



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN



GUATEMALA, ENERO 2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

I. GENERALIDADES DEL MANUAL	3
II. DEFINICIONES BÁSICAS	5
III. ASPECTOS GENERALES DE LA ZONA LIBRE DE INDUSTRIA Y COMERCIO “SANTO TOMÁS DE CASTILLA”	7
IV. ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN	13

INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Organización y Funciones de la Dirección de Comercialización de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” describe la estructura y funciones de la misma, constituyéndose en un instrumento orientador que permite tener claramente definidas las funciones de la Unidad, así como de las tareas que tienen asignadas los puestos que la conforman, así como los niveles jerárquicos y dependencia funcional.

Su propósito es brindar información a los empleados de la Dirección de Comercialización respecto a la estructura, funciones, relaciones, dependencia jerárquica y demás características organizacionales dentro de la Institución, que le permitan adaptarse a las condiciones del medio ambiente interno y externo.

En su Capítulo I, el Manual contiene las generalidades del instrumento, referentes a los objetivos, confidencialidad, campo de aplicación, normas generales para uso del Manual y los términos de uso frecuente.

En el Capítulo II se presenta un glosario con las definiciones de los principales conceptos utilizados en el Manual, para una mejor comprensión.

El Capítulo III comprende los aspectos generales de la estructura funcional de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, incluyendo misión, visión, valores institucionales, marco jurídico, descripción, objetivos, funciones, estructura y organigrama general de la Institución.

El Capítulo IV describe en forma pormenorizada los elementos de organización interna de la Dirección de Comercialización, incluyendo su descripción, objetivo, marco legal, funciones, estructura interna y organigrama, así como las descripciones de los puestos que la integran.

El Manual deberá ser considerado como un instrumento dinámico, sujeto a cambios que surgen de las necesidades propias de toda organización y estar bajo revisión técnica permanente para mantener su utilidad.

I. GENERALIDADES DEL MANUAL

1. OBJETIVOS DEL MANUAL

a. General

El Manual de Organización y Funciones de la Dirección de Comercialización de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, pretende orientar a los funcionarios y empleados de la misma en la toma de decisiones y solución de problemas relacionados con el qué hacer y las relaciones que guardan entre sí cada una de las unidades y/o puestos que la conforman.

b. Específicos

- Que todos los funcionarios y empleados de la Dirección de Comercialización de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” cuenten con una guía técnica que los oriente sobre las funciones y relaciones que corresponden a cada unidad dentro de la Institución.
- Proveer a funcionarios y empleados de la Institución, principalmente a los que conforman la Dirección de Comercialización de un instrumento técnico orientador acerca del contexto en el que deben desarrollar sus funciones, así como de la ubicación organizacional en la que se enmarca la ejecución de las mismas.
- Que los funcionarios y empleados de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” en general y, particularmente de la Dirección de Comercialización, tengan conocimiento de la esfera de competencias, funciones y jerarquía de esta Unidad, así como de los canales de comunicación que deben seguir para el desarrollo de sus atribuciones, en cuanto a sus relaciones con otros puestos y unidades de la Institución.

2. DIVULGACIÓN

Las disposiciones que emanan de este Manual deben ser de pleno conocimiento del personal que esté afectado por las mismas, por lo cual, es necesario promover la debida divulgación verbal o escrita del mismo, para facilitar su consulta rápida y oportuna.

3. CAMPO DE APLICACIÓN

El presente Manual es de uso obligatorio en todas las unidades y dependencias de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” “Santo Tomás de

Castilla”, para establecer los canales de comunicación y conformación de la Dirección de Comercialización.

4. NORMAS GENERALES DE USO

- a. Toda adición, supresión o enmienda a este Manual será aprobada mediante acuerdo de Junta Directiva luego de ser analizada en forma conjunta por la Dirección de Comercialización y la Unidad de Planificación, quienes emitirán el proyecto de acuerdo correspondiente.
- b. El manual se actualizará cuando se presenten circunstancias que así lo determinen o justifiquen, debiendo cumplir con el procedimiento descrito en la literal a. que antecede.

II. DEFINICIONES BÁSICAS

1. DESCRIPCIÓN

Es la definición sucinta que se establece para cada unidad administrativa, dando una idea general de su propósito u objetivo general.

2. FUNCIÓN

Es una actividad o conjunto de actividades orientadas a la consecución del objetivo dentro de una unidad administrativa.

3. MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Es un documento que contiene información detallada referente a antecedentes, marco jurídico, funciones, estructura y relaciones, tanto de la organización global como de sus unidades administrativas.

4. OBJETIVO

Constituye el fin que persigue la unidad administrativa, su razón de ser o el propósito principal de su existencia como tal. Indica aquellos aspectos técnico – administrativos que se lograrán alcanzar por medio de la ejecución de las funciones que le competen a la unidad.

5. ORGANIGRAMA

Es el esquema, dibujo o diseño que representa gráficamente la estructura de una organización o empresa o parte de ella, las unidades que la conforman y las relaciones que éstas guardan entre sí.

6. ORGANIZACIÓN

Es la segunda función administrativa que consiste en estructurar apropiadamente la organización de modo que se puedan lograr sus objetivos y sus metas. La gerencia debe determinar las relaciones formales entre las funciones que se deben ejercer, el personal que ha de intervenir y los factores físicos del ámbito de trabajo. La función administrativa de organizar se define como el proceso de establecer relaciones entre los recursos disponibles de la organización, de modo que su estructura facilite la consecución de los objetivos de la empresa o institución. Dentro de esta definición se establecen las relaciones de autoridad y responsabilidad. ¹

¹ Thierauf Robert, Klelamp Robert, Geeding Daniel. Principios y Aplicaciones de Administración. Editorial Limusa, México 1990.

7. UNIDAD ADMINISTRATIVA

Es el conjunto de puestos que desarrollan una o más funciones dentro de la organización y que guardan entre sí relaciones de autoridad y responsabilidad. Para el caso de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” lo constituyen las distintas unidades organizacionales que lo conforman, a saber, direcciones, departamentos, secciones y unidades.

III. ASPECTOS GENERALES DE LA ZONA LIBRE DE INDUSTRIA Y COMERCIO “SANTO TOMÁS DE CASTILLA”

1. MISIÓN

Somos una institución con un enfoque dirigido hacia la industrialización, servicios y comercialización, atrayendo la inversión nacional y extranjera, para la ejecución de proyectos que reactiven la economía nacional del país, principalmente a través de la promoción y facilitación del régimen de Zonas de Desarrollo Económico Especial Públicas –ZDEEP-, obteniendo como resultado la reducción del índice de desempleo a nivel nacional.

2. VISIÓN

Convertirnos para el año 2032 en la plataforma logística, que contribuya a la recaudación de tributos fiscales, a través de las actividades de importación y exportación, que se realicen dentro de ZOLIC, expandiendo nuestros servicios a través de la habilitación y autorización de Zonas de Desarrollo Económico Especial Públicas – ZDEEP- en cualquier parte del territorio nacional.

3. VALORES INSTITUCIONALES

- a. *Trabajo en equipo.* Unimos esfuerzos para el logro de nuestros objetivos, complementando y potenciando las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para ofrecer a nuestros clientes servicios de calidad.
- c. *Excelencia en el servicio.* Hacemos del buen servicio al cliente nuestra cultura, brindando soluciones oportunas para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios con el propósito de adaptarnos a ellas y superar sus expectativas.
- d. *Transparencia.* Todas las actitudes y acciones responden a las normas de conducta moral y social regidas por la ética y la transparencia se refleja en el desempeño de las funciones asignadas.
- e. *Responsabilidad.* Todas las funciones y tareas asignadas se cumplen de manera efectiva con disciplina y espíritu de equipo.
- f. *Conciencia ambiental.* Aprovechar los recursos naturales y practicar las medidas de mitigación necesarias en la ejecución de proyectos, para minimizar los impactos negativos de éstos en el medio ambiente.

4. MARCO JURÍDICO NORMATIVO INSTITUCIONAL

La Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, fundamenta sus actuaciones en lo preceptuado en las disposiciones legales siguientes:

TIPO	DISPOSICIÓN
Normas generales	<ul style="list-style-type: none"> ● Constitución Política de la República de Guatemala. ● Plan Nacional de Desarrollo, K’atun Nuestra Guatemala 2032. ● Acuerdo sobre Facilitación de Comercio -AFC- el 8 de marzo del 2017, Plan de Acción Nacional. ● Decreto número 1748 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Servicio Civil y su Reglamento. ● Decreto 1441 del Congreso de la República de Guatemala, Código de Trabajo. ● Decreto 101-97 del Congreso de la República, Ley Orgánica del Presupuesto. ● Acuerdo Gubernativo 540-2013, Reglamento de la Ley Orgánica del Presupuesto. ● Decreto 42-2001 del Congreso de la República, Ley de Desarrollo Social. ● Decreto 135-96 del Congreso de la República, Ley de Atención a las Personas con Discapacidad. ● Decreto 7-2013 del Congreso de la República, Ley marco para regular la reducción de la vulnerabilidad, la adaptación obligatoria del Cambio Climático y la mitigación de gases de efecto invernadero/Plan de Acción Nacional de Cambio Climático –PANCC- ● Acuerdo Gubernativo 185-2008, Normas para regular la aplicación de la política que, en materia de recursos humanos se debe implementar en la administración pública. ● Acuerdo Gubernativo No. 302-2009, Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres. ● Decreto del Congreso de la República de Guatemala 31-2002, Ley Orgánica de la Contraloría General de Cuentas y sus reformas. ● Acuerdo Gubernativo 96-2019, Reglamento de la Contraloría General de Cuentas y sus reformas. ● Decreto 57-92 del Congreso de la República, Ley de Contrataciones del Estado y sus reformas. ● Acuerdo Gubernativo 122-2016, Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado y sus reformas.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Acuerdo Gubernativo 635-2005, Política Pública respectivo de la prevención a la infección de Transmisión Sexual ITS, y a la respuesta a la epidemia del Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida SIDA. ● Acuerdo Gubernativo 143-2014. Política Pública para la convivencia y eliminación del racismo y la discriminación racial. ● Decreto 14-2002, Ley General de Descentralización. ● Acuerdo Gubernativo No. 614-2005, Política Nacional para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. ● Plan Nacional de Innovación y Desarrollo – PLANID, Política General de Gobierno. ● Política Integrada de Comercio Exterior y Competitividad e Inversiones. ● Política Nacional de Competitividad 2018-2032 ● Política Nacional de Empleo Digno 2017-2032. ● Acuerdo Gubernativo No. 63-2007, Política de Conservación y Protección y Mejoramiento del ambiente y los recursos naturales.
<p>Normas específicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Decreto No. 22-73 del Congreso de la República y sus reformas, Ley Orgánica de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” y sus reformas. ● Acuerdo Gubernativo Número 23-73, Reglamento de la Ley Orgánica de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” y sus reformas. ● Acuerdo Gubernativo de fecha 31 de Julio de 1981, Reglamento de arrendamiento de terrenos y locales. ● Acuerdo Ministerial No. 234-2018 del Ministerio de Finanzas Públicas, Reglamento de Tarifas que la "Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, Santo Tomás de Castilla -ZOLIC-". ● Resolución J.D. No 05/04/2019, ZOLIC, Reglamento para la Autorización, Habilitación y Funcionamiento de Zonas de Desarrollo Económico Especial Públicas y sus reformas. ● Acuerdo Ministerial No. 274-2019, Ministerio de Finanzas Públicas, Reglamento de Tarifas para las Zonas de Desarrollo Económico Especial Públicas y sus reformas. ● Resolución J.D. No 100/40/2021 de la Junta Directiva de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, Reglamento de Inversiones

	<p>Financieras de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”.</p> <ul style="list-style-type: none">● Resolución J.D. 14/03/2022 de la Junta Directiva de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, Código de Ética de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”.● Acuerdo J.D. No. 20/31/2022 Reglamento Orgánico Interno de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”-.● Resolución J.D. No. 02/01/2023 de la Junta Directiva de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla, Reglamento Interior de Trabajo de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” – ZOLIC-.
--	--

5. DESCRIPCIÓN

Según el artículo 1 de su ley orgánica, la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” es una entidad con personalidad jurídica, patrimonio propio, autonomía funcional y plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones.

La Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla” funciona en un área extra-aduanal ubicada dentro del perímetro demarcado en el plan regulador del Puerto Santo Tomás de Castilla, departamento de Izabal, y en las áreas extra-aduanales que habilitará para sus zonas de desarrollo económico especial públicas, que se podrán ubicar en cualquier parte del territorio nacional. Se entiende por área “extra aduanal”, el área física vigilada donde se permite ingresar a una parte delimitada del territorio nacional mercancías que se consideran como si no estuviesen en el territorio aduanero, con respecto a los derechos e impuestos de importación.

6. OBJETIVO

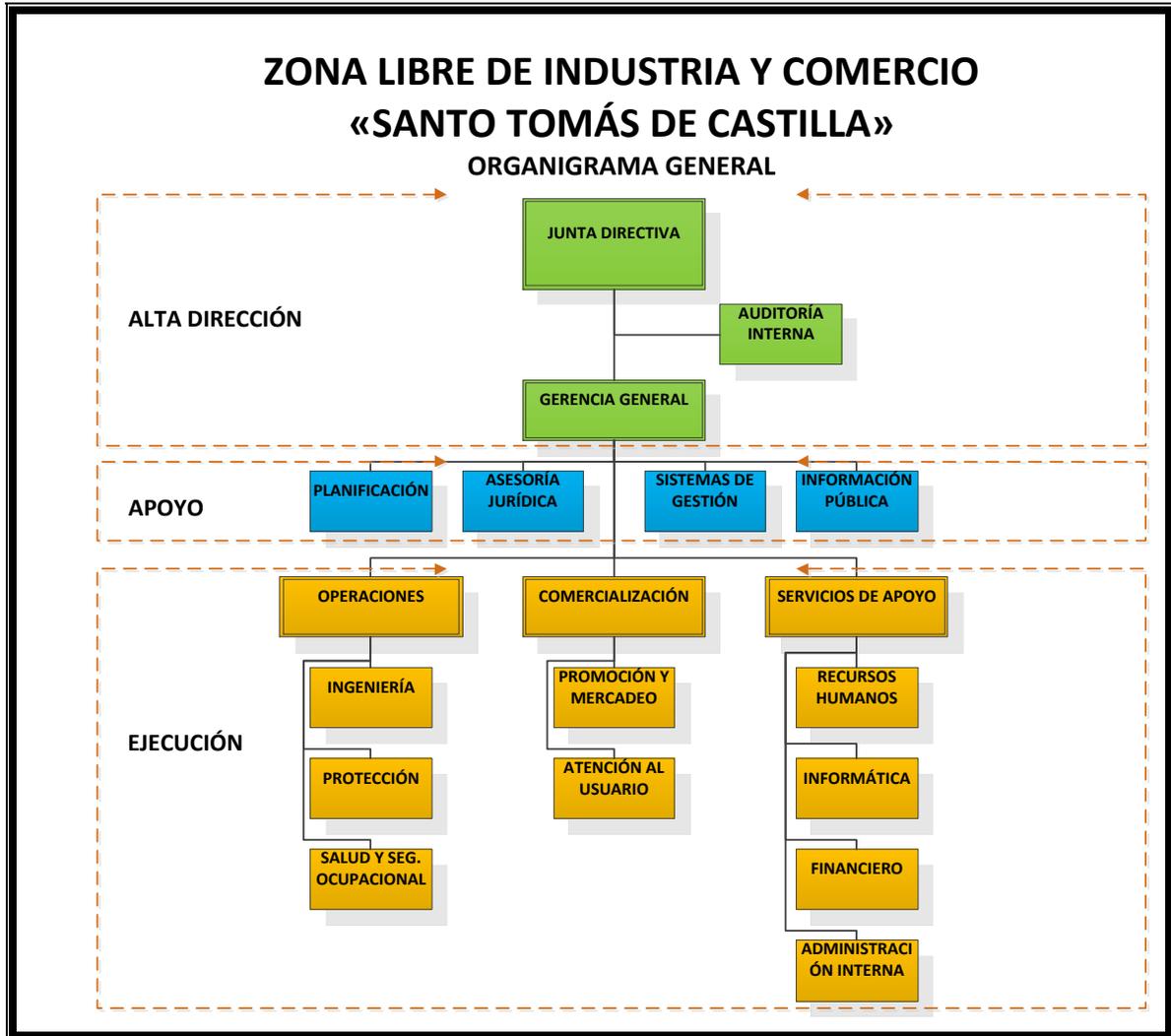
Diseñar y planificar estrategias que conduzcan a aprovechar al máximo los recursos de ZOLIC con énfasis en promover la inversión, el empleo, la calidad y la prosperidad.

7. FUNCIONES

De conformidad con lo establecido en el Artículo 5 del Decreto No. 22-73 del Congreso de la República, Ley Orgánica de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, reformado por el Decreto 30-2008 del Congreso de la República, son funciones de la Zona Libre, las siguientes:

-
- a. Cumplir con las finalidades de la Ley Orgánica de ZOLIC.
 - b. Promover el desarrollo de las actividades a que se refiere el artículo 4 de dicha Ley.
 - c. Promover inversiones nacionales y extranjeras en la Zona Libre.
 - d. Construir la infraestructura necesaria para el desarrollo de los fines de la Zona Libre.
 - e. Promover y autorizar el desarrollo de infraestructura por parte de los inversionistas en la Zona Libre.
 - f. Dar en administración, arrendamiento o en usufructo oneroso, los bienes inmuebles de la Zona Libre para que se destinen a las actividades especificadas en el artículo 4 de la ley.
 - g. Celebrar toda clase de contratos relacionados con las actividades de ZOLIC.
 - h. Prestar servicios relacionados con las actividades de los usuarios de la Zona Libre.
 - i. Prestar servicios logísticos de almacenaje, custodia y manejo de mercancías en las Zonas Libres.
 - j. Cualquier otra función no contemplada en la presente ley y que sea directamente necesaria para el mejor desarrollo de la Zona Libre.

8. ORGANIGRAMA



IV. ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

1. DESCRIPCIÓN

La Dirección de Comercialización es la unidad responsable de planificar, ejecutar las estrategias relacionadas a la comercialización para el arrendamiento de terrenos y locales de la Zona Libre, utilizando los canales de comunicación adecuados y las relaciones públicas en los diferentes eventos en los que participa. Depende jerárquicamente de la Gerencia General.

2. OBJETIVO

Captar nuevos usuarios mediante la divulgación de los servicios que brinda la Zona Libre estableciendo los mecanismos de promoción y atención al usuario necesarios, de acuerdo con los fines de la Institución.

3. MARCO NORMATIVO

La Dirección de Comercialización de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, fundamenta sus actuaciones en lo preceptuado en las disposiciones técnicas y legales siguientes:

TIPO	DISPOSICIÓN
Normas generales	<ul style="list-style-type: none">• Constitución Política de la República de Guatemala.• Ley Orgánica de ZOLIC, Decreto No. 22-73 y sus reformas Decreto No. 30-2008 del Congreso de la República y su Reglamento.
Normas específicas	<ul style="list-style-type: none">• Acuerdo Gubernativo de fecha 31 de Julio de 1981, Reglamento de arrendamiento de terrenos y locales de ZOLIC.• Acuerdo Ministerial No. 234-2018 del Ministerio de Finanzas Públicas, Reglamento de Tarifas que la "Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, Santo Tomás de Castilla -ZOLIC-".• Resolución J.D. No 05/04/2019, ZOLIC, Reglamento para la Autorización, Habilitación y Funcionamiento de Zonas de Desarrollo Económico Especial Públicas.

4. FUNCIONES

Para el logro del objetivo citado, la Dirección de Comercialización de la Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, realiza las funciones siguientes:

- a. Promover estrategias comerciales para captar nuevos usuarios.
- b. Promover estrategias promocionales para dar a conocer a la Zona Libre.
- c. Promover procesos acordes a las necesidades de los usuarios para dar atención oportuna a las diferentes consultas y gestiones que los usuarios necesiten realizar en la Zona Libre.
- d. Integrar el plan operativo anual, anteproyecto de presupuesto, plan de compras, memoria de labores e informes de los departamentos a su cargo.
- e. Promover e implementar acciones de mejora a los departamentos a su cargo;
- f. Elaborar informes, dictámenes, actas y documentos técnicos relacionados a su competencia.
- g. Asesorar en asuntos de su competencia a la Gerencia General y los entes administrativos que integran la Zona Libre.
- h. Otras funciones que relacionadas a su competencia le sean asignadas por la Gerencia General o la Junta Directiva.

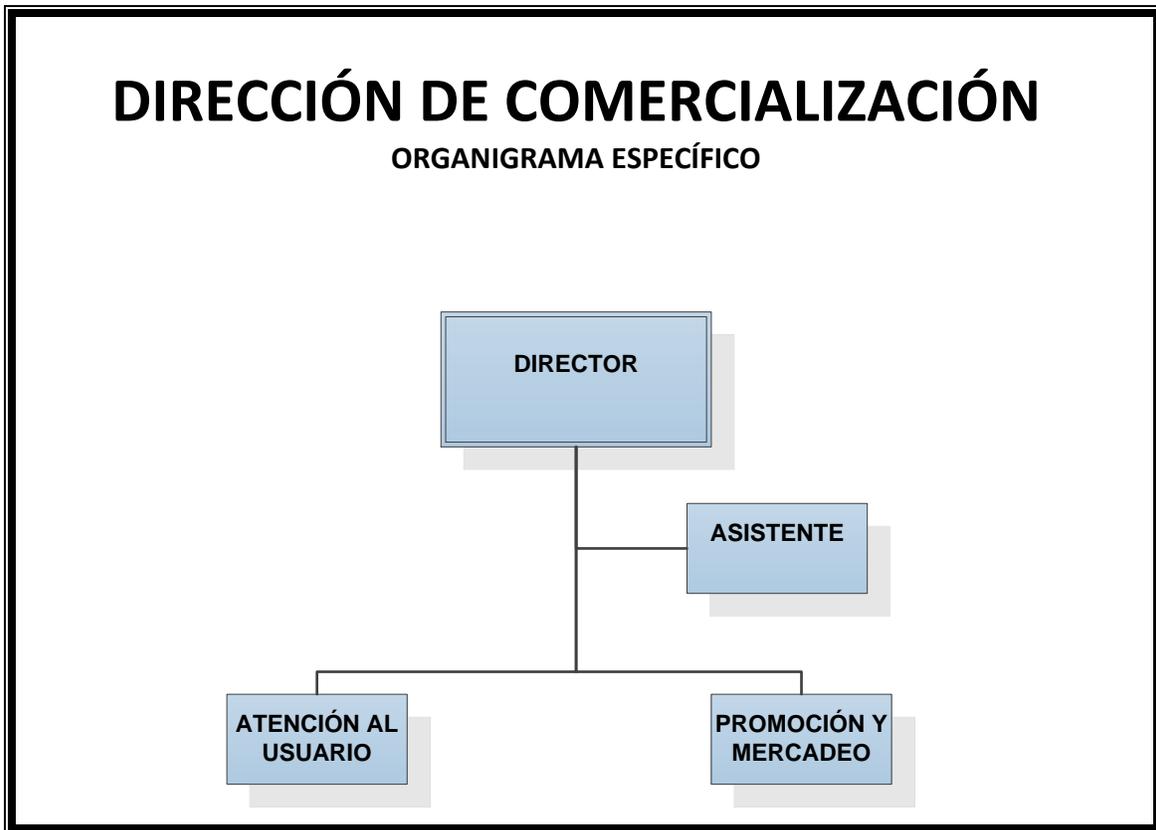
5. ESTRUCTURA INTERNA

Para el desarrollo de sus funciones, la Dirección de Comercialización está integrada de la siguiente forma:

- a. **Departamento de Atención al Usuario**, dependencia responsable de la recepción, gestión y análisis de las quejas, sugerencias y reclamos de los Usuarios, orientando y diligenciando las gestiones presentadas.
- b. **Departamento de Promoción y Mercadeo**, responsable de captar nuevos usuarios para la Zona Libre, impulsando las actividades promocionales y de relaciones públicas necesarias para dar a conocer los servicios que presta la Zona Libre.

PUESTO	RENLÓN PRESUPUESTARIO
Director de Comercialización	022
Asistente de Dirección	011
Jefe de Atención al Usuario	011
Jefe de Promoción y Mercadeo	011

6. ORGANIGRAMA



7. DESCRIPCIONES DE PUESTOS

DIRECTOR DE COMERCIALIZACIÓN

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto	Director de Comercialización
Renglón presupuestario	022
Jefe Inmediato	Gerencia General
Subalternos	<ul style="list-style-type: none">• Asistente de Comercialización• Jefe de Atención al Usuario• Jefe de Promoción y Mercadeo
Horario de trabajo	7:00 a 12:00 y 14:00 a 17:00 horas, de lunes a viernes.

2. TAREAS PRINCIPALES

- Diseña planes de negocio a partir del análisis y estudios de mercado, que le permitan asegurar su presencia en el mercado.
- Identifica oportunidades comerciales y amenazas para diseñar rutas de crecimiento o desarrollo de nuevos productos.
- Construye y gestiona las relaciones con socios comerciales, clientes, proveedores y distribuidores para brindar nuevas oportunidades comerciales a la Institución.
- Coordina diversos equipos bajo su cargo en la implementación de las estrategias comerciales y de servicio al usuario.
- Negocia los contratos con usuarios para alcanzar el máximo beneficio para ambas partes y asegurar relaciones comerciales a largo plazo.
- Desarrolla propuestas innovadoras que respondan a cambios de mercado y entornos comerciales adversos.
- Da seguimiento al mercado, tendencias y competidores con el fin de tomar decisiones de ajustes en los planes comerciales adaptados a nuevas realidades.
- Evalúa propuestas sobre proyectos de crecimiento, reestructuración o incorporación de nuevas ZDEEP, a fin de ofrecer las recomendaciones necesarias para su adaptación a los planes comerciales de la Institución.
- Realiza otras actividades que le sean asignadas por las autoridades superiores.

3. PERFIL DEL PUESTO

Educación	Licenciatura universitaria en Ciencias Económicas, Mercadotecnia o carrera afín, colegiado activo.
Otros conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Comercialización en entidades estatales.

Experiencia	Cinco años en labores de comercialización en entidades estatales.
Características personales	<ul style="list-style-type: none">• Buena presentación.• Responsabilidad.• Discreción.• Iniciativa.• Buenas relaciones interpersonales.• Puntualidad.• Orden.• Proactivo.

ASISTENTE DE DIRECCIÓN

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto	Asistente de Dirección.
Jefe Inmediato	Director de Comercialización.
Subalternos	Ninguno
Horario de trabajo	7:00 a 12:00 y 14:00 a 17:00 horas, de lunes a viernes.

2. TAREAS PRINCIPALES

- a. Asiste al Director de Comercialización en el seguimiento de procesos y expedientes relacionados con la operación del predio fiscal.
- b. Procesa información y elabora documentos formales solicitados por el Director de Comercialización.
- c. Atiende consultas relacionadas con las actividades de la Dirección de Comercialización, brindando la orientación necesaria.
- d. Da seguimiento a las actividades o proyectos relacionados con promoción y atención al usuario, informando lo conducente al Director de Comercialización.
- e. Redacta y maneja la correspondencia externa e interna de la Dirección, tanto por medios físicos como electrónicos.
- f. Recibe y distribuye los documentos internos y externos para conocimiento y/ trámite en la Dirección de Comercialización.
- g. Administra la agenda de compromisos del Director de Comercialización, notificándole oportunamente los compromisos adquiridos.
- h. Mantiene ordenado el archivo de la Dirección, incluyendo la correspondencia y todos los documentos técnicos y operativos correspondientes.
- i. Elabora oficios, circulares, pedidos, notas de envío, solicitudes de pago y otros documentos de la Dirección.
- j. Verifica y procura la existencia de materiales de oficina de uso ordinario y otros relacionados que se requieran para el trabajo de la Dirección.
- k. Razona las facturas que amparan las compras realizadas por la Dirección.
- l. Realiza otras tareas que le sean asignadas por el Jefe Inmediato y/o autoridades superiores de la Institución.

3. PERFIL DEL PUESTO

Educación	Sexto semestre en una Licenciatura en Ciencias Económicas, Mercadotecnia o carrera afín.
Otros conocimientos	Ofimática, internet, manejo de archivo, equipo de oficina, técnicas secretariales

Experiencia	Dos años en labores de asistencia comercial y atención al usuario.
Características personales	<ul style="list-style-type: none">• Buena Presentación• Responsabilidad• Discreción• Iniciativa• Buenas relaciones interpersonales• Puntualidad• Orden• Proactividad• Disciplina• Cordialidad• Disponibilidad de tiempo• Trabajo en equipo

JEFE DE ATENCIÓN AL USUARIO

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto	Jefe de Atención al Usuario
Renglón presupuestario	011
Jefe Inmediato	Director de Comercialización
Subalternos	• Ninguno
Horario de trabajo	7:00 a 12:00 y 14:00 a 17:00 horas, de lunes a viernes.

2. TAREAS PRINCIPALES

- a. Diseña e implementa estrategias que permitan mejorar la calidad, la productividad y el rendimiento del servicio al usuario.
- b. Hace seguimiento a los indicadores de gestión de atención al usuario.
- c. Coordina iniciativas y proyectos que tengan como objetivo la mejora en la atención al cliente.
- d. Identifica posibles cambios tecnológicos o herramientas que mejoren tanto la experiencia del colaborador, como la del usuario.
- e. Implementa políticas y procesos encaminados a mejorar la atención al usuario.
- f. Promueve el enfoque al usuario dentro de la Institución, en todas sus áreas.
- g. Analiza los puntos de contacto del usuario y propone las mejoras correspondientes.
- h. Apoyar en la resolución de problemas o quejas, cuando estos no pueden ser resueltos por otras áreas de la Institución.
- i. Reporta la información recopilada del usuario, que pueda ser insumo importante para otras áreas de la Institución.
- j. Examina las necesidades de los usuarios y la capacidad de la empresa para satisfacerlas.
- k. Atiende las sugerencias o quejas de los usuarios.
- l. Recibe y revisa las solicitudes de arrendamiento, verificando que la papelería incluida cumpla con los requisitos establecidos para el efecto.
- m. Coordina con el Departamento de Ingeniería la realización de mejoras de la Infraestructura de ZOLIC.
- n. Realiza otras actividades que le sean asignadas por las autoridades superiores.

3. PERFIL DEL PUESTO

Educación	Licenciatura universitaria en Ciencias Económicas, Mercadotecnia o carrera afín, colegiado activo.
-----------	--

Otros conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Servicio al cliente o atención a usuarios
Experiencia	Tres años en labores de atención al usuario o al cliente.
Características personales	<ul style="list-style-type: none">• Buena presentación.• Responsabilidad.• Discreción.• Iniciativa.• Buenas relaciones interpersonales.• Puntualidad.• Orden.• Proactivo.

JEFE DE PROMOCIÓN Y MERCADEO

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Título del puesto	Jefe de Promoción y Mercadeo
Renglón presupuestario	011
Jefe Inmediato	Director de Comercialización
Subalternos	• Ninguno
Horario de trabajo	7:00 a 12:00 y 14:00 a 17:00 horas, de lunes a viernes.

2. TAREAS PRINCIPALES

- a. Coordina la dotación de información a empresas interesadas en arrendar.
- b. Brinda asistencia a empresas potenciales y usuarios en cuanto a solicitudes de información, solicitudes de personal, solicitud de contactos.
- c. Actúa como facilitador para la instalación de empresas dentro de la Zona.
- d. Coordina las reuniones con las diferentes autoridades para tratar temas de Mercadeo.
- e. Informa a las autoridades superiores sobre las actividades en las que participa el Departamento de Promoción y Mercadeo, así como también de las visitas recibidas.
- f. Revisa periódicamente la información en la página Web.
- g. Propone los diseños y formatos para el material publicitario.
- h. Programa las publicaciones en revistas y lleva el control de las mismas.
- i. Realiza recorridos en el predio fiscal con potenciales usuarios.
- j. Realiza visitas a empresas potenciales, con el fin de despertar el interés en comercializar por medio de ZOLIC.
- k. Gestiona la actualización de fotografías del predio, de las instalaciones y de los eventos en los cuales ZOLIC ha participado.
- l. Gestiona la actualización de las vallas publicitarias ubicadas en puntos estratégicos.
- m. Desarrolla y ejecuta planes de promoción y evalúa los resultados mediante medidas de control para alcanzar los objetivos de la Institución.
- n. Atiende a las personas que visitan la Institución con el propósito de conocer e instalarse en ZOLIC.
- o. Participa en Ferias, Exposiciones y Congresos.
- p. Promociona los servicios que presta ZOLIC, para atraer usuarios potenciales en diferentes actividades.
- q. Asiste a eventos nacionales e internacionales para promoción y divulgación de los servicios de la Institución en apoyo del Director de Comercialización cuando es nombrado por las autoridades institucionales.

- r. Recopila información y divulga los avances y creación de nuevos servicios en ZOLIC, a base de circulares, revistas, trifolios y cualquier material o medio promocional.
- s. Coordina el diseño y ejecución de programas de publicidad y promoción para ZDEEP.
- t. Dar seguimiento a solicitudes presentadas por potenciales usuarios para ZDEEP.
- u. Realiza otras tareas que le sean asignadas por las autoridades superiores.

3. PERFIL DEL PUESTO

Educación	Licenciatura universitaria en Ciencias Económicas, Mercadotecnia o carrera afín, colegiado activo.
Otros conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Estrategias de promoción y mercadeo.
Experiencia	Tres años en labores de atención al usuario o al cliente.
Características personales	<ul style="list-style-type: none">• Buena presentación.• Responsabilidad.• Discreción.• Iniciativa.• Buenas relaciones interpersonales.• Puntualidad.• Orden.• Proactivo.