



Funciones y Competencias

Reglamento de Régimen Interno Fecha Enero 2015

## **DEPARTAMENTO DE MARKETING Y NUEVOS NEGOCIOS**

### **Funciones, Responsabilidades y Atribuciones:**

- a. Desarrollar el Plan de Marketing, en base a las capacidades de la Empresa considerando sus fortalezas y debilidades, situación del entorno y competencia nacional o internacional.
- b. Desarrollar las capacidades para la toma oportuna de decisiones estratégicas y para identificar oportunidades, amenazas y cambios en los entornos competitivos.
- c. Analizar el mercado en busca de nuevos negocios, planteando a la Jefatura los requerimientos productivos y administrativos asociados a la capacidad instalada y futuros desarrollos que se requieran.
- d. Conocer a los clientes actuales y potenciales, monitorear a los actores que conforman la competencia y la industria relacionada, generando una base actualizada de información que permita revisar la posición propia y estar preparados para reconocer las oportunidades y amenazas a objeto de generar respuestas oportunas y apropiadas que mantengan a la empresa, en un plano superior de competitividad.
- e. Desarrollar Nuevos Negocios derivado de sondeo de mercado, o de requerimientos enviados por clientes actuales o potenciales, ponderando los recursos necesarios para posteriormente solicitar la evaluación económica del negocio y el informe en Derecho, si corresponde, y finalmente, elaborar la cotización que será remitida al cliente.
- f. Preparar y coordinar la materialización de las presentaciones y participación de la Empresa, en ferias y eventos.
- g. Mantener actualizada en la Base de Datos Comercial, la información de cada potencial Cliente, relacionada con el material que posee, contactos realizados, etc.
- h. Gestionar y controlar permanentemente el grado de cumplimiento en la elaboración de las encuestas de satisfacción al Cliente, con el propósito de

generar reportes de gestión de calidad de servicio, mejora continua y acentuar la fidelidad de los clientes.

- i. Desarrollar un programa permanente de contacto con los Clientes, para conocer posteriormente a la entrega de los trabajos, su opinión y situación operativa, la que deberá ser sistematizada para su difusión a las instancias correspondientes.