**UNIDAD COMERCIAL**

1. Desarrollar los lineamientos estratégicos mediante la formulación de planes, programas, proyectos asociados a la gestión comercial de la Unidad de Negocio.
2. Participar en el diseño del plan de mercadeo de la Unidad de Negocio que permita cumplir los objetivos estratégicos, incorporando las diferentes estrategias de: captación, fidelización, retención de clientes y diferenciación, de acuerdo con los lineamientos definidos por la Gerencia de área Comercial y Gestión al Cliente.
3. Definir con el área de planeación de la Unidad de Negocio y la Gerencia de Àrea Comercial y Gestión al Cliente las metas por ventas de acuerdo con cada canal de atención, para los productos y servicios primarios y complementarios, portafolio integrador y de valor agregado de la Unidad Estratégica de Negocio y realizar su monitoreo y gestión.
4. Proponer, administrar y gestionar la segmentación de clientes en los sistemas comerciales utilizados en la Unidad de Negocio garantizado la integración con las demás Unidades de Negocio para aprovechar la condición multiservicio de la empresa.
5. Desarrollar las actividades tendientes al cumplimiento del plan de mercadeo de la Unidad de Negocio.
6. Coordinar y ejecutar las actividades tendientes al desarrollo del Plan de Fidelización de Ventas en todos los canales de atención.
7. Participar en el diseño del Plan de Fidelización y Ventas con la Gerencia de área Comercial y Gestión al Cliente.
8. Coordinar con la Gerencia de Área Comercial y Gestión al Cliente la implementación de estrategias que garanticen el cumplimiento de las metas comerciales de la Unidad de Negocio y su articulación con las demás unidades de negocio de la Empresa aprovechando la condición multiservicios.
9. Realizar las actividades de BTL que apoyen el desarrollo de las estrategias definidas en el plan de mercadeo con previo análisis el cual debe estar ligado a un objetivo medible, redituable y que su relación costo beneficio sea positiva.
10. Plantear a la Gerencia la Gerencia de Área Comercial y Gestión al Cliente el desarrollo de alianzas estratégicas que fomenten la comercialización y fidelización de los clientes de la Empresa.
11. Coordinar y ejecutar las actividades tendientes al desarrollo del Plan de Fidelización de Ventas en todos los canales de atención.
12. Realizar el análisis de los costos de la Gestión Comercial a cargo de la Unidad de Negocio y proponer acciones.
13. Monitorear los resultados de la gestión comercial de la Unidad de Negocio y definir las acciones de ajuste necesarias.
14. Contribuir al logro de los resultados económicos y realizar el aseguramiento de ingresos de la Unidad de Negocio a través de las actividades de Gestión Comercial.
15. Desarrollar estudios de mercado, modelos e inteligencias comerciales para el conocimiento de los clientes y el mercado que apoyen la definición de las estrategias comerciales.
16. Desarrollar alianzas estratégicas que fomenten la comercialización y fidelización de los clientes de la Empresa.
17. Administrar y Gestionar el portafolio de productos y servicios primarios, complementarios y de valor agregado de la Unidad de Negocio.
18. Formular y realizar seguimiento y control a los programas y actividades relacionadas con la venta de energía de acuerdo con el presupuesto asignado.
19. Establecer objetivos y metas de ventas calculando la demanda y pronosticar las ventas por mercado, por sector, por tipo de cliente y por estrato.
20. Administrar la información de venta de Energía del mercado regulado y no regulado.
21. Realizar la crítica de mediciones, reporte diario de medidas de fronteras comerciales y la inscripción de fronteras comerciales y contratos ante el Administrador del Sistema de Intercambios Comerciales.
22. Administrar y actualizar el sistema de información comercial de fronteras y contratos de la Empresa relacionados con la venta de Energía.
23. Realizar seguimiento a los subsidios y contribuciones tarifarias aplicados en la facturación mensual del servicio, con base en los reportes del Sistema de Información Comercial en otros operadores de red donde la Empresa atienda clientes finales.
24. Coordinar y gestionar con los operadores de red la prestación de los servicios descritos en el portafolio solicitados por los clientes del mercado no regulado y los grandes clientes del mercado regulado.
25. Evaluar el desempeño de la gestión de venta de energía para cada mercado y canal de atención.
26. Supervisar la gestión de la atención en los canales establecidos por Emcali, para los diferentes segmentos de clientes, estableciendo lineamientos que optimicen la experiencia del cliente.
27. Realizar seguimiento y monitoreo a las ventas e instalación de los clientes nuevos y su ingreso al sistema.
28. Las demás que le sean asignadas por las normas legales, estatutarias, reglamentarias, así como las responsabilidades comunes a todas las dependencias de EMCALI E.C.E. E.S.P. definidas en la presente resolución que estén de acuerdo con su naturaleza.