

DE LA SOBERA	Manual de Organización y Funciones			Gerencia de Marketing
	Versión: 02	Fecha de aprobación: 19 / 08 / 2024	Código: MOF - MKT - 003	

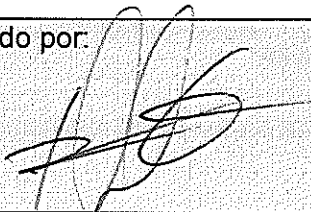
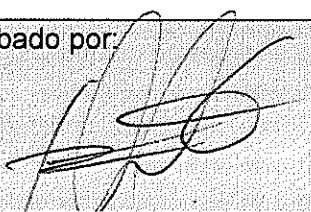
DE LA SOBERA S.A.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

BRAND MANAGER

MOF - MKT - 003

Versión: 02

Elaborado por: 	Verificado por: 	Aprobado por: 
Jadiyi Duarte Analista de Procesos	Rodrigo Piñeiro Gerente de Marketing	Rodrigo Piñeiro Gerente de Marketing

Descripción de las modificaciones:	• Relación Jerárquica. • Funciones específicas.
Fecha de vigencia:	19 / 08 / 2024

DE LA SOBERA	Manual de Organización y Funciones			Gerencia de Marketing
	Brand Manager			
	Versión: 02	Fecha de aprobación: 19 / 08 / 2024	Código: MOF - GSC - 003	

INTRODUCCIÓN DEL MANUAL

El Manual de Organización y Funciones tiene como objetivo establecer la organización formal de la empresa. El mismo se encuentra dirigido a todo el personal de la empresa. Todo cambio en las funciones debe formalizarse y mantenerse actualizado conforme a las políticas de la empresa. El contenido del presente documento es de cumplimiento obligatorio sujeto a sanciones conforme a las normas del código laboral.

IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN JERÁRQUICA

DENOMINACIÓN DEL ÁREA:	Marketing.
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Brand Manager.
RELACIÓN SUPERIOR:	Gerente de Marketing.
RELACIÓN HORIZONTAL:	No aplica.
RELACIÓN INFERIOR:	No aplica.
SUSTITUCIÓN:	Brand Manager.

PERFIL DEL CARGO	DESEABLE	ALTERNATIVO
FORMACIÓN:	Egresado universitario de la carrera de Ingeniería o Licenciatura en Marketing.	Egresado universitario de carreras comerciales.
EXPERIENCIA:	Experiencia general de 3 años, experiencia específica en el cargo de 2 años o más.	Experiencia general de 2 años, experiencia específica de 1 año.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

- Conocimientos de herramientas informáticas.
- Conocimiento de mercadeo.
- Conocimientos de las características de los productos de la empresa.
- Manejo de idiomas.
- Manejo de elaboración de proyectos.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES

- Creatividad.
- Proactividad.
- Organizado.
- Trabajo en Equipo.
- Dinamismo.
- Compromiso.

Elaborado por: Jadiyí Duarte Verificado por: Rodrigo Piñeiro	Fecha de vigencia: 19 / 08 / 2024	Aprobado por: Rodrigo Piñeiro	Página: 2 de 4
---	---	---	--------------------------

DE LA SOBERA	Manual de Organización y Funciones			Gerencia de Marketing
	Brand Manager			
	Versión: 02	Fecha de aprobación: 19 / 08 / 2024	Código: MOF - GSC - 003	

NRO.	FUNCIONES GENERALES	FRECUENCIA
1.	Custodiar los recursos asignados a su área, tanto físicos (muebles, equipos, herramientas, instalaciones y hardware), informáticos (software, indicadores, datos e información de la Empresa y clientes) y de imagen de la Organización (buen nombre corporativo, importancia y respeto de la marca y la Empresa).	Permanentemente
2.	Tomar conocimiento, cumplir y hacer cumplir las políticas, funciones, normas y procedimientos establecidos por la Empresa.	Permanentemente
3.	Mantener comunicación constante y coordinar con los demás Sectores y Gerencias de la empresa las actividades relacionadas con ellos.	Permanentemente
4.	Atender, direccionar y dar retorno a las consultas de los distintos sectores de la empresa en tiempo y forma.	En cada caso
5.	Informar en forma oportuna a su superior inmediato acerca de las actividades a su cargo, consultas y cualquier novedad que afecte al desarrollo de sus tareas.	En cada caso
6.	Analizar y recomendar al superior inmediato las opciones de solución para los inconvenientes operativos o las medidas tendientes a mejorar los sistemas o procedimientos.	En cada caso
7.	Participar en reuniones, seminarios, congresos y demás eventos de capacitación relacionados con las actividades de su sector, respetando horarios, información, exámenes y compromisos asociados.	En cada caso
	FUNCIONES ESPECÍFICAS	FRECUENCIA
8.	Realizar el análisis del mercado comprendido tanto por la competencia interna como externa teniendo en cuenta el Market share, Sell Out, Matriculaciones, Precios, Importaciones.	Mensualmente
9.	Desarrollar, ejecutar y controlar las campañas de comunicación masiva de promociones para los diferentes canales elegidos dentro del Plan de Marketing Anual (Facebook, Instagram, WhatsApp, Mailyng, OOH).	Anualmente
10.	Realizar el seguimiento y control de la ejecución de las actividades publicitarias planificadas para el año.	Mensualmente
11.	Supervisar y controlar las acciones publicitarias y de mercadotecnia antes y durante los eventos tales como ferias y exposiciones.	En cada caso
12.	Realizar viajes al interior del país para visitar las sucursales y detectar necesidades, recopilar la información y establecer las acciones en conjunto con la Gerencia de Marketing.	En cada caso
13.	Controlar en conjunto con el departamento de Servicios Generales el mantenimiento en buen estado de la cartelería de la marca en cada sucursal.	Permanentemente
14.	Desarrollar, ejecutar y controlar las campañas digitales de generación de prospectos, haciendo seguimiento del embudo de ventas del CRM y la atención a los clientes por parte de la FDV.	Mensualmente
15.	Elaborar reportes y análisis sobre las inversiones efectuadas en distintos canales para evaluar el retorno de la inversión y los resultados obtenidos.	Mensualmente

Elaborado por: Jadiyi Duarte Verificado por: Rodrigo Piñeiro	Fecha de vigencia: 19 / 08 / 2024	Aprobado por: Rodrigo Piñeiro	Página: 3 de 4
---	---	---	--------------------------

DE LA SOBERA	Manual de Organización y Funciones			Gerencia de Marketing
	Brand Manager			
	Versión: 02	Fecha de aprobación: 19 / 08 / 2024	Código: MOF - GSC - 003	

16.	Realizar reportes y análisis de mercados comprendidos del negocio, tanto importaciones y ventas retail, teniendo en cuenta el desarrollo del market share y los objetivos impuestos para cada marca.	Mensualmente
17.	Mantener contacto constante con las agencias y brindar el soporte que sea requerido.	Permanentemente
18.	Efectuar el análisis y gestión de planes de comunicación en base a promociones y stock en coordinación con la Gerencia de la Marca y agencias externas (Consultorías).	Mensualmente
19.	Mantener actualizado el inventario de merchandising, kits de campo y catálogos de la marca, proveer a las sucursales que lo soliciten.	En cada caso
20.	Informar a la Gerencia de Marketing sobre cualquier novedad que surja en el desarrollo de sus funciones.	En cada caso
21.	Realizar las demás tareas encomendadas por su superior y las que sean necesarias para el cumplimiento de los objetivos del área conforme a las normas y procedimientos vigentes.	En cada caso

Elaborado por: Jadiyi Duarte Verificado por: Rodrigo Piñeiro	Fecha de vigencia: 19 / 08 / 2024	Aprobado por: Rodrigo Piñeiro	Página: 4 de 4
---	---	---	--------------------------