



# DESAFÍOS CLAVES PARA MEJORAR LA GESTIÓN

## EMPRESA

### EL MERCURIO

DE ANTOFAGASTA

## DESAFÍO

EL MERCURIO DE ANTOFAGASTA es un periódico chileno, fundado en 1906, de carácter local, editado en la ciudad de Antofagasta.

El diario es uno de los más antiguos de la empresa EL MERCURIO S.A.P. y actualmente el más antiguo que aún se publica en la ciudad de Antofagasta.

#### DESAFÍO 1: REVALORIZACIÓN DEL PAPEL PERIÓDICO

Mensualmente se acumulan cerca de 20 toneladas de papel prensa o papel periódico, el cual es utilizado como materia prima en la impresión de nuestro diario. Este insumo está fabricado principalmente sobre la base de papel recuperado o de pasta mecánica, y se transforma en residuo como descarte en la producción de los diarios, así como en los diarios que no son vendidos y por ende, retornados a imprenta.

El papel periódico es hoy retirado por una empresa que se encarga de su reciclaje. De aquí que nuestra organización desea explorar soluciones que permitan revalorizar este residuo que se acumula todos los días en nuestras instalaciones en Antofagasta.

#### DESAFÍO 2: NUEVAS HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN COMERCIAL

En la actualidad, nuestra empresa comercializa sus ediciones por la vía de suscripciones y por la venta spot en distintos puntos de ventas (suplementeros, quioscos, promotores, revendedores, punto de ventas, principalmente). Por otro lado, comercializamos nuestros espacios publicitarios a través de una red de vendedores, los cuales visitan a sus clientes y potenciales clientes, de manera frecuente en la Región de Antofagasta. Adicionalmente, los avisos económicos son comercializados exclusivamente en las oficinas del diario, y asociado a procedimientos manejados con formularios en papel y con un escaso grado de automatización.

Dada la situación anterior, esperamos que los participantes del desafío presenten soluciones que nos ayuden en cualquiera de las siguientes tres áreas:

1. Mejorar nuestros procesos de comercialización, a través de la creación de nuevos canales, fidelización de nuevos segmentos y/o adquisición de nuevos suscriptores.
2. Fortalecer el área de venta de avisos económicos, integrando servicios online e idealmente experiencias digitales que permitan ver cómo se dispondrá el mensaje a contratar en la publicación.
3. Hacer más eficiente la administración de nuestra fuerza de venta de avisaje, sumando registros de tareas en terreno, control de gestión, reportería, manejo de perfiles e información de clientes, entre otras funcionalidades.

CONVOCA



ORGANIZA

