

MACROPROCESO ASOCIADO: GESTIÓN DE MERCADERO	TIPO DE PROCESO: <input type="checkbox"/> Estratégico <input type="checkbox"/> Misional <input checked="" type="checkbox"/> Apoyo <input type="checkbox"/> Control y evaluación
NOMBRE DEL PROCESO: MERCADERO ESTRATÉGICO	
OBJETIVO: Orientar a la entidad hacia las oportunidades económicas que ofrezcan un potencial de crecimiento y sostenibilidad financiera, definiendo el mercado, las metas, canales, productos, beneficios y servicios que atiendan a la necesidades de los asociados y clientes.	
ALCANCE: Inicio: Diseñar y definir el plan estratégico de mercaderío Fin: : Evaluar y hacer seguimiento al cumplimiento del plan de mercaderío estratégico	

ENTRADAS		REQUISITOS		RECURSOS		SALIDAS	
INSUMOS	PROVEEDORES	LEY - NTC ISO - OTROS	BRHH	INFRAESTRUCTURA	CLIENTES	PRODUCTOS	
Planes estratégicos de la FCM.	Organos rectores (Congreso Nacional de Municipios, Consejo Ejecutivo, Comité Administrativo Interno y Capítulos Departamentales, Capítulos Internos de Asociaciones y Escalcales y Dirección Ejecutiva) Asociados	Estadutos de la FCM	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente	Sistemas de Cómputo	Organos rectores (Congreso Nacional de Municipios, Consejo Ejecutivo, Comité Administrativo Interno y Capítulos Departamentales, Capítulos Internos de Asociaciones y Escalcales y Dirección Ejecutiva) Asociados	Plan estratégico de mercaderío.	
Requerimientos de los asociados y clientes.	Direcciones y asesorías de la FCM.	Reglamento de la FCM	Director Ejecutivo		Direcciones y asesorías de la FCM.	Contratos, convenios y acuerdos comerciales.	
Información de las condiciones del mercado actual.	Clientes y aliados		Ejecutivo de Servicio al Asociado y al Cliente		Clientes y aliados	Facturas	
Propuestas de clientes y aliados.	Entidades públicas y privadas relacionadas con el desarrollo local.		Asesor de Comunicaciones Estratégicas Profesional de Comunicaciones Estratégicas				
Proyectos y planes de negocio.							

ACTIVIDADES	PIVA	RESPONSABLE	DOCUM Y REGISTROS	INDICADORES
Diseñar plan estratégico de mercaderío definiendo el mercado, las metas, canales, productos, beneficios y servicios que atiendan a la necesidades de los asociados y clientes.	P	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente/Ejecutivo de Servicio al Asociado y al Cliente	Plan estratégico de mercaderío.	Los indicadores relacionados con este proceso no han sido documentados en la fecha de elaboración de esta versión y serán actualizados en una próxima versión a partir de la actualización de los planes y proyectos de la FCM.
Aprobar el plan estratégico de mercaderío	V	Director Ejecutivo		
Ejecutar las actividades del plan estratégico de mercaderío	H	Ejecutivo de Servicio al Asociado y al Cliente	Informe de gestión del plan de mercaderío.	
Hacer seguimiento y evaluación al plan estratégico de mercaderío	V	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente		
Identificar segmentos de mercado y canales para la oferta de productos y servicios.	P	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente / Ejecutivo de Servicio al Asociado y al Cliente		
Analizar y evaluar las variables del mercado frente a los productos, servicios, canales y segmentos de mercado y proponer e implementar ajustes al plan estratégico de mercaderío.	V	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente		
Liderar investigaciones de mercado y analizar sus resultados con el fin de ajustar el plan estratégico de mercaderío.	P	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente	Investigaciones de Mercado	
Diseñar estrategias para el posicionamiento de la marca de la Federación	P	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente / Asesor de Comunicaciones Estratégicas / Profesional de Comunicaciones Estratégicas		
Ejecutar estrategias para el posicionamiento de la marca de la Federación	H	Director Ejecutivo / Direcciones y Asesorías / Asesor de Servicio al Asociado y al Cliente		
Validar material promocional de la entidad con proveedores	V	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente / Asesor de Comunicaciones Estratégicas / Profesional de Comunicaciones Estratégicas	Artes de los promocionales y piezas publicitarias.	
Aprobar material promocional de la entidad	V	Director Ejecutivo	Cartas, memorandos, correos electrónicos, actas de reunión, entre otros.	
Definir y ajustar entregables con proveedores de servicios de mercaderío	H	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente / Asesor de Comunicaciones Estratégicas / Profesional de Comunicaciones Estratégicas	Cartas, memorandos, correos electrónicos, actas de reunión,	
Elaborar y presentar informes de gestión relacionados con el proceso de mercaderío estratégico.	H	Asesor Servicio al Asociado y al Cliente / Ejecutivo de Servicio al Asociado y al Cliente / Profesional de Servicio al Asociado y al Cliente	Informes de Gestión	

MACROPROCESO ASOCIADO: GESTIÓN DE MERCADEO
NOMBRE DEL PROCESO: MERCADEO ESTRATEGICO
OBJETIVO: Orientar a la entidad hacia las oportunidades económicas que ofrezcan un potencial de crecimiento y sostenibilidad financiera, definiendo el mercado, las metas, canales, productos, beneficios y servicios que atiendan a la necesidades de los asociados y clientes.
ALCANCE: Inicio: Diseñar y definir el plan estratégico de mercadeo
 Fin: : Evaluar y hacer seguimiento al cumplimiento del plan de mercadeo estratégico

TIPO DE PROCESO:
 Estratégico
 Misional
 Apoyo
 Control y evaluación

Organizar y archivar los documentos de soporte del proceso	H	Profesional de Servicio al Asociado y al Cliente/Ejecutivo de Servicio al Asociado y al Cliente	Informes, cartas, memorandos, grabaciones de audio, video y material soporte, entre otros.
--	---	---	--

<p>RIESGOS - CONTROLES</p> <p>Los riesgos asociados a este proceso no han sido documentados en la fecha de elaboración de esta versión del proceso y serán actualizados en una próxima versión.</p>	<p>POLÍTICAS DE OPERACIÓN</p>
--	--------------------------------------

HISTORIAL DE ACTUALIZACIONES			ELABORADO	REVISADO
FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN	VERSIÓN		
28/12/2011	Versión inicial del proceso	1		
25/02/2013	Se actualiza el proceso por ajustes a la estructura organizacional: cambio de nombre de Ejecutivo Comercial a Ejecutivo de Servicio al Asociado y al Cliente, cambio de nombre de Analista de Comunicaciones Estratégicas a Profesional de Comunicaciones Estratégicas, cambio de nombre de Analista de Servicio a Profesional de Servicio al Asociado y al Cliente.	2	<p>LILIANA FERNÁNDEZ GÓMEZ ASESORA DE PLANEACIÓN Y CALIDAD</p> <p>DINORA PATRICIA ABADIA MURILLO DIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA</p> <p>APROBADO</p> <p>GILBERTO TORO GIRALDO DIRECTOR EJECUTIVO</p>	
FECHA:			25/02/2013	