

658.402
M345
c.1

J.R.

MARKETING MIX LTDA.
ASESORIAS

658.402
M345
C.1



PROYECTO N° 1

REESTUDIO DISEÑO GRAFICO

**CAMARA CHILENA DE
LA CONSTRUCCION
Centro Documentación**

07728

REESTUDIO DEL DISEÑO GRAFICO DE
LA CAMARA CHILENA DE LA CONSTRUCCION

OBJETIVO

- Rediseñar y unificar la imagen gráfica que debiera proyectar la Cámara a sus socios y a la comunidad.
- Reestudiar el logotipo, de manera que refuerce los atributos de renovación, prestigio, confianza y servicio que pretende proyectar la Cámara a futuro.
- Proyectar la aplicación del Logotipo y elementos gráficos, a la papelería utilizada por la Institución.

METODOLOGIA

- Para la realización de este proyecto se llamará a concurso a dos diseñadores gráficos, con experiencia; los que presentarán diferentes alternativas de acuerdo a las indicaciones y sugerencias realizadas por Marketing Mix.

- La Cámara podrá escoger libremente el diseño que más se adecue a sus necesidades, cancelando sólo la alternativa escogida. Esta modalidad de trabajo permite a la Cámara incrementar las posibilidades de creatividad para un mismo proyecto, manteniendo el costo.
- El tiempo requerido para la elaboración de dicho estudio es de aproximadamente un mes.

FINANCIAMIENTO

- El valor de este proyecto se desglosa de la siguiente manera:
 - Planificación, Coordinación y Control del diseño por parte de Marketing Mix: 8 Horas
24 UF
 - Diseño Gráfico : \$ 120.000 (*)

El valor de este presupuesto dependerá de la modalidad que se elija, pero cualesquiera sea esta, el 50% del mismo deberá ser cancelado por anticipado y el saldo contra entrega del mismo.

NOTA

(*) El valor de Diseño Gráfico incluye:

- Estudio de Logotipo y proposición de modificaciones.
- Estudio de la gráfica y su aplicación en: tarjetas de visita; papel carta (Cámara y Presidencia), sobres; sobre correo directo; hojas de resumen actividades de la Cámara, Información Legal; Circulas a los socios.

Santiago, 1 de Abril de 1987.

PROYECTO N^o 2

MODERNIZACION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

MODERNIZACION DE LA ESTRUCTURA
ORGANIZACIONAL

- Organización Funcional
Descripción de funciones del Gerente General y de los diferentes departamentos.
- Implementar las comisiones, describiendo sus fun ciones y designando al correspondiente director que la preside.
- Implementar los Comites, describiendo sus funcio nes.
- Implementar Comité Ejecutivo con su correspondien te descripción de funciones.
- Implementar la nueva concepción de Mesa Directiva y su correspondiente descripción de funciones.
- Simultáneamente debería implementarse el nuevo concepto de directorio, con sus correspondientes obligaciones y responsabilidades.
- Todo esto culminaría en el nuevo Consejo Nacional, cuya primera reunión con su nueva metodología de análisis y fijación de políticas y metas se reuni ría en el segundo semestre del año.

PROYECTO N° 3

REVISTA CONSTRUCCION

27 no 3#
+ tecnología
↳ análisis
↳ # precio

REVISTA DE LA CONSTRUCCION

OBJETIVO

- Reforzar imagen de la Cámara Chilena de la Construcción ante los socios y la comunidad.
- Crear un medio a través del cual se informe al mercado objetivo y a la opinión pública en general sobre diferentes aspectos de la industria de la Construcción y de las actividades complementarias.
- Satisfacer la necesidad de los socios de mayor información, crónicas, proyecciones y tendencias del mercado, actividades de la Cámara, etc.
- Emitir opiniones respecto a temas candentes nacionales.

IMPLEMENTACION

- "Construcción" sería una publicación trimestral.
- El contenido de la publicación incluiría los siguientes temas:

- Columnistas
- Perspectivas
- Noticias
- Experiencias Constructores y Arquitectos
- Exteriores, Decoración, Equipamiento
- Actividades de la Cámara
- Indices Económicos
- Guía de Compras

*Novedades técnicas
y tecnológicas*

- Los profesionales que trabajarían en la publicación serían de primer nivel.
- La elaboración, producción e impresión de este proyecto estaría a cargo de Marketing Mix S.A..
- La obtención de los ingresos para el financiamiento del proyecto, sería responsabilidad de la Cámara.

- Personal Ejecutivo que trabajará en la Revista:

Directora	1	
Editora	1	
Periodistas	7	(un periodista por cada tema)
Fotógrafos	4	
Dibujantes	2	
Diagramadores	2	

M. Mix

- Para el capítulo referente a las actividades de la Cámara, se contaría con el apoyo del periodista de la Institución, el que debería entregar el material respectivo.
- El personal que trabajará en la publicación sería "part time", de manera de agilizar la producción de la revista y obtener apoyo del personal más idóneo para cada tema.
- La impresión se realizaría en la imprenta Morgan y Marinetti, dada su excelente calidad y menor precio. No se incluiría comisión de agencia por dicho trabajo. (Para reducir su costo).
- El flujo de operación de la revista se adjunta en un anexo.
- El representante legal deberá ser el Gerente General de la Cámara Chilena de la Construcción.

Servicio de la Construcción.

PRESUPUESTO

a) Costos :

	2.500 ejemplares	5.000 ejemp.
ITEM	U.F.	U.F.
✓ Producción	700,4	700,4
✓ Impresión	757	1012
Comisiones venta	274,2	274,2
Marketing Mix	292	292
Total	<u>2023,6</u>	2278,6 + IVA a 3.600 ₡ x UF ₡ 9.844

- Las comisiones de venta incluyen:
 - Comisión de 8% Venta Publicidad
 - Comisión del 17% Venta Suscripciones Revista.

b) Ingresos:

- Valor Publicidad				
⊗	1 Página	13 avisos	✓	- 8 x 280 = -2.4
	1/2Página	31 avisos		
	1/4Página	5 avisos		
	1/3Página	3 avisos		
		<u>38 avisos</u>		

70 Tenemos además
un fuso no considerado
del IVA que no tenemos
todavía un sistema
para compensar, lo que definitivamente
aún más este proyecto.

*33% de los avisos
\$ 3,4 millones*

13 = 2 + 11 pág

<i>Cámara</i>	1	4 ^{ta} Tapa	\$ 280.000	280.000
	2	2 ^a y 3 ^{ra} Tapa	\$ 205.000 Cada uno	410.000
	13	1 Página	\$ 185.000	2.405.000
	31	1/2 Página	\$ 140.000	4.340.000
	5	1/4 Página	\$ 80.000	400.000
	3	1/3 Página	\$ 105.000	315.000
	<u>55</u>			
			Sub-total: \$8.150.000 ✓	\$10,2

- Valor de la Revista

\$ 750 + IVA por ejemplar

2272 ejemplares a \$750 + IVA Sub-total \$1.704.000

(228 ejemplares gratis)

2500

20% dect.

rent a 750 400 #

- Valor Guía de Compras

* → 40 avisos a \$ 15.000 + IVA Sub-total \$ 600.000

Total \$10.454.000

a 3.434 \$ x UF

→ 3.044 U.F.

+ IVA

a 3.600

\$ x UF

13 150

*Jaime según mis cálculos
estos ingresos están sobrestimados
a lo menos en \$ 3.000.000
solicito que se postergue
el proyecto revisado.*

FINANCIAMIENTO

- Once entidades Red Social 11 páginas *5/leg.*
 - Cámara Chilena Construcción 4^{ta} tapa
 - Año Internacional de la Vivienda 2 páginas
 - Empresas Socias (Constructoras) 31 (1/2 pág.)
 - 5 (1/4 pág.)
 - 3 (1/3 pág.)
 - Empresas socias (suministros)
 - 40 avisos guía de compra a \$ 15.000 c/u.
 - Venta 2272 Ejemplares a:
 - Socios Area Metropolitana 552 *val. c/u \$100*
 - Delegaciones 60 ejemplares prom.
 - Suscripciones *val. c/u \$100*
- venta a valor*

NOTA : Los valores de este proyecto no incluyen IVA.

*¿son valores
para el financiamiento?*

	ABRIL	MAY
Produccion N° 1	████████████████████	
CORRECCION FINAL		████████
REVISION CÁMARA		████████
DIAGRAMACIÓN		
IMPRESA		
Ingresos Publicitarios	████████████████████	████████████████████
VENTA		
Produccion N° 2		
CORRECCION FINAL		
REVISION CÁMARA N° 2		
DIAGRAMACIÓN N° 2		
IMPRESA N° 2		
Ingresos Publicitarios		
VENTA N° 2		
Produccion N° 3		
CORRECCION FINAL		
REVISION CÁMARA		
DIAGRAMACIÓN		
IMPRESA		

CRONOGRAMA REVISTA DE LA CONSTRUCCION 1987



Producción Primer Número	1 al 30 de Abril
Corrección Final	4 al 8 de Mayo
Revisión Cámara	11 al 15 de Mayo
Diagramación	18 de Mayo al 5 de Junio
Imprenta	8 al 30 de Junio
Ingresos Publicitarios	1 de Abril al 5 de Junio
Venta	1 al 6 de Julio

Producción Segundo Número	22 de Junio al 24 de Julio
Corrección Final	27 al 31 de Julio
Revisión Cámara	3 al 7 de Agosto
Diagramación	10 al 31 de Agosto
Imprenta	1 al 17 de Septiembre
Ingresos Publicitarios	22 de Junio al 31 Agosto
Venta	21 al 30 de Septiembre



Producción ^{2^o} Tercer Número	1 al 30 de Septiembre
Corrección Final	1 al 7 de Octubre
Revisión Cámara	8 al 14 de Octubre
Diagramación	15 de Octubre al 6 Noviembre
Imprenta	9 al 30 de Noviembre
Ingresos Publicitarios	1 de Sept. al 6 de Nov.
Venta	1 al 7 de Diciembre

MORGAN MARINETTI Ltda.

Editores Impresores

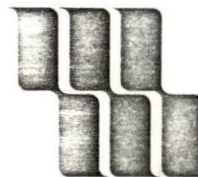
Luis Thayer Ojeda 157, oficina 209

Teléfonos 2314345-2314587

Planta Impresora: Bellavista 0251

Santiago-Chile

RUT. 89.311.900-0



Leva Dirección

PROVIDENCIA 2553 Of. 1.006

COMUNA DE PROVIDENCIA

PRESUPUESTO

Fecha Santiago, Marzo 24 de 1987

N° 391

Señores MARKETING MIX
PRESENTE.-

Cantidad	Especificaciones	Precio
2.500	Revistas tamaño 20,5 x 27,5 cms., compuesta de 112 páginas de las cuales 96 van a 4/4 colores y 16 van a 2/2 colores en papel Couché de 85 grs. Tapas impresas a 4/4 colores en papel Couché de 130 grs. Encuadernación 2 corchetes. No se considera selecciones de color.	
	Valor de cada uno sin impuesto	\$ 1.040
5.000	Revistas idem	
	Valor de cada uno sin impuesto	\$ 695
10.000	Revistas Idem	
	Valor de cada uno sin impuesto	\$ 487
	<u>Valor Selecciones de Color:</u>	
	Tamaño 9 x 12 cms.	\$ 6.000
	Tamaño 12 x 18 cms.	\$ 7.200
	Tamaño 18 x 24 cms.	\$ 9.800
	Tamaño 24 x 30 cms.	\$13.200

Este presupuesto se considerará proforma hasta que se haya recibido la totalidad de los originales

ESTE PRESUPUESTO ES VÁLIDO POR DIAS

V°B° Cliente Firma y Timbre

por MORGAN MARINETTI Ltda. Editores Impresores



Impresora
y Editora
OGRAMA S. A.

M. A. Maira 1253
Teléfono: 44644 - 2251359
Santiago - Chile

Señores: MARKETING MIX S.A.

Ref.: _____

Fecha: Febrero 24 de 1987

Cantidad	Descripción	Precio Unitario:	Total:
	Por la impresión de:		
2.500	Folletos formato 20,5 x 27,5 cms. tapas papel couché 130 grs. impresas a 4 colores en tiro y retiro. Interior 48 páginas a 4 colores en tiro y retiro; y 8 hojas a 2 colores en tiro y retiro papel couché 85 grs. Encuadernación hot mels o costura hilo. No incluye valor fotos color. Originales del cliente.		\$ 2.790.000
5.000	Idem,		3.730.000
2.500	Folletos idem, 8 hojas impresas a 1 color en tiro y retiro y 48 hojas a 4 colores en tiro y retiro.		2.700.000
5.000	Idem,		3.640.000
	Valor fotos color, incluye su montaje hasta en :		
	9 x 12 cms.		5.400
	12 x 18		7.600
	18 x 24		9.600
	24 x 30		11.000
	Plazo de entrega: a convenir Forma de pago: contado contra entrega Validez: 30 días.		
	Precios indicados no incluyen I.V.A.		



Cultura para todos

EDITORIAL ANTARTICA S.A.

SANTIAGO

PRESUPUESTO N° 18666

SR..... MARKETING MIX.
LUIS THAYER OJEDA 0115

Fecha 20 de Febrero de 1987.

TELEFONO:..... 2323259 RUT..... ATT. SR. GUSTAVO ROSS.

De acuerdo a lo solicitado por ustedes, les remitimos el presente presupuesto:

5.000	REVISTAS. "CAMARA DE LA CONSTRUCCION" Tamaño cerrado 20,5 x 27,5 cms. Compuestas de 96 páginas, impresas a 4/4 y 16 páginas impresas a 1/1 colores en papel Couché de 85 grs. Artes y composición de textos del cliente. Tapas impresas a 4/4 colores en Couché de 130 grs. Encuadernación Hot Melt. No incluye selecc. de color. No incluye comisión de agencia.	\$ 2.492.500.-
2.500	Idem.	\$ 1.931.750.-

Cuando corresponda agregar los siguientes Valores.

- 1.- Composición de textos y artes finales \$ 268.800.-
- 2.- Encuadernación a hilo \$ 9.- por ejemplar.
- 3.- Selecciones de color
9 x 12 cms. \$ 5.500.-
12 x 18 cms. \$ 7.000.-
18 x 24 cms. \$ 10.000.-
24 x 30 cms. \$ 13.500.-

No incluye I.V.A.

Condiciones de Pago: 50% al ordenar el trabajo, saldo al entregar.

NO INCLUYE IVA

La validez de este presupuesto es por quince días.

Solamente se modificará en caso de variar el costo de las Materias Primas o reajuste a la mano de obra.

ACEPTADO

CLIENTE

EDITORIAL ANTARTICA S. A.
DIVISION GRAFICA
RAMON FREIRE 6920 MAIPU
RUT 92.787.000-8 - STGO.
TELEFONO 798738

P. EDITORIAL ANTARTICA S.A.

PAUTAS DE TRABAJO

FUNCIONES DEL EDITOR

- 1.- Determinar, junto con el Director, la pauta de temas de cada número y asignarlos.
- 2.- Revisar y corregir cada artículo -redacción y contenido-, uniformar título, bajadas, y sub-títulos y lecturas de fotos.
- 3.- Recibir y compaginar todos los artículos y despacharlos a imprenta, previo visto bueno del Director.
- 4.- Dar el visto bueno final a las pruebas de imprenta.

FUNCIONES DEL AGENTE DE AVISOS

- 1.- Establecer claramente la fecha de cierre de la revista.
- 2.- Determinar ubicación, tipografía y colores de antemano.
- 3.- Entregar los avisos u originales ya aprobados por el cliente.
- 4.- En caso de requerirse diseño del aviso, con tratarlo con la debida anticipación para per mitir confección, montaje, revisión y aproba ción de originales en forma oportuna (original responsabilidad del cliente).

ENTREVISTA A UN ARQUITECTO - Constructos

- 1.- Curriculum, detallando experiencia dentro y fuera de Chile.
- 2.- Su obra, explicada por él e ilustrada con planos, dibujos, maquetas y fotografías.
- 3.- Cómo encuentra el desarrollo de su profesión en el país comparando con el extranjero? Puntos a favor y en contra.
- 4.- Qué opina de los constructores Chilenos y qué los pediría?
- 5.- Qué opina del trabajador de la Construcción Chileno?
- 6.- Qué opina de la industria para la construcción en cuanto a diseño, normalización, calidad y control de calidad, diversificación?
- 7.-Cuál ha sido su experiencia con novedades tecnológicas, p. ej. computación, como herramienta de trabajo?
- 8.- Su inspiración: En qué se basa. Etapas.

Muy de decaer
e interior
poro d construcción

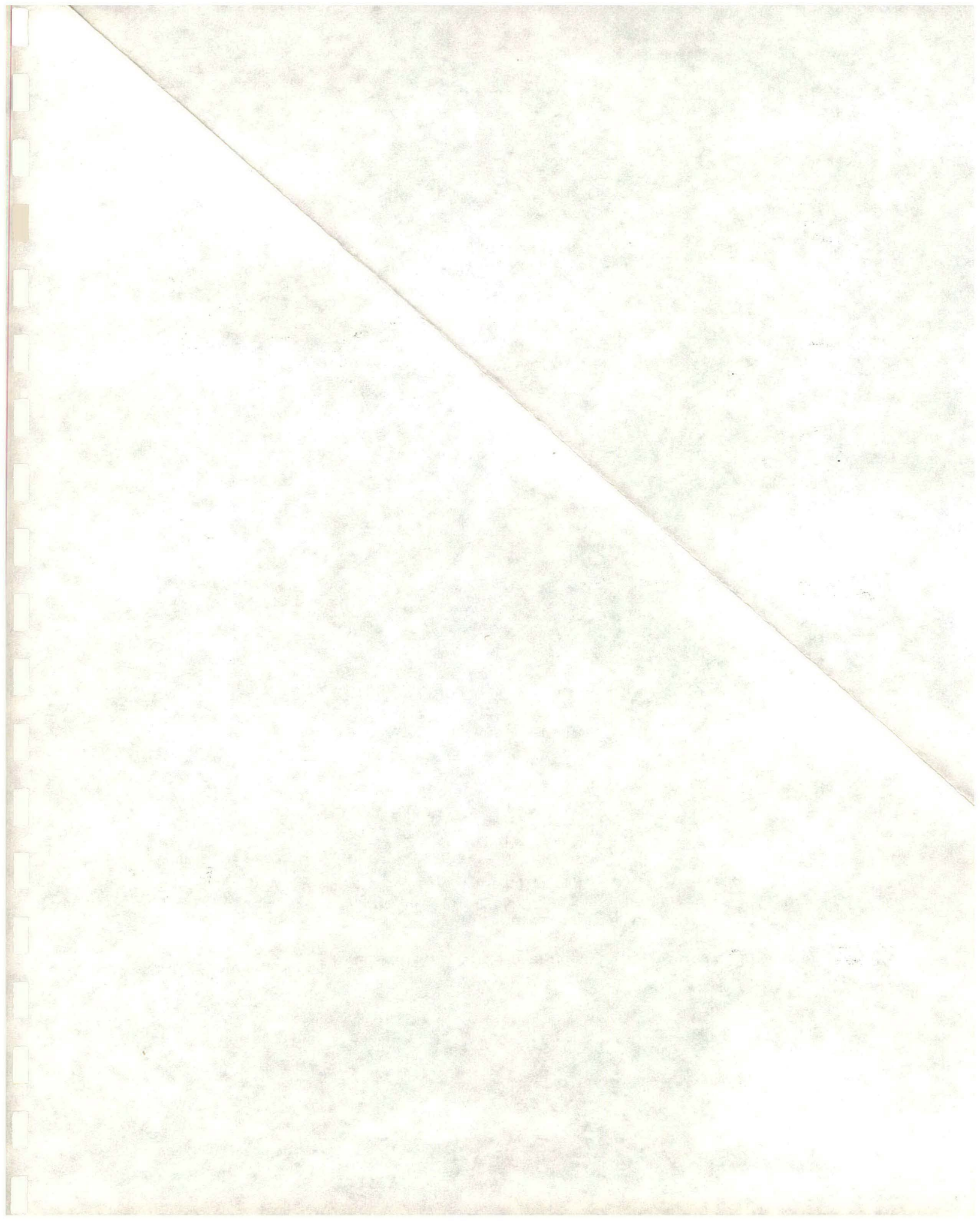
870

infraestructura

DISEÑO : La Cocina

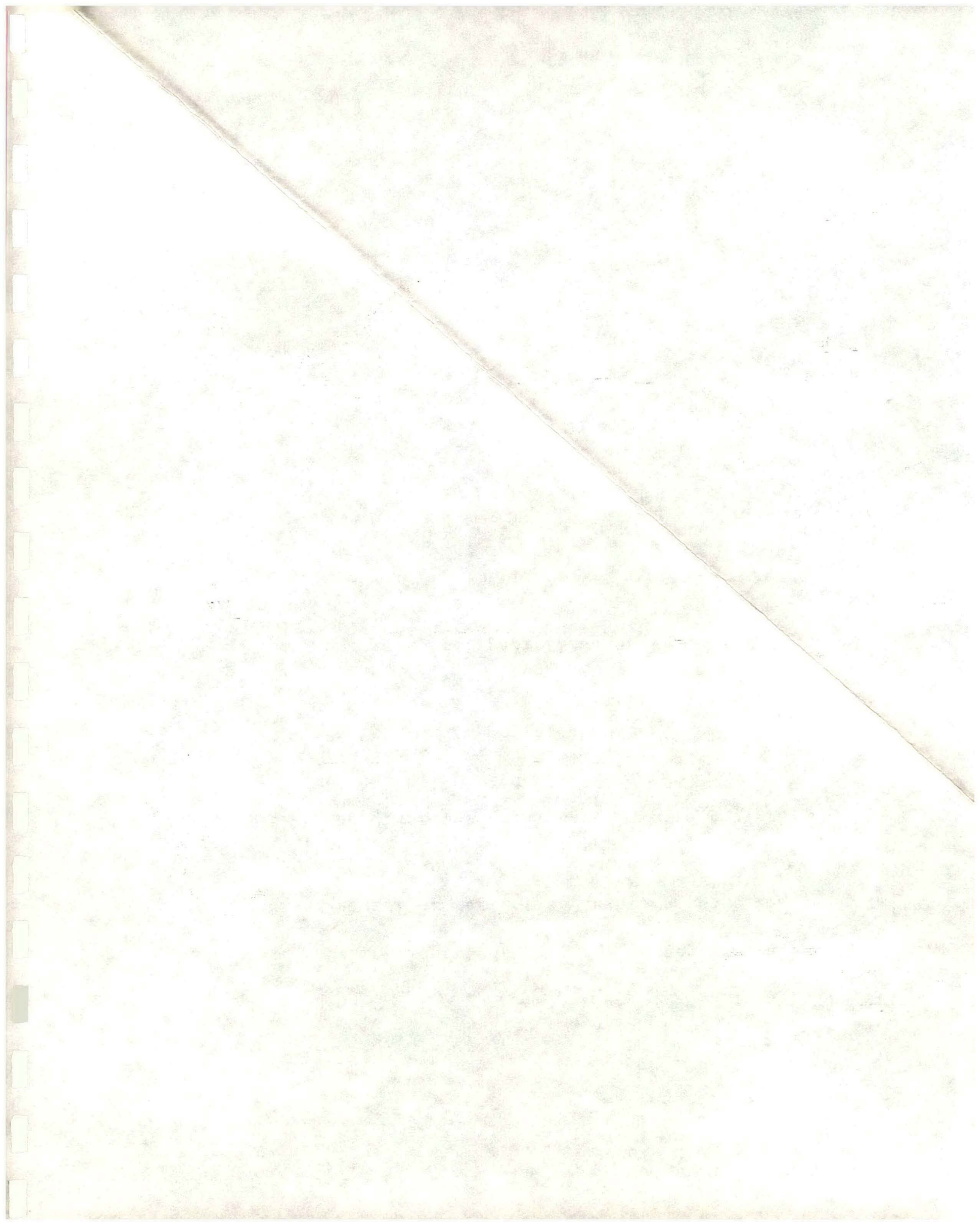
- 1.- Requerimientos de la sala según:
 - el usuario
 - el constructor
 - el arquitecto
 - el diseñador de los muebles
 - los electrodomésticos
- 2.- Las aislaciones : ruido, olo, humedad.
- 3.- La gasfitería : requisitos básicos de la instalación.
 - cualidades y defectos de los materiales nacionales.
- 4.- Muebles : posibilidades del mercado nacional.
 - ventajas y desventajas.
- 5.- Electrodomésticos : requisitos para su instalación y funcionamiento en óptimas condiciones.
- 6.- Iluminación : requisitos básicos. Oferta del mercado.

7.- Terminaciones : las distintas posibilidades
nacionales e importadas:
pintura
papel mural
revestimientos vinílicos
cerámicas
azulejos



EXTERIORES

- 1.- Posibilidades de jardines en departamentos.
- 2.- Requisitos básicos en cuanto a luz e impermeabilización.
- 3.- Los distintos impermeabilizantes : oferta nacional e importada.
- 4.- Posibilidades de autoconstrucción de jardines.
- 5.- Las plantas : posibilidades.



PROYECTO N^o 4
BOLETIN ESTADISTICO

BOLETIN ESTADISTICO

OBJETIVO DEL ESTUDIO

- Analizar el contenido, presentación y oportunidad del Boletín Estadístico, de acuerdo a las necesidades detectadas en el mercado objetivo.
- Recomendar cambios que signifiquen un mejor aprovechamiento del medio.

METODOLOGIA

- Profundizar, entre los socios que entregaron sugerencias al boletín, las necesidades y modificaciones que se requieren para hacer de este servicio una herramienta mas útil para la toma de decisiones (20 socios).
- Evaluar la información que actualmente ofrece el medio, de manera que se ajuste a las necesidades del mercado objetivo.

PRESUPUESTO

- Investigación Requerimiento Socios.
- Análisis de la información.
- Diagramación y Maqueta.
- Sugerencias.

El valor de este proyecto ascendería a 63 UF + IVA. El 50% del valor de este presupuesto deberá ser cancelado por anticipado, y el saldo contra entrega del mismo (Presupuesto válido por 15 días a contar de esta fecha).

Santiago, 1 de Abril de 1987.

PROYECTO N° 5

RESUMEN DE ACTIVIDADES DE LA CAMARA

RESUMEN DE ACTIVIDADES DE
LA CAMARA CHILENA DE LA CONSTRUCCION

OBJETIVO DEL ESTUDIO

- Crear una publicación periódica de la Cámara de la Construcción, que sirva de nexo constante entre la directiva y los asociados.
- Servir de canal de comunicación, o complemento informativo a lo que será la revista "Construcción", siendo parte del correo directo de la Cámara.

METODOLOGIA

- Analizar en base a los antecedentes que se disponen (diagnóstico de la Cámara), la información que sea susceptible de transmitir a los asociados.
- Analizar los costos y las implicancias que tendría una publicación periódica para la Cámara.

- Proponer una maqueta y la forma de implementar una publicación que resuma las actividades de la Cámara.

PRESUPUESTO

- Maqueta del resumen de actividades de la Cámara.
- Formas de implementar esta publicación.
- Evaluación de costos.

Valor del Estudio : UF 45 + IVA

Debido a que terceras personas se tendrían que subcontratar, el 50% del valor de este presupuesto se deberá cancelar por anticipado, y el saldo contra entrega del mismo.

PROYECTO N° 6
CORREO DIRECTO

CORREO DIRECTO

OBJETIVO

- Establecer un medio de comunicación directo y permanente con los socios de la Cámara.

METODOLOGIA

- El correo directo se enviará en un sobre especialmente diseñado para este efecto; que reforzará la imagen de servicio de la Institución.
- Este medio tendrá una periodicidad mensual, distribuyéndose la primera semana de cada mes (fecha que puede ser reestudiada).

IMPLEMENTACION Y PRESUPUESTO

- Elementos requeridos:
 - Diseño, producción e impresión sobre tamaño oficio.
 - Texto carta lanzamiento de este nuevo beneficio a los socios; y producción carta tipo.

- Coordinación, Control y Supervisión: Marketing Mix
- Presupuesto : 71 UF + IVA (50% del valor a la aceptación del proyecto y saldo contra entrega del mismo).
- Responsabilidades : (Cámara: Primer mes)
 - Típeo sobres y despacho carta de lanzamiento
 - Típeo sobres y despacho correo directo
 - Mantención información empadronamiento
 - Información a incluir correo directo

Meses Sigüientes:

- Reimpresión sobres correo directo
- Listado engomado con nombres de los socios
- Información a incluir
- Mantención listados de empadronamiento.

2

PROYECTO N° 7
TARJETA DEL SOCIO

TARJETA DEL SOCIO

OBJETIVO

- Poner a disposición de los socios un beneficio tangible, en base a descuentos.
- Reforzar la imagen de servicio y pertenencia a la Cámara.

METODOLOGIA

Marketing Mix analizará y evaluará la factibilidad de su implementación, costo y financiamiento de la "Tarjeta de Socio". Se considerarán en dicho estudio los siguientes puntos:

- Tipo de proveedores: rubros de interés para los socios.
- Beneficio a ofrecer a proveedores
- Listado tentativo de proveedores
- Definición de beneficios para los socios
- Sistema de obtención y uso de la tarjeta
- Diseño y producción de la tarjeta

- Campaña de Lanzamiento
- Puesta en marcha
- Costo y financiamiento de la tarjeta

PRESUPUESTO DEL ESTUDIO

U.F. 138 + IVA

PLAZO DE ENTREGA

- 4 semanas

PROYECTO N^o 8

ESTUDIO DE NUEVO CATALOGO DE PRODUCTOS

CATALOGO DE LA CONSTRUCCION

OBJETIVO DEL ESTUDIO

- Reunir la mayor cantidad de información, a fin de poder evaluar la edición del Catálogo de la Construcción 1988.
- Centralizar, por medio del Catálogo, una base de datos e información que sea útil para todas las actividades del quehacer nacional, transformándose, la Cámara Chilena de la Construcción, en un organismo gremial que sirva a sus asociados y al resto de la comunidad.

METODOLOGIA

- Investigación en terreno de las distintas fuentes de datos existentes para determinar y clasificar cuantas, y cuales son los proveedores susceptibles de ser incorporados al Catálogo de la Construcción.
- Analizar por medio de sondeos, distintos ámbitos de la industria, determinando qué información y

cómo deberá ser presentada en un Catálogo de Pro
ductos.

- Determinar y estudiar las distintas variables que pueden afectar el resultado financiero de la edición del Catálogo 1988.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

- a) Confección de listados que incluyan a los potencia
les proveedores de suministros y servicios de la Construcción.
- b) Clasificación de estos proveedores.
- c) Elaboración de una maqueta para la posterior edición del Catálogo.
- d) Investigación y evaluación de empresas que virtual
mente confeccionan catálogos, y su posterior venta.
- e) Evaluación financiera del Catálogo.

PRESUPUESTO

El valor de este presupuesto es de:

- a) UF 72,8 + IVA sin la confección de una maqueta.

b) UF 102 + IVA, incluyendo la confección de una ma-
queta.

Cualesquiera sea la modalidad que se eli-
ja, se deberá cancelar el 50% por adelantado y el sal-
do contra entrega del estudio.

Santiago, 1 de Abril de 1987.

PROYECTO N° 9

CONTACTO SOCIOS ACTUALES

CONTACTO SOCIOS ACTUALES

OBJETIVOS

- Reforzar la imagen de la Cámara
- Acentuar contacto Cámara-Socio
- Incentivar participación de los socios

METODOLOGIA

- A través de un equipo de personas debidamente capacitada, se efectuará un contacto de la Cámara con cada uno de sus actuales socios.
- Se visitarán los 552 socios del Area Metropolitana en aproximadamente 3 meses.
- En dichas entrevistas, se le dará a conocer a los socios los servicios y beneficios de la Cámara y su renovación actual.
- Se recogerán sugerencias manifestadas por los socios.

IMPLEMENTACION Y PRESUPUESTO

a) Elementos requeridos:

- Diseño, producción e impresión folleto de promoción.
- Selección y capacitación personal de promoción.
- Uniformes
- Informes periódicos de avance.

b) Coordinación, Control y Supervisión: (Marketing Mix)

c) Presupuesto programa (3 meses) : 236 UF

RESPONSABILIDADES CAMARA

- Listado de empadronamiento socios potenciales.

PROYECTO N° 10
CONTACTO NUEVOS SOCIOS

CAPTACION DE NUEVOS SOCIOS

OBJETIVO

- Incrementar la base societaria actual en aproximadamente 1000 personas.

METODOLOGIA

- A través de una agresiva campaña de venta dirigida, con personal capacitado, se visitará aproximadamente a 2.000 clientes potenciales durante un período de 6 meses.
- Se dispondrá de folletos impresos a color como herramienta de apoyo de venta.
- Se contempla premios por resultados de venta.

IMPLEMENTACION Y PRESUPUESTO

- Elementos requeridos:
 - Diseño, producción e impresión de folletos.
 - Selección y capacitación personal de venta.
 - Material de apoyo (formularios, otros).

- Programa de ruta para vendedoras
- Retroinformación
- Coordinación, Control y Supervisión: (Marketing Mix)
 - Seguimiento resultados personal de venta
 - Capacitación y evaluación semanal
 - Coordinación, atención nuevos socios de la Cámara.
 - Servicios post-venta.
- Presupuesto programa (6 meses) : 632 UF + IVA

PROYECTO N° 11

SEMINARIOS

SEMINARIOS

OBJETIVO

- Incrementar la imagen de la Cámara.
- Reforzar el contacto Cámara-Socios.
- Crear instancias para que los socios se interrelacionen e intercambien información.
- Servicio a la Comunidad.

METODOLOGIA

- Durante el año la Institución ofrecerá dos tipos de Seminarios:
NIVEL A: 50 a 60 personas
NIVEL B: 200 personas o mas.
- El Seminario Nivel A estará dirigido a ejecutivos de alto nivel, socios de la Cámara.
- El Seminario Nivel B tendrá una audiencia masiva, compuesta por socios y no socios de la Institución.

SEMINARIOS NIVEL A

FECHAS : Mayo - Septiembre
COORDINADOR : Marketing Mix
PARTICIPANTES : Ejecutivos de alto nivel y socios
activos (50 a 60 personas).
VALOR INSCRIPCION : Sin costo para el socio o invitado
LUGAR : Cámara Chilena de la Construcción.

IMPLEMENTACION Y PRESUPUESTO

- Producción Requerida:
 - Diseño, producción e impresión de tarjetas e invitación.
 - Programas del Seminario
 - Amplificación
 - Material de apoyo para relatores
 - Material a entregar post-seminario
 - Promotora
- Coordinación, Control y Supervisión Producción (Marketing Mix).

- Coordinación Desarrollo Seminario: (Marketing Mix)
 - Seguimiento relatores
 - Coordinación temas y contenido
 - Marcha Blanca
 - Material de apoyo relatores
- Presupuesto aproximado por cada Seminario: 75.96 UF

RESPONSABILIDADES CAMARA

- Definición de temas
- Contacto inicial con relatores
- Listado de invitados
- Despacho de onvitaciones
- Control de Asistencia
- Recepción de invitados
- Café.

TEMAS PROPUESTOS

- 1.- "Tributación y Financiación de la Construcción"
 - IVA en la Construcción
 - Financiamiento de la Construcción

2.- "El desarrollo de la Construcción en Provincia"
(Delegaciones)

- Infraestructura Turística necesaria para desarrollar la Industria.

3.- "La informática en la Industria de la Construcción".

SEMINARIOS NIVEL B

FECHAS : Julio - Octubre
COORDINADOR : Marketing Mix
PARTICIPANTES : Socios de la Institución
Socios potenciales (200 pers. aprox)
VALOR INSCRIPCION : A determinar (descuento para socios)
LUGAR : Hotel Crowne Plaza o Sheraton

IMPLEMENTACION Y PRESUPUESTO

- Producción requerida:
 - Diseño, producción e impresión de tarjetas de invitación.
 - Programas de Seminario, diseño, producción e im-
presión.
 - Afiche del Seminario, diseño, producción e impre-
sión.
 - Material de apoyo relatores
 - Material a entregar post Seminario
 - Promotoras

- Hotel, Salón, Coffe Break, Servicios
- Amplificación
- Fotógrafo

- Coordinación, Control y Supervisión Producción (Marketing Mix)
- Coordinación desarrollo seminario: (Marketing Mix)
 - Seguimiento relatores
 - Coordinación temas y contenidos
 - Control de asistencia
 - Marcha blanca
 - Material de apoyo relatores
 - Recepción participantes, entrega credenciales.
 - Distribución material post-seminario

- Presupuesto aproximado por cada Seminario: 348 UF

RESPONSABILIDADES CAMARA

- Definición de temas
- Contacto inicial con relatores
- Divulgación de prensa

- Listado de invitados
- Recaudación de valores
- Relaciones públicas

TEMAS PROPUESTOS

1.- "Evolución y Crecimiento de la Construcción en el último quinquenio y Proyecciones Futuras".

Relatores: - Ministro de la Vivienda : Sector público.

- Presidente de la Cámara : Desarrollo inmobiliario y sus tendencias.

- Roberto Mendez (Adimark): Investigación y proyecciones del mercado.

- Edmundo Perez Zucovich

2.- "Europa y América en la Construcción del 88"

Relatores: Por determinar

- Nuevas Técnicas en Construcción

- Ahorro de Energía

- Computación y Construcción

- 3.- "La Construcción y su efecto multiplicador en la Economía del País".
 - Empleo y Capacitación de la Construcción
 - Formación de Mano de Obra Calificada
- 4.- "La Cámara de la Construcción y el Desarrollo Social".
- 5.- "Soluciones Habitacionales para la Agricultura, la Industria y la Vivienda Subsidiada".

07728

658.402
1345
01



Marketing Mix Ltda.

AUTOR

Reestudio del Diseño Gráfico de

TITULO la E. Ch. C.

FECHA	NOMBRE	FIRMA

658.402
1345
01



AUTOR Marketing Mix

TITULO Reestudio del Diseño...

Nº TOP. 07728



0004967