricciones y supuestos del mercado, realiza la gestión e obtención de la minuta de contratación y efectúa la negociación con clientes</li> <li>Con las agencias que se cuente con contrato suscrito, efectúa la suscripción de estas en la plataforma, realiza las actividades de capacitación, asesoría, acompañamiento y soporte para adecuada prestación del servicio</li> <li>Noticia actualizaciones funcionales de la plataforma a agencias</li> </ul>
Analista de producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realiza la estructuración y configuración de las minutas para contratación.</li> <li>Registra rentadoras en el sistema para servicios B2C o aquellas que se generen ante la negociación con agencias para servicios B2B.</li> </ul>
Dir. financiera	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecuta proceso de facturación y cobro.</li> <li>Emite informes de ejecución e ventas con las que se mide la ejecución del área comercial.</li> </ul>
Dir. Administrativa o general	<ul style="list-style-type: none"> <li>La gerencia de la compañía en cabeza de los 2 fundadores, realiza el acompañamiento en el proceso de negociación indicando los topes de contratación y apoyando el análisis del mercado.</li> </ul>

## 7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Búsqueda	Dir. Comercial	El proceso inicial con la identificación de clientes potenciales mediante las diferentes fuentes de captación, ya sea directamente los registros en la plataforma, las listas de contactos obtenidas por gestión comercial o socios estratégicos.
Acercamiento	Dir. Comercial	La Dirección comercial gestiona la citación con el cliente potencial y en este acercamiento realiza las actividades de negociación, en la que se presenta el servicio prestado por la plataforma y se obtienen los supuestos y restricciones que debe cubrir la contratación.

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Análisis del mercado	Dir. Comercial y Administrativa y analista producto	Obtenidos los supuestos y restricciones del mercado se identifican las variables a considerar en la estructura de precios y modelo de contratación; se implementa el procedimiento de gestión de producto para obtención del modelo de contratación más conveniente.
Oferta y análisis cliente	Dir. Comercial	Una vez convenida la posibilidad de contratación y recibida de la minuta, se culminan las actividades de negociación con el cliente potencial; esta actividad puede culminar con la no aceptación por parte del cliente y en caso tal se finaliza el procedimiento con un registro de desistimientos.
Registro	Dir. comercial	En caso de aceptación y suscripción del contrato por parte de la agencia, el director procede con el registro en sistema de información (plataforma B2B) de la agencia y solicita al analista de producto la inscripción de rentadoras en caso de que la contratación genere nuevas a registrar.
Prestación del servicio	Agencia y Dir. comercial	Posterior a capacitación en el uso de la plataforma, la agencia da inicio a la prestación del servicio, durante la prestación la dirección comercial es la encargada de realizar, seguimiento, reinducciones y soporte. En caso de actualizaciones funcionales de la plataforma debe efectuar las nuevas capacitaciones y socialización de cambios, para lo cual puede valerse de piezas diseñadas por el área de marketing.
Cierre contable	Dir. Financiera	El área financiera de la compañía mediante su procedimiento periódico efectúa la facturación y cobro de servicios a todas las agencias y rentadoras. Procede con el pago de las comisiones por rentadora y al área de mercadeo que se aplique según las ventas de cada una y emite los informes de ejecución de ventas de la línea de servicio.



Control

Versión	Fecha emisión	Descripción del Cambio	Revisado	Aprobado
1.0		Versión original		

## TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO .....	2
2. ALCANCE .....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. DEFINICIONES .....	2
5. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES .....	3
6. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO .....	4
7. ANEXOS.....	6

## 1. OBJETIVO

Delimitar las actividades y ejecución del área de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la compañía, para atención de los requerimientos de mejoramiento o de automatización necesario para la ejecución de actividades de D.P. International Services S.A.S.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento abarca las actividades responsabilidad del área TIC de D.P. International Services S.A.S. para las plataformas y el total de proyectos de desarrollo de la compañía; aplica para todos los requerimientos de mejoramiento o de automatización.

## 3. RESPONSABLE

El procedimiento es responsabilidad directa del director de tecnología de la compañía, apoyado por los profesionales de desarrollo y con seguimiento de la Dirección Administrativa

## 4. DEFINICIONES

**Consecutivo:** Numero único con el que se identifica un ticket.

**Cronograma de seguimiento:** Relación de pasos y actividades a seguir al momento de transferir los documentos de correspondencia al archivo de gestión

**Correo electrónico:** servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes (también denominados mensajes electrónicos o cartas digitales) mediante redes de comunicación electrónica.

**Desarrollo:** Proceso de creación y mantenimiento de programas y sistemas de información.

**Herramienta de desarrollo:** Herramienta utilizada para escritura del código de programación de los Sistemas de Información.

**Implementación:** Etapa del desarrollo que consiste en colocar una vez desarrollado y probado en ambiente de producción.

Versión 1.0

**Mantenimiento:** Son las modificaciones que se realizan en sistema después de la entrega al usuario o puesta en producción; se tipifican en mejoramiento del rendimiento, corrección de defectos, adaptación e integración de sistemas, o mejora o cambio software y hardware,

**Sistema Gitlab:** Software utilizado por la compañía para el registro y gestión de tickets ante necesidades o requerimientos al área de IT.

**Usuario final:** Cliente que requiere hacer uso de la mejora, actualización o desarrollo efectuado.

## 5. ENTRADAS Y SALIDAS

Entradas del Procedimiento	Salidas del Procedimiento
Requerimiento de desarrollo	Evidencia de pruebas satisfactorias
Criterios de aceptación	Registro de cambio a implementar (RFC)
Adquisiciones necesarias	Versionamiento actualizado
Especificaciones técnicas y funcionales	Segregación de roles
Restricciones (tiempo / presupuesto)	Manuales o instrucciones de uso

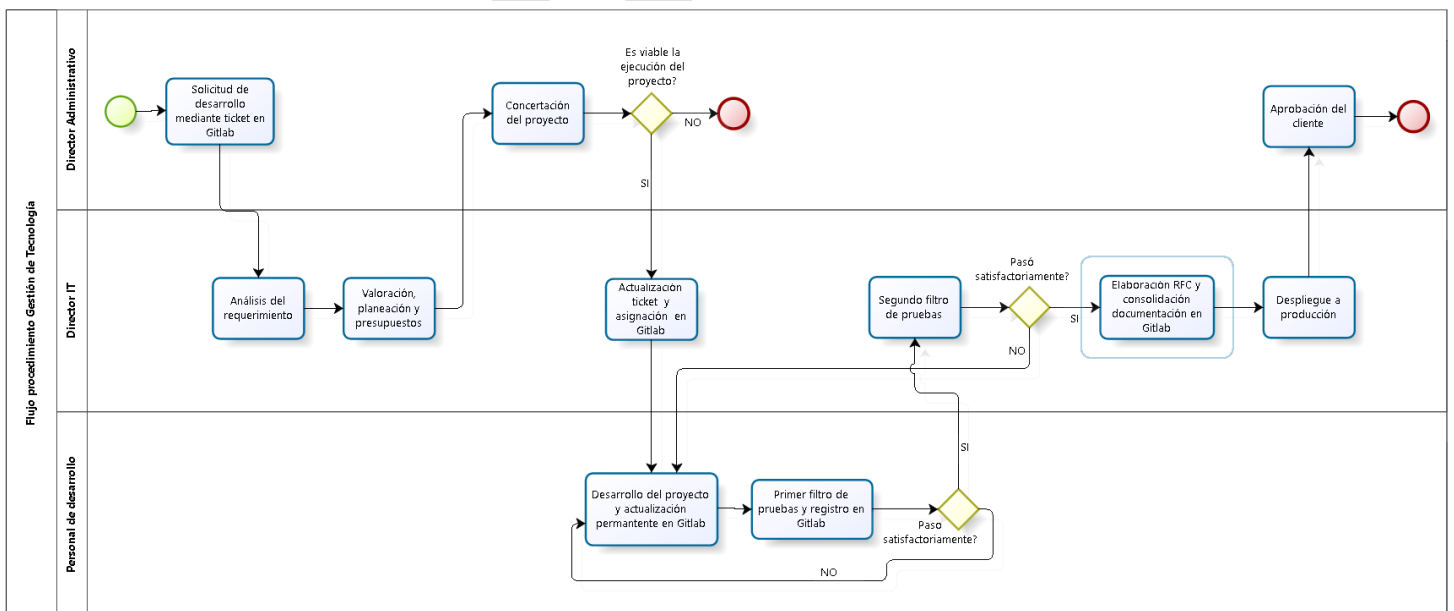
*Nota: Cada una de las entradas y salidas debe contar con documentación evidencia.*

## 6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES

CARGO	RESPONSABILIDADES
Director IT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En cargado de la planeación del desarrollo una vez recibido un requerimiento, incluyendo estimación de adquisiciones, presupuesto y cronograma.</li> <li>• Encargado del levantamiento de las especificaciones técnicas y funcionales que genera cada requerimiento recibido.</li> <li>• Efectúa las pruebas de los desarrollos afectados y aplica las listas de chequeo para concepto.</li> <li>• Responsable de la validación y aprobación de salida a producción de cada desarrollo efectuado por el área.</li> <li>• Elabora el RFC una vez aplicadas pruebas en ambiente de producción, para propuesta de salida a producción</li> </ul>
Personal de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectúa los desarrollos conforme requerimientos y criterios de aceptación preestablecidos, considerando las restricciones de recursos asignadas.</li> </ul>

CARGO	RESPONSABILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documenta el procedimiento de cada desarrollo efectuado asegurando la gestión del conocimiento adquirido y la conformación de las lecciones aprendidas.</li> <li>• Actualiza el versionamiento y documentación que la automatización genera.</li> <li>• Elabora los manuales o instrucciones de uso por cada uno de los roles que intervienen en el desarrollo efectuado.</li> </ul>
Director Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de la formulación de los requerimientos de desarrollo, ya sea mejora o nueva solicitud.</li> <li>• Determina los criterios de aceptación del desarrollo solicitado.</li> <li>• Patrocina las adquisiciones requeridas por el área de desarrollo para la ejecución de cada uno de los requerimientos.</li> <li>• Aprueba el RFC para autorización de salida a producción</li> <li>• Evalúa y aprueba los desarrollos desplegados en ambiente de producción, según los criterios de aceptación previamente formulados.</li> </ul>

## 7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO



Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Solicitud	Director Administrativo	Conforme necesidades identificadas de áreas o personal de la compañía, evidencia de mejoras aplicables, necesidades de nuevo proyecto o fallas evidenciadas; efectúa mediante <u>ticket en sistema Gitlab</u> , la solicitud formal al área de IT de desarrollo necesario.
Análisis y planeación	Director IT	Conforme requerimiento recibido, se realiza análisis de la necesidad y se tipifica según su naturaleza (solicitud de mejora, nuevo proyecto, ajuste) para presupuestar el desarrollo a efectuar a nivel de recursos necesarios, duración del desarrollo y salvedades o restricciones a considerarse.
Concertación	Director Administrativo y director IT	Una vez el director IT efectuó la planeación y presupuesto del desarrollo necesario, se efectúa una mesa de concertación para socialización a la dirección administrativa, en la cual se efectuaran ajustes que apliquen al proyecto y se establecerá la duración recursos asignados para implementación y se establecerán los criterios de aceptación del futuro desarrollo. El resultado de esta sesión se consignara en <u>formato de acta de reunión</u> y puede concluir con la cancelación del proyecto o viabilidad para inicio de desarrollo.
Asignación	Director IT	Cuando el proyecto es validado para inicio, el director de área según las características definidas del desarrollo, actualiza el ticket en el sistema Gitlab asignándolo al recurso específico (personal de desarrollo) como responsable de la ejecución.
Desarrollo	Personal de desarrollo	El profesional asignado inicia el desarrollo requerido haciendo uso del ambiente de pruebas y considerando las especificaciones funcionales y técnicas. En caso de dificultades que afecten el plazo, recursos o especificaciones, registra constantemente en sistema Gitlab para notificación a la dirección de IT y socialización a la dirección administrativa, quienes procederán a dar indicaciones (si aplica) para solventar.
Pruebas	Personal de desarrollo	Una vez finalizado el desarrollo ejecuta un plan de pruebas, que si son superadas notifica finalización en sistema Gitlab.

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Verificación	Director IT	<p>Con cada desarrollo finalizado se ejecuta la <u>lista de chequeo</u> para aplicación de las pruebas finales; si no se pasan estas pruebas se devuelve por medio de Gitlab al desarrollados para ajustes específicos, generándose las iteraciones necesarias.</p> <p>Una vez superadas las pruebas finales, se procede a la validación y aprobación de salida a producción, con lo cual elabora el <u>formato RFC</u> para propuesta de salida a producción.</p>
Aprobación	Director Administrativo	<p>Con el RFC recibido, se realiza verificación para aprobar salida a producción mediante prueba los desarrollos desplegados en ambiente de producción según los criterios de aceptación.</p>

## 8. ANEXOS

- A. Formato de requerimiento
- B. Formato acta de reunión
- C. Lista de chequeo
- D. Formato RFC

Versión	Fecha emisión	Descripción del Cambio	Revisado	Aprobado
1.0		Versión original		

## TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO .....	2
2. ALCANCE .....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. DEFINICIONES .....	2
5. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES .....	7
6. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO .....	8
7. ANEXOS.....	10

## 1. OBJETIVO

Delimitar las actividades correspondientes a la creación e implementación de estrategias de marketing para la promoción de los servicios ofrecidos por la compañía.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento abarca todas las estrategias y campañas aplicables a todos los servicios ofrecidos por las plataformas desarrolladas por la compañía.

## 3. RESPONSABLE

El procedimiento es responsabilidad del director de mercadeo de la compañía, apoyado por los profesionales de implementación y de diseño, con seguimiento de la Dirección administrativa.

## 4. DEFINICIONES

**Abandono o Tasa de abandono:** es el término utilizado en comercio electrónico para describir al visitante de una página web que se marcha de ésta antes de completar la acción deseada.

**Análítica Web:** son las prácticas relacionadas con el análisis de sitios web a través de las cuales se obtiene toda la información relacionada en torno a ella. Se utiliza para conocer cómo se comportan los usuarios y ayuda a elaborar estrategias y tomar decisiones en torno a la información obtenida.

**Anchor Text (textos “gancho” en SEO):** enlace o hipervínculo que acompaña el contenido en una web o página al que se quiere conducir a la audiencia y a los motores de búsqueda.

**API:** es la abreviatura en inglés de Application Programming Interfaces (Interfaces de programación de aplicaciones) que definen un conjunto de protocolos y herramientas utilizados por desarrolladores para crear programas específicos para ciertos sistemas operativos.

**App:** también conocido como aplicación, apli o app. Es una aplicación de software que se puede instalar en pc, tablet o móvil y sirven para un objetivo concreto.

**Banner:** anuncio publicitario en forma de imagen que, generalmente, se sitúa a lo largo de un sitio web, en alguno de los márgenes o cualquier otro espacio reservado para los ads.

**B2B (Business to Business):** modelo de negocio que señala que el acuerdo es entre 2 empresas.

**B2C (Business To Customer):** Definen el término “de negocio a consumidor”. Son las acciones estratégicas de los negocios que se utilizan para llegar directamente al consumidor

**Blog:** es una web gestionada por sistemas de gestión de contenido que pueden tener carácter personal, corporativo o como tienda online.

**Bot (Robot de búsqueda):** Robot o programa que opera automáticamente sin la necesidad de la intervención humana instantánea.

**Call to action (CTA – Llamada a la acción):** call to action o llamada la acción es una herramienta o estrategia de publicidad, gráfica o textual, que busca incitar a la audiencia a responder a una acción después de un anuncio.

**CMS (Content Management Systems):** significa gestor de contenidos y es un software que sirve para que cualquiera pueda gestionar sus propios contenidos en Internet.

**Cookie:** archivos codificados, de números y letras, que se instalan en el navegador para que identifiquen un navegador, pero no a un usuario en concreto; envían información de ida y vuelta entre el navegador del ordenador y los sitios web visitados.

**CPC:** Siglas de Coste Por Clic. Método de pagos online utilizado para dirigir visitas a una página web y basado únicamente en los clics efectuados sobre un anuncio. Lo que el anunciante le paga a su editor es una cantidad fija, acordada de forma previa, cada vez que un usuario hace clic.

**CTR:** Siglas de Click Through Rate. Relación entre los usuarios que hacen clic en un enlace concreto y el número total de usuarios que visualizan una página, un email o un anuncio (impresiones). Se utiliza comúnmente para medir el éxito de una campaña de publicidad online, así como la efectividad de las campañas de email.

**CRO:** El CRO (Conversion Rate Optimization) o también conocido como tasa de conversión, es el proceso iterativo en el que se busca mejorar los ratios y procesos de conversión de una web.

**Click to call:** el término inglés se traduce en “click para llamar”. Es un sistema que se utiliza en marketing digital para llamar la atención del consumidor a hacer click en un botón específico en una página concreta y que deriva a otra página donde se realiza otra acción que en este caso es la de llamar al servicio o introducir un número de teléfono.

**e-Business (Negocio electrónico):** se refiere a la realización de cualquier tipo de negocio por medio de Internet. Independientemente de si se trata de envío de información, solicitudes de correo electrónico o de intercambio de dinero por productos, si se hace por medio de Internet, se trata de un negocio electrónico o e-Business.

**email Marketing:** email redactado, diseñado y enviado por un anunciante (empresa) a través de una base de datos de un tercero.

**Enlace:** conexión electrónica entre dos sitios web. También se le denomina hipervínculo, enlace dinámico o link.

**Feed:** un feed se traduce como fuente o canal, que será el contenido de Internet que puede exportarse a otros sitios y llegue a más usuarios.

**Freemium:** modelo de negocio que ofrece gratuitamente un servicio o producto básico y cobra por upgrades y contenidos adicionales.

**Funnel o embudo de conversión:** es el camino que un usuario emprende a través de un anuncio online o del sistema de búsqueda, navegando por la página de un e Commerce y, finalmente, convirtiéndose en una venta.

**Geolocalización:** localización de los usuarios que se determina utilizando una dirección IP o las coordenadas GPS. Se suele utilizar en campañas de publicidad online para mostrar información o contenido únicamente a usuarios localizados en un determinado sitio geográfico.

**Home page (portada):** es la página principal de entrada de un sitio web.

**Inbound Marketing:** estrategia de marketing orientada a conseguir que encuentre el sitio web del anunciante.

**Java:** lenguaje programático diseñado para crear aplicaciones en Internet.

**KPI (Key Performance Indicator):** indicador clave de rendimiento, utilizado para medir el nivel del desempeño de un proceso. Este indicador está relacionado a un objetivo fijado de antemano y normalmente se expresa en porcentaje. Los KPIs más utilizados en Marketing Digital suelen ser: clics, visitas, altas en formularios, ventas, visiones de vídeo, apertura de emails, retweets.

**Landing Page:** es una página web que busca vincular al usuario con una marca. Aparece tras hacer una invitación a una acción concreta como hacer click en un botón de una guía, portal o banner. Se utiliza para convertir a los visitantes de esa página en leads.

**Lead (contacto):** un lead o contacto es un usuario que ha entregado sus datos a una empresa, a través de un registro o la descarga de algo de ese anunciante, pasa a ser un registro de su base de datos y la empresa puede interactuar con él.

**Marketing de Afiliación:** es uno de los tipos de marketing especializado en la obtención de resultados. Se trata de un acuerdo entre dos sitios en el que uno de ellos (el afiliado) se encarga de la promoción de los productos o servicios de otra empresa (el anunciante) con el objetivo de dirigir tráfico al sitio web del anunciante.

**Mensajería instantánea:** mensajería a tiempo real que se realiza a través de dispositivos y en el que dos o más personas participan si están conectados a internet.

**Meta-tags (etiquetas):** es un código html que se inserta en una página web. Se utiliza en marketing digital y sobre todo en SEO ya que ayuda a mostrar información de referencia a los buscadores sobre el contenido de la página y ayuda a posicionarla.

**Mobile Marketing:** conjunto de técnicas para publicitar servicios y productos a través de las tecnologías móviles, como mobile advertising, SMS, MMS o venta de contenidos.

**Página vista (Page impression):** se entiende por página vista un archivo enviado al usuario como resultado de la petición.

**Piezas:** son los diferentes soportes creativos que configuran una campaña de publicidad. Pueden ser imágenes, vídeos, GIFs, panfletos o cualquier otro tipo de material que acompañe a la campaña.

**Product feed:** Archivo compuesto por una lista de productos y atributos organizados de tal manera que cada producto se puede mostrar, anunciar o comparar de forma única.

**Premium:** concepto que se utiliza para calificar un producto o servicio que tiene un coste que va más allá del coste técnico necesario para desarrollar el producto o servicio. Suele tener características especiales con una calidad superior a la media.

**Publicidad display:** Publicidad en páginas web que incluye formatos diferentes y contiene elementos como texto, imágenes, vídeo, audio o flash. Su propósito principal es mostrar anuncios y mensajes a los visitantes de un sitio web y dirigir a una página en la que se amplía la información incluida en el anuncio.

**Ratio de Conversión:** Acto de convertir visitantes de un sitio web en clientes. el porcentaje de conversión es la proporción de visitantes de una web que realizan una acción más allá de visualizar un contenido o de visitar una página específica.

**ROI:** o Tasa de Retorno de Inversión es el indicador de las ganancias que se han obtenido tras llevar a cabo determinadas acciones.

**RTB:** Siglas de Real Time Bidding. Medio por el cual se compra y se vende inventario publicitario por impresión, a través de una subasta programática instantánea. Con el método RTB, los anunciantes pujan por una impresión y, si la puja resulta ganadora, el anuncio del anunciante aparece automáticamente en el sitio web del editor.

**Remarketing:** Técnica del marketing online que consiste en reimpactar, a través de un email, a usuarios que ya han visitado una página web.

**Retargeting / Remarketing display:** Técnica del marketing online que muestra publicidad inteligente a aquellos usuarios que ya han visitado previamente un sitio web.

**Responsive Design:** el Responsive Design o diseño web adaptativo, adaptable o responsivo, es la técnica que se utiliza para tener una misma web adaptada a las diferentes plataformas tecnológicas: ordenador, tablet, smartphones, libros electrónicos o portátiles.

**Scroll:** se denomina scroll al desplazamiento o al movimiento en 2D de los contenidos que forman parte del escenario de un videojuego o en la ventana que se muestra en una aplicación informática.

**Spam:** el spam es el correo electrónico recibido por el usuario y que no ha solicitado ni desea tener en su bandeja de entrada. El spam es enviado a millones de cuentas de correo sin haber sido requeridos.

**Target:** También conocido como la audiencia objetivo a la que nos dirigimos que tiene una estrategia concreta en marketing. Es importante definir bien el target group ya que se trabajará en torno a él.

**Tasa de conversión:** la tasa de conversión es un indicador que nos facilita el tráfico de visitas que haya realizado una acción respecto a la tasa de clics.

**URL:** la URL o Uniform Resource Locator es la dirección de una página web, esa que te permite acceder a los servicios y otros clientes en navegadores web.

**Visita:** la visita se sucede cuando un único usuario o robot entra a una web, puede ser una o más veces, durante un tiempo determinado.

**Visual Search:** visual Search es la tendencia que consiste en realizar una búsqueda online a través de la subida de una imagen a una app o plataforma con el objetivo de encontrar una batería de imágenes con características similares a la consulta realizada.

**Webinar:** webinar es la combinación de las palabras Web y Seminar (seminario en inglés). Por tanto, un Webinar es un vídeo-seminario o un vídeo - conferencia online que se realiza a través de un software y que permite impartir una clase en línea.

**XHTML:** XHTML o Extensible Hypertag Markup Language es el lenguaje que se utiliza en la mayoría de los sitios móviles.

**Yield:** este concepto o ad click rate hace referencia al porcentaje de clics en contra de las impresiones en un ad dentro de una página específica.

**Zoho Campaigns:** Herramienta de marketing por correo electrónico que ofrece creación, configuración y ejecución de campañas por correo electrónico, mediante un proceso automatizado, confiable, sencillo y rápido. Es una herramienta que se integra con otros servicios para mantener los datos de interés y genera reportes de medición en tiempo real para verificación del comportamiento de la campaña.

**Zoho Social:** Herramienta para administración de marca en redes sociales que permite la programación de publicación en términos de frecuencia, proyección y duración, incluye calendario de publicaciones y reportes de análisis para facilidad del usuario.

## 5. ENTRADAS Y SALIDAS

Entradas del Procedimiento	Salidas del Procedimiento
Solicitud de piezas	Piezas aprobadas
Lista de chequeo alcance piezas	Calendario editorial
Formato de propuesta mensual (Calendario)	Trazabilidad ejecuciones
Herramientas Zoho	Campañas
Listas de suscriptores	Reportes de resultados de campañas

## 6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES

CARGO	RESPONSABILIDADES
Profesionales de área	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de las propuestas y diseños de las piezas y campañas a implementar</li> <li>• Recibe las solicitudes de piezas requeridas por el área comercial, asegurando a recepción de todos los criterios necesario para inicio de los diseños.</li> <li>• Realiza los ajustes que sean requeridos por parte de la Dirección Comercial o Dirección General tanto a piezas como a campañas</li> <li>• Encargado del registro y trazabilidad de las actividades del área, garantizando actualización permanente.</li> <li>• Traduce las piezas y campañas elaboradas inicialmente en español que sean aprobadas por la dirección del área, a los idiomas inglés y portugués según aplique.</li> <li>• Asegura la actualización y completitud de la información dispuesta en la carpeta on line del área.</li> </ul>
Director de área	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoya y promueve las propuestas de piezas y campañas a ejecutar periódicamente en la compañía.</li> <li>• Formaliza periódicamente la constitución del calendario editorial.</li> <li>• Verifica y realimenta cada una de las piezas y diseños efectuados por el profesional hasta asegurar obtener piezas terminadas con cubrimiento de los requisitos.</li> <li>• Sustenta las campañas propuestas y piezas definidas por el área a la dirección general para obtener la validación para liberación.</li> </ul>

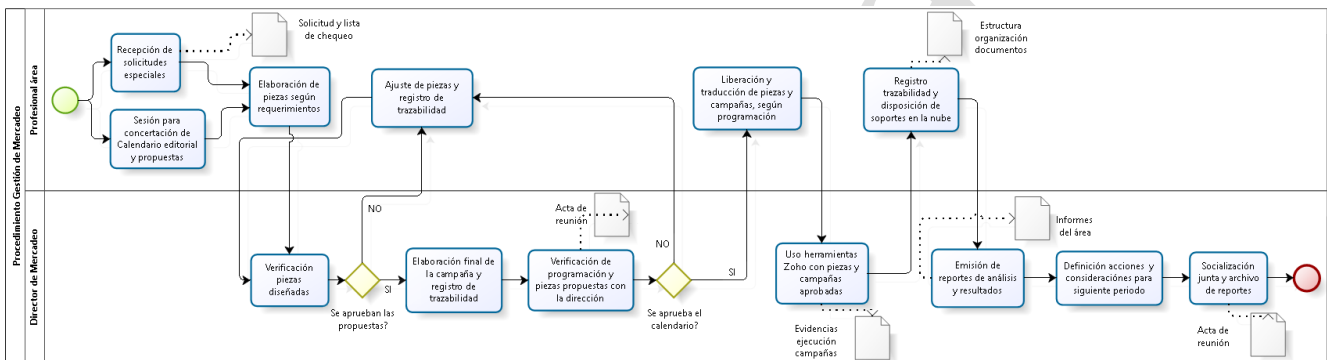
CARGO	RESPONSABILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecuta mediante las herramientas Zoho las campañas avaladas asegurando el uso de todas las piezas y estrategias definidas en el calendario editorial.</li> <li>• Obtiene los reportes de resultados de ejecución y avance de las campañas y piezas liberadas, para análisis de resultados y consideración en periodos siguientes.</li> </ul>
Dirección Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verifica, recomienda, observa y avala el calendario editorial periódicamente socializado por la dirección del área.</li> <li>• Apoya el análisis de resultados de las campañas emitidas para consideración en siguientes periodos.</li> </ul>
Dirección Comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza solicitudes específicas de piezas o campañas que se requiera según las necesidades internas de su área.</li> <li>• Diligencia el formato de solicitud ante necesidad de piezas o campañas, asegurándose de entregar la información y criterios de aceptación necesarios para cada requerimiento.</li> </ul>

## 7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Propuesta	Profesional del área	<p>El proceso inicia con sesión de planeación en el área para determinación de las piezas o campañas a proponer obteniéndose el calendario editorial del periodo como hoja de ruta para la ejecución. También puede presentarse ejecución, resultado de la necesidad inmediata del área comercial de la compañía.</p> <p>Para esta actividad el profesional deberá diligenciar el formato de solicitud de piezas y campañas ya sea para el calendario con elaboración propia, o solicitar su diligenciamiento al área comercial para las necesidades inmediatas.</p> <p>Este formato debe detallar por elemento a diseñar, el tipo de elemento, el objetivo, el formato, las medidas, el peso y el tema.</p>
Elaboración	Profesional del área	<p>Identificadas las necesidades de creación conforme el formato de solicitud, se elaboran los post y los mail tanto para los servicios B2B como B2C, o los específicos requeridos por el área comercial; paquete que pasa a verificación de la Dirección del área.</p>

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Filtro de verificación inicial	Director de Mercadeo	Se efectúa la primera verificación de las piezas, post y mail elaborados, para realimentación. En caso de
Ajustes y elaboración final	Profesional del área	<p>En caso de presentarse observaciones se efectuaran los ajustes por parte del profesional y se generaran las iteraciones necesarias hasta contar con aprobación de la propuesta por parte de la dirección del área.</p> <p>En caso de no generarse observación o necesidad de ajuste se procede con la elaboración de la campaña formalmente, registro de su trazabilidad en matriz de seguimiento a actividades obteniendo versión final inicialmente en idioma español, para posterior verificación pasa a inglés y portugués.</p>
Socialización final	Director de Mercadeo	Mediante reunión con la dirección de la compañía, el Director de Mercadeo procede a socialización de las piezas y el calendario editorial para determinar si se valida éste para ejecución de las campañas.
Liberación	Director de Mercadeo	En caso de recepción de observaciones por parte de la dirección de la compañía a las piezas, campaña o calendario editorial, el director de mercadeo devuelve al paso de ajuste y elaboración final por parte de los profesionales; generándose nuevamente las iteraciones necesarias hasta contar con aprobación para liberación de la dirección de la compañía.
Campaña	Director de Mercadeo	<p>Una vez aprobada por la dirección el calendario y la campañas propuestas con sus respectivas piezas, se procede a la implementación de éstas durante el periodo, mediante las herramientas Zoho.</p> <p>De estas herramientas se obtienen los informes y reportes de ejecución y resultados.</p>
Registro	Profesional del área	El profesional del área procede a registrar la trazabilidad de la campaña del periodo, con sus piezas y resultados según estructura organizativa de la información previamente establecida por la

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
		dirección; información a disposición de los integrantes del área y de la dirección general.
Reportes, análisis y acciones	Director de Mercadeo	Con los resultados obtenidos en el periodo por las campañas y piezas emitidas conforme los reportes de las herramientas, el director del área procede a efectuar los análisis necesarios para consideraciones en campañas y piezas subsiguientes.
Cierre	Director de Mercadeo	El director de área socializa a la dirección general los resultados obtenidos en el periodo, así como las conclusiones y estrategias implementar en futuros periodos.



## 8. ANEXOS

- A. Formato de solicitud de piezas y campañas
- B. Lista de chequeo piezas
- C. Formato acta de reunión
- D. Formato Calendario mensual
- E. Matriz de trazabilidad de actividades
- F. Estructura organización de la información
- G. Plantilla informe del área

Versión	Fecha emisión	Descripción del Cambio	Revisado	Aprobado
1.0		Versión original		

## TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO .....	2
2. ALCANCE .....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. DEFINICIONES .....	2
5. ENTRADAS Y SALIDAS .....	4
6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES .....	5
7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO .....	5

## 1. OBJETIVO

Delimitar las actividades financieras respecto de los diferentes clientes y negociaciones adquiridas por la compañía a nivel de cobros y facturaciones, enfocándose en el adecuado uso y canalización de los recursos de la compañía, tanto para servicios B2B como B2C.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento abarca las actividades responsabilidad del área TIC de D.P. International Services S.A.S. para las plataformas y el total de proyectos de desarrollo de la compañía; aplica para todos los requerimientos de mejoramiento o de automatización.

## 3. RESPONSABLE

El procedimiento es responsabilidad directa del director del director financiero, apoyado por un analista financiero, con seguimiento de la Dirección general a cargo de los socios fundadores.

## 4. DEFINICIONES<sup>1</sup>

**AMORTIZACIÓN:** Reducciones graduales de la deuda a través de pagos periódicos sobre el capital prestado.

**ANÁLISIS FINANCIERO:** conjunto de principios, técnicos y procedimientos que se utilizan para transformar la información reflejada en los estados financieros, en información procesada, utilizable para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones, fusiones de empresas, concesión de crédito, etc.

---

<sup>1</sup> <https://www.lahipotecaria.com/colombia/wp-content/uploads/2014/10/Glosario-terminos-Financieros.pdf>

**BANCO:** Institución financiera de intermediación que recibe fondos en forma de depósito de las personas que poseen excedentes de liquidez, utilizándolos posteriormente para operaciones de préstamo a personas con necesidades de financiación, o para inversiones propias.

**B2B (Business to Business):** modelo de negocio que señala que el acuerdo es entre 2 empresas.

**B2C (Business To Customer):** Definen el término “de negocio a consumidor”. Son las acciones estratégicas de los negocios que se utilizan para llegar directamente al consumidor

**CLIENTES:** Para el procedimiento corresponde a agencias y operadores, los GSA y los afiliates con los que se encuentre suscrito un contrato objeto de ventas periódicas que requieran cobro y facturación.

**COMISIÓN:** Suma porcentual que se paga a un tercero por sus servicios prestados, la cual para el caso de los bursátiles, generalmente se cobra al comprar y al vender.

**CONSUMO:** Porción del ingreso que no es ahorrado ni pagado en impuestos.

**CRÉDITO AL CONSUMIDOR:** Crédito otorgado por un banco u otra institución autorizada a un prestatario (generalmente una persona particular) con el propósito exclusivo de financiar la compra de bienes de consumo o equipos.

**CORREO ELECTRÓNICO:** servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes (también denominados mensajes electrónicos o cartas digitales) mediante redes de comunicación electrónica.

**CUENTA CORRIENTE:** El monto que las personas o las entidades tienen a la vista en bancos. Usualmente no devengan intereses y se manejan por medio de una libreta de cheques.

**CUENTA DE AHORROS:** Cuenta que se tiene en un establecimiento financiero y cuyo objetivo es la protección de los ahorros.

**DEBITAR:** Instrucciones de imputar una suma para disminuir el saldo disponible de una cuenta en los libros de un banco.

**ESTADO DE CUENTA:** Operación que consiste en determinar el balance de una cuenta. Registro de los asientos de débito o crédito en la cuenta de un cliente durante un espacio de tiempo determinado

**IMPUESTO:** Cobro obligatorio que el Estado o las colectividades locales realizan respecto de los recursos de los agentes económicos, sin asignación previa a un gasto preciso.

**INDICADOR:** Índice en cifras que indica la evolución de cierta magnitud económica o financiera importante para la conducción de la política económica en general, para análisis de resultados.

**INTERÉS:** Es el costo que se paga a un tercero por utilizar recursos monetarios de su propiedad. Es la remuneración por el uso del dinero.

**FACTURACIÓN:** Para el presente procedimiento corresponde a las actividades para realizar los cobros y pagos de comisiones a los diferentes clientes, puede ser mensual o quincenal según el tipo de cliente.

**MERCADO FINANCIERO:** Es el conjunto de instituciones y mecanismos utilizados para la transferencia de recursos entre agentes económicos.

**MERCADO INTERBANCARIO:** Aquel que permite un flujo de fondos entre los bancos, pues mientras unos tienen excedentes de encaje, otros, así tengan la capacidad de colocación, no captan lo suficiente.

**MONEDA:** Medio de cambio de una unidad de valor, definido por referencia a la ubicación geográfica de las autoridades monetarias responsables.

**QUEJA O RECLAMO:** Es la manifestación de inconformidad expresada por un consumidor respecto de un producto o servicio adquirido.

**REFINANCIACIÓN:** Operación por la cual un prestamista obtiene fondos de otro prestamista para cubrir el crédito otorgado a un tercero.

**RENDIMIENTO:** Es la ganancia en dinero, bienes o servicio que una persona o empresa obtiene de sus actividades industriales, agrícolas, profesionales, o de transacciones mercantiles o civiles.

**RENTABILIDAD:** Es la relación entre la utilidad proporcionada por un título y el capital invertido en su adquisición.

**RIESGO:** Es el grado de variabilidad o contingencia del retorno de una inversión. En términos generales se puede esperar que, a mayor riesgo, mayor rentabilidad de la inversión.

**SALDO:** Suma de la situación original de una cuenta y sus variaciones positivas o negativas durante un periodo nuevo.

**TASA DE CAMBIO:** Relación entre el precio de dos monedas que es determinado por la oferta y la demanda.

**TASA DE INTERÉS:** Es la expresión porcentual del interés aplicado sobre un capital. Las tasas de interés pueden estar expresadas en términos nominales o efectivos.

**USUARIO FINAL:** Cliente que requiere hacer uso de la mejora, actualización o desarrollo efectuado.

## 5. ENTRADAS Y SALIDAS

Entradas del Procedimiento	Salidas del Procedimiento
Contratos / negocios jurídicos / minutas suscritas	Facturación y cobro a clientes
Reglas del mercado por contrato	Reportes de ejecución y facturación
Estructura de precios	Tickets para ajustes reservas con error
Reportes de ventas (SI)	Estados de cuenta

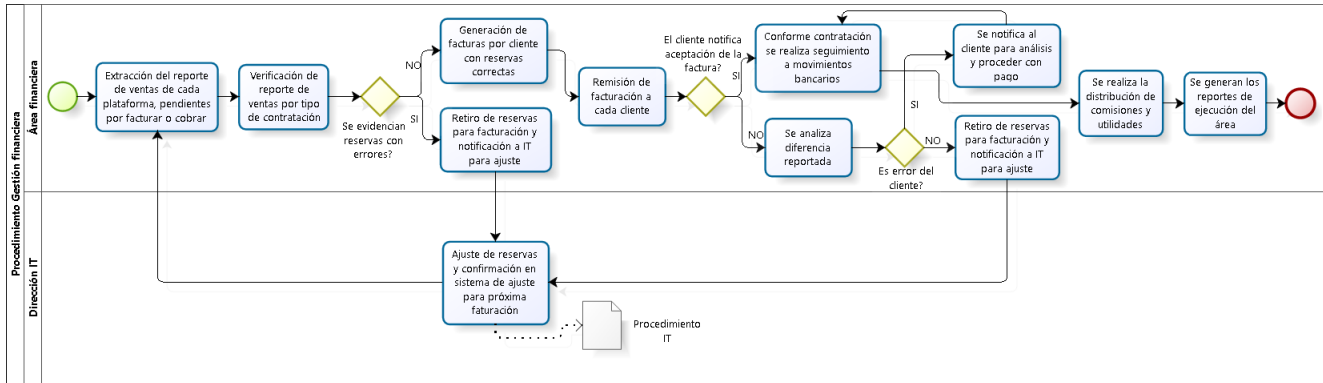
## 6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES

CARGO	RESPONSABILIDADES
Analista financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de los reportes de reservas para pago y facturación.</li> <li>• Generación de facturas correspondientes a reservas disponibles para pago.</li> <li>• Remisión de facturas a los diferentes clientes.</li> <li>• Seguimiento a desembolsos y pagos (gestión de cartera)</li> </ul>
Dirección financiera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar las reservas disponibles para pago, para identificar errores que requieran ser elevados a IT o en su defecto avalar para facturación.</li> <li>• Analizar las interpretaciones erradas del cliente frente a la facturación emitida, para aclarar dudas y dar continuidad al proceso de desembolsos.</li> <li>• Distribuye las comisiones y utilidades según tipo de contratación y respecto de reservas tramitadas.</li> <li>• Generación de reportes e informes del área.</li> </ul>
Dirección IT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibe las necesidades de ajustes de reservas para facturación, que presente el área financiera, ya sea identificadas por financiera o el cliente</li> <li>• En caso de errores en reservas efectúa el procedimiento de IT para ajustes necesarios a estas reservas.</li> <li>• Dejar disponibles para facturación las reservas ajustadas ante errores evidenciados por financiera o los clientes.</li> </ul>

## 7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Reporte	Analista financiero	Se realiza la extracción de las reservas pendientes por facturar de cada una de las plataformas y según tipo de contratación.
Validación	Dir. financiera	<p>Se realiza verificación de las reservas a facturar identificando aquellas que no correspondan a la ejecución del periodo o que presenten algún tipo de error en el reporte.</p> <p>En caso de errores se procede a notificar al área de IT para que en aplicación de sus procedimientos efectúe los ajustes necesarios a</p>

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
		estas reservas, las cuales entraran a estar disponible para facturación en futuros reportes.
Remisión	Analista financiero	<p>Con el reporte depurado se genera la facturación desde el sistema por cada cliente, la cual se emite vía correo electrónico a cada tercero para su análisis.</p> <p>En caso de recepción de aprobación se acepta la factura por parte del cliente y se inicia el seguimiento y gestión de cartera para asegurar el desembolso o tramite de los valores según la facturación y tipo de contratación.</p>
Análisis ajustes aplicables	Dir. financiera	En caso de no recibirse aceptación por parte del cliente de la facturación emitida, se procede con la verificación de aquellas reservas objetadas, para determinar si obedece a una mala interpretación del cliente. En caso tal, se realizan las claridades del caso incluyendo soportes aplicables, para continuar con el proceso de pago. Se inicia el seguimiento y gestión de cartera para asegurar el desembolso o tramite de los valores según la facturación y tipo de contratación.
Elevación de ajustes	Dir. financiera	En caso de errores identificados por causa del reporte de no aceptación de la factura por parte del cliente, se procede a notificar al área de IT para que en aplicación de sus procedimientos efectúe los ajustes necesarios a estas reservas, las cuales entraran a estar disponible para facturación en futuros reportes.
Distribución	Dir. financiera	Con las facturaciones efectivamente tramitadas y los desembolso o conciliaciones con los clientes, se procede con la distribución e comisiones y utilidades que apliquen según tipo de contratación.
Reportes	Dir. financiera	Conforme la ejecución financiera de cada periodo y los reportes desde el sistema y bancos, se efectúan los informes de ejecución del área a la Dirección general.



Versión	Fecha emisión	Descripción del Cambio	Revisado	Aprobado
1.0		Versión original		

## TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO .....	2
2. ALCANCE .....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. DEFINICIONES .....	2
5. ENTRADAS Y SALIDAS .....	3
6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES .....	4
7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO.....	4
8. TIPIFICACIÓN DE CASOS POR FUENTE .....	6

## 1. OBJETIVO

Delimitar las actividades de atención al cliente exclusivas de los usuarios finales de los servicios en plataformas desarrolladas por la compañía, incluyendo la gestión tipificada ante los posibles eventos que puedan presentarse.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento abarca todos los consumidores finales resultantes de las relaciones contractuales adquiridas por la compañía para la prestación de cada servicio.

## 3. RESPONSABLE

El procedimiento es responsabilidad directa del supervisor de servicio al cliente, encargado del call center de la compañía, apoyado por el equipo de atención al cliente, con seguimiento de la junta directiva.

## 4. DEFINICIONES<sup>1</sup>

**Abandono al primer intento:** El cliente cuelga de forma inmediata cuando escucha un mensaje de espera.

**ACD:** (Automatic Call Distributor): Distribuidor Automático de Llamadas.

**ACS:** (Automatic Call Sequencer) Secuenciador Automático de llamadas

**Actualización de pantalla:** Es la velocidad mediante la cual se actualiza la información de tiempo dentro de la pantalla.

**Acuerdo de nivel de servicio:** Son los objetivos de rendimiento acordados entre el cliente y el proveedor del servicio.

**AHT:** (Average Handling Time) Tiempo medio de atención de llamadas.

**ANI:** (Automatic Number Identification) Identificación Automática de Número.

---

<sup>1</sup> <http://www.prcconnect.com/terminos-comunes-en-call-center/>

**Benchmark:** Es un proceso mediante el cual se evalúan las características de los productos o servicios de la empresa para determinar oportunidades de mejora mostrando comparaciones con la competencia.

**Bloqueo:** Proceso mediante el cual se impide al usuario ingresar a la cola de llamadas.

**Browser:** Es un programa utilizado para acceder a las páginas de internet.

**Call Blending:** Es el intercambio de llamadas salientes y entrantes que se producen en un mismo centro de llamadas.

**CLI(Calling Line Identify):** Es la identificación de la línea de la persona que llama.

**Cola:** Representa la lista de llamadas que se encuentran en espera, hasta que un agente se encuentre disponible.

**Medios de recepción:** corresponde a las diferentes fuentes de recepción que tiene el call center de peticiones quejas o reclamos de los usuarios finales del servicio, siendo estas: Chat, llamadas, correos electrónicos, plataforma reclamos, plataformas bancos y la herramienta Trustpilot.

**PQRS:** Caso recibido en para atención, ya sea petición, Queja, Reclamo o Solicitud.

**Correo electrónico:** servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes (también denominados mensajes electrónicos o cartas digitales) mediante redes de comunicación electrónica.

**Desarrollo:** Proceso de creación y mantenimiento de programas y sistemas de información.

**Herramienta de desarrollo:** Herramienta utilizada para escritura del código de programación de los Sistemas de Información.

**Sistema Gitlab:** Software utilizado por la compañía para el registro y gestión de tickets ante necesidades o requerimientos al área de IT.

**Usuario final:** Cliente que requiere hacer uso de la mejora, actualización o desarrollo efectuado.

## 5. ENTRADAS Y SALIDAS

Entradas del Procedimiento	Salidas del Procedimiento
Fuentes de recepción de PQRS	Solución de casos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chats</li> <li>• Llamadas</li> <li>• Correo electrónico B2C</li> <li>• Correo electrónico B2B</li> <li>• Plataforma</li> <li>• Ebanx y Stripe (bancos)</li> <li>• Trustpilot</li> </ul>	Elevación de casos a IT
	Reportes de casos
	Estadísticas de casos
	Informe Call

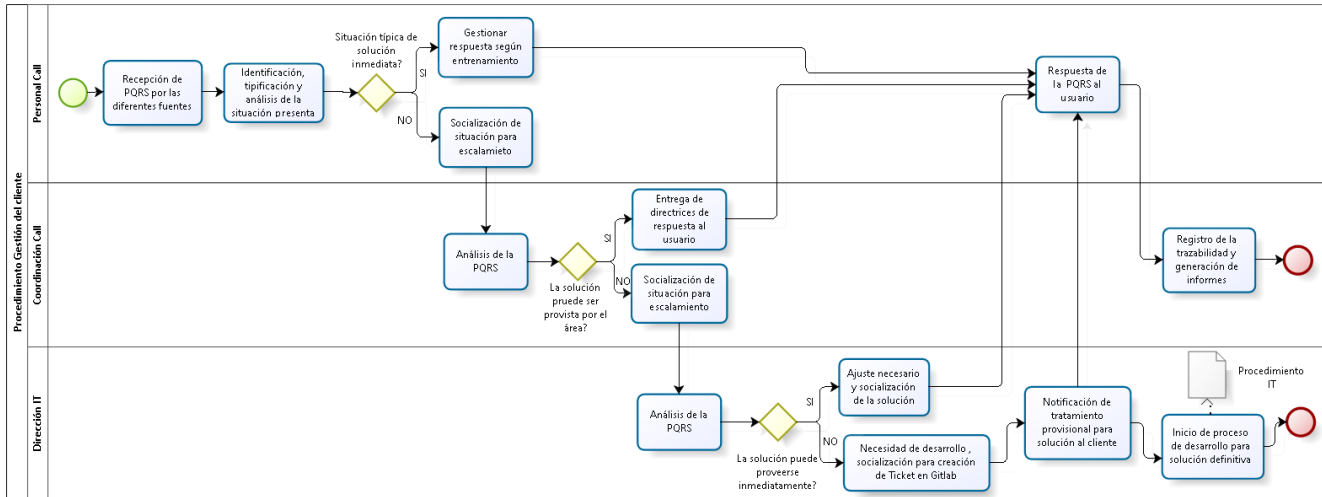
## 6. RELACIÓN DE CARGOS Y RESPONSABILIDADES

CARGO	RESPONSABILIDADES
Personal Call	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de tipificar las diferentes PQRS recibidas</li> <li>• Registrar PQRS en plataforma de reclamos (si no se recibió por este medio)</li> <li>• Dar respuesta a las PQRS de solución viable en primer nivel de análisis.</li> <li>• Elevar a la coordinación del Call las PQRS que no tienen solución en el primer nivel de análisis.</li> <li>• Registra trazabilidad de cada una de las PQRS en el sistema de reclamos, independiente del nivel de solución que se generó para el cierre.</li> </ul>
Coordinación Call	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de analizar y proveer respuesta a las PQRS de solución viable en segundo nivel de análisis.</li> <li>• Elevar al área de IT las PQRS que no tienen solución en el segundo nivel de análisis.</li> <li>• Genera los informes de trazabilidad e históricos mediante la herramienta de reclamos del call center.</li> </ul>
Dirección IT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área encargada de analizar y proveer respuesta a las PQRS de solución viable en tercer nivel de análisis.</li> <li>• Notifica las soluciones exclusivas y provisionales ante casos que requieren desarrollo o cambios funcionales en la plataforma.</li> <li>• Efectúa el procedimiento de desarrollos de IT para dar solución a las problemáticas evidenciadas con las PQRS que no se solucionaron en tercer nivel de análisis.</li> </ul>

## 7. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Recepción	Profesional call	Se recibe una PQRS por cualquiera de los diferentes medios de recepción con los que cuenta el call center, procediendo a registrar el reclamo en Zoho (si no se recibió por dicho medio).

Actividad	Responsable	Detalle Actividad
Análisis de primer nivel	Profesional call	<p>Se analiza el caso para definir si puede ser atendido en el primer nivel directamente por parte del profesional, en caso tal procede con brindar la solución al usuario y socializar la respuesta para trazabilidad.</p> <p>En caso contrario eleva a la coordinación del call center la situación indicando esto al usuario emisor de la PQRS.</p>
Análisis de segundo nivel	Coordinador call	<p>Se realiza análisis de la PQRS recibida para identificar si la solución puede ser provista exclusivamente por el área de atención al cliente, en caso tal procede con brindar la solución al profesional call para que este socialice la respuesta al cliente y se registra esta para trazabilidad.</p> <p>En caso contrario eleva al área de IT la situación indicando esto al usuario emisor de la PQRS por medio del profesional call.</p>
Análisis de tercer nivel	Director IT	<p>Se realiza análisis de la PQRS recibida para identificar si la solución puede ser provista inmediatamente mediante los ajustes necesarios en sistemas; en caso tal procede con el cambio y se notifica al profesional call para que este socialice la respuesta al cliente y se registra esta para trazabilidad.</p> <p>En caso contrario se identificó una necesidad de desarrollo por ajustes al sistema, por lo tanto se notifica tratamiento provisional exclusivo, lo cual notifica al profesional call para que este socialice la respuesta al cliente y se registra esta para trazabilidad y a su vez se inicia el procedimiento de desarrollo del área de IT.</p>



## 8. TIPIFICACIÓN DE CASOS POR FUENTE

PQRS	Chats	Llamadas	Correo electrónico B2C	Correo electrónico B2B	Plataforma	Ebanx y Stripe (bancos)	Trustpilot
Actualización de información a cliente, incluye cambios de usuarios o contraseñas			X	X	X		
Confirmación de datos y detalles de medio de pago	X	X			X		
Confirmación y activación de reservas	X	X			X		
Creación de Agencias (B2B) o de usuarios (B2C)			X	X	X		
Creación de ticket (reclamo) incluye la toma de datos necesarios	X	X	X		X		
Disputas de pagos					X	X	
Envío de cotizaciones (a usuario final servicio B2C)			X		X		
Envío de link de pago	X		X		X		
Guía y apoyo en cancelación de reservas	X	X	X		X		
Ingreso de comisiones				X	X		
Pago de reservas	X	X			X		
Realización de reserva	X	X			X		
Realizar cotizaciones (a usuario final servicio B2C)	X	X			X		
Reembolsos parciales y/o totales de pagos	X	X	X	X	X		
Resolución de dudas posteriores a reserva	X	X	X	X	X		
Resolución de dudas previas a reserva	X	X	X	X	X		
Transferencia de Pagos	X	X	X	X	X		
Verificación de Status (de Activación o de reservas)	X			X	X		
Comentarios de calificación (posterior al servicio)							X