

DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
SISTEMA DE CONTROL INTERNO
NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MODELO GESTIÓN POR PROCESOS

Definición Actividades en los Procesos

MACROPROCESO: gestion comercialPROCESO: gestion de asesoria comercial

OBJETIVO: Incrementar el volumen de clientes, mejorar el nivel de percepción de los mismos, de los productos y servicios que ofrece la dinacopa, mejorar la calidad de los diferentes procesos de ventas, lograr la satisfacción y fidelización de los clientes

RELACIÓN DE ACTIVIDADES	OBJETIVO
Inicial: implementar políticas de desarrollo comercial	aplicar en el desarrollo de las actividades propias del area
velar por el cumplimiento de las normas vigentes en cuanto a desarrollo de servicios	satisfacer las necesidades de los clientes con el cumplimiento de dichas normas
coordinar actividades a ser desarrolladas en cada area comercial	alcanzar la metas estipuladas en gestiones comerciales y clientes
analizar las necesidades de los clientes	satisfacer integramente las expectativas de los clientes
determinar tipos de envios, productos o servicios que pudiera prestar la dinacopa	ofrecer diversidad de servicios al alcance de los clientes.
final: motivar al personal para logro de los objetivos	lograr el mantenimiento del impetu para los emprendimientos futuros

Elaborado por

Ing. Denis Corral

Fecha:

26/10/2024

Revisado por

DINACOPA

Fecha:

10/11/2024

Aprobado por

Fecha:

10/11/2024



DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
SISTEMA DE CONTROL INTERNO
NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
 MODELO GESTIÓN POR PROCESOS
 Definición Actividades en los Procesos

MACROPROCESO: **GESTION COMERCIAL**

PROCESO: **GESTION DE LA COORDINACION COMERCIAL**

OBJETIVO: organizar y coordinar todas las reuniones del director comercial, con todos los clientes de la Dinacopa, así como coordinar las actividades que deben realizarse con todas las dependencias para el logro de los objetivos trazados.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES	OBJETIVO
Inicial: analizar e implementar las políticas de desarrollo comercial.	aplicar en las áreas de trabajo las políticas desarrolladas.
coordinar las actividades con los demás departamentos dependientes de la dirección comercial.	obtener propuestas de servicio al mercado beneficioso para la institución
receptionar todos los documentos provenientes de las diferentes áreas de la institución	procesar y responder todas las documentaciones recepcionadas en los plazos respectivos
mantener un archivo actualizado de todas las documentaciones del área	disponer de información precisa que ayude al desembolbamiento natural de las dependencias.
final: organizar la agenda, reuniones, actividades y visitas comerciales de la alta gerencia	concretar ventas de productos y servicios que ofrezca la institución

Elaborado por:

Fecha:

Revisado por:

Fecha:

Aprobado por:

Fecha:



Dra. Nidia López de González
 Directora General
 Dinacopa

DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

NORMA DE REQUISITOS MÍNIMOS MECIP 2015

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MODELO GESTIÓN POR PROCESOS

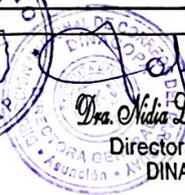
Definición Actividades en los Procesos

MACROPROCESO: **gestion comercial**PROCESO: **gestion de coordinacion de empresas**

OBJETIVO: Mantener contactos directos con empresas corporativas y entidades públicas, a fin de satisfacer sus expectativas de calidad, responder quejas y reclamos, brindar recomendaciones, promocionando nuestros servicios postales, a través de una comunicación eficiente.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES	OBJETIVO
Inicial: prestar la adecuada atención a las empresas corporativas y entidades públicas, informando y promocionando los servicios y productos de correos.	mantener la fidelización de los clientes corporativos.
realizar monitoreo de los servicios postales prestados a la clientela,	identificar el nivel de satisfacción de las empresas corporativas y entidades públicas.
coordinar las labores necesarias con las demás dependencias para realizar ventas dirigidas a empresas corporativas y entidades públicas.	captación de clientes corporativos y entidades públicas
final: mantener actualizada la cartera de empresas corporativas y entidades públicas.	establecer una base de datos unificada de empresas públicas con las que se cuentan relaciones comerciales.

Elaborado por: **Dra. Denis Coronel** Fecha: **26/11/2022**
 Revisado por: **DINACOPA** Fecha: **10/12/2024**
 Aprobado por: **DINACOPA** Fecha: **10/02/2024**



Dra. Nidia López de González
 Directora General
 DINACOPA

DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MODELO GESTIÓN POR PROCESOS

Definición Actividades en los Procesos

MACROPROCESO: **gestion comercial**PROCESO: **gestion de clientes y comercios exterior**

OBJETIVO: Mantener contactos directos con empresas corporativas y entidades públicas, a fin de satisfacer sus expectativas de calidad, responder quejas y reclamos, brindar recomendaciones, promocionando nuestros servicios postales, a través de una comunicación eficiente

RELACIÓN DE ACTIVIDADES	OBJETIVO
Inicial: visitar ofrecer servicios y captar clientela a nivel nacional e Internacional	aumentar la cartelera de clientes conforme al porcentaje estipulado en objetivo general.
realizar el seguimiento del de nuevos servicios y cumplimiento de los compromisos adquiridos con los clientes.	identificar las falencias, de manera a proponer las soluciones correctivas necesarias para mantener la satisfacción del cliente.
elaborar estrategias que capten la atención y el interés de empresas y particulares.	posicionar al correo entre las mejores opciones de correo a nivel nacional e internacional.
final: elaboración y preparado de convenios y contratos con todos los clientes con las cuales se concreten la prestación de servicios.	establecer fidelización mediante la rubrica de contratos con los clientes captados.

Elaborado por:

Fecha:

Revisado por:

Fecha:

Aprobado por:

Fecha:



Dra. Nidia Lopez de Gonzalez
Directora General
DINACOPA

DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
 SISTEMA DE CONTROL INTERNO
 NORMA DE REQUISITOS MÍNIMOS MECIP 2015

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
 MODELO GESTIÓN POR PROCESOS
 Definición Actividades en los Procesos

MACROPROCESO: GESTIÓN COMERCIAL

PROCESO: GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

OBJETIVO: Buscar y analizar el segmento de mercado e identificar necesidades de los consumidores, para diseñar servicios que satisfagan esas necesidades.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES	OBJETIVO
Inicial: analizar y realizar estudios de mercado.	identificar las ofertas y demandas actuales y proponer nuevos servicios.
investigar los principales competidores de la Dinacopa, principalmente los oferentes de servicios de correspondencia.	determinar los competidores directos de la dinacopa, identificar sus precios oferentes e impacto en el mercado.
Final: diseñar estrategias que ayuden a las demás dependencias a la captación e interés de empresas particulares.	establecer una ubicación mejorada en el mercado competitivo de correspondencia.

Elaborado por: *Dr. Denis C...*

Fecha: *26/12/2014*

Revisado por: *DINACOPA*

Fecha: *20/12/2014*

Aprobado por:

Fecha: *10/12/2014*

Dra. Nilda López de González
 Directora General
 DINACOPA

DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MODELO GESTIÓN POR PROCESOS

Definición Actividades en los Procesos

MACROPROCESO:

GESTION COMERCIAL

PROCESO:

GESTION DE MARKETING Y PUBLICIDAD

OBJETIVO: Promocionar y desarrollar estrategias de ventas de los servicios y productos postales, buscar el funcionamiento de la imagen corporativa de la dinacopa.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES	OBJETIVO
Inicial: elaborar proyectos de marketing y publicidad de los servicios de Dinacopa	captar nuevos clientes que necesiten de servicios postales.
realizar actividades de promociones y eventos que publiquen el logotipo de la dinacopa	lograr posicionar los servicios y productos que ofrece la dinacopa
confeccion de planes y estrategias de difusion de material publicitario orientadas a clientes potenciales, como clientes actuales	captacion de nuevos usuarios de los servicios postales de correo a corto mediano plazo.
analizar informes de post venta, para contar con un analisis de ventas realizadas.	establecer informes analiticos de cercimineto o decrecimineto de ventas realizadas.
final: planificar el lanzamientos de nuevos productos y servicios rentables en el mercado.	incrementar los ingresos de la institucion a traves de la utilizacion de nuevos servicios y satisfacer la demanda de mercado.

Elaborado por:

Fecha:

Revisado por:

Fecha:

Aprobado por:

Fecha:

Dra. Nidia López de González
Directora General
DINACOPA

DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
SISTEMA DE CONTROL INTERNO
NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MODELO GESTIÓN POR PROCESOS

Definición Actividades en los Subprocesos

MACROPROCESO: GESTION COMERCIAL

PROCESO: GESTION DE MARKETING Y PUBLICIDAD

OBJETIVO: Promocionar y desarrollar estrategias de ventas de los servicios y productos postales, buscar el funcionamiento de la imagen corporativa de la dinacopa.

SUBPROCESO: GESTION DE ATENCION AL CLIENTE

OBJETIVO: Mantener contactos directos con los clientes, a fin de satisfacer sus expectativas de calidad, responder quejas y reclamos, brindar recomendaciones, promocionando nuestros servicios postales, a través de una comunicación eficiente.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES	OBJETIVO
Inicial: dar adecuada atención a los clientes, informando y promocionando los servicios y productos de correo.	proporcionar las opciones de servicio que ofrece la Dinacopa a los clientes.
orientar a los usuarios en gestionar los procesos necesarios para la prestación del servicio adquirido.	evacuar en la prontitud cualquier tipo de inconveniente o adversidad del cliente al momento de utilización de los servicios de correo.
realizar el monitoreo de los servicios prestados a los usuarios, a través de encuestas e informes registrados por seguimientos realizados.	identificar el nivel de satisfacción y corregir las deficiencias del servicio.
realizar televentas, y telemarketing dirigidos a usuarios de correo.	captar nuevos clientes potenciales.
final: elaborar informes al dpto. de marketing y publicidad, sobre las actividades realizadas.	obtener informes y resultados cuantificables de las actividades de la división.

Elaborado por:

Fecha:

Revisado por:

Fecha:

Aprobado por:

Fecha:



Dra. Nidia López de González
 Directora General
 DINACOPA