

## CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE MERCADEO

<b>OBJETIVO</b>		<b>ALCANCE</b>	
Asegurar la efectiva comercialización de productos lácteos a través de estrategias de marketing y ventas que maximicen la satisfacción del cliente y aumenten las ventas.		Este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de estrategias de marketing, hasta la distribución y venta final de productos lácteos en el mercado	
<b>LIDER DEL PROCESO</b>		<b>PARTICIPANTES (OPCIONAL)</b>	
<b>PROVEEDOR</b>	<b>ACTIVIDADES Y SEGUIMIENTO AL PROCESO Y AL PRODUCTO</b>	<b>CLIENTE</b>	
PLANEACION ESTRATÉGICA GESTION DOCUMENTAL		Consumidores finales. Minoristas y supermercados. Distribuidores y mayoristas. Tiendas especializadas en productos lácteos.	
<b>ENTRADAS</b>		<b>SALIDAS</b>	
Productos lácteos terminados (yogur y queso). Información de mercado y competencia. Estrategias de marketing. Materiales de empaque y etiquetado. Recursos humanos (equipo de ventas y marketing).	<p>Determine las actividades necesarias para lograr los resultados previstos del proceso</p> <p><b>Planificar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del mercado y competencia.</li> <li>• Definición de objetivos de ventas y marketing.</li> <li>• Desarrollo de estrategias y planes de acción.</li> </ul> <p><b>Hacer:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de campañas de marketing.</li> <li>• Gestión de canales de distribución.</li> <li>• Capacitación de personal de ventas.</li> </ul> <p><b>Verificar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoreo y análisis de resultados de ventas.</li> <li>• Evaluación de la satisfacción del cliente.</li> <li>• Revisión de la efectividad de las campañas de marketing.</li> </ul> <p><b>Actuar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de ajustes y mejoras en las estrategias de marketing y ventas.</li> <li>• Implementación de acciones correctivas.</li> <li>• Retroalimentación continua al equipo.</li> </ul>	Ventas realizadas. Productos entregados a clientes. Informes de ventas y análisis de mercado. Retroalimentación de clientes.	
<b>REQUISITOS LEGALES, NORMATIVOS Y RELAMENTARIOS</b>		<b>RECURSOS</b>	
Resolución 2310 de 1986 Resolución 2674 de 2013 Resolución 5109 de 2005 Decreto 616 de 2006		Equipo de ventas y marketing. Herramientas y plataformas de marketing digital. Infraestructura de distribución y logística. Presupuesto para campañas publicitarias.	

## CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE MERCADEO

Decreto 1880 de 2011	Tecnologías de información para el seguimiento y análisis de ventas
<b>INFORMACIÓN DOCUMENTADA</b>	<b>RIESGOS</b>
Planes de marketing y ventas. Informes de análisis de mercado. Registros de ventas y transacciones.	<b>Contaminación de la leche</b> <b>Fallas en la cadena de frío</b> <b>Retrasos logísticos</b> <b>Variabilidad en la calidad de la leche</b> <b>Problemas mecánicos</b> <b>Condiciones climáticas adversas</b>

Revisó	Aprobó
<hr/>	<hr/>