

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



DATOS GENERALES:

- A. Gerencia, Jefatura, Dirección y/o Vicepresidencia:** Vicepresidencia Comercial
- B. Gerente, Jefe, Director y/o Vicepresidente:** Carlos Ignacio De La Rosa Manotas
- C. Fecha de corte:** marzo 15 de 2021
- D. Periodo de gestión:** agosto de 2020 a marzo de 2021

1. PRESENTACIÓN DEL ÁREA:

En diciembre de 2019 la Entidad formuló el Plan Estratégico Institucional para el periodo 2020-2024 así como la posterior definición de los proyectos para cada uno de los años incluidos en el horizonte que permitan el logro de los Objetivos y Estrategias, definiendo allí la MEGA:

“En el año 2024 SPN será una empresa con ingresos de \$424 mil millones de pesos con un crecimiento del 47% respecto a los generados en 2019 y un margen operacional de 8%. El Comercio Electrónico representará el 38% de los ingresos, Gestión de Información el 30% y Servicios Financieros el 5%”

Para lo cual la Vicepresidencia Comercial cumple un papel importante en el aporte al cumplimiento de esta MEGA por medio de los proyectos que lidera y los indicadores definidos en el plan de acción estratégico definido para el 2.021 y que se describen a continuación:

Objetivo Estratégico	Estrategia	Proyecto	Objetivo y Alcance
Generar Ingresos y Obtener Rentabilidad	Adaptar el Modelo de Negocio a las necesidades del mercado	Estructuración de la Unidad de Negocio de Comercio Electrónico.	Garantizar el diseño del modelo técnico, la implementación, puesto en marcha y siguientes pasos de la unidad de comercio electrónico.
		Rediseño del Portafolio de Servicios	Madurar el portafolio de SPN en conjunto con las líneas de negocio nuevas generadas en el 2020 (E-

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



			Commerce, Soluciones de Información Física y Digital)
Asegurar la Continuidad de la Concesión como OPO	Posicionar a Servicios Postales Nacionales como Operador Postal Oficial	Posicionamiento de Marca y Difusión de los servicios de correo	Finalizar la ejecución de la consultoría de rebranding alineada con las políticas públicas del ministerio y fortalecer las actividades de campaña de marca para posicionar a 4-72 como OPO.
		Fortalecimiento de Servicios Exclusivos – Correo Fotocomparendos – Correo Masivos	Generar más ingresos mediante el aprovechamiento de Servicios Exclusivos
Transformar el Modelo Operativo	Transformación de Distribución de Última Milla	Adquisición Lockers Fase II	Adquirir por lo menos 20 Lockers con capacidad de autoservicio en envío y recepción de objetos postales en los procesos de admisión y distribución.

Indicadores estratégicos Vicepresidencia Comercial año 2.021

Nombre	Objetivo Indicador	Formula	Meta 2021	Periodicidad
Generación de Ingresos Totales	Verificar el avance en la generación de ingresos y promover la sostenibilidad financiera	Valor Ingresos Totales (Acumulado)	\$ 353.660	Mensual
Generación de ingresos por Gestión de la Información	Verificar el avance en la generación de ingresos y promover la sostenibilidad financiera	Valor Ingresos Gestión de la Información (Acumulado)	\$ 106.917	Mensual
Generación de ingresos	Verificar el avance en la generación	Valor Ingresos Comercio Electrónico (Acumulado)	\$ 87.892	Mensual

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



por Comercio Electrónico	de ingresos y promover la sostenibilidad financiera			
Generación de ingresos por Servicios Financieros	Verificar el avance en la generación de ingresos y promover la sostenibilidad financiera	Valor Ingresos Servicios Financieros (Acumulado)	\$ 6.668	Mensual

La Vicepresidencia Comercial busca garantizar la generación de ingresos gestionables establecidos en el plan estratégico de la Entidad a través de sus diferentes unidades de negocio, referenciadas a continuación:

- **Mercado Corporativo:** El objetivo principal es llevar a cabo la venta de productos y servicios del portafolio y proyectos especiales diseñados por la Compañía para clientes corporativos de los sectores gubernamental y privado, asegurando que se generen ventas en términos de calidad y oportunidad, conforme a las necesidades y expectativas de los clientes, así mismo los requisitos legales y normativos exigidos por la Entidad.
- **Oficina Marketing:** Los principales objetivos del área de marketing son: Identificar y analizar las necesidades del mercado, planificar y definir el diseño del producto y/o servicio, generar estrategias (Marketing Mix) tanto para la marca como para los segmentos de mercado y/o producto, con la finalidad de sumar al cumplimiento de las metas comerciales y suministrar herramientas al equipo comercial.
- **Unidad de E-commerce:** Nuestra Unidad de Negocio de E-Commerce es un motor de desarrollo productivo para la reactivación económica de la base de la pirámide empresarial y el emprendimiento, siendo un facilitador que integra todas las actividades contempladas en la cadena de valor del comercio electrónico (manejador de contenido, gestión de pago, abastecimiento y logística).
- Nuestro objetivo es mejorar el acceso a nivel nacional y fomentar el comercio electrónico transfronterizo a través de un programa de acompañamiento integral, agregando valor en la cadena al ser el operador postal oficial de Colombia.
- **Filatelía:** La Jefatura Nacional de Filatelía es la encargada de Emitir en nombre de la Nación las emisiones filatélicas ordenadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, asegurando el cumplimiento de la normatividad vigente, incluyendo la estipulada por la Unión Postal Universal-UPU.

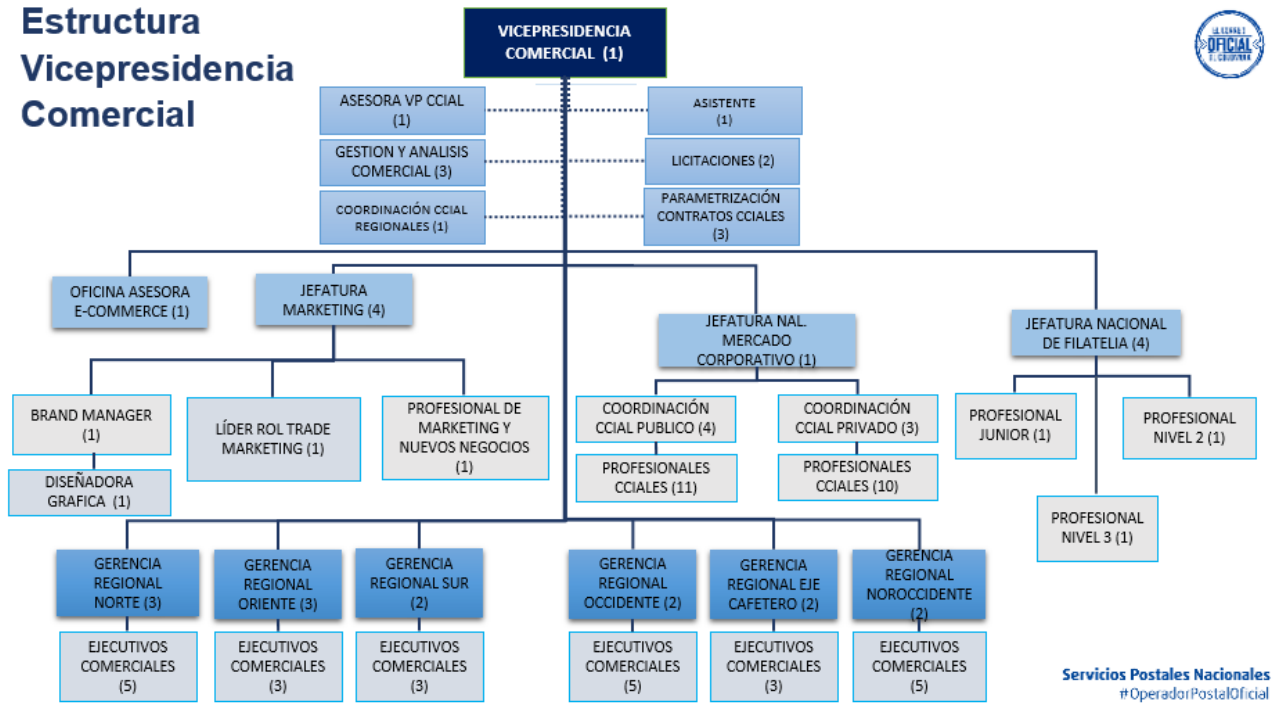
Administrar el punto de venta filatelía, exclusivo para venta de material filatélico a coleccionistas (filatelistas) a nivel local y nacional.

Gestionar la realización de actividades de difusión de la filatelía a nivel nacional.

INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME

2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL ÁREA:

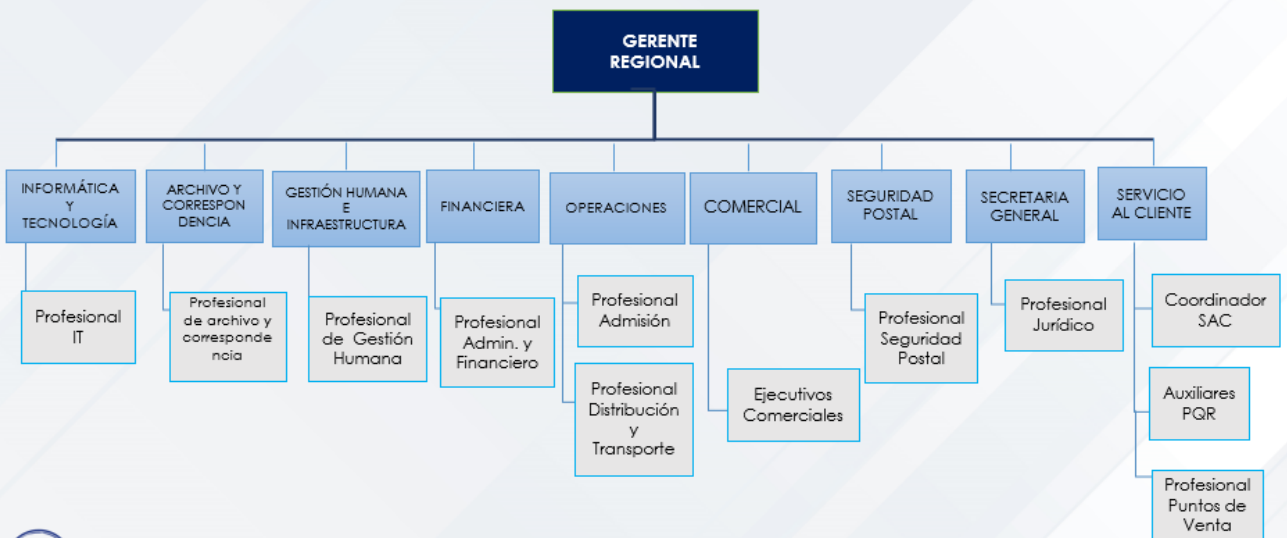
Estructura Vicepresidencia Comercial



Regional
Noroccidente

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

El servicio de envíos de Colombia **4+72**



INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME



Regional
Eje Cafetero

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

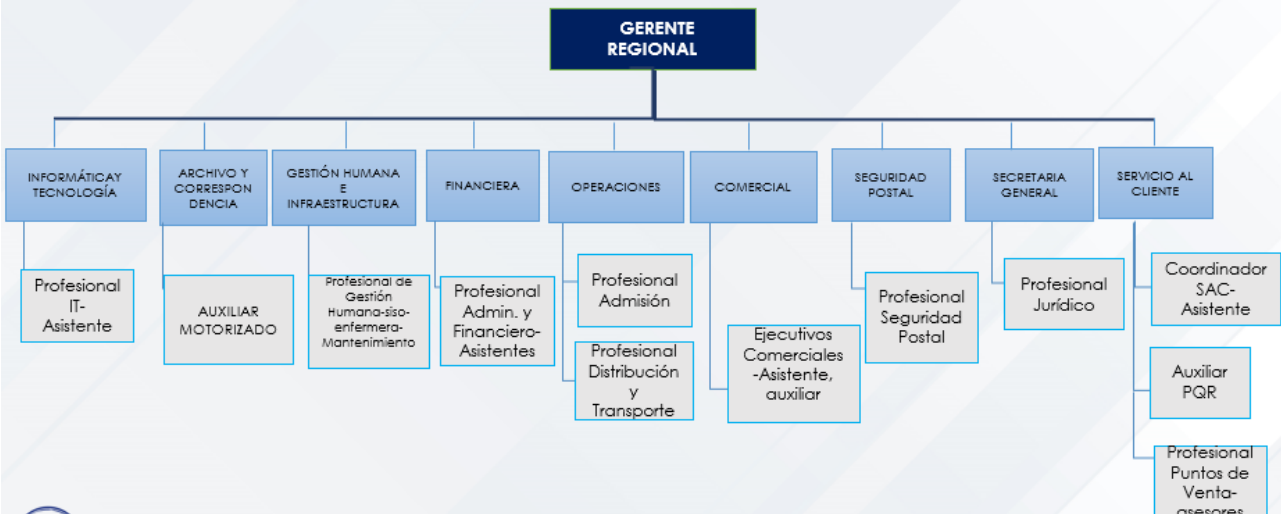
El servicio de envíos
de Colombia **472**



Regional
Occidente

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

El servicio de envíos
de Colombia **472**



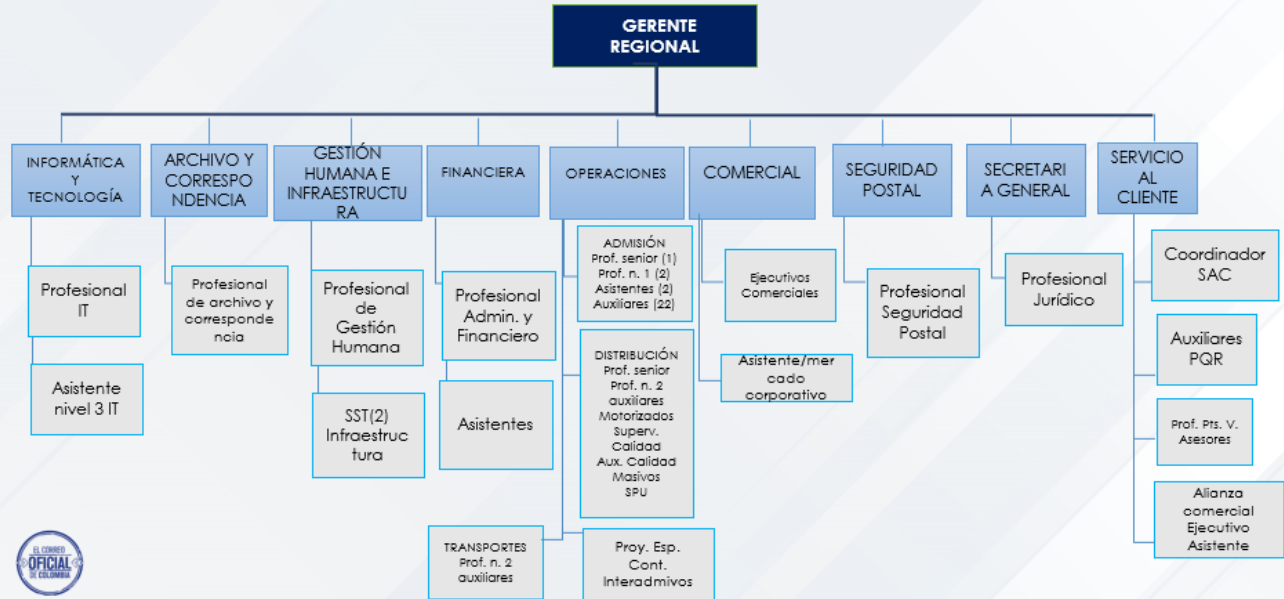
**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



Regional
Sur

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

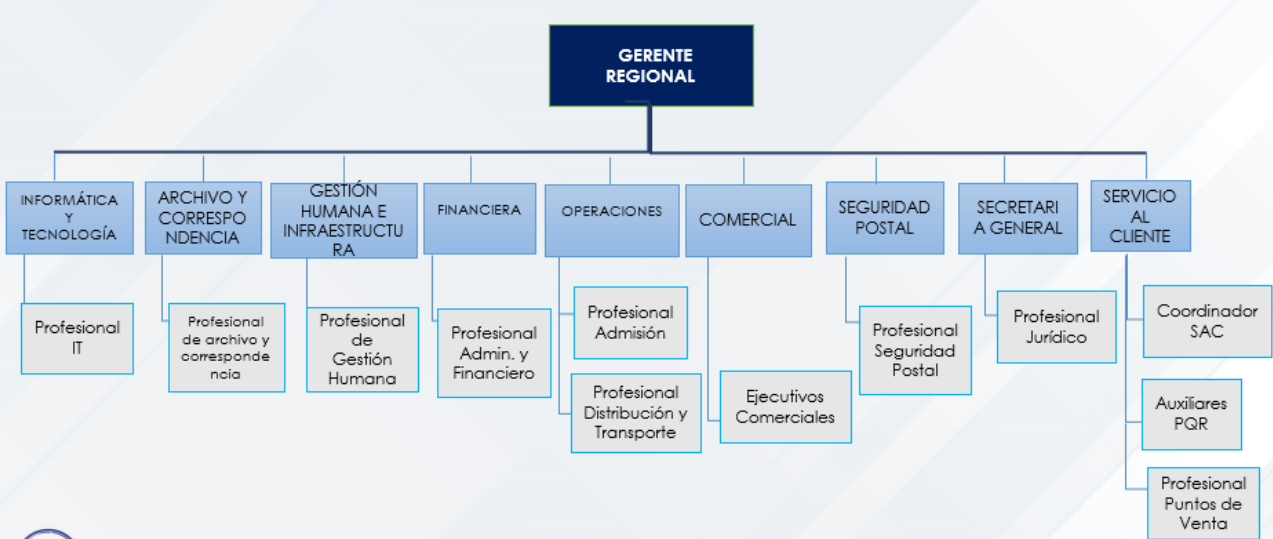
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA



Regional
Oriente

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA



INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME



3. PRINCIPALES LOGROS:

Uno de los principales logros de la Vicepresidencia Comercial corresponde a la creación de la unidad eCommerce, “que nos permitió centralizar y enfocar las acciones necesarias para, de manera decidida, prestar servicios en la cadena de valor del comercio electrónico, no solo a nivel del comercio transfronterizo como lo hemos realizado en los últimos años, sino también a nivel local, definiendo la hoja de ruta para los próximos años y avanzando en los acuerdos comerciales necesarios para su desarrollo.

Avanzamos en la estructuración y cierre de negocios enfocados en la línea de Gestión de Información, lo que nos permitió, no solo la búsqueda de nuevas oportunidades comerciales en clientes actuales y nuevos, sino también, la definición de una bolsa de aliados que complemente con experiencia, conocimiento y nuevas tecnologías, las capacidades propias del Operador Postal, habilitando de esta forma la posibilidad de asumir de forma integral proyectos enfocados en la modernización de los servicios que prestan nuestros clientes. Resultado de lo anterior, crecimos en ingresos por esta línea entre 2019 y 2020 el 43,3%, pasando de \$53.585 millones a \$76.785 millones.

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



El incremento del comercio electrónico impulsó, no solo los ingresos en el rubro de Mensajería y Carga con un aumento del 24,1% y 40,3% respectivamente, frente al 2019, generando ingresos adicionales por \$10.140 millones, sino también, el desempeño de la remuneración por la distribución del correo internacional entrante, servicio conocido como Gastos Terminales, por el cual 4-72 registró en 2020 ingresos por \$86.605 millones, los cuales fueron superiores en un 126%, equivalente a \$48.300 millones, respecto a los causados en el mismo corte de 2019 por \$38.305 millones. Este crecimiento se explica por una parte, en la mayor facturación realizada en abril de 2020 a China por valor de \$35.717 millones; y por otra parte, por el registro de la provisión de ingresos por gastos terminales efectuada en diciembre de 2020 por valor de \$26.245 millones, acorde con la política contable aprobada, mediante la cual se determinó el registro mensual por la estimación de los servicios de distribución del correo internacional entrante efectivamente prestados, en la suma correspondiente a su costo”.

Cumplimiento Presupuesto Inicial y Variación Año 2019 / 2020

El siguiente cuadro ilustra la Meta y la ejecución Comercial del año 2.020 y su variación respecto al año 2.019. Pese a la contingencia ocasionada por el Covid 19, se logra un cierre de \$311.626 millones en el 2.020, los cuales representan una variación del 8,3% respecto al año 2.019.

SERVICIOS	Cierre 2019	Meta 2020	Cierre 2020	% Cumplimiento	Variación 2019/2020
1. POSTAL	\$ 136.879	\$ 146.335	\$ 75.149	51,4%	-45,1%
1.1 Documentos	\$ 75.378	\$ 75.204	\$ 43.397	57,7%	-42,4%
1.2 Masivos	\$ 13.480	\$ 20.136	\$ 17.489	86,9%	29,7%
1.3 Franquicia Postal y Telegrá	\$ 48.021	\$ 50.996	\$ 14.263	28,0%	-70,3%
2. ECOMMERCE	\$ 48.026	\$ 70.744	\$ 103.521	146,3%	115,6%
2.1 Paquetería Ecommerce	\$ 5.182	\$ 16.189	\$ 12.006	74,2%	131,7%
2.2 Casillero Virtual	\$ 4.539	\$ 6.934	\$ 4.911	70,8%	8,2%
2.3 Gastos Terminales	\$ 38.305	\$ 47.621	\$ 86.605	181,9%	126,1%
3. G. de Información	\$ 53.585	\$ 84.362	\$ 76.785	91,0%	43,3%
3.1 GD CAD / Personal	\$ 41.233	\$ 48.869	\$ 46.510	95,2%	12,8%
3.2 Soluciones de Información	\$ 12.352	\$ 35.493	\$ 30.275	85,3%	145,1%
4. Serv. Financieros	\$ 1.951	\$ 9.221	\$ 1.497	16,2%	-23,3%
5. Paquetería	\$ 28.622	\$ 32.916	\$ 33.034	100,4%	15,4%
6. Servicios Internac.	\$ 11.473	\$ 13.152	\$ 15.284	116,2%	33,2%
7. SPU-CODE	\$ 7.191	\$ 9.022	\$ 6.357	70,5%	-11,6%
Total	\$ 287.727	\$ 365.751	\$ 311.626	85,2%	8,3%

POSTAL

Documentos:

Cierre 2019: \$75.378 millones

Meta 2020: \$75.204

Cierre 2020: \$43.397

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



Cumplimiento: 57,7%

Variación 19/20: -42,4%

Confinamiento y trabajo en casa principalmente de clientes públicos ocasionó el descenso en las imposiciones de correo y mensajería, se aceleró la transición a correo electrónico certificado. (FGN y CSJ)

Masivos:

Cierre 2019: \$13.480 millones

Meta 2020: \$20.136

Cierre 2020: \$17.489

Cumplimiento: 86,9%

Variación 19/20: 29,7%

Se mantuvo la distribución de la facturación de servicios públicos, no se pudo llevar a cabo la distribución física de historias laborales de Colpensiones se realizó correo electrónico masivo disminuyendo los ingresos.

Franquicia Postal y Telegráfica:

Cierre 2019: \$48.021 millones

Meta 2020: \$50.996

Cierre 2020: \$14.263

Cumplimiento: 28,0%

Variación 19/20: -70,3%

El cierre de despachos judiciales y trabajo en casa disminuyó drásticamente las imposiciones, sumado a la incertidumbre por la expedición del Decreto 806 de 2020, por medio del cual se regula la digitalización de la justicia.

ECOMMERCE

Paquetería ECommerce:

Cierre 2019: \$5.182 millones

Meta 2020: \$16.189

Cierre 2020: \$12.006

Cumplimiento: 74,2%

Variación 19/20: 131,7%

Con respecto a los ingresos del año anterior se tuvo un crecimiento importante por los envíos del cliente Mail Américas. A cierre de 2020 muy adelantada la vinculación del cliente Wish y la unidad de negocio eCommerce confirma los segmentos de mercado objetivo: Retailers y mayoristas, Entidades de Gobierno y PYMES.

Casillero Virtual:

Cierre 2019: \$4.539 millones

Meta 2020: \$6.934

Cierre 2020: \$4.911

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



Cumplimiento: 74,2%

Variación 19/20: 8,2%

El casillero virtual, a través del cual se reciben objetos postales resultantes del comercio electrónico, mantuvo una participación similar a la del 2019 explicada, en gran medida, por el cierre de fronteras y aeropuertos en el segundo trimestre del año que desestimuló las compras internacionales acompañado de la entrada en vigencia del Decreto 1090 de 2020 que eliminó los impuestos de los envíos internacionales entrantes con valor inferior a U\$ 200 impactaron los ingresos por este servicio, favoreciendo la participación del eCommerce nacional. Posteriormente, en el segundo semestre se tuvo una reacción del mercado que permitió lograr una participación similar a la del año anterior.

Gastos Terminales:

Cierre 2019: \$38.305 millones

Meta 2020: \$47.621

Cierre 2020: \$86.605

Cumplimiento: 181,9%

Variación 19/20: 126,1%

Importante crecimiento de la facturación emitida a China y registro de la provisión de ingresos en diciembre de 2020, acorde con la política contable aprobada para el registro de la provisión mensual del servicio de distribución de correo internacional entrante.

GESTIÓN DE INFORMACIÓN

GD CAD / Personal:

Cierre 2019: \$41.233 millones

Meta 2020: \$48.869

Cierre 2020: \$46.510

Cumplimiento: 95,2%

Variación 19/20: 12,8%

Se concretó la continuidad del personal de apoyo asociado a los contratos vigentes y se logró la colocación en mayor proporción incrementando los ingresos por estos servicios.

Soluciones de Información:

Cierre 2019: \$12.352 millones

Meta 2020: \$35.493

Cierre 2020: \$30.275

Cumplimiento: 85,3%

Variación 19/20: 145,1%

Varias Entidades priorizaron los recursos de su presupuesto inicialmente destinado a la implementación de proyectos de soluciones de información hacia la atención de la emergencia sanitaria, sin embargo, se logró suscribir contrato con la Registraduría Nacional del Estado Civil.

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



SERVICIOS FINANCIEROS

Cierre 2019: \$1.951 millones

Meta 2020: \$9.221

Cierre 2020: \$1.497

Cumplimiento: 16,2%

Variación 19/20: -23,3%

Decayeron las remesas (Giros) internacionales debido al confinamiento en países de origen, disminuyeron los giros nacionales impactados por la terminación de la relación comercial con Interrapidísimo e IGT- Baloto debido a las dificultades para la implementación de los controles y regulaciones establecidos a las transacciones financieras, como por ejemplo la autenticación biométrica identificados en las auditorías realizadas por el Mintic.

Se continúa trabajando en la vinculación de nuevos colaboradores empresariales para que a través de sus redes se pueda ampliar la capilaridad; del mismo modo se avanza en la transformación del modelo de negocio con el propósito de incrementar la participación en los ingresos por Servicios Financieros.

PAQUETERÍA

Cierre 2019: \$28.622 millones

Meta 2020: \$32.916

Cierre 2020: \$33.034

Cumplimiento: 100,4%

Variación 19/20: 15,4%

Se logró la consolidación y crecimiento de clientes privados vinculados al cierre de 2.019 y IQ 2.020 como Bancamía, Biofluidos & Farma, Representaciones Elite, Colombia Telecomunicaciones, DIRECTV, Cooperativa de Fomento e Inversión Social Popular, dentro de los clientes públicos Min Cultura, Min Deportes, ARN, Alcaldía de Ibagué, Instituto Agustín Codazzi, sobresale la ejecución del proyecto con Computadores para Educar y hay que resaltar la destacada gestión durante el segundo semestre de los Puntos de Venta propios y la consolidación de Aliados Comerciales.

SERVICIOS INTERNACIONALES

Cierre 2019: \$11.473 millones

Meta 2020: \$13.152

Cierre 2020: \$15.284

Cumplimiento: 116,2%

Variación 19/20: 33,2%

Los excelentes resultados se basaron en el esfuerzo comercial de la red de Puntos de Venta propios que lograron un importantísimo crecimiento en las imposiciones de servicios como Exporta fácil Courier y Express Times.

SPU-CODE

INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME



Cierre 2019: \$7.191 millones

Meta 2020: \$9.022

Cierre 2020: \$6.357

Cumplimiento: 70,5%

Variación 19/20: -11,6%

Se vio afectado igualmente por la disminución en imposiciones de los servicios SPU que impactan directamente el déficit.

GESTION POR REGIONALES

Norte

Atlántico
Bolívar
Córdoba
Guajira
Magdalena
Sucre



Oriente

Arauca
Cesar
Norte de Santander
Santander

Noroccidente

Antioquia
Chocó

Centro A

Bogotá

Eje Cafetero

Caldas
Risaralda
Quindío

Centro B

Amazonas
Boyacá
Casanare
Cundinamarca
Guainía
Guaviare
Meta
San Andrés
Vaupés
Vichada

Occidente

Cauca
Nariño
Putumayo
Valle del Cauca

Sur

Caquetá
Huila
Tolima

MERCADO CORPORATIVO

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



REGIONAL	Cierre 2019	Meta 2020	Cierre 2020	% Cumplimiento	Variación 2019/2020
BOG_PUBL	\$ 113.229	\$ 152.554	\$ 116.278	76,2%	2,7%
BOG_PRIV	\$ 26.977	\$ 30.234	\$ 30.947	102,4%	14,7%
CENTRO_B	\$ 1.554	\$ 2.598	\$ 3.318	127,8%	113,6%
NORTE	\$ 5.566	\$ 7.467	\$ 6.312	84,5%	13,4%
ORIENTE	\$ 5.555	\$ 5.040	\$ 3.953	78,4%	-28,8%
NOROCCIDENTE	\$ 4.512	\$ 4.834	\$ 3.672	76,0%	-18,6%
OCCIDENTE	\$ 3.294	\$ 4.722	\$ 2.446	51,8%	-25,7%
SUR	\$ 2.931	\$ 3.225	\$ 2.652	82,3%	-9,5%
EJE_CAFETERO	\$ 1.961	\$ 3.209	\$ 1.844	57,5%	-6,0%
Total	\$ 165.578	\$ 213.882	\$ 171.423	80,1%	3,5%

NORTE

Sede Principal: Barranquilla, central de tratamiento postal “CTP”

Centros Operativos: (6) Cartagena, Magangué, Montería, Riohacha, Santa Marta y Sincelejo.

Cobertura: El 15% del total de Municipios del país:

(6) Departamentos	(170) Municipios
Atlántico:	23
Bolívar:	46
Córdoba:	30
La Guajira:	15
Magdalena:	30
Sucre:	26

Cierre 2019: \$5.566 millones

Meta 2020: \$7.467

Cierre 2020: \$6.312

Cumplimiento: 84,5%

Variación 19/20: 13,4%

Participación Ingresos Gestionables: 3,1%

Top Contratos: Electricaribe \$5.143 Caribemar \$3.122+\$6.000 AIR-E \$1.834 Triple A \$2.434 Aguas de Cartagena \$1.500 millones

NOROCCIDENTE

Sede Principal: Medellín, central de tratamiento postal “CTP”

Centros Operativos: (2) Apartadó y Quibdó.

Cobertura: El 14% del total de Municipios del país:

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



(2) Departamentos	(155) Municipios
Antioquia:	125
Chocó:	30

Cierre 2019: \$4.512 millones

Meta 2020: \$4.834

Cierre 2020: \$3.672

Cumplimiento: 76,0%

Variación 19/20: -18,6%

Participación Ingresos Gestionables: 1,8%

Top Contratos: Gob. Antioquia \$1.099 + 549 Documentos + \$597 Almacenamiento, CorAntioquia \$429 Tercol \$400 Virtual Llantas \$360

EJE CAFETERO

Sede Principal: Manizales, central de tratamiento postal “CTP”

Centros Operativos: (2) Pereira y Armenia.

Cobertura: El 5% del total de Municipios del país:

(3) Departamentos	(53) Municipios
Caldas:	27
Quindío:	12
Risaralda:	14

Cierre 2019: \$1.961 millones

Meta 2020: \$3.209

Cierre 2020: \$1.844

Cumplimiento: 57,5%

Variación 19/20: -6,0%

Participación Ingresos Gestionables: 0,9%

Top Contratos: Reencafe \$360 Súper de Alimentos \$180 Gob. Quindío \$172 Gob. Caldas \$130 Tejidos Coveta \$120 CARDER \$110 millones

OCCIDENTE

Sede Principal: Cali, central de tratamiento postal “CTP”

Centros Operativos: (4) Tuluá, Popayán, Pasto y Puerto Asís.

Cobertura: El 15% del total de Municipios del país:

(4) Departamentos	(161) Municipios
Cauca:	42
Nariño:	64
Valle del Cauca:	42

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



Putumayo: 13

Cierre 2019: \$3.294 millones

Meta 2020: \$4.722

Cierre 2020: \$2.446

Cumplimiento: 51,8%

Variación 19/20: -25,7%

Participación Ingresos Gestionables: 1,2%

Top Contratos: Alcaldía Palmira \$390 Bicletas Milán \$300 CAR Valle CVC \$225 Gob. Valle
\$200 Gil médica \$200 PriceShoes \$300 millones

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



ORIENTE

Sede Principal: Girón, central de tratamiento postal “CTP”

Centros Operativos: (4) Bucaramanga, Cúcuta, Valledupar y Arauca.

Cobertura: El 14% del total de Municipios del país:

(4) Departamentos	(159) Municipios
-------------------	------------------

Arauca:	7
Cesar:	25
Santander:	87
Norte de Santander:	40

Cierre 2019: \$5.555 millones

Meta 2020: \$5.040

Cierre 2020: \$3.953

Cumplimiento: 78,4%

Variación 19/20: -28,8%

Participación Ingresos Gestionables: 1,9%

Top Contratos: Gob. Santander \$600+\$200 Stria. Hacienda Bucaramanga \$359 Alcaldía Bucaramanga \$335 Alcaldía Cúcuta \$300 Electrificadora Santander \$264+\$212 millones

SUR

Sede Principal: Ibagué, central de tratamiento postal “CTP”

Centros Operativos: (2) Neiva, Florencia.

Cobertura: El 9% del total de Municipios del país:

(3) Departamentos	(100) Municipios
-------------------	------------------

Caquetá:	16
Huila:	37
Tolima:	47

Cierre 2019: \$2.931 millones

Meta 2020: \$3.225

Cierre 2020: \$2.652

Cumplimiento: 82,3%

Variación 19/20: -9,5%

Participación Ingresos Gestionables: 1,3%

Top Contratos:

Alcaldía Ibagué \$200+\$200+\$198+\$180

Turrisistem \$600 Gob. Tolima \$230

CorTolima \$185

Alcaldía Girardot \$108

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



CENTRO A – Público

Cierre 2019: \$113.229 millones

Meta 2020: \$152.554 **Cierre 2020:** \$116.278

Cumplimiento: 76,2%

Variación 19/20: 2,7%

Participación Ingresos Gestionables: 56,9%

Top Contratos:

Registraduría Nacional	\$41.000
Fiscalía General	\$19.826
U Atención Víctimas	\$4.048 + \$2.024
Gerencia Covid-19	\$5.745
UAE Restitución de Tierras	\$5.639
CPE	\$2.051 + \$2.558
Secretaría. Distrital Movilidad	\$4.223
Acueducto Bogotá	\$1.059 + \$2.937
SuperServicios	\$300 + \$2.660

CENTRO A – Privado

Cierre 2019: \$26.977 millones **Meta 2020:** \$30.234 **Cierre 2020:** \$30.947

Cumplimiento: 102,4% **Variación 19/20:** 14,7% **Participación Ingresos Gestionables:** 15,1%

Top Contratos:

Vanti	\$9.518
Mail Américas	\$500 + \$6.000
Colombia Telecomunicaciones.	\$494 + \$4.450
Logistics Enterprise	\$3.000
Gas Cundiboyacense	\$657 + \$2.914
Venepias	\$2.800
RedServi	\$2.200
DIRECTV	\$1.600

CENTRO B

Sede Principal: Bogotá, central de tratamiento postal “CTP”

Centros Operativos: (8) Tunja, Villavicencio, Yopal, San Andres, Leticia, Inírida, San Jose del Guaviare y Mitú.

Cobertura: El 27% del total de Municipios del país:

(9) **Departamentos:** (301) **Municipios**

Cundinamarca:	116
Boyacá:	123
Meta:	29
San Andres:	2
Amazonas:	2

INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME



Guaviare:	4
Casanare:	19
Guainía:	2
Vichada:	4

Cierre 2019: \$1.554 millones

Meta 2020: \$2.598

Cierre 2020: \$3.318

Cumplimiento: 127,8%

Variación 19/20: 113,6%

Participación Ingresos Gestionables: 1,6%

Top Contratos:

CAR Cundinamarca	\$1.313
Croydon	\$1.135
P.A. Quibi	\$1.000
Cosmetic Fashion	\$700
Life Care Solutions	\$600
Uniples	\$400
UT Transito Yopal	\$250



Resumen contratos firmados al 15 de febrero de 2021

RENOVACIONES

INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME



REGIONAL	CLIENTE	Valor contratos
BOG_PRIV	Colombia Telecomunicaciones S.A - Distribuci	\$ 55.964
BOG_PRIV	Colombia Telecomunicaciones S.A - Recolecció	\$ 4.689
BOG_PUBL	U. Atencion y Reparacion Integral a las Victima	\$ 7.500
BOG_PUBL	Inpec - Instituto Nacional Penitenciario y Carce	\$ 1.080
BOG_PUBL	Superintendencia de Puertos y Transportes	\$ 853
BOG_PUBL	Secretaria Distrital de Habitat	\$ 785
SUR	Alcaldia de Ibague - Secretaria Administrativa	\$ 598
ORIENTE	Alcaldia de Bucaramanga	\$ 550
TODAS	Otros contratos (119)	\$ 4.322
Total		\$ 76.340

ADICIONES

REGIONAL	CLIENTE	Valor contratos
BOG_PRIV	Mailatinamericas S.A.	\$ 10.000
CENTRO B	P.A. Quibi	\$ 500
BOG_PUBL	Invias - Instituto Nacional de Vias	\$ 300
BOG_PUBL	Secretaria Distrital de Hacienda	\$ 250
BOG_PUBL	Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y De	\$ 145
CENTRO B	Laboratorio Clinico Andrade Narvaez	\$ 100
TODAS	Otros contratos (9)	\$ 124
Total		\$ 11.420

CONTRATOS NUEVOS

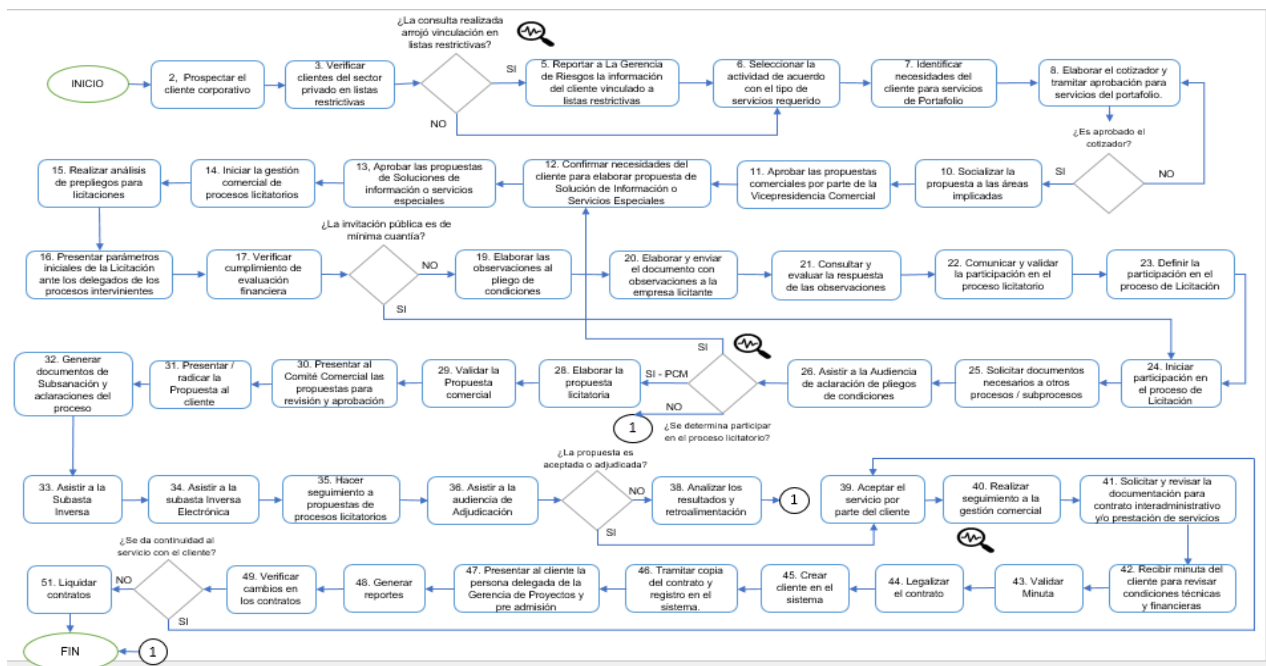
REGIONAL	CLIENTE	Valor contratos
BOG_PRIV	Unilever	\$ 500
EJE CAFETERO	Arca Distribuciones S.A.S.	\$ 360
EJE CAFETERO	Acopi	\$ 300
NOROCCIDENTE	Compra Colombia	\$ 200
SUR	ORF SA	\$ 170
TODAS	Otros contratos (42)	\$ 771
Total		\$ 2.301

4. GESTIÓN:

A continuación, se detalla la generalidad en cada una de las unidades de negocio de la Vicepresidencia Comercial:

MERCADO CORPORATIVO

INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME



El proceso de venta Comercial inicia con la prospectación y posterior visita al cliente para determinar sus necesidades y presentar nuestra propuesta comercial. Los Profesionales de Mercado Corporativo o Ejecutivos Comerciales deben realizar la gestión comercial de acuerdo con la zona delimitada a la regional en la cual se encuentra asignado y debe registrar el proceso del negocio, en el informe pipeline, desde la prospección hasta el cierre de la venta.

- Las propuestas de servicios que no sean Soluciones de Información o Proyectos Especiales, cuyo monto sea inferior a \$100 millones, son aprobadas por parte de la Vicepresidencia Comercial, sin Cotizador. Para estos clientes el área de Proyectos realizará un único informe mensual de imposiciones y gestión para la respectiva facturación.
- El cotizador de negocios que no sea para servicios de Soluciones de Información o Proyectos Especiales, iguales o superiores a \$100 millones, será elaborado por el Profesional de Mercado Corporativo y/o Ejecutivo Comercial y el Cotizador de Soluciones de Información o Proyectos Especiales, será elaborado por el área de Diseño y estructuración.
- La Vicepresidencia de operaciones a través del Gerente de Diseño y Estructuración es la responsable de la estructuración de los proyectos especiales y soluciones de información, a nivel nacional. Así mismo, se encargará de la revisión de los diferentes negocios cuyo valor sea igual o superior a \$100 millones, negocios de soluciones de información, proyectos especiales o negocios del portafolio con valores agregados (personal, insumos o equipos), para todos los casos de negocios con personal se debe elaborar Cotizador.
- El Comité Comercial se reúne con una periodicidad mensual o cuando se requiera, de acuerdo con la resolución definida para tal fin.
- Los tiempos para la revisión y aprobación de los Cotizadores por parte de la Gerencia de Estructuración y diseño de negocios será de máximo 3 días hábiles para negocios que no son Soluciones de Información o Proyectos Especiales, 5 días hábiles Soluciones de Información y/o Proyectos Especiales y 8 días hábiles cuando sean servicios requeridos a un tercero.

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



- Los Negocios que ingresan a Comité de Gestion Comercial deben contar con el VoBo de la Dirección Nacional Financiera, los cuales se revisaran en un tiempo no mayor a 2 días hábiles.
- Los Negocios con ANS deben llevar el VoBo de la Vicepresidencia de Servicio al Cliente o de la Vicepresidencia de Operaciones (Según temas de su competencia), en un tiempo no mayor a un 1 (un) día hábil.
- El Comité Comercial revisa y aprueba las propuestas comerciales de los siguientes servicios:
 - Negocios cuyo monto sea igual o superior a \$500 millones en Bogotá, \$100 millones en Regionales y/o con una utilidad inferior a la esperada por la Compañía.
 - Soluciones de información y proyectos especiales.
 - Procesos licitatorios en los que la Organización participe, de acuerdo con los montos y condiciones establecidas en la Resolución 049.
- Para efectos de someter a decisión del Comité un negocio contractual, la Vicepresidencia Comercial deberá coordinar las reuniones y revisiones previas del mismo ante la Dirección Nacional de Logística y Distribución, Dirección Nacional de IT, Dirección Nacional de Gestión Humana, Dirección Nacional de Infraestructura, Dirección Nacional Financiera, la Gerencia de la Oficina de Riesgos y Cumplimiento y la Vicepresidencia de Operaciones en cabeza y bajo la responsabilidad del área de Estructuración de negocios, en los temas de competencia y atribuciones de cada uno. Una vez se tenga la validación y concepto de viabilidad por cada una de las áreas, el Vicepresidente Comercial deberá remitir dicha documentación, junto con la presentación del negocio, al secretario técnico del Comité con mínimo un día de antelación a la celebración de este, con el fin de ser socializada con todos los miembros del comité
- La aprobación y firmas en las propuestas y contratos deben regirse por la correspondiente resolución que autoriza los montos y competencia establecidos. En la actualidad la resolución 048
- La aprobación de créditos para el sector privado se realizará de acuerdo con lo descrito en el Manual de aprobación de crédito vigente, referente a verificación de documentación y autorizaciones.
- Todos los documentos contractuales quedarán archivados en carpeta física y carpeta virtual de acuerdo con lo establecido en el numeral 4.9.3. (Documentación requerida) y la información debe ser entregada posteriormente a Secretaría General.

INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME



OFICINA DE MARKETING

Funciones del área

El área de marketing tiene sus funciones dispuestas en 2 roles muy importantes:



ROL DE MARKETING

- Genera estrategias para el posicionamiento de la marca
- Crea estrategias ATL y BTL para promocionar y comunicar los productos y servicios asociándolos a la marca
- Genera estrategias de marketing relacional para la generación de leads calificados
- Crea planes de marketing dirigidas a los canales de distribución – Trade Marketing
- Crea, ejecuta, hace seguimiento y controla el plan de marketing digital para la marca y los diferentes servicios del portafolio
- Coordina y planifica las actividades de las agencias (Publicidad-BTL- Digital- central de medios-mark. Relacional)
- Investiga y analiza el mercado, usuarios, tendencias



ROL DE PRODUCTO

- Desarrolla y define la propuesta de valor de los servicios a cargo
- Genera estrategias de comunicación que permitan impactar al cliente activo y al potencial (Generación de demanda a través de acciones online y offline)
- Realiza seguimiento, análisis estadísticos, comportamiento del mercado, para cambios o mejoras en los servicios actuales.
- Analiza la competencia
- Propone acciones que permitan alcanzar mejor posicionamiento e ingresos
- Monitorea el desempeño y ciclo de vida de los servicios.

E-COMMERCE



Unidad de Negocio E- Commerce



Interfaz de
Integración
Logística



Marketplace
Marca País



Marketplace
Sectorial



Casillero
Virtual



Última Milla



Dropshipping



Fulfillment

* En el 2021 se evaluará la viabilidad y costos de la implementación de estos modelos de negocio.

Plan de Trabajo E- Commerce

Estructurar e implementar un portafolio de soluciones a través de diferentes plataformas digitales que permitan a las pymes y emprendimientos realizar actividades de comercio electrónico sin importar que estén comercializando sus productos a través de Social Selling, Sitios Web o E- Commerce Propios o de Terceros, teniendo como aliado logístico a 4-72 tanto para el mercado nacional como internacional.

El foco estará en:

Comercio en un sitio web transaccional: para este tipo de comercios se desarrollarán interfaces de integración logística a través de API's para conectar de forma automática a las tiendas con los servicios de SPN. El primer conector que se desarrollará es el del CMS

INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA COMERCIAL PROCESO DE EMPALME

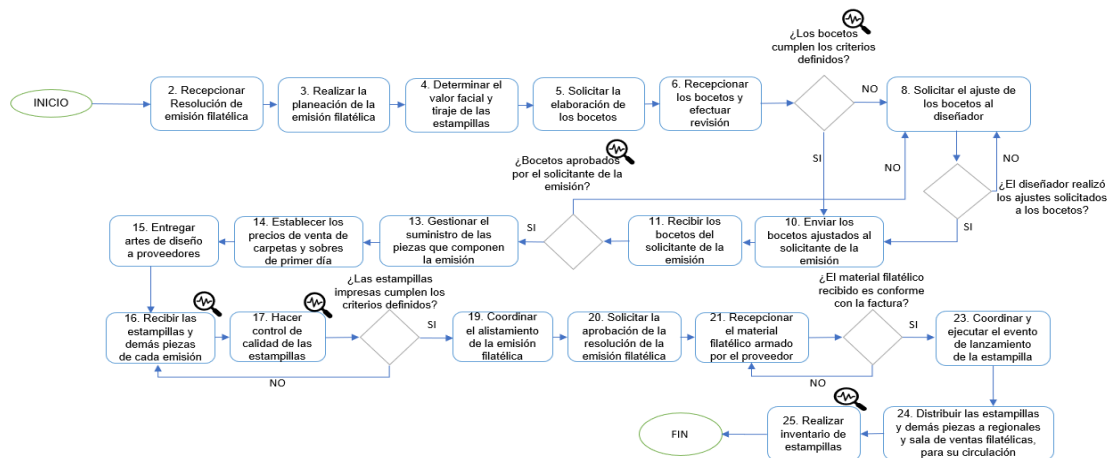


Wordpress / Woocommerce para conectar las tiendas desarrolladas sobre esta plataforma. Posterior a este, en el pipeline esta Shopify. Con estos dos se están abarcando aproximadamente el 50% de las tiendas transaccionales del mercado.

Comercios que NO tienen un sitio web transaccional: para estos comercios se desarrollaran dos proyectos: el primero es una plataforma que permita a estos comercios que hacen Social Selling desplegar un catálogo de productos que tenga la funcionalidad transaccional de pagos y logística con 4-72. El segundo es un Marketplace enfocado en productos que tengan un alto componente de origen colombiano, bien sea a través del uso de materias primas nacionales o de procesos de transformación con un alto componente de mano de obra colombiana.

Asimismo, se trabajará el proyecto de Marketplace para terceros, enfocado en aquellas instituciones privadas y públicas que tienen un gran volumen de afiliados con necesidad de ingresar en el comercio electrónico como Gobernaciones, Cámaras de Comercio y Asociaciones Gremiales entre otros.

FILATELIA



Una vez se recibe del MINTIC la resolución firmada por la Ministra, la jefatura procede a reunirse con el solicitante para coordinar diseños, fecha y lugar de lanzamiento, otros detalles propios de la actividad.

El proceso inicia con el recibo de la resolución y termina con la puesta en circulación de la emisión y la entrega de las estampillas a la jefatura de almacén.

Estampilla: Es un pequeño papel engomado o autoadhesivo donde se plasma lo mejor de un país, su arte, cultura, historia, principales personajes, eventos y acontecimientos de trascendencia nacional o internacional.

Emisión Filatélica: Es un acto de soberanía, un reconocimiento, un homenaje, que confiere el gobierno nacional para resaltar y dejar en la historia postal lo mejor de un país.

Las estampillas son el apoyo a la historia de una nación ya que registran de forma gráfica y cronológica lo que sucede.

Uso de las Estampillas: El **80%** de las estampillas que se producen se utilizan para portear la correspondencia que circula por 4-72, servicios de correo, y el **20%** restante es utilizado para la venta a los coleccionistas y para el programa de fortalecimiento de la cultura filatélica.

5. RETOS:

Para el caso de 4-72 y como consecuencia de las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional para contener la pandemia, entre estas la suspensión de términos judiciales y el cierre en la atención presencial de las cortes, las salas disciplinarias, juzgados y las escuelas judiciales, así como la expedición del Decreto 806 de fecha 4 de junio de 2020, mediante el cual se estableció el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones en la gestión y trámite de los procesos judiciales, se presentaron reducciones significativas en los ingresos operacionales de la compañía, especialmente para el servicio de franquicia postal el cual se redujo en \$33.758 millones (70,3%) frente a lo registrado en 2019.

- **POSTAL**

- **Documentos:** Auge de las políticas de cero papeles, respaldadas por la normatividad que desincentiva el uso de servicios postales tradicionales como correo certificado, promoviendo una rápida transición a las comunicaciones a través de medios digitales. Oferta de servicios de la competencia como "mensajería certificada" poniendo en riesgo el mercado protegido en área de reserva.
- **Masivos:** Tercerización de la operación ante la carencia para realizar directamente a gran escala las actividades de impresión, caída de datos, procesamiento de bases, alistamiento, doblado, ensobrado, rotulación de documentos y facturas de servicios públicos. De otra parte, para la atención del mercado de "masivos venta por catálogo" no se dispone de un servicio configurado con las características de peso, tarifas dinámicas por volumen de unidades y tiempos de entrega competitivos.

- **ECOMMERCE**

- **Paquetería eCommerce:** Al establecer el desarrollo del sector de eCommerce como uno de los pilares de la planeación estratégica para el quinquenio 2020-2024 se vislumbraba el presente año como un período de transformación del modelo logístico. La aparición de la crisis suscitada por el Covid-19 ocasionó una aceleración en la adaptación según las exigencias del mercado, a lo cual SPN 4-72 ha respondido rápidamente redefiniendo la propuesta de valor para atender las necesidades de los clientes en la nueva normalidad, trabajando arduamente en la configuración de servicios y tarifas adecuados, con tiempos de entrega competitivos, conscientes de la importancia del tracking en tiempo real y la

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



necesidad imperiosa de una rápida y fácil integración tecnológica con los sistemas de los clientes.

Esperamos que con esta rápida adaptación logremos compensar los ingresos dejados de percibir por los renglones de Documentos y Masivos.

- **Casillero Virtual:** Se necesita una mayor inversión en publicidad y actividades de marca. Con la entrada en vigencia del Decreto 1090 de 2020 que eliminó los impuestos de los envíos internacionales entrantes con valor inferior a U\$ 200, ese beneficio ahora lo brindan también otras empresas, perdiendo la ventaja competitiva.

- **GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN**

- **GD CAD / Personal:** Con una participación importante en los ingresos, el reto consiste en mejorar los tiempos del proceso de contratación con Gestión Humana para cumplir con los acuerdos adquiridos con los diferentes clientes.
- **Soluciones de Información:** A partir de la vigencia 2020 SPN 4-72 ha dado un paso importante en la adaptación del modelo de negocio a las necesidades del mercado, pasando de ofrecer a los clientes servicios de Gestión Documental a Soluciones de Información con una propuesta de valor soportada en la "Transformación de procesos Core de los clientes basados en información física" con la inclusión de herramientas de automatización y optimización de procesos.

- **SERV. FINANCIEROS: La.** Competencia consolidada en el mercado de "Servicios Financieros" con una oferta de múltiples canales tecnológicos de fácil acceso para los usuarios, lo que sugiere más inversión en ampliar nuestra oferta de servicios financieros así como reforzar el equipo comercial y una mayor capilaridad. Esta unidad de negocio formó parte de la Vicepresidencia Comercial hasta diciembre de 2.020, en una reestructuración organizacional que permitió pasar esta unidad a Servicio al Cliente para mejorar y fortalecer los procesos de atención y experiencia del cliente sumado a una reestructuración del canal retail.
- **PAQUETERÍA:** Aunque hay avances significativos en la operación, persisten algunas falencias en la propuesta de valor, tales como que no se cuenta con una configuración efectiva de servicios, tarifas dinámicas, matriz de destinos (cobertura) con frecuencias y tiempos de entrega competitivos, Tracking en tiempo real, el sistema (aplicativo) de envíos es poco amigable y de difícil interconectividad con sistemas de clientes, ausencia de la forma de pago contra entrega y medios de pago electrónico, debilidad para operaciones de logística especializada (servicios de transporte dedicados, agendamiento, entregas especializadas, certificación biométrica, logística inversa).

6. SUGERENCIAS y RECOMENDACIONES: Revisar con el Doctor Carlos

- **SERVICIOS DE GESTION DE INFORMACION** – Capacidad para diseñar servicios a la medida enmarcados en la transformación digital del Estado. Activar con principales clientes públicos, talleres de levantamiento de requerimientos para avanzar en su transformación digital de cara a ofrecerle a los ciudadanos, información, certificaciones o consultas pensando en complementar los datos de carpeta ciudadana. Se requiere un recurso dedicado a estructurar estos negocios que permita diseñar el servicio e integrar las soluciones tecnológicas requeridas. Por ejemplo: con el Ministerio de Educación Nacional, diseñar un único punto de consulta para las certificaciones educativas de los ciudadanos, conectando a todas las instituciones educativas para ese fin.
- **INVERSION EN MARKETING ADICIONAL** – Hay una gran debilidad de la marca 4-72 frente al “Top of Mind” específicamente en temas de servicios en puntos de venta y en la unidad de negocios de servicios financieros. Estas dos fuentes de ingresos por naturaleza dependen de la generación de tráfico para que se contraten los servicios. La competencia, sector privado, maneja unos presupuestos muy generosos para lograr activar el tráfico a puntos de venta. Es muy complejo pensar en capturar cuotas de mercado con inversiones mínimas. Se exige mucho de servicios financieros, pero no viene acompañado del apoyo sólido y constante del área de marketing. Esta recomendación en particular es poder estructurar un plan que permita conseguir recursos adicionales para hacer la inversión requerida para equilibrar el escenario competitivo.
- **REVISION DETALLADA PARA INCREMENTO DE TARIFAS Y REDUCCION DE COSTOS DE OPERACIÓN.** Si bien las oficinas regionales deben incrementar los montos de facturación, también es cierto que hay que mejorar la rentabilidad de los servicios. Desde la perspectiva de tarifas hay oportunidades de mejora en servicios que no han tenido actualizaciones recientes. A nivel de costos operacionales también hay oportunidades para revisar temas de transporte propio y de aliados. El principal objetivo es maximizar la rentabilidad mientras mantenemos un portafolio competitivo. Esto apunta a la estrategia del 2021 enfocada en crecer la facturación de las regionales, pero de manera rentable. Aplica también para este propósito, un acercamiento a la CRC para revisar tarifas de unos servicios y también la actualización de la tipología de los orígenes y destinos, de tal manera que podamos actualizarlos para competir con tarifas.
- **EVALUACION DE SERVICIOS TERCERIZADOS FRENTE A SERVICIOS GESTIONADOS INTERNAMENTE** – Esta sugerencia va mas encaminada a una estrategia corporativa, más que a un tema específicamente comercial. Históricamente SPN ha venido apoyándose en aliados para la prestación de varios servicios. En el plan estratégico comercial, las apuestas principales están en paquetería eCommerce (transporte, específicamente, última milla) y Servicios de Gestión de Información. Si revisamos la ejecución 2020, estos dos rubros representan casi el 68% de los ingresos. Tendría sentido entonces, hacer un ejercicio para revisar en cuáles de los componentes de los costos asociados a la prestación de esos servicios, deberían ejecutarse directamente por SPN y cuáles tienen sentido contratar con terceros. Esta recomendación va encaminada a lograr mejores márgenes de utilidad y mayor competitividad en el mercado objetivo.

7. ASUNTOS PRIORITARIOS POR RESOLVER:

Completar el equipo Comercial a Nivel Nacional y Líder de Licitaciones, automatizar la gestión comercial (CRM), implementación de un sistema modular que permita presentar propuestas comerciales enfocadas en las necesidades del cliente, programas en capacitación integral de venta consultiva, actualización tecnología de los medios de comunicación que permita a la fuerza de ventas acceder a los sistemas responsive implementados por la organización.

Gerencia Norte.

Durante el año 2019 se vinculó un apoyo para la operación del regional norte, dado el alto volumen de envíos que manejaba, las dificultades operativas que se presentaron con el gestor de transporte, el número de PQR que para ese año era uno de los más altos de las regionales y la necesidad de una mayor supervisión en el centro operativo de Cartagena. Debido a una condición especial de salud del Gerente Regional Norte y la necesidad de reforzar la supervisión de la operación, se vinculó un gerente operativo que pudiera dedicarse exclusivamente a la revisión de la cadena operativa de carga y transporte con posibilidad de desplazamiento en toda la regional, para que así el Gerente Regional pudiera continuar con su labor comercial.

En el mes de junio de 2020, quien ejercía la Gerencia Regional fue designado Viceministro de Agricultura, sin embargo, el apoyo contratado para gerenciar la operación en Norte continuaría con su contrato laboral a término fijo hasta enero de 2021. Ante esta situación y en aras de lograr la normalización de la regional, se decidió continuar con este contrato que había sido generado por la señalada condición especial y hacer un encargo en cabeza inicialmente del Gerente Regional de Oriente y posteriormente del Vicepresidente Comercial, quien se trasladó a la ciudad de Barranquilla. Así las cosas, una vez termina el contrato del gerente de operaciones en enero de 2021, se realiza un proceso de selección para lograr en el mes de marzo la vinculación en propiedad al gerente regional con las funciones tanto comerciales como las que competen a los temas administrativos y operativos. Cabe señalar que pese a esta situación particular la Regional Norte presentó crecimiento en los ingresos respecto del 2019 pasando de \$5.566 millones de pesos a \$6.312 millones de pesos en 2020, garantizando así una gerencia y direccionamiento de la regional no sólo en el periodo de normalización sino también a pesar de las afectaciones por la emergencia sanitaria del país.

8. ACTIVIDADES PENDIENTES:

Avanzar las actividades definidas en los proyectos del plan estratégico de la Entidad y plan estratégico sectorial.

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



9. PROYECTOS DE INVERSIÓN y OTROS RECURSOS

PROYECTO	RECURSO DE INVERSIÓN	RECURSO DE FUNCIONAMIENTO	OTROS RECURSOS	VALOR EJECUTADO DE LOS RECURSOS	ESTADO ACTUAL
Desarrollo Re-Branding (2019)	\$ 700 Millones	\$ 0	\$ 0	\$ 486 Millones	Continúa en el 2021. Se tramitó una prórroga por dos meses más hasta el 22 de Abril del 2021. El lanzamiento de marca se tiene programado para el 16 de Marzo.
Sr. Pack - Fase II (2021)	\$ 1.890 Millones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	Proyecto inicia en 2021. Aprobación de adición Presupuestal por parte de Junta Directiva para avanzar en su ejecución.
Marketplace (2021)	\$ 1.500 Millones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	Proyecto inicia en 2021. Splitpayment (Plataforma de Pagos): Se está validando estudio previo con las áreas respectivas API Woocommerce: Se continúa con la revisión con Vertytel y pruebas Marketplace Marca País (Plataforma): Se está estructurando estudio previo Facturación Electrónica: En revisión de la implementación del requerimiento con financiera

**INFORME DE GESTIÓN VICEPRESIDENCIA
COMERCIAL
PROCESO DE EMPALME**



10. DOCUMENTOS EN ARCHIVO DE GESTIÓN:

11. INFORMES ESPECÍFICOS DE LEY:

La Vicepresidencia Comercial realiza la consolidación de la información correspondiente a los contratos comerciales suscritos mensualmente con clientes públicos a nivel nacional, para el diligenciamiento del formulario F5.4 “Convenios / contratos interadministrativos” insumo requerido para el reporte al sistema de rendición electrónica de la cuenta en informes “SIRECI” de la Contraloría General de la República.

12.

ÁREA	NOMBRE DEL INFORME	ENTIDAD A LA QUE SE LE REPORTA	PERIODICIDAD	FECHA A REPORTAR	RESPONSABLE	DIRECCIÓN DE LA PLATAFORMA POR LA CUAL SE REPORTA

FIRMA