

DE LA SOBERA	Manual de Organización y Funciones		Gerencia de Marketing
	Versión: 00	Fecha de aprobación: 13 / 06 / 2025	

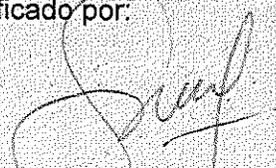
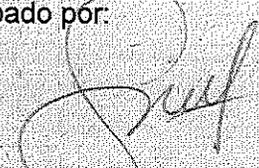
DE LA SOBERA S.A.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

ANALISTA DE MARKETING

MOF - MKT - 006

Versión: 00

Elaborado por: 	Verificado por: 	Aprobado por: 
Cecilia Montania Analista de Procesos	Eduardo Ortiz Gerente de Marketing	Eduardo Ortiz Gerente de Marketing

Descripción de las modificaciones:	• Emisión inicial
Fecha de vigencia:	13 / 06 / 2025

DE LA SOBERA	Manual de Organización y Funciones			Gerencia de Marketing
	Analista de Marketing			
	Versión: 00	Fecha de aprobación: 13 / 06 / 2025	Código: MOF - MKT - 006.	

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:	Analista de Marketing.
RELACIÓN SUPERIOR:	Gerente de Marketing.
RELACIÓN HORIZONTAL:	Contact Center Automóviles.
RELACIÓN INFERIOR:	No aplica.
SUSTITUCIÓN:	Gerente de Marketing.

PERFIL DEL CARGO	DESEABLE	ALTERNATIVO
FORMACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> Estudiante de los primeros años de carreras empresariales o afines. 	<ul style="list-style-type: none"> No aplica.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia mínima de un año en el cargo o en puestos de complejidad similar. 	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia de 6 meses en el cargo o en puestos de complejidad similar.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

- Buen conocimiento de herramientas informáticas.
- Manejo de herramientas CRM.
- Manejo de idioma inglés (deseable).
- Excelente relacionamiento interpersonal.
- Organización y proactividad.
- Habilidad de comunicación oral.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES

- Capacidad resolutive.
- Integridad.
- Capacidad de interacción, comunicación, colaboración y trabajo en equipo.
- Capacidad demostrable para afrontar múltiples tareas y cumplir los plazos.

Elaborado por: Cecilia Montania Verificado por: Eduardo Ortiz	Fecha de vigencia: 13 / 06 / 2025	Aprobado por: Eduardo Ortiz	Página: 2 de 4
--	---	---------------------------------------	--------------------------

DE LASOBERA	Manual de Organización y Funciones			Gerencia de Marketing
	Analista de Marketing			
	Versión: 00	Fecha de aprobación: 13 / 06 / 2025	Código: MOF - MKT - 006	

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
NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	FRECUENCIA
8.	Realizar el monitoreo del cumplimiento del presupuesto de Marketing	Mensualmente
9.	Realizar el seguimiento de pagos de proveedores.	Permanentemente
10.	Brindar soporte en la recopilación de datos para los Brand Manager.	Mensualmente
11.	Apoyar a los Brand Managers en la organización de diversos proyectos.	Permanentemente
12.	Recepcionar y cargar en el sistema las facturas de gastos correspondientes al departamento de Marketing.	Permanentemente
13.	Elaborar base de reporte del Presupuesto de Marketing.	Mensualmente
14.	Organizar la ambientación para activaciones de la empresa (Visitas de fábrica, reuniones publicitarias, eventos de lanzamiento, etc).	En cada caso
15.	Coordinar las entregas en general de los Welcome Kits para los clientes por la compra de vehículos y/o maquinarias.	En cada caso
16.	Distribuir a las sucursales los Welcome Kits según necesidad.	En cada caso
17.	Verificar y mantener un inventario actualizado del stock de kits de marketing, de materiales publicitarios, catálogos, materiales de marca y kits de campo en stock.	Mensualmente
18.	Realizar el reporte de ROI de Eventos.	Mensualmente
19.	Realizar las tareas administrativas diarias necesarias para garantizar la funcionalidad y coordinación de las actividades del área.	Permanentemente

Elaborado por: Cecilia Montania Verificado por: Eduardo Ortiz	Fecha de vigencia: 13 / 06 / 2025	Aprobado por: Eduardo Ortiz	Página: 3 de 4
--	---	---------------------------------------	--------------------------

DE LA SOBERA	Manual de Organización y Funciones			Gerencia de Marketing
	Analista de Marketing			
	Versión: 00	Fecha de aprobación: 13 / 06 / 2025	Código: MOF - MKT - 006	

20.	Realizar un análisis de mercado y competencia, investigando el comportamiento de compra de clientes en vehículos y maquinarias.	Permanentemente
21.	Elaborar benchmarks sobre precios, promociones, participación de mercado (share) y mix de modelos.	En cada caso
22.	Diseñar mapas de posicionamiento competitivo por segmento de vehículos y maquinarias, identificando tendencias en el agro y la movilidad urbana/rural.	En cada caso
23.	Identificar zonas con mayor potencial de venta o baja penetración.	En cada caso
24.	Brindar soporte al área comercial con reportes de rendimiento por vendedor/modelo/zona. Detectar oportunidades de up-selling o cross-selling.	En cada caso
25.	Medir efectividad de promociones, bonos o eventos comerciales.	En cada caso
26.	Organizar y optimizar la base de leads/clientes, asegurando su depuración y segmentación efectiva.	En cada caso
27.	Analizar el comportamiento del cliente, incluyendo ciclos de recompra, retención y abandono, y diseñar workflows automatizados para la reactivación de prospectos inactivos.	En cada caso
28.	Planificar y gestionar eventos, asegurando su correcta ejecución y evaluación de impacto en expos, generación de leads y ventas, además de recomendar mejoras según el perfil de asistentes y los resultados obtenidos.	En cada caso
29.	Analizar la distribución y efectividad del mix de activaciones urbanas y rurales.	En cada caso
30.	Proyectar la demanda y planificar su distribución, estimando volúmenes por modelo de maquinaria, zona y temporada.	En cada caso
31.	Planificar la importación y rotación de stock con base en datos reales, contribuyendo a la estrategia de campañas.	En cada caso
32.	Realizar las demás tareas que le sean asignadas por su superior e incluso aquellas que no estén enunciadas de forma explícita en este manual, y que sean necesarias para el cumplimiento de los objetivos de su cargo.	En cada caso

Elaborado por: Cecilia Montania Verificado por: Eduardo Ortiz	Fecha de vigencia: 13 / 06 / 2025	Aprobado por: Eduardo Ortiz	Página: 4 de 4
--	---	---------------------------------------	--------------------------