



# CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS

Código: F-SG-006

Rev.: 007

Página: 1 de 1

Fecha de Elaboración o Actualización:	19-12-2017	Proceso:	Mercadeo	Dueño del Proceso:	Especialista de Mercadeo	Tipo de Proceso:	Soporte
Sub-proceso:	Innovación y Desarrollo de Marcas	Colaboradores del Proceso:	Comité de Innovación				
Propósito y Alcance:	Desarrollar o mejorar las marcas del portafolio. Aplica a todas las marcas existentes y nuevas del portafolio desde la aprobación de la junta directiva hasta el posicionamiento de la marca						

Proveedor	Entrada Requeridas	Actividades		Salidas Previstas	Clientes
		Planificar (P)	Hacer (H)		
		Actuar (A)	Verificar (V)		
1- Mercadeo (Investigación de Mercado) 2.- Gerencia de Unidad de Negocio 3.- Mercadeo (Diseño de Imagen) 4.- Producción Unidad de Negocio 5.- Mercadeo (Trade Marketing) 6.- Costos y 7.- Abastecimiento & Suministro 8.- Gerencia Estratégica 9.- SIG	1.- Informe de Investigación de Mercado 2.- Aprobación de la propuesta 3.- Diseños 4.- Prototipos 5.- Estrategia de lanzamiento 6.- Análisis de factibilidad 7.- Proveedores y Cotizaciones 8.- Plan Estratégico 9.- No conformidades, Matriz de Riesgos	- Planificar el proceso de Innovación y Desarrollo de Marcas - Presupuestar gastos de I&D de Marcas - Establecer objetivos y metas del proceso - Diseñar Indicadores de Gestión - Planificar la gestión de riesgos y oportunidades y el abordaje de no conformidades	- Crear el concepto del producto - Elaborar el plan de marca - Desarrollar estrategia de lanzamiento - Elaborar plan de diseño y prototipos - Desarrollar del concepto de la marca - Desarrollar prototipo de producto - Aplicar Brand focus (consumidor interno y externo) - Ejecutar cambios y variaciones necesarias - Ejecutar plan de diseño y prototipo - Ejecutar lanzamiento de la marca - Ejecutar presupuesto - Ejecutar acciones de gestión de riesgos del proceso - Implementar acciones de gestión de riesgos y oportunidades - Calcular y actualizar indicadores	1.- Propuesta de nueva marca o mejora a una marca existente	1.- Gerencia Estratégica/GUN
		- Elaborar plan de acción en caso de identificar no conformidades, riesgos y oportunidades. - Solicitar nuevos recursos o reportar ahorros - Brindar retroalimentación a los involucrados en el proceso - Identificar y proponer mejoras al proceso. - Consolidar información para una nueva planificación	- Verificar cumplimiento de las fases del plan de innovación y desarrollo de marcas - Verificar y validar el prototipo y la marca - Verificar ejecución de presupuesto - Verificar y analizar indicadores del proceso - Verificar efectividad de las acciones de gestión de riesgos, oportunidades y no conformidades - Comunicar resultados		

Recursos Necesarios	Información Documentada Relacionada		Indicadores Claves	Frecuencia de Medición
- Oficina con mobiliario - Papelería e insumos de oficina - Equipo tecnológico y de comunicación - Colaboradores con competencias en mercadeo y gestión comercial	- P-MK-001 Diseño De Nuevo Productos o relanzamiento - F-MK- 003: FORMATO DE PLANIFICACION DE ACTIVIDADES - Identificación de Riesgos		% de Ajuste al Plan de I&D de Marcas	Mensual

Elaborado por: Jesús David Pinto Cargo: Especialista de SIG Firma:	Revisado por: Yesenia Avendaño Cargo: Coordinadora de SIG Firma:	Aprobado por: José Birriel Cargo: Especialista de Mercadeo Firma:
--	--	---