



# relaxiona

Elaborada por:

RELAXIONA INTERNACIONAL

ARCHIVO 001-2021

# PRESENTACIÓN CORPORATIVA

Año 2021 [Actualizado]  
Perú (LIM)

# ÍNDICE DE CONTENIDOS



Sobre Relaxiona



Nuestras especialidades



Equipo principal



Información de contacto

# SOBRE RELAXIONA



# COMUNICACIÓN ES PERCEPCIÓN

INFORMACIÓN  
RESERVADA

Prohibida su reproducción, transformación o cualquier otra forma de explotación sin la autorización escrita de RELAXIONA INTERNACIONAL



## Construimos en función de relaciones...

Porque consideramos a la **red corporativa** como un **activo clave** para las organizaciones.



Fuente: Propia.  
Elaboración: Propia.

Av. Pershing 790 - Magdalena del Mar, Lima - Perú  
(+51) 948 649 979

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto

# ESCENARIOS TRANSACCIONALES Y RELACIONALES



Operamos para diversas latitudes:

- Perú
- Colombia
- Chile
- Estados Unidos
- México

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto

Prohibida su reproducción, transferencia o envío sin la autorización escrita de RELAXIONA INTERNACIONAL.

# NUESTRA FILOSOFÍA



## INVESTIGACIÓN

Apasionados por la argumentación, investigación y tendencias disruptivas (no convencional).



## TRANSPARENCIA

Nos mueve la transparencia, lealtad y respeto.



## CONFIANZA

Reconocemos la confianza entregada por el cliente como el principal activo.



## COMPROMISO

Realizamos compromisos de ética, *compliance*, reserva y confidencialidad de la información.

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto

# ¿POR QUÉ TRABAJAR CON NOSOTROS?

## PERSONALIZADA

Trato directo y adaptado a las necesidades.



1. Staff de **primer nivel** con presencia en el mundo corporativo, público y academia.
2. Esta transversalidad permite no solo entender y anticipar a los hechos de coyuntura, sino **comprender los distintos enfoques utilizados en cada sector** con nuestra presencia.

## PROFESIONAL

Cada caso es discutido y revisado ampliamente.

## PERMANENTE

Disponibilidad constante y abierta.

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto



Fuente: Propia.  
Elaboración: Propia.



# 6 SECTORES CON NUESTRA PARTICIPACIÓN

## COLABORAMOS con nuestros clientes...

1. **Anticipando y acompañándolos** adecuadamente durante y después de las **situaciones críticas** o conflictos que surjan en torno a su gestión.
2. **Conociendo mejor su entorno** y la manera de viabilizar sus proyectos.
3. **Creando el diálogo eficaz y oportuno con los actores públicos** y privados relacionados con su actividad.





# NUESTRAS ESPECIALIDADES

# NUESTRAS ESPECIALIDADES

Representación  
o *Softaling*

## Comunicación corporativa

Protocolo de crisis  
Media training corporativo  
Soporte en situaciones  
mediáticas complejas  
Percepción social reputacional  
Desarrollo de campañas  
digitales

Manejo de PEP  
(Personaje de  
Exposición Pública)

Diseño y  
redacción de  
Estudios de  
Mercado

Monitoreo de  
situaciones  
específicas

Análisis de  
coyuntura y  
argumentación

## Relacionamiento

Desarrollo de estrategia de  
relacionamiento para  
empresas extranjeras con  
interés en LATAM, en las  
esferas corporativa, pública y  
gremial.

Hecho  
comunicacional

Presentación de operación:  
soporte desde la  
conceptualización,  
planificación, ejecución,  
seguimiento y monitoreo del  
efecto deseado

Head  
Hunting  
Ejecutivo

Compromisos de ética, *compliance*, reserva y confidencialidad de la información son parte integral de nuestro credo corporativo.



Fuente: Propia.  
Elaboración: Propia.

# I. ESTUDIO DE MERCADO

## DE PRODUCTO O SECTOR EN DIVERSAS LATITUDES

El objetivo del estudio de mercado será brindar una **visión clara de las características del producto a introducir al mercado, y conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector**; así como el **conocimiento acabado necesario para una política de precios y de comercialización** para el producto cuestionado.

# I. ESTRUCTURA DEL ESTUDIO

Se sugiere la siguiente estructura para el Estudio de Mercado; no obstante, se adaptará a los requerimientos del caso; por ejemplo, estructura B2B o B2C.

**Competidores:**  
para desarrollar un perfil de competidor

La investigación de la **competencia** reunirá información sobre **competidores existentes y potenciales**. La investigación de la competencia puede ser utilizada para recopilar información como las **ventajas actuales de la competencia**, las **debilidades en sus estrategias de promoción** y cómo sus clientes ven los productos y servicios del sector. La investigación de la competencia cubriría: facturación actual y **cuota de mercado**, estructuras de **precios**, productos y servicios, **marketing, publicidad y branding**.

**Clientes:**  
para desarrollar un perfil de cliente

La investigación de **clientes** sirve para recopilar información sobre el **perfil de los clientes o clientes potenciales y qué, cuándo, dónde y cómo compran**. La investigación de clientes también brindan información valiosa sobre las actitudes de los clientes hacia el nuevo negocio, y productos y servicios. La investigación del cliente cubrirá: **datos demográficos del cliente** (edad, sexo, ingresos), **tendencias sociales** y de estilo de vida, **necesidades y expectativas**, actitudes hacia usted y sus competidores.

**Industria y entorno de mercado:**  
para comprender los factores externos a su negocio

La investigación sobre la **industria y los factores del mercado** se centrará en la información sobre temas de corte **político, legal, económico, social y cultural** que pueda afectar su negocio. La investigación de la industria y el entorno del mercado cubriría: **regulaciones** comerciales, **datos demográficos del mercado** (edad, género, ingresos), **tamaño del mercado y tendencias**, canales de marketing, sociografía (creencias y actitudes, intereses, factores de estilo de vida).

## TOTAL REPRESENTACIÓN COMERCIAL

Se **personificará su oficina de ventas, colaborando en el desarrollo del plan de marketing internacional**, promocionando sus productos, **participando en el diseño de su política comercial**, contactando y visitando clientes potenciales, enviando muestras, ofertas, **negociando en su nombre**, gestionando pedidos, redactando contratos internacionales, entre otras, a fin rastrear pagos/cobros internacionales.

## AGENDAS COMERCIALES Y ESPECÍFICOS

O, de ser de la preferencia del cliente, si desea que su departamento de ventas interno se encargue de la gestión de ventas, se puede **desarrollar exclusivamente agendas comerciales** con partes interesadas en el producto a introducir; o **validación de información comercial** y soporte en **asuntos comerciales específicos**.

# II. SOFTLANDING COMERCIAL

Es **indispensable contar con un socio que introduzca, represente y promueva** productos o servicios de interés para su correcto ingreso a terceros mercados.

Por ello, ofrecemos el servicio de representación comercial en los siguientes **dos formatos**:

- 1) Total representación comercial
- 2) Agendas comerciales y específicos



Fuente: Propia.  
Elaboración: Propia.

# II. FASES DE SOFTLANDING

## Análisis inicial



Producto de la conversación con el cliente, se analizará y determinará **objetivos**, así como **expectativas** dentro del mercado prospectado. Se verificará la **propuesta de valor y presupuesto del cliente**.

## Mercado local



Se desplegará **sondeo** dentro del mercado objetivo a fin de **identificar y validar las oportunidades** más importantes. Se analizará la **factibilidad** del producto, competidores, alianzas estratégicas, entre otros.

## Ruta de ingreso



En función de los resultados del mercado y percepción del cliente, se dispondrá de un **programa de ingreso** a terceros mercados, privilegiando una **ruta rápida y eficiente** de inicio en el mercado.

## Presentación de oferta



De **utilidad máxima** serán las **redes y relaciones de contacto construidas** a lo largo de los años por la consultora, a fin de **presentar la oferta de productos a potenciales partes interesadas**, a saber: distribuidores, clientes y/o agentes de ventas.

## Ingreso al mercado



Se desarrollará una **agenda comercial** en el país destino a fin de, además de analizar el contexto local, **asegurar el cierre o concreción de acuerdos comerciales** importantes con las partes interesadas.

## Soporte constante



El **acompañamiento, facilitación, respaldo y representación comercial continuará** constante en la medida de plazo acordado del servicio. No obstante, posterior al fin del plazo acordado, el cliente dispondrá de nuestro **consejo y seguimiento comercial** con la operación local.

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto

Prohibida su reproducción, transferencia o envío sin la autorización escrita de RELAXIONA PERÚ.

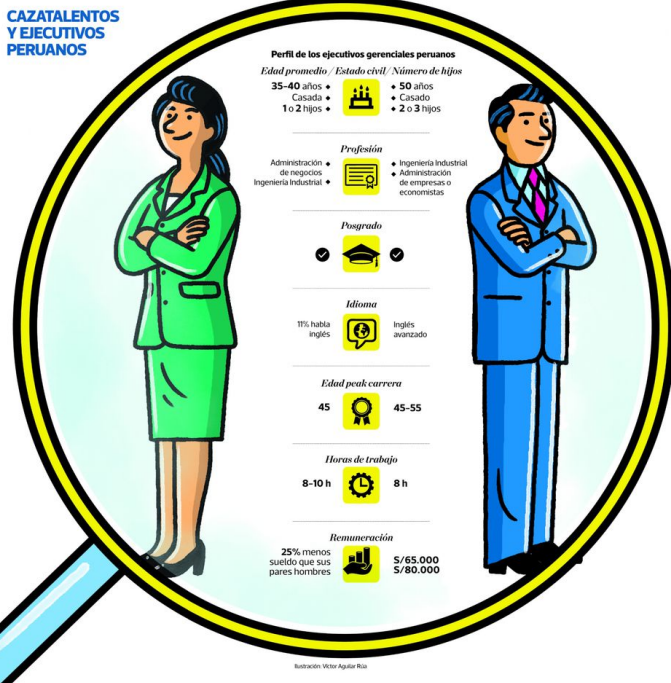
# III. HEAD HUNTING

Nuestra metodología de búsqueda de ejecutivos involucra la **constante asesoría de especialistas en selección de personal**, así como líderes de opinión locales en el sector económico escogido.

Todos los procesos de *head hunting* son únicos, precisamente, por los requerimientos del perfil, y aptitudes y actitudes del ejecutivo. Razón por la cual el **acompañamiento durante todo el**

**proceso** (perfil hasta inducción) **es clave para la elección de ejecutivos de alto rendimiento** dentro de su área de acción, así como en toda la organización.

El proceso de búsqueda de ejecutivos, esencialmente, cuenta con **6 fases propuestas**:



INICIO

1

## Perfil ideal del puesto

Se mantendrá reunión con cliente a fin de identificar el **perfil adecuado en función de la cultura organizacional de la empresa**. El perfil es diseñado de acuerdo a las habilidades duras y blandas requeridas.

2

## Investigación en mercado

Se levantará **información relevante del mercado de ejecutivos locales** relacionada al puesto: sexo, edad, remuneración, etc. Investigaremos al detalle los ejecutivos más adecuados para la empresa. Se analizará la trayectoria de potenciales candidatos.

3

## Lista de ejecutivos

Se **expondrá y entregará una lista extensa de posibles candidatos encontrados**, así como presentación el contexto actual del mercado laboral objetivo.

MEDIO

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto

Prohibida su reproducción, transferencia o envío sin la autorización escrita de RELAXIONA PERÚ.

Se ofrece el servicio de *head hunting* para ejecutivos de primera y segunda línea, con entregables siguientes:

1. Asesoría durante el proceso
2. Terna de ejecutivos
3. Sugerencia de elección: mayor aporte de valor, adaptación rápida y permanencia en largo plazo.

## Elección del ejecutivo

5

Se presentará **informe de elección con tres ejecutivos finalistas** con análisis detallado de trayectoria, con sugerencia de elección. Se **mantendrá el acompañamiento** en procesos de oferta y negociación del candidato escogido.

MEDIO

4

## Entrevistas personales

Se entrevistará, mediante metodología **assessment center**, a los posibles candidatos elegidos por el cliente y consultora, a fin de validar las **competencias requeridas** por el perfil del puesto. Se analizará **trayectoria, habilidades duras y blandas, y fit cultural del ejecutivo**.

6

## Inducción del ejecutivo

A partir del cierre de negociación y contratación del ejecutivo, el cliente dispondrá de **asesoría y acompañamiento** durante la inducción del nuevo perfil.

FIN





## IV. GESTIÓN DE RELACIONAMIENTO

El servicio sigue los siguientes procesos para la concreción de reuniones con grupos de interés para el cliente, a saber:

1

### MAPEO DE ACTORES

Presentación de **lógica de diversas esferas nacionales** (pública, privada, gremial, etc.). **Mapeo de actores relevantes** para dirigir vínculos estratégicos y **sugerencia** de elección de actores.

2

### CONVOCATORIA

Protocolo de **convocatoria de reunión** con institución de interés. Seguimiento y **concreción de la reunión** con carácter de primer, segundo y / o tercer orden de la institución de interés.

3

### ASESORAMIENTO

Asesoramiento e **instrucción previa**, con el vocero autorizado del cliente, sobre temas pertinentes y delicados para la reunión con el representante de la institución, esto con el fin de lograr la mejor primera impresión con dichos representantes.

4

### ACOMPañAMIENTO

Presentación y **acompañamiento** durante la reunión entre el vocero autorizado del cliente y el representante de la institución de interés para el cliente.

5

### MANTENER RELACIÓN

Esfuerzo por **mantener una buena relación con el representante de la institución** de interés del cliente, incluso si otra persona la reemplaza durante el período de los servicios.

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto



# IV. RELACIONAMIENTO: ACTORES

Lista de actores de interés a realizar gestión de relacionamiento  
Dividida según esfera de origen de las instituciones, a saber:



## LÍDERES DE OPINIÓN

Directores de **medios** y segmentos de interés para la institución, así como **líderes** de opinión en industria específica.



## PÚBLICA

Gabinete **ministerial**, direcciones institucionales, gobiernos regionales, alcaldías municipales y provinciales.



## GREMIAL

**Gremios** generales y sectoriales: minería, petróleo, energía, industria, comercio exterior.



## PRIVADA

Presidentes de directorio, **gerentes generales** y/o gerente de línea.

Relaxiona  
Servicios  
Equipo  
Contacto

# EQUIPO PRINCIPAL



# EQUIPO GENERAL

Lideramos equipos especializados en **estudios cuantitativos y cualitativos**, con el objeto de determinar la **viabilidad de nuevas oportunidades de negocio**.

## Talento profesional

- Especialistas sectoriales
- Investigadores académicos
  - Panel de expertos
  - Entre otros

## Desarrolladores de capacidades de innovación

- Incubadoras
- Aceleradoras
- Comunidades de innovación
  - Entre otros



## Centros de generación de conocimiento

- Universidades
- Centros de investigación y desarrollo
- Centros de innovación en universidades
- Entre otros

## Instituciones

- Secretarías especializadas (data)
- Comunidades gremiales
- Asociaciones
- Entre otros

**EQUIPO  
PARTICULAR**

# CARLOS ESCAFFI

## GERENTE GENERAL

**RELACIONES PÚBLICAS. ASUNTOS RÉGULATORIOS. GOBIERNO Y COMUNICACIONES CORPORATIVAS.**

**ANALISTA INTERNACIONAL. PROFESOR MARKETING INTERNACIONAL Y POLÍTICO.**

Trabajó durante 17 años en la Dirección de Promoción de Exportaciones de Chile-PROCHILE del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, como Asesor y Encargado en Asuntos Económicos y Comerciales en el Departamento Económico de la Embajada de Chile en Perú. En el mundo privado, ha sido Gerente General del Grupo ILUSUR. Enseña a nivel de pregrado en la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú y postgrado en CENTRUM Católica Graduate Business School. También es columnista habitual de la revista América Economía, Diario Gestión (Perú), Las Américas, Miami Diario (EE. UU.), así como también en La Tercera (Chile). Licenciado en Administración y Gerencia, maestría en Ciencia Política y Relaciones Internacionales, postgrado en Marketing Estratégico, Conciliación Extrajudicial y Especialización en Comercio Exterior y Aduanas.



Fuente: Propia.  
Elaboración: Propia.



# DIEGO CRUZ

## CONSULTOR

**GESTOR CON MENCIÓN EMPRESARIAL (INGENIERÍA EMPRESARIAL). ANALISTA DE COYUNTURA POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.**

Licenciado en Gestión y Alta Dirección en la Pontificia Universidad Católica del Perú (décimo superior), mención empresarial con énfasis en marketing comunicacional. Especialista en argumentación estratégica comunicacional. Con experticia y criterio de investigación para la elaboración de *briefs* de análisis sectoriales político, económico y de impacto social; así como diseño y redacción de estudios de mercado sectoriales.

**EQUIPO  
PARTICULAR**



Fuente: Propia.  
Elaboración: Propia.

**IV**

# INFORMACIÓN DE CONTACTO



# OFICINA PERÚ

Dirección: Av. Pershing 790 - Magdalena del Mar, Lima - Perú



# OFICINA MÉXICO

Dirección: Calle Montes Urales 424, Lomas - Virreyes, Miguel Hidalgo, CDMX - México

Relaxiona

Servicios

Equipo

Contacto



[www.relaxiona.pe](http://www.relaxiona.pe)



(+51) 948-649-979



[cescaffi@relaxiona.pe](mailto:cescaffi@relaxiona.pe)





relaxiona