


Laboratorios Bonin 	PROCEDIMIENTO ESTÁNDAR DE OPERACIÓN CAMPAÑAS PROMOCIONALES DE PRODUCTOS MERCADEO	Código: PEO-MK-006-09
		Versión: 09
		Vigencia 15/09/2022 Vencimiento:15/09/2024
		Página 1 de 4

1. PROPÓSITO

Contar con una guía que estandarice la forma de elaborar las campañas promocionales de productos de Laboratorios Bonin en sus diferentes líneas de productos incluyendo también a: Farma, GB Pharma, Exportaciones, Maquila, Diprofarm Línea Hospitalaria.

2. ALCANCE

Todas las líneas de Ventas que conforman el Grupo Bonin

3. DOCUMENTOS RELACIONADOS

CÓDIGO	NOMBRE DEL DOCUMENTO
No aplica	No aplica

4. DEFINICIONES

Objetivo General: definir el propósito de realizar la campaña promocional.

Objetivos Específicos: definir el propósito y alcance que se pretende con la campaña promocional y la forma general de lograrlo.

Plan de Acción: definir de manera clara y detallada en qué consiste la promoción y los elementos relacionados con la misma (materiales, recurso humano, premios, etc.)

Duración de la promoción: tiempo que tendrá vigencia la promoción.

Inversión: detallar todos los gastos que se relacionen con la campaña.

Observaciones: todas las especificaciones que deban hacerse respecto a la promoción

5. RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD

RESPONSABILIDAD

El **Asistente de Mercadeo** tiene la responsabilidad de proponer campañas promocionales y discutir las con el **Coordinador de Mercadeo** para luego proponerlas al **Gerente General**, quien tiene la autoridad para aprobar o rechazar la propuesta, o bien hacer las correcciones necesarias.

El **Asistente de Mercadeo** tiene la responsabilidad del lanzamiento de la campaña promocional e informar a las personas relacionadas con la misma.


AUTORIDAD

El **Gerente de Mercadeo** tiene la autoridad de tomar las medidas necesarias para velar por el cumplimiento del procedimiento.

6. CONTENIDO

6.1 El **Asistente de Mercadeo** debe elaborar la propuesta de la campaña promocional en conjunto con el **Coordinador de Mercadeo** y obtener la aprobación por la **Gerencia General**, cuando sea necesaria.


Elaborado por: Asistente de Mercadeo	Firma	Fecha: 15/09/2022
Revisado por: Asesor Médico	Firma	Fecha: 15/09/2022
Aprobado por: Coordinador de Mercadeo	Firma	Fecha: 15/09/2022

Laboratorios Bonin 	PROCEDIMIENTO ESTÁNDAR DE OPERACIÓN CAMPAÑAS PROMOCIONALES DE PRODUCTOS MERCADEO	Código: PEO-MK-006-09
		Versión: 09
		Vigencia 15/09/2022 Vencimiento:15/09/2024
		Página 2 de 4

- 6.2** El **Asistente de Mercadeo**, debe verificar que cuente con todos los elementos que vaya a utilizar relacionados con la campaña como muestra médica, material especial para la campaña, entre otros.
- 6.3** El **Asistente de Mercadeo**, debe informar por escrito a las personas relacionadas con la campaña antes de su lanzamiento y aclarar cualquier duda:
- Gerencia de Ventas
 - Depto. Financiero
 - Secretaria de Ventas
 - Secretaria de Mercadeo
 - Personal de Facturación
 - Bodega (cuando aplica)
- 6.4** El **Gerente de Ventas o persona designada** deben verificar con los **Vendedores y Visitadores Médicos** que la campaña mientras esté vigente, se esté realizando tal y como está planteada, según la planificación del **Departamento de Mercadeo**.
- 6.5** El **Asistente de Mercadeo** verifica al final de la misma los resultados de la campaña para evaluar su efectividad conjuntamente con el **Gerente de Ventas**

6.2 Normativa para Aprobación de Actividades Promocionales

- 6.2.1** Cualquier actividad de apoyo deberá ser solicitada en forma escrita única y exclusivamente en el formato **FO-MK-08** con la **Secretaria de Mercadeo**.
- 6.2.2** Debe de proporcionarse toda la información establecida en el formato, así:
- Tipo de Actividad
 - Fecha en la que se elabora la solicitud
 - Descripción de la actividad es decir que desarrollará determinado cliente, farmacia, clínica, etc.
 - Beneficio de la Participación de Bonin: detallar brevemente el beneficio.
 - Nombre de la Gerencia solicitante
 - Línea que corresponde
 - El nombre del contacto para cualquier detalle posterior
 - Número telefónico del contacto
 - Dirección del Evento
 - Fecha de la Realización del Evento
 - Tiempo y horario
- 6.2.3** Material de apoyo requerido: en este punto deberán ser bien específicos con el tipo de material requerido.
- 6.2.4** Solicitud de muestras médicas: para el caso de Congresos.

Laboratorios Bonin 	PROCEDIMIENTO ESTÁNDAR DE OPERACIÓN CAMPAÑAS PROMOCIONALES DE PRODUCTOS MERCADEO	Código: PEO-MK-006-09
		Versión: 09
		Vigencia 15/09/2022 Vencimiento:15/09/2024
		Página 3 de 4

6.2.5 Como mínimo la solicitud deberá realizarse con 8 días hábiles de anticipación para su trámite.

6.2.6 Al ser recibida se deberá sellar y fechar de recibido.

6.2.7 Las solicitudes deberán ser entregadas a la **Secretaria de Mercadeo** para solicitar la aprobación por parte de **Mercadeo** y definir si la actividad procede.

6.2.8 Las solicitudes denegadas serán devueltas al departamento correspondiente con su debida justificación y entregadas a la secretaria de cada área quien notificará al Visitador Médico y/o Vendedor.

NOTA 1: Posterior a la autorización del **Coordinador de Mercadeo**, es remitido a **Gerencia General** para su aprobación.

7. REVISIÓN DE ESTE DOCUMENTO

El presente documento deberá revisarse el 15/09/2024 o antes de su vencimiento si fuere necesario.

8. BIBLIOGRAFÍA

Ninguna

9. ARCHIVO


El presente documento será archivado en Gestión de Calidad bajo condiciones de seguridad adecuadas, además se emiten 1 copia controlada para el área de Mercadeo.

10. ANEXOS

CODIGO	NOMBRE

11. CONTROL DE REGISTROS

CODIGO Y NOMBRE DEL REGISTRO	RESPONSABLE DE SU ARCHIVO	MODO DE INDIZACION Y ARCHIVO	ACCESO AUTORIZADO	TIEMPO DE CONSERVACION

Laboratorios Bonin 	PROCEDIMIENTO ESTÁNDAR DE OPERACIÓN CAMPAÑAS PROMOCIONALES DE PRODUCTOS MERCADEO	Código: PEO-MK-006-09
		Versión: 09
		Vigencia 15/09/2022 Vencimiento:15/09/2024
		Página 4 de 4

12. CAMBIOS EN EL DOCUMENTO

Versión	Descripción del Cambio
1	Se amplió el objetivo ya que no solamente se incluye la línea FARMA, sino también se están trabajando con las líneas GB Pharma, Novafarma, Bio Line. Se cambió la terminología de Coordinador de Línea por Analista de Mercadeo. Adicional que el procedimiento es responsabilidad del Analista de Mercadeo también es responsabilidad de otra persona del Depto. De Mercadeo, que asigne el Gerente de Mercadeo para su ejecución. La propuesta no sólo será propuesta y elaborado por la coordinadora de marca sino también será trabajada con la Gerencia de Mercadeo. Se cambió la terminología Supervisores de Ventas por Gerentes de Distrito.
2	Se amplía la línea de productos a leer: Farma, Novafarma, GB Pharma, Exportaciones Maquila, Veterinaria, Bioline y Heel. Se Modifica en el numeral 4 Procedimiento los siguientes incisos: Inciso 2 a leer “ El Analista de Mercadeo...” se elimina Coordinadora de Marca” Inciso 3 a leer: “ El Analista de Mercadeo..., se elimina Coordinador a de Marca” además, se agrega “Gerente de Ventas y Supervisor Vroe Departamento de Ventas” Se efectúan las siguientes modificaciones en Numeral 4 Inciso 4 4. Se modifica “Supervisor ó vroe debe...2 y se agrega “según la planificación del departamento de mercadeo. “ En el Inciso 5. Leerá Analista de Mercadeo, se elimina la Coordinadora de marca”. Se agrega: Normativa para aprobación de actividades promocionales, en la cual se efectúan adaptaciones.
3	Se elimina la Palabra Analista de Mercado y se sustituye por Investigador de Mercado. Dentro de las personas que debe enviárseles información por escrito sobre las campañas promocionales antes de su lanzamiento se elimina las palabras: supervisores, Vroes. Del departamento de ventas.
4	Se elimina dentro del alcance la línea Bioline
5.	Se cambia formato de procedimiento. Se elimina Investigador de Mercado y se sustituye por Asistente de Mercadeo.
6	Se cambia palabra de Coordinador por Gerente
7	Se cambia Gerente de Mercadeo por Coordinador de Mercadeo.
8	Se elimina del propósito: Diprofarm. Se modifican las siguientes definiciones: Objetivo General: definir el propósito de realizar la campaña promocional. Objetivos Específicos: definir el propósito y alcance que se pretende con la campaña promocional y la forma general de lograrlo.