		Código: DMER-P002
		Fecha de modificación: 13-10-2020
Nombre del Documento: Procedimiento para la comercialización y venta de los productos de consumo humano y animal de la Universidad Técnica Nacional.		N° de Páginas: 11
		Rige a partir del: 18-10-2020
Versión N° dos	Elaborado por: MBA. José Alfredo González	Aprobado por: MBA. José Alfredo González

1. Objetivo:

Proporcionar los lineamientos que deben cumplir las unidades de Mercadeo y Comunicación de las sedes universitarias, para la comercialización y venta de productos a lo interno y externo de la Universidad Técnica Nacional.

2. Alcance:

Aplica a los funcionarios de la universidad que comercializan todos los productos de consumo humano o animal que vende de la Universidad Técnica Nacional.

3. Área emisora:

Este documento es emitido por la Dirección de Mercadeo y Ventas de la Administración Universitaria.

4. Definiciones:

Termino	Significado
Acciones	Actos que realiza una persona, con un fin determinado, en un ámbito específico y que afecta, incluye o comparte con otras personas.
Áreas	Cualquier lugar físico o virtual donde uno o más usuarios desarrollan sus tareas
Comercialización	Ofrecer para la venta un producto o servicio y darle las condiciones y vías de distribución para su venta a terceros.
Comprador	Persona Física o Jurídica, que requiere adquirir un producto elaborado por la universidad.
Lineamientos	Conjunto de órdenes o directrices que un líder realiza a sus seguidores o subordinados.
Procedimiento	Es un método de ejecución o pasos a seguir, en forma secuenciada y sistemática, en la consecución de un fin.
Servicios	Prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales.
Meta	Corresponde al número de acción o actividad definida en el PAO o el PIDE en el año en ejecución presupuestaria

Unidad Solicitante:	Corresponde a instancia universitaria que requieran de materiales para un evento de promoción de la Universidad Técnica Nacional.
----------------------------	---

5. Requisito normativo

- Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Nacional
- Plan Institucional de Desarrollo Estratégico
- Normativa Institucional
- DMER-CPU-CP-DP-01 Procedimiento Análisis de solicitudes

6. Siglas:

- **UTN:** Universidad Técnica Nacional
- **DMER:** Dirección de Mercadeo y Gestión de Ventas
- **DECANO:** Superior Administrativo de la Sede
- **CUPGE:** Coordinador de Unidad Productiva y Gestión Empresarial
- **MC__:** Mercadeo y Comunicación y las iniciales de cada sedes
- **SSC:** Sede de San Carlos
- **SC:** Sede Central
- **SA:** Sede de Atentas
- **SP:** Sede de Pacífico
- **SG:** Sede de Guanacaste
- **CFPTE:** Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa
- **PAO:** Plan Anual Operativo
- **PIDE:** Plan Institucional de Desarrollo Estratégico
- **UPS:** Unidad solicitante de la Sedes

7. Descripción de las actividades:

Con estas actividades se normaliza las acciones a ejecutar en las diferentes unidades de mercadeo de las sedes, centros, al realizar la comercialización y venta de productos y servicios.

7.1 Aval para la venta: Todo producto de consumo humano o animal antes de ser comercializado debe haber sido aprobado por la Comisión de Precios Universitaria, con la finalidad de que se defina el precio de venta del mismo. Esto mediante el procedimiento **DMER-CPU-CP-DP-01**.

7.2 Preventa Actividad que realiza el encargado de Mercadeo y Comunicación de la sede o centro al momento de comercializar los productos y servicios que ofrece la universidad.

7.2.1 Colaboración con las unidades productivas y académicas

Encargado de Mercadeo de la Sede Universitaria en el caso de que la sede tenga alguna actividad comercial, como lo es la venta de productos de consumo humano y animal, a este le corresponde brindar el soporte a la unidad productiva en lo relacionado con las acciones de Mercadeo y Ventas, esta colaboración debe solicitar la unidad correspondiente mediante oficio al decano, quién es el superior inmediato administrativo

7.2.2 Colaboración de la DMER en el caso que requiera de soporte de la Dirección debe hacer la solicitud mediante un oficio, don se exprese la necesidad de acompañamiento en el proceso de preventa.

7.3 Colaboración en el proceso de negociación: El funcionario de MC_ debe comunicar al área técnica correspondiente a saber la Coordinación de

Unidades Productivas y Gestión Empresarial si requiere de acompañamiento para formalizar la venta del producto.

7.3 La visita técnica: es la que realiza el especialista responsable asignado por la Coordinación de Producción y Gestión Empresarial de acuerdo a las especificaciones o necesidades del cliente y a solicitud del encargado de mercadeo, antes de formalizar la venta definitiva, en caso de que sea necesario.

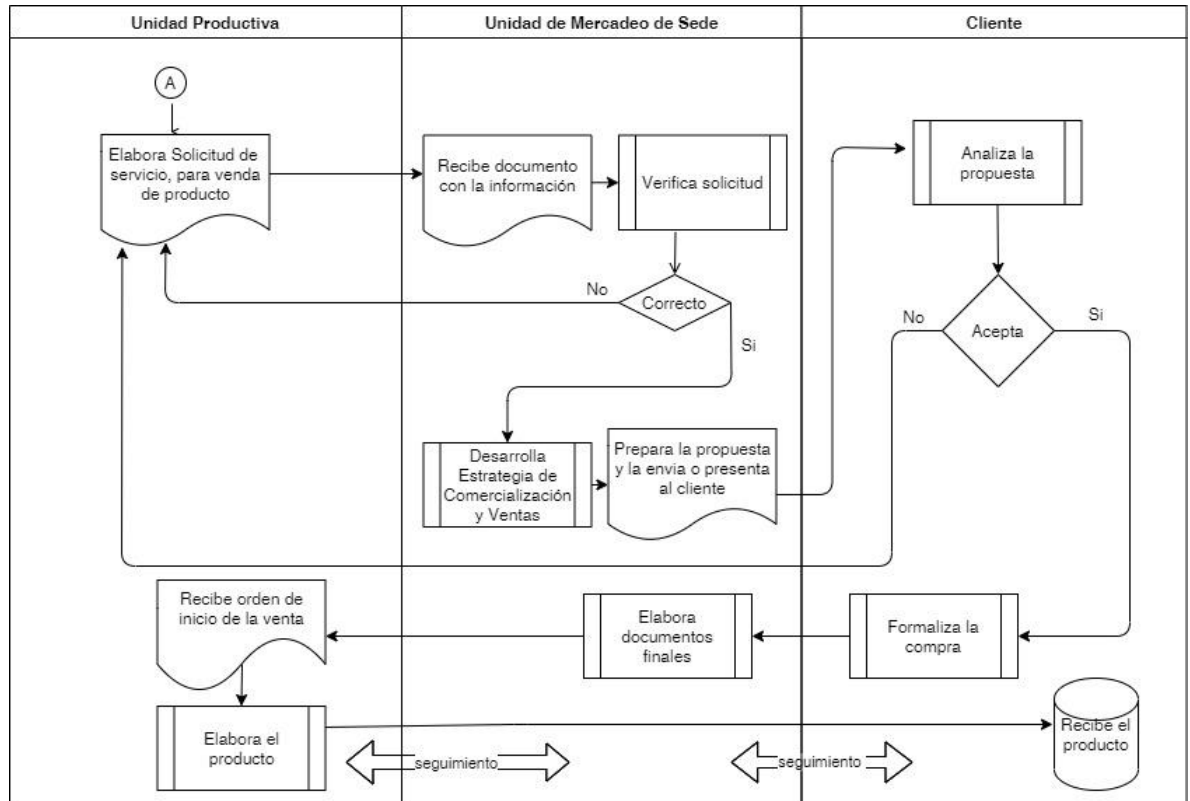
7.4 Formalización de la venta: Una vez realizadas las tres primeras actividades se procede con la formalización de la venta, esta le corresponde al encargado de mercadeo de la sede o centro que realiza la venta.

7.5 Elaboración de documento: Luego de que se ha formalizado la venta, la unidad de mercadeo encargada, emite el documento final, donde se estipulan todos los alcances de la propuesta acordada por las partes, donde se incluyen los alcances de la propuesta negociada con el comprador e informar a las instancias universitarias que requieran de esta información (Tesorería, y otros según corresponda)

7.6 Seguimiento de las ventas: La unidad de MC_ es encargado de monitorear las ventas y reportar a la Unidad Productiva, y a la DMER sobre los cambios sugeridos por el comprador sobre el producto y el servicio recibido.

8. Diagrama de Flujo y explicación

8.1 Diagrama de Flujo



8.2 Explicación del diagrama de flujo

En cualquier punto de los siguientes pasos hay seguimiento tanto de la DMER, El Decano de la sede y la Coordinación de Producción y Gestión de Empresas y la unidad solicitante

Paso	Acción	Responsable
1 Confección de solicitud	Elabora salud de servicio para la venta de un producto elaborado para solicitar colaboración en la venta de un producto.	Unidad Productiva
2 Revisión de solicitud:	Revisa la solicitud y toda la documentación con la información necesaria para continuar con el desarrollo de la estrategia de comercialización y venta del producto.	MC_ (unidad de Mercadeo de la Sede)

3.Verificación de la información	Si la información es correcta se procede con el siguiente paso, que es el desarrollo de la estrategia de comercialización y venta, si es incorrecta se retorna a la unidad solicitante para que complete la información.	Unidad de Mercadeo de la sede
4. Elaboración de la estrategia	La unidad de Mercadeo de la Sede elabora la estrategia de comercialización para la venta de los productos que se desean vender.	Unidad de Mercadeo de la sede
5 Preparación de propuesta	La unidad de Mercadeo prepara los documentos necesarios para presentar la propuesta de venta	Unidad de Mercadeo de la sede
6 Recepción de la propuesta:	El cliente revise la propuesta elaborada por la unidad de mercadeo y la analiza	Cliente
7 Decisión sobre la propuesta:	El cliente valora la propuesta presentada por la unidad de Mercadeo de la Sede correspondiente, analiza si la acepta o hay que realizar algunos cambios sobre la misma	Cliente
7.1 Aceptación los términos de la propuesta:	Si el cliente está de acuerdo con los datos presentados en la propuesta, se formaliza la compra del producto y se procede con el siguiente paso (8)	Cliente
7.2 Solicitud de una modificación en los términos de la propuesta:	Si el cliente está de acuerdo se le hagan modificaciones en la propuesta, o desiste de la comprar se formaliza la compra del producto y se procede con el siguiente paso (8.2.1)	Unidad de Mercadeo de la Sede
8. Elaboración de	Esto significa la elaboración de por parte de la unidad correspondiente la documentación de la venta y el	Unidad de Mercadeo de la Sede

documentos finales:	trámite de los documentos correspondientes a las unidades que corresponda.	
9. Recepción orden de inicio de la venta:	Una vez que se han elaborado los documentos finales, la unidad solicitante procede a preparar el producto y lo alista para despacho al cliente.	Unidad Productiva
10. Recibo de producto	Recibe el producto y se siguen todos los acuerdos redactados en documentos de formalización de la venta paso (8)	El Cliente

9. Matriz proceso de responsabilidades (RACI)

No.	Proceso	R Responsable	A Aprobador	C Consultado	I Informado
1	Confección de solicitud	UPS	Decano, CUPGE	UPS	DMER
2	Revisión de solicitud:	MC_	MC_ CUPGE	Decano	DMER
3.	Verificación de la información	MC_	Decano, CUPGE	UPS	DMER
4.	Elaboración de la estrategia	MC_	CUPGE	DMER, Decano	DMER

5	Preparación de propuesta	MC_	Decano	DMER	DMER
6	Recepción de la propuesta:	Cliente	Cliente	cliente	Decano, DMER, CUPGE
7	Decisión sobre la propuesta:	Cliente	Cliente	MC_	Decano, DMER, CUPGE
7.1	Aceptación de los términos de la propuesta:	Cliente	Cliente	MC_	Decano, DMER
7.2	Solicitud de una modificación en los términos de la propuesta:	Cliente	Cliente	MC_	Decano DMER, CUPGE
8	Elaboración de documentos finales:	MC_	CUPGE	Decano	DMER
9	Recepción orden de inicio de la venta:	UPS	CUPGE	Decano	DMER
10	Recibo de producto	Cliente	Cliente	cliente	CUPGE, Decano, DMER

10. Formato Revisado y Codificado

Nombre	Puesto	Firma
MBA. José Alfredo González Mercado	Director de Mercadeo y Gestión de Ventas	

11. Avalado por:

Nombre	Puesto	Firma
MBA. José Alfredo González Mercado	Director de Mercadeo y Gestión de Ventas	

12. Control de cambios:

Sección Modificada	Descripción del cambio	Versión modificada	Fecha del cambio
Se reestructura todo el procedimiento	Nuevos parámetros para su elaboración	uno	14-10-2020