

MANUALES DE FUNCIONES

IDENTIFICACION DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO	Jefe de Investigación de Mercados		
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente de Mercadeo	No. DE PERSONAS QUE DESEMPEÑAN EL CARGO	1
COMPAÑÍA		IMPACTA SIGNIFICATIVAMENTE:	
		GESTION DE CALIDAD	
		GESTION AMBIENTAL	
		BASC	
NEGOCIO		ELABORADO POR:	
PROCESO	Mercadeo	APROBADO POR:	
UBICACIÓN	Oficina princial		
CARGOS QUE LE REPORTAN DIRECTAMENTE			
Ninguno			
MISION DEL CARGO			
<i>(Defina el propósito del cargo: el qué, en que proceso, de acuerdo con que marco de actuación y el para qué)</i>			
<p>Liderar el proceso de inteligencia, investigación y análisis de los consumidores, clientes, competidores, tendencias de la industria a nivel nacional e internacional, con el fin de apoyar el proceso estratégico y la toma de decisiones del negocio aportando en la construcción del posicionamiento deseado de la marca KAANA, por medio del desarrollo de herramientas que permitan capturar y materializar las oportunidades con propuestas de valor soportadas en información actualizada y clara (hechos y datos).</p> <p>VISION DEL CARGO</p> <p>Ser el referente dentro de la organización en el conocimiento del consumidor, tendencias del mercado y de la industria, proporcionando información útil, a tiempo, confiable y sólida, que facilite la toma de decisiones en procesos claves (Marca, Innovación, Trade, Ventas, Estrategia) para construir el futuro del negocio.</p> <p>Lo anterior permitirá que la marca KAANA sea reconocida por los clientes y consumidores finales como una empresa que entiende sus necesidades, motivadores, satisfacciones y comportamientos, trabajando en pro de ofrecerles la mejor oferta piezas y estructuras automotrices a nivel metalmecánico.</p>			

PRINCIPALES ÁREAS DE RESPONSABILIDAD
(Describalas en orden de importancia, máximo 6 responsabilidades)

Criticidad	Qué debe hacer (?)	Para qué lo debe hacer (Resultado Final)	Indicadores de gestión (Cuantitativos y cualitativos)
1	Rediseñar y coordinar el sistema de Inteligencia de Mercados (SIM) monitoreando las variables relevantes para el negocio Consumidor, Competencia, Cliente, Precios (implementación Proyecto PREXUS), Publicidad y Tendencias en Colombia y los mercados de exportación.	Para asegurar una fácil y organizada captación de información que permita la implementación de la Estrategia en el mercado y facilitar la toma de decisiones rápidas en el negocio.	<ul style="list-style-type: none"> a) Actualización de la matriz de precio y portafolio del mercado b) Implementación de la metodología Prexus en el negocio c) Desarrollo de una metodología o proceso para Transmitir la información del mercado d) Informes periódicos sobre movimientos de la competencia o cambios del mercado al área comercial
2	Realizar la Medición del tamaño y participación del mercado en Colombia y América en valores (\$ y U\$), partiendo de la información general de la industria metalmecánica en el mundo.	Informar a la Gerencia sobre las oportunidades, amenazas y cambios en el entorno competitivo del negocio, que nos permitan monitorear la estrategia y sus resultados	<ul style="list-style-type: none"> a) Porcentaje de Market Share de KAANA en el mercado de Colombia y América b) Consumo Per cápita en Colombia y países relevantes en América c) Disponibilidad de la información en los periodos acordados
3	Conocer, estudiar, analizar y evaluar al Consumidor Final de los productos y servicios que ofrece KAANA de acuerdo a la segmentación corporativa	Para Identificar los cambios en su comportamiento, motivadores, actitudes, temores, necesidades, gustos y deseos, con el fin de estructurar acciones que se traduzcan en satisfacción y recompra.	<ul style="list-style-type: none"> a) Cumplimiento del plan de investigaciones de consumidor b) Despliegue de los resultados de los estudios de acuerdo al cronograma c) Monitorear los resultados del SMART d) Desarrollar metodologías para usar los resultados de las investigaciones en los procesos de mercadeo y ventas
4	Monitorear la ejecución del plan de mercadeo y las propuestas de valor realizando investigaciones como (Monitoreo Market Share, Tracking consumidor y publicitario, evaluación satisfacción de clientes, pretesteo de productos, Monitoreo desempeño de producto).	Para diseñar nuevos planteamientos estratégicos con base en los monitoreos al consumidor, canal y vendedores Para entregar información a los diferentes procesos y apoyar en la construcción de una metodología para implementar los planes de acción de mejoramiento.	<ul style="list-style-type: none"> a) Resultados del estudio compartidos al Equipo de Gerencia y Equipos Naturales, trabajando un plan de acción. c) Propuesta de comunicado a los clientes de los resultados y la acciones a) Cumplimiento del cronograma de investigaciones
5	Desarrollo y evaluación de metodologías para la medición de procesos de mercadeo: conceptos de producto, publicitarios y promociones con clientes y consumidores.	Para pretestear y evaluar los conceptos de portafolio, publicidad y promociones que apoyen la toma de decisiones del área.	<ul style="list-style-type: none"> b) Participar en la construcción de los conceptos para retroalimentar al área con la información del mercado

DIMENSIÓN DEL CARGO	
AUTORIDAD PARA TOMAR DECISIONES CLAVES	
Decisiones que no requieren consulta (<i>Aunque sean controladas o se tenga que informar de las mismas</i>)	
Metodologías y recursos para gestionar las investigaciones	
Formas de clasificación y manejo de la información	
Mecanismos de publicación de los estudios al interior de la empresa	
Estudios a realizar que involucren agentes de investigación de mercados.	

Temas que deben ser consultadas con el superior para tomar decisiones	
Definición e información de los públicos a los cuáles debemos compartir las investigaciones	
Cambios en los procesos del negocio (inteligencia de mercados, gestión de la satisfacción del consumidor y gestión de la satisfacción del cliente)	

PRINCIPALES RELACIONES DE TRABAJO EXTERNAS		
Tipo: Proveedor (P) o Cliente (C)		
Entidad o Persona	Tipo	Naturaleza o propósito
Consumidor Final	C	Conocimiento del comportamiento del consumidor. 100% de satisfacción con la experiencia de compra.
Almacenes	C	Conocimiento de los canales de distribución y su influencia en el consumidor final.
Agencias de Investigación de Mercados o empresas que brindan servicios de inteligencia de mercados, Agencia de Publicidad y Medios.	P	Contratar y realizar estudios que no se puedan realizar con los recursos internos de la empresa.
Competencia		

PRINCIPALES RELACIONES DE TRABAJO INTERNAS		
Proveedor (P) o Cliente (C)		
Entidad o Persona	Tipo	Naturaleza o propósito
Equipo de mercadeo	C - P	- Entregar estudios e informes del mercado. - Solicitud de investigaciones y necesidades del área. - Trabajo en equipo para construcción de planes de acción de las investigaciones
Equipo de ventas	C - P	- Entregar informes de satisfacción de clientes (variable asesor comercial). - Monitoreo de la competencia. - Información del mercado y clientes
Gerente General	C - P	- Transmitiendo necesidades de información. - Comunicando resultados de los estudios.
Jefes de Investigación de Mercados	P	- Trabajar en equipo para no repetir investigaciones.

SITUACIONES CRÍTICAS DEL CARGO	
Asegurar el conocimiento del comportamiento del consumidor y de la competencia en los diferentes mercados, generando propuestas de valor que permita ser líderes en el mercado	
Sinergia con las demás Unidades de Negocio para la realización de estudios dirigidos a los mismos Clientes comercializadores.	
Disponibilidad de tiempo de otros equipos para apoyar las investigaciones.	
Manejo de las bases de datos y contactos con los consumidores (Legal)	

PRINCIPALES AYUDAS CON QUE CUENTA EL CARGO	
Jefes, Coordinadores de Marca y Agencias de investigación de mercados.	

EQUIPOS, PROGRAMAS Y RECURSOS REQUERIDOS POR EL CARGO			
Portátil, Celular, Cubos olap, conocimiento en herramientas multidimensionales e Internet			
Conexiones VPN o a través de Internet: Oficina Virtual			
COMITES O REUNIONES PERIODICAS CLAVES			
Nombre de la reunión	Frecuencia	Participantes	Objetivos y Rol
Comité de Mercadeo	Mensual	Equipo de Mercadeo	Trabajo en equipo desarrollo de estrategias del área. Entregar información de consumidor, competencia, clientes, mercado.
Comité de Gerencia	Cuando se requiera	Equipo de Gerencia	Presentación de resultados de estudios.
Comité Comercial	Mensual	Equipo de Mercadeo y Ventas	Trabajo en equipo desarrollo de estrategias del área. Entregar información de consumidor, competencia, clientes, mercado.
Investigaciones de mercadeo	Mensual	Equipo de Investigaciones	Seguimiento
INFORMES PERIODICOS REQUERIDOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia	Elaborado por	Nivel de seguridad
Informe de ventas del negocio nacionales	Mensual		ALTO
Informe de ventas exportaciones	Mensual		ALTO
Márgenes y Ventas	Mensual		ALTO
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia	Destino	Nivel de seguridad
Reporte del SIM y de las Visitas al mercado (novedades de la competencia, etc)	Permanente	Todos	Alto
Resultados Medición de Plazas	Anual	Equipo Gerencia	Alto
Matriz de precios y portafolio	Semestral	Ventas y Mercadeo	Alto
Resultados de las investigaciones que hacen parte del cronograma	Según cronograma	Todos	Alto
Informe de los importadores	Mensual	Ventas, Logística y Mercadeo	Medio
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL NORMAL DESEMPEÑO DEL CARGO			
FORMACION ACADÉMICA NECESARIA:			
Administrador de Empresas, Negocio Internacionales, Ing. Industrial, Economía, Arquitectura, con conocimientos básicos de mercadeo.			
FORMACION ACADEMICA DESEABLE:			
Dominio del Ingles			
Especialización en Mercadeo.			
EXPERIENCIA NECESARIA/ DESEABLE EN:			TIEMPO ESTIMADO
Experiencia / conocimiento en el área ventas y/o Mercadeo Experiencia / conocimiento en Investigación de mercados Conocimiento del negocio			2 años

PRINCIPALES COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL OCUPANTE EN ESTE CARGO		
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS DEL CARGO		Grado de desarrollo requerido
	SIM	
	Sistema de Gestión Integral	
	Conocimiento de la competencia	
	Conocimiento de los clientes	
	Conocimiento de los diferentes procesos de mercadeo	
	Cubos Olap	
COMPETENCIAS DEL CARGO	Conocimiento de los Segmentos de Consumidor	
	Comunicación	
	Análisis y evaluación de problemas	
	Iniciativa	
	Orientación a la calidad/ orientación al detalle	
COMPETENCIAS GENERALES (Se refiere a las competencias definidas por la Organización y el Negocio)	Planeación y organización	
	INTERÉS POR EL CLIENTE	
	TRABAJO EN EQUIPO	
	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	
COMPATIBILIDAD MOTIVACIONAL	OBTENCIÓN DE RESULTADOS	

PROGRAMA DE CAPACITACION / ENTRENAMIENTO, Entrenamiento básico para desempeñar adecuadamente el cargo		
Temas	Responsable	Intensidad (horas)
Construcción de la información de participación del mercado y recursos para conseguir información de la competencia		4 horas
Avances corporativos en el tema de Segmentación y despliegue de la información, documentos, capacitaciones, etc.		3 horas
Proceso para construir la matriz del mercado		Media mañana

Validado por Gestión Humana	
Nombre:	Firma:

Código:	XX-DH-00-DC-ME07	DESCRIPCIÓN DE CARGOS ADMINISTRATIVO		
Vigente desde:				
IDENTIFICACION DEL CARGO				
NOMBRE DEL CARGO		GERENTE DE MERCADEO		
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		No. DE PERSONAS QUE DESEMPEÑAN EL CARGO	1	
COMPAÑIA		IMPACTA SIGNIFICATIVAMENTE:		
		GESTION DE CALIDAD	Si	
		GESTION AMBIENTAL		
NEGOCIO		BASC		
PROCESO		ELABORADO POR:		
UBICACION		APROBADO POR:		
CARGOS QUE LE REPORTAN DIRECTAMENTE				
Jefe de Diseño Comercial, Jefe de Servicios (2), Jefe de Gestión de Portafolio, Jefe de Publicidad, Jefe de Mercadeo Masivo, Asistente Administrativa.				
MISION DEL CARGO				
<i>(Defina el propósito del cargo: el qué, en que proceso, de acuerdo con que marco de actuación y el para qué)</i>				
Definir y dirigir el plan de mercadeo para productos y servicios, el portafolio y lanzamiento de productos, la publicidad y planes de medios, conociendo y transmitiendo las necesidades de clientes y consumidores, participando en el desarrollo de la estrategia, desarrollando el talento de su equipo y gestionando el clima laboral, acorde a los lineamientos estratégicos, los lineamientos corporativos para el uso de la marca KAANA y políticas de la compañía para lograr el desarrollo del mercado, la satisfacción de clientes y consumidores y las metas estratégicas trazadas.				
PRINCIPALES ÁREAS DE RESPONSABILIDAD				
<i>(Describalas en orden de importancia, máximo 6 responsabilidades)</i>				
Criticidad	Qué debe hacer (?)	Para qué lo debe hacer (Resultado Final)	Indicadores de gestión (Cuantitativos y cualitativos)	
1	Participar en el planteamiento y desarrollo de la estrategia	Desarrollar y Cumplir con los objetivos estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> BSC BSC Mercadeo 	
2	Definir, implementar y gestionar el plan de mercadeo de productos y servicios	Desarrollar el mercado, la marca y lograr diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> Ventas presupuestadas año 	
3	Planear, definir y Gestionar el portafolio vigente y de nuevos productos y servicios y su estrategia de precios al consumidor y al canal	Satisfacer las necesidades del mercado, con una composición adecuada del portafolio, logrando márgenes de rentabilidad adecuados	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de la Satisfacción del Consumidor frente al portafolio superior a la competencia Ventas Productos Nuevos / Ventas Totales Margen Bruto y Neto / Ventas 	
4	Dirigir lanzamientos de productos y servicios en los canales de distribución	Lograr introducción efectiva al mercado	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de Satisfacción del Consumidor frente al portafolio superior a la competencia Ventas Productos Nuevos / Ventas Totales 	
5	Conocer las necesidades de clientes y consumidores, transmitir estos conocimientos y definir las investigaciones de mercados, los proveedores y métodos	Retroalimentar los diferentes procesos de la compañía y acertar con la oferta de valor a clientes y consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Resultado Encuesta de Satisfacción de Clientes y Consumidores Ventas Productos Nuevos / Ventas Totales Participación de mercado 	
6	Liderar procesos de outsourcing en desarrollo de portafolio	Abastecer las necesidades de crecimiento en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> Ventas Outsourcing Rentabilidad Outsourcing 	
7	Definir la estrategia de publicidad, el contenido y target de la comunicación y Definir el plan de medios	Motivar la demanda, apoyando el logro de los resultados de ventas, el posicionamiento deseado y la recordación de la marca	<ul style="list-style-type: none"> Ventas presupuestadas año Estudio de Posicionamiento percibido Vs el Posicionamiento deseado 	
8	Desarrollar el talento del equipo a cargo	Lograr altos desempeños y mejor gestión de clima laboral	<ul style="list-style-type: none"> Gestión del Desempeño para el Desarrollo (GDD) Encuesta de Clima (ECO) 	

AUTORIDAD PARA TOMAR DECISIONES CLAVES
Decisiones que no requieren consulta (<i>Aunque sean controladas o se tenga que informar de las mismas</i>)
Plan de mercadeo y portafolio
Características de productos y servicios
Selección de proveedores
Inversiones y gastos de operación dentro del presupuesto

PRINCIPALES RELACIONES DE TRABAJO EXTERNAS		
Tipo: Proveedor (P) o Cliente (C)		
Entidad o Persona	Tipo	Naturaleza o propósito
Proveedores de Servicios y Productos	P, C	Intercambiar información para desarrollar las necesidades en los diferentes servicios y productos
Agencias de Publicidad y medios	P, C	Intercambiar información para desarrollar el plan de comunicación
Clientes	P, C	Intercambiar información sobre el desarrollo comercial de su negocio e implementación de servicios y retroalimentar el plan de mercadeo
Consumidores	P	Detectar necesidades, oportunidades y medir su nivel de satisfacción
Gremios, fundaciones y/o entidades del estado	P, C	Intercambiar información, desarrollar alianzas y actividades
Líderes de industrias / Competidores	P, C	Conocer y entender el contexto de mercado y la industria

PRINCIPALES RELACIONES DE TRABAJO INTERNAS		
Tipo: Proveedor (P) o Cliente (C)		
Entidad o Persona	Tipo	Naturaleza o propósito
Gerencia General	P, C	Obtener direccionamiento y proveer información sobre la gestión del área, recibir apoyo en las acciones que considere como miembro del EG
Gerencia de mercadeo	P, C	Coordinación de eventos de marca y servicios.
Gerencias Corporativas	P, C	Recibir orientación estratégica y proveer información
Gerencias de Area	P, C	Intercambiar información para la gestión
Gerencia de Ventas	P, C	Implementar servicios y recibir retroalimentaciones

SITUACIONES CRÍTICAS DEL CARGO
Pérdida de participación de mercado
Dependencia de terceros para la prestación de servicios
Baja inversión en mercadeo sobre ventas versus benchmark internacional
Asegurar la adecuada gestión de la marca siendo compartida en varios negocios y compañías

PRINCIPALES AYUDAS CON QUE CUENTA EL CARGO
Agencias de Publicidad, Medios, Consultores

EQUIPOS, PROGRAMAS Y RECURSOS REQUERIDOS POR EL CARGO
Portátil, , windows office, cubos Olap, celular, vehículo

COMITES O REUNIONES PERIODICAS CLAVES			
Nombre de la reunión	Frecuencia	Participantes	Objetivos y Rol
Comité Ejecutivo	Mensual	Gerentes Corporativos, Gerente General, Gerentes de Area	Presentar proyectos y propuestas para el negocio, recibir feedback o lineamientos para las mismas
Equipo de Gerencia	Mensual	Gerente General y Gerentes de Area	Para hacer seguimiento al negocio
Grupo natural	Mensual	Jefe de Diseño Comercial, Jefe de Servicios (2), Jefe de Gestión de Portafolio, Jefe de Publicidad, Jefe de Mercadeo Masivo, Asistente Administrativa	Orientar y dirigir el equipo, hacer seguimiento a la gestión, desarrollo del equipo
PVO	Mensual	Gerentes de Logística, Ventas, Manufactura, Técnica, Financiera	Participar en la planeación de Ventas y Operaciones
Planeación Estratégica, escenarios y plataformas	Bimensual	Gerente General y Gerentes de Area	Desarrollo estratégico del negocio
Comité de Nuevos Productos	Mensual	Gerentes de Manufactura, Tecnología, Logística y Mercadeo	Liderar la ejecución del plan de portafolio
INFORMES PERIODICOS REQUERIDOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia	Elaborado por	Nivel de seguridad
Ejecución Presupuestal	Mensual	Area Financiera	
Estudios de demanda y satisfacción de mercado	Anual	Jefe de Gestión de portafolio	
Resultados BSC	Mensual	Gerencia General	
Resultados BSC área	Trimestral	Jefes de área de mercadeo	
Informe de Ventas	Mensual	Gerencia de Ventas	
Cubo de Costos y Márgenes	Línea	Area Financiera	
Cubo de Ventas	Línea	Area Financiera	
Nómina	Línea	Kactus	
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia	Destino	Nivel de seguridad
Resultados BSC área	Trimestral	Gerencia General	
Plan de Mercadeo	Anual (actualización semestral)	Gerencias de Area	
Plan de Portafolio	Anual (actualización semestral)	Gerencias de Area	
Desempeño de Portafolio (productos y servicios)	Mensual	Gerencias de Area, Fuerza de Ventas y Proveedores	

REQUISITOS BÁSICOS PARA EL NORMAL DESEMPEÑO DEL CARGO		
FORMACION ACADÉMICA NECESARIA:		
Profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Arquitectura, o afines		
Especialización en negocios (Mercadeo, Negocios Internacionales, otros) y MBA (preferible en Exterior)		
Bilingüe Inglés – Español		
FORMACION ACADEMICA DESEABLE:		
EXPERIENCIA NECESARIA EN:		TIEMPO ESTIMADO
Gerencia de Mercadeo		3 años
Jefaturas de Ventas o de Trade Marketing (preferiblemente)		2 años
Experiencia de trabajo en otras culturas (preferiblemente USA)		2 años
PRINCIPALES COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL OCUPANTE EN ESTE CARGO		
		Grado de desarrollo requerido
Competencias Técnicas (Conocimientos y habilidades)	Gestión de Variables de mercadeo y comerciales: pricing, portafolio, distribución, publicidad, comunicación, investigación de mercados, servicio al consumidor	
COMPETENCIAS ESPECIFICAS O FUNCIONALES (3)	Tenacidad	
	Análisis y solución de problemas	
	Concientización Organizacional	
	Comunicación – Vender ideas	
COMPETENCIAS GENERICAS (4)	Delegación	
	Interés por el Cliente	
	Hábil Estratega- Pensamiento estratégico	
	Obtención de Resultados	
COMPETENCIAS GENERALES DE DIRECCION (5)	Trabajo en Equipo	
	Liderazgo	
	Creatividad	
	Desarrollo del Talento	
	Integridad	
	Innovación	
	Diversidad Cultural	

PROGRAMA DE INDUCCION (Entrevistas Indispensables que debe tener el vinculado a este cargo)	
Entrevista con:	Temas principales:
	Presentación de la Compañía.
	Estructura y Filosofía de la Organización, Estrategia del negocio (imperativos y mapa estratégico), alineación corporativa. Estructura general del Negocio, Sistema de Gestión del Desempeño para el Desarrollo
	Presentación al EG y otros Gerentes (Corporativos y UEN)
	Presentación al Equipo de Mercadeo
	Presentación de la Organización
	Presentación de Gestión Integral
	Presentación Área Tecnológica Corporativa
	Presentación Área Financiera Corporativa
	Presentación Área Legal Corporativa
	Presentación Fundación , principales programas
	Presentación área de Procesos Integrados: BSC, SGC, SIM, Servicio Técnico, organización del área
	Presentación Área de Gestión Humana: BSC área, Relaciones Laborales, Bienestar Laboral, Salud Ocupacional, Seguridad Industrial, Gestión de Selección y Desarrollo, Fondo de Empleados, Sistemas de Compensación, Procesos de comunicación, organización del área.
	Presentación Área de Manufactura: BSC área: Presentación del producto y sus tipologías, Proceso general de fabricación, Capacidades de fabricación, organización del área. Visita a Plantas.
	Presentación Manufactura La Estrella: BSC área, Presentación del producto y sus tipologías, Proceso general de fabricación, Capacidades de fabricación, visita a Planta.
	Presentación Área Tecnología: BSC área, tecnología, proyectos, Know How , organización del área
	Presentación área de Logística: BSC área, gestión de la cadena de abastecimientos, proyectos y plataformas, PVO, organización área.
	Presentación Área Financiera: BSC área, procesos y organización del área.
	Presentación Área Informática: BSC área, procesos y organización de Informática
	Presentación Área de Ventas: BSC área, plan comercial, Canales, Organización de ventas, PVO
	Presentación de Audilimited: Misión e interrelaciones principales
	Estrategia de UEN
	Plan de Mercadeo

PROGRAMA DE CAPACITACION / ENTRENAMIENTO,
Entrenamiento básico para desempeñar adecuadamente el cargo

Temas	Responsable	Intensidad (horas)
Plan de Mercadeo y estrategia		
Proceso de Gestión de Portafolio		
Proceso de Investigación de Mercados		
Proceso SIM		
Proceso de Mercadeo Masivo		
Proceso de Servicio de Diseño		
Proceso de Publicidad		
Procesos de Mercadeo bajo el Sistema de Gestión de Calidad		
Valoración de Cargos y Beneficios Extralegales		
Procesos de Comunicaciones: Medios, proyectos con mercadeo		
Proceso de desarrollo de nuevos productos		
Ingeniería de Proyectos		
Planeación y programación de producción, compras de no formulados, rol PVO		
Presentación de Abastecimiento Nacional y Alianzas logísticas		
Almacenes de distribución Bogotá		
Proyectos logísticos		
Tesorería		
Aspectos Tributarios y Nómina		
Contraloría, procesos contables		
Planeación Financiera		
Indicadores financieros		
Comercio Exterior,		
Proceso de Costos		
Procesos de Exportaciones		
Procesos de Desarrollo Comercial		
Procesos Administrativos Ventas		

Validado por Gestión Humana	
Nombre: Ana Lucia Montoya	Firma:

Código:	XX-DH-00-DC-ME07	DESCRIPCIÓN DE CARGOS OPERATIVOS	
Vigente desde:			

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
1.1 TÍTULO	Documentador Sistema de Calidad	
1.2 AREA Y PROCESO	Aseguramiento de la Calidad	

2. MISIÓN DEL CARGO (Defina el Propósito del cargo)	
Apoyar, administrar, mantener y mejorar el sistema documental de calidad, aplicando los procedimientos definidos con el fin de garantizar su permanente actualización y disposición para el aseguramiento del sistema de calidad para contribuir al cumplimiento de los objetivos de la Compañía.	

3. FUNCIONES (Describa Qué, Cómo y Para qué lo hace)	
---	--

3.1 Funciones principales

- a) Documentar el sistema de calidad, elaborando los documentos mediante los procedimientos correspondientes, para mantenerlo actualizado y disponible permanentemente.
- b) Suministrar información relacionada con el sistema de calidad, recolectándola y procesándola de acuerdo con las necesidades específicas, para apoyar la evaluación del desempeño del sistema de calidad.
- c) Apoyar el proceso de normalización, controlando los documentos y verificando los registros, cumpliendo los requisitos de documentación, archivando organizadamente los documentos que le correspondan, para garantizar su vigencia y su disponibilidad.
- d) Programar y revisar periódicamente las normas de procesos y procedimientos de acuerdo a los planes de calidad para su correspondiente actualización.
- e) Actualizar los listados maestros de documentos y registros, haciendo los cambios reportados por los usuarios, asignando códigos a cada uno de los documentos de normalización y controlando las copias existentes de cada documento, para garantizar información oportuna y actualizada en todas las áreas de la empresa.
- f) Archivar la información del sistema de calidad, manteniendo organizados los documentos y registros, para disponibilidad de los usuarios cuando lo requieran.
- g) Apoyar las auditorías de calidad, ejecutando las auditorías o participando como auditor observador, reforzando la logística de las auditorías, elaborando los informes y apoyando las acciones de seguimiento para la implantación de las acciones correctivas y para verificar que se solucionen efectivamente las no conformidades encontradas.
- h) Capacitar a los equipos humanos en la elaboración de documentos dando apoyo logístico para facilitar la comprensión.

3.2 Otras funciones (Especifique aquellas que son comunes con otros cargos)

- a) Gestionar el sistema de calidad, realizando los procedimientos definidos para asegurar los procesos y sus resultados en el puesto de trabajo.
- b) Trabajar en equipo participando deliberadamente en sus actividades, buscando el mejoramiento de los procesos, que permitan su desarrollo integral, el logro de los objetivos y el crecimiento del negocio.
- c) Contribuir en forma efectiva a la conservación del medio ambiente, observando y aplicando prácticas limpias de trabajo, para asegurar un mayor nivel de calidad de vida.
- d) Velar permanentemente por su autocuidado, mediante el cumplimiento de las normas e instrucciones de salud ocupacional, para ayudar a la conservación de su salud y su capacidad laboral.
- e) Participar activamente en la cultura de orden y aseo, manteniendo su puesto de trabajo, su presentación personal y su entorno, en condiciones óptimas de orden y limpieza.
- f) Mantener en adecuado estado y funcionamiento las máquinas, equipos, herramientas, implementos de trabajo, equipos de inspección y ensayo y materiales puestos a su disposición, mediante los instructivos correspondientes, para garantizar la continuidad de sus procesos.

4. PRODUCTOS O SERVICIOS ENTREGADOS (Describe las características)		
<ul style="list-style-type: none"> • Documentos del sistema de calidad actualizados y disponibles. 		
5. CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO (MARQUE "X")		
Nivel 1	5.1 Actividades simples, elementales y sin variables de control; normalmente no estandarizadas.	
Nivel 2	5.2 Actividades normales con algunas variables de control sencillas; por lo general estandarizadas; normalmente mantienen las características de calidad del producto.	
Nivel 3	5.3 Actividades complejas con muchas variables de control; casi siempre estandarizadas; por lo general impactan en las características de calidad del producto.	X
Nivel 4	5.4 Las actividades son muy complejas o especializadas con variables de control complejas o demasiadas ; no necesariamente estandarizadas. Se espera que en los cargos de soporte garanticen las características de calidad del producto y en los cargos de manufactura sean los que más las impactan.	
6. MÁQUINAS, EQUIPOS, HERRAMIENTAS Y MATERIALES REQUERIDOS		
6.1 DESCRIPCIÓN DE LAS MÁQUINAS Y EQUIPOS	Nombre	Propósito
	Computador	Se utiliza para el ingreso de la información y mantenimiento del sistema documental
6.2 DESCRIPCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS	Formatos	Se manejan en la recopilación de la información.
6.3 DESCRIPCIÓN DE LOS MATERIALES	Documentos	Actualización de información
7. CARACTERÍSTICAS DE LAS MÁQUINAS, EQUIPOS Y MATERIALES (MARQUE "X")		
Nivel 1	7.1 No utiliza o si utiliza son sencillas .	
Nivel 2	7.2 Normales sin muchas variables de control, de fácil operación. No requiere precisión en su manejo y su alistamiento es simple y rápido ; el resultado depende más de la persona . Generalmente se manejan materias primas, insumos, semielaborados básicos que requieren un cuidado normal.	X
Nivel 3	7.3 Complejas y en su operación requiere atención sobre varias variables de control. Puede exigir precisión en su manejo y alistamiento. El resultado por lo general depende de la persona y de la máquina . Para su buen funcionamiento es necesario un mantenimiento autónomo por parte de su operador. En algunos oficios puede manejar varios equipos normales. Los materiales, insumos o semielaborados que entran al proceso requieren alto cuidado en su manejo y dosificación.	
Nivel 4	7.4 Son de alta tecnología . Su alistamiento es complejo y requiere alta precisión. Su operación implica muchas o complejas variables de control. El resultado depende más de la máquina . Los materiales, insumos o semielaborados que entran al proceso son los de más alto costo y requieren especial cuidado en su manejo y dosificación.	
8. SUPERVISIÓN (MARQUE "X")		
Nivel 1	8.1 Dirigida: Instrucciones simples y precisas ; el proceso es tan sencillo que no hay libertad para cambiar; Se ejerce control riguroso sobre el resultado .	
Nivel 2	8.2 Continua: Instrucciones generales sobre el programa de trabajo; se autoriza hacer cambios sobre los procedimientos; se ejerce control permanente sobre la ejecución del proceso y sobre el resultado .	
Nivel 3	8.3 Periódica: Instrucciones predeterminadas ; se da libertad para ajustar el proceso; se ejerce control espaciado sobre la ejecución del proceso y sobre el resultado .	X
Nivel 4	8.4 Facilitadora: Pocas instrucciones genéricas o de dirección ; se da bastante libertad en la forma de realizar el trabajo; el control es de apoyo y esporádico sobre el avance del trabajo y el resultado final .	

9. REQUISITOS BASICOS DEL CARGO (MARQUE "X")			
9.1 Educación y formación			
9.1.1 Nivel 1		Lectura	
		Escritura	
		Matemáticas básicas	
9.1.2 Nivel 2		Interpretación de gráficos de control	
		Espina de pescado y diagramas de proceso	
		Entrar datos al sistema de información	
		Interpretación de planos básicos	
		Manejo del procesador de palabra	
9.1.3 Nivel 3		Interpretación de informes estadísticos	
		Manejo del procesador de palabra y hoja de cálculo	
		Conocimiento específico del sistema de información	
		Entendimiento básico físico-químico	
		Electrónica básica	
		Mecánica Básica	
		Electricidad básica	
9.1.4 Nivel 4	X	Conocimientos técnicos	
		Manejo de herramientas estadísticas	
		Evaluar datos y resultados / prepara informes	
		Manejar procesador de palabra y hoja de cálculo	
		Conocimiento profundo del sistema de información	
		Proceso o equipos asistidos por computador	
		Electrónica avanzada	
		Mecánica avanzada	
		Electricidad avanzada	
9.2 Experiencia (MARQUE "X")			
9.2.1 Nivel 1	No necesita		
9.2.2 Nivel 2	Un (1) año en el proceso general		
9.2.3 Nivel 3	Un (1) año en cargos similares o relacionados		X
9.2.4 Nivel 4	Superior a 1 año en cargos similares o relacionados		
9.3 Entrenamiento (MARQUE "X")			
9.3.1 Nivel 1	No mayor a 1 mes		
9.3.2 Nivel 2	Entre 1 y 3 meses		
9.3.3 Nivel 3	Entre 3 y 9 meses		X
9.3.4 Nivel 4	Superior a 9 meses		
9.4 Habilidades (MARQUE "X")			
9.4.1 Nivel 1	9.4.1 Motoras gruesas (manipular producto, levantar cargas)		
9.4.2 Nivel 2	9.4.2 Motoras finas (Decoración manual, resane de producción)		X
9.4.3 Nivel 3	9.4.3 Percepción sensorial (Revisión producto, aprobar tonos)		
9.4.4 Nivel 4	9.4.4 Conceptuales (Diagnosticar, programar, solución problemas)		

10. PRINCIPALES COMPETENCIAS	
10.1 Técnicas	Operación de instrumentos de medición
	Control o inspección de variables
	Análisis y solución de problemas
10.2 Generales	Trato a la gente
	Trabajo en equipo
	Comunicación
	Aprendizaje en lo cotidiano
	Adaptación al cambio
	Creatividad e innovación
10.3 Valores Corporativos	Orientación al cliente
	Integridad
	Austeridad
	Responsabilidad social

Código:	XX-DH-00-DC-ME07	DESCRIPCIÓN DE CARGOS OPERATIVOS	
Vigente desde:			

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1.1 TÍTULO	Facturador de Pedidos	
1.2 AREA Y PROCESO	Logística	

3. FUNCIONES (Describe Qué, Cómo y Para qué lo hace)

3.1 Funciones principales

- a) Revisar el programa de trabajo para permitir el buen desarrollo de las actividades.
- b) Elaborar la facturación de los vehículos cargados para los procesos contables y estadísticos.
- c) Enviar facturación a los diferentes clientes y zonas del país, de acuerdo a procedimientos establecidos para dar información al cliente.
- d) Verificar que la mercancía cargada sea igual al planeo, confrontar el contenido del documento de planeo contra el formato de control de cargue, para asegurar que la mercancía cargada, sea la pedida y permitir el buen manejo de las salidas e inventarios.
- e) Generar la remesa (flete) de cada uno de los viajes facturados.
- f) Comunicar a los Administradores (transporte y canal) el desarrollo de la operación cuando sea necesario y según procedimientos para informar las anomalías presentadas.
- g) Lanzar diariamente el informe de facturado no despachado para la toma de acciones correctivas.
- h) Recibir las ordenes de cargue firmadas por el receptor y despachador de grifería.
- i) Archivar planeos y facturas, de acuerdo con procedimientos establecidos, para conservar registros.

2. MISIÓN DEL CARGO (Defina el Propósito del cargo)

Elaborar las facturas de los productos despachados, según normas y procedimientos establecidos, garantizando el correcto desempeño de los procesos de entregas, ventas y cartera que aseguren la información y el estado de cuenta a los clientes y contribuyan al logro de los objetivos de la Compañía.

3.2 Otras funciones (Especifique aquellas que son comunes con otros cargos)

- a) Gestionar el sistema de calidad, realizando los procedimientos definidos para asegurar los procesos y sus resultados en el puesto de trabajo.
- b) Trabajar en equipo participando deliberadamente en sus actividades, buscando el mejoramiento de los procesos, que permitan su desarrollo integral, el logro de los objetivos y el crecimiento del negocio.
- c) Contribuir en forma efectiva a la conservación del medio ambiente, observando y aplicando prácticas limpias de trabajo, para asegurar un mayor nivel de calidad de vida.
- d) Velar permanentemente por su autocuidado, mediante el cumplimiento de las normas e instrucciones de salud ocupacional, para ayudar a la conservación de su salud y su capacidad laboral.
- e) Participar activamente en la cultura de orden y aseo, manteniendo su puesto de trabajo, su presentación personal y su entorno, en condiciones óptimas de orden y limpieza.
- f) Mantener en adecuado estado y funcionamiento las máquinas, equipos, herramientas, implementos de trabajo, equipos de inspección y ensayo y materiales puestos a su disposición, mediante los instructivos correspondientes, para garantizar la continuidad de sus procesos.

4. PRODUCTOS O SERVICIOS ENTREGADOS (Describe las características)

- Facturas debidamente diligenciadas.

5. CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO (MARQUE "X")		
Nivel 1	5.1 Actividades simples, elementales y sin variables de control; normalmente no estandarizadas.	
Nivel 2	5.2 Actividades normales con algunas variables de control sencillas; por lo general estandarizadas; normalmente mantienen las características de calidad del producto.	
Nivel 3	5.3 Actividades complejas con muchas variables de control; casi siempre estandarizadas; por lo general impactan en las características de calidad del producto.	X
Nivel 4	5.4 Las actividades son muy complejas o especializadas con variables de control complejas o demasiadas ; no necesariamente estandarizadas. Se espera que en los cargos de soporte garanticen las características de calidad del producto y en los cargos de manufactura sean los que más las impactan.	

6. MÁQUINAS, EQUIPOS, HERRAMIENTAS Y MATERIALES REQUERIDOS		
6.1 DESCRIPCIÓN DE LAS MÁQUINAS Y EQUIPOS	Nombre	Propósito
	Calculadora	Para realizar cálculos en general.
	Computador.	Registrar y archivar información.
6.2 DESCRIPCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS		
6.3 DESCRIPCIÓN DE LOS MATERIALES	Papelería general	Para diligenciar y generar los informes necesarios
	Formas y listados	Para registrar y controlar

7. CARACTERÍSTICAS DE LAS MÁQUINAS, EQUIPOS Y MATERIALES (MARQUE "X")		
Nivel 1	7.1 No utiliza o sí utiliza son sencillas .	
Nivel 2	7.2 Normales sin muchas variables de control, de fácil operación. No requiere precisión en su manejo y su alistamiento es simple y rápido ; el resultado depende más de la persona . Generalmente se manejan materias primas, insumos, semielaborados básicos que requieren un cuidado normal.	X
Nivel 3	7.3 Complejas y en su operación requiere atención sobre varias variables de control. Puede exigir precisión en su manejo y alistamiento. El resultado por lo general depende de la persona y de la máquina . Para su buen funcionamiento es necesario un mantenimiento autónomo por parte de su operador. En algunos oficios puede manejar varios equipos normales. Los materiales, insumos o semielaborados que entran al proceso requieren alto cuidado en su manejo y dosificación.	
Nivel 4	7.4 Son de alta tecnología . Su alistamiento es complejo y requiere alta precisión. Su operación implica muchas o complejas variables de control. El resultado depende más de la máquina . Los materiales, insumos o semielaborados que entran al proceso son los de más alto costo y requieren especial cuidado en su manejo y dosificación.	

8. SUPERVISIÓN (MARQUE "X")		
Nivel 1	8.1 Dirigida: Instrucciones simples y precisas ; el proceso es tan sencillo que no hay libertad para cambiar; Se ejerce control riguroso sobre el resultado .	
Nivel 2	8.2 Continua: Instrucciones generales sobre el programa de trabajo; se autoriza hacer cambios sobre los procedimientos; se ejerce control permanente sobre la ejecución del proceso y sobre el resultado .	
Nivel 3	8.3 Periódica: Instrucciones predeterminadas ; se da libertad para ajustar el proceso; se ejerce control espaciado sobre la ejecución del proceso y sobre el resultado .	X
Nivel 4	8.4 Facilitadora: Pocas instrucciones genéricas o de dirección ; se da bastante libertad en la forma de realizar el trabajo; el control es de apoyo y esporádico sobre el avance del trabajo y el resultado final.	

9. REQUISITOS BASICOS DEL CARGO (MARQUE "X")			
9.1 Educación y formación			
9.1.1 Nivel 1		Lectura	
		Escritura	
		Matemáticas básicas	
9.1.2 Nivel 2	X	Interpretación de gráficos de control	
		Espina de pescado y diagramas de proceso	
		Entrar datos al sistema de información	
		Interpretación de planos básicos	
		Manejo del procesador de palabra	
9.1.3 Nivel 3		Interpretación de informes estadísticos	
		Manejo del procesador de palabra y hoja de cálculo	
		Conocimiento específico del sistema de información	
		Entendimiento básico físico-químico	
		Electrónica básica	
		Mecánica Básica	
		Electricidad básica	
9.1.4 Nivel 4		Conocimientos técnicos	
		Manejo de herramientas estadísticas	
		Evaluar datos y resultados / prepara informes	
		Manejar procesador de palabra y hoja de cálculo	
		Conocimiento profundo del sistema de información	
		Proceso o equipos asistidos por computador	
		Electrónica avanzada	
		Mecánica avanzada	
		Electricidad avanzada	
9.2 Experiencia (MARQUE "X")			
9.2.1 Nivel 1	No necesita		
9.2.2 Nivel 2	Un (1) año en el proceso general		
9.2.3 Nivel 3	Un (1) año en cargos similares o relacionados	X	
9.2.4 Nivel 4	Superior a 1 año en cargos similares o relacionados		
9.3 Entrenamiento (MARQUE "X")			
9.3.1 Nivel 1	No mayor a 1 mes		
9.3.2 Nivel 2	Entre 1 y 3 meses	X	
9.3.3 Nivel 3	Entre 3 y 9 meses		
9.3.4 Nivel 4	Superior a 9 meses		
9.4 Habilidades (MARQUE "X")			
9.4.1 Nivel 1	9.4.1 Motoras gruesas (manipular producto, levantar cargas)		
9.4.2 Nivel 2	9.4.2 Motoras finas (Decoración manual, resane de producción)	X	
9.4.3 Nivel 3	9.4.3 Percepción sensorial (Revisión producto, aprobar tonos)		

10. PRINCIPALES COMPETENCIAS	
10.1 Técnicas	Manejo de sistemas de información
10.2 Generales	Trato a la gente
	Trabajo en equipo
	Comunicación
	Aprendizaje en lo cotidiano
	Adaptación al cambio
	Creatividad e innovación
10.3 Valores Corporativos	Orientación al cliente
	Integridad
	Austeridad
	Responsabilidad social