



Proyectos Piloto Perú y Chile

“Aprender haciendo”

Informe de avances

Se trata de:

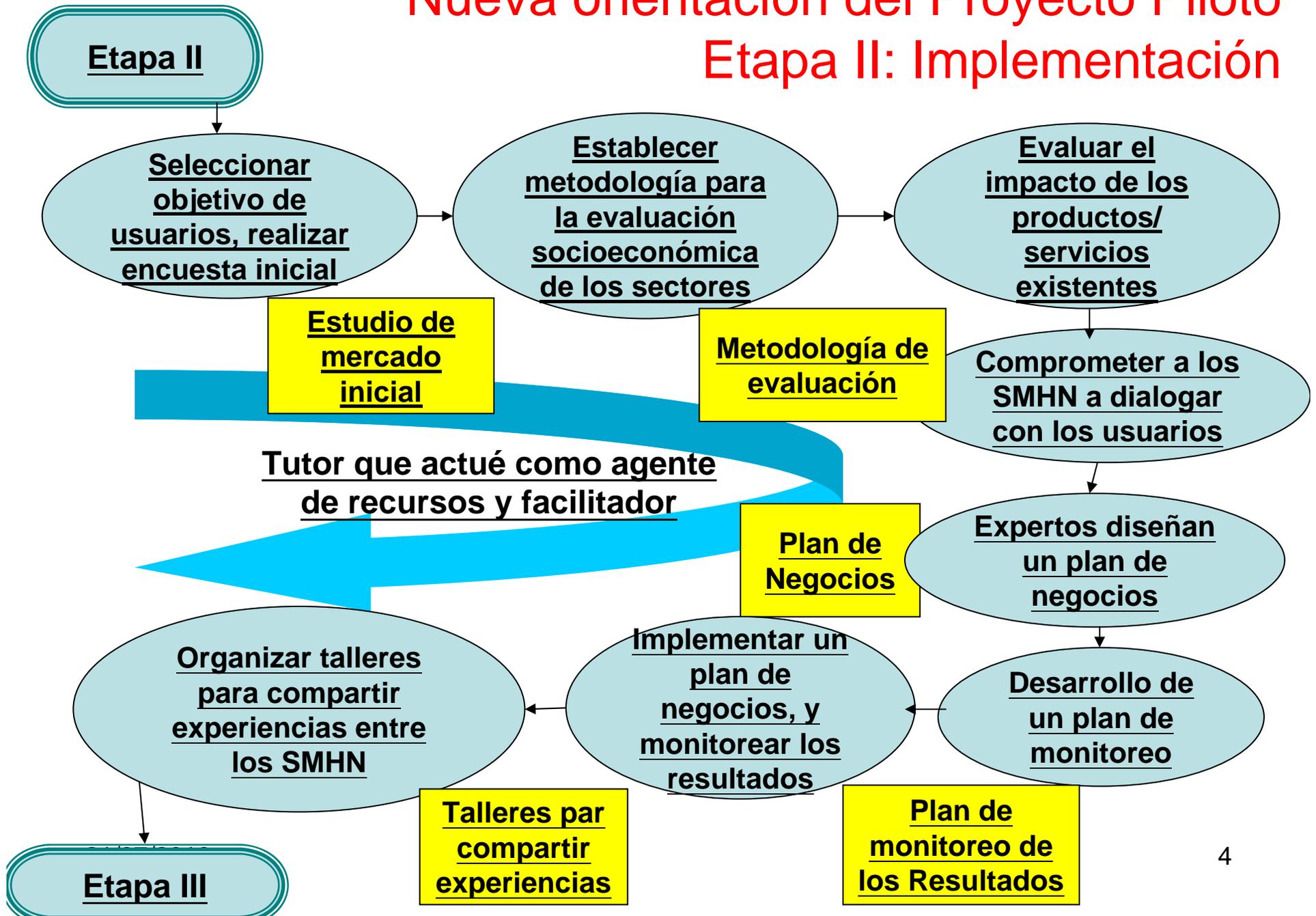
- ✓ Proyectos Piloto en perspectiva
- ✓ El taller : contenido y conclusiones
- ✓ Recapitular sobre; qué viene a continuación?
- ✓ Conclusiones y recomendaciones

Proyectos Piloto en perspectiva

- Adicionales al primer taller realizado durante el primer semestre de 2008 y estudios sobre beneficios socio-económicos hechos en paralelo.
- Misión durante 20-25 octubre en Chile (DMC) y Perú (SENAMHI): Lanzamiento de la fase 2 de « aprender haciendo»
- Dentro del Plan de Acción de Madrid, necesidad de una organización centrada en el cliente y mejora de la comunicación y planes de marketing

Nueva orientación del Proyecto Piloto

Etapa II: Implementación



Principales Resultados Fase 2

- Selección de 3 proyectos piloto = 3 sectores de clientes potenciales
- Conformar un equipo para cada proyecto piloto, coordinado por un coordinador de proyecto.
- Analizar sus necesidades y requerimientos a través de una investigación de mercado.
- Transformar estas en productos y servicios y escribir una propuesta de marketing
- Integrar análisis de mercado, marquetingo de productos y reflexión estratégica en un plan de negocios a bosquejarse para marzo del 2009.



Equipo del Proyecto - DMC



Participantes del Taller



Representantes de los clientes



Proyectos piloto de Chile



Proyectos Piloto de Perú

Equipo del Proyecto SENAMHI

Grupo de clientes



Participantes del Taller



El Taller : contenido y conclusiones

- Taller de 2 días sobre planificación estratégica y productos de marketing
- Manual con lineamientos y ejercicios
- Plataforma cooperación para comunicación y seguimiento.
- Presentaciones y grupos de:
 - **3 proyectos piloto en Chile** : Pesquería (Salmon), Agromet y Paso Libertadores
 - **4 proyectos piloto en Peru** : Salud (uno en contaminación del aire en Lima, uno en bajas temperaturas, Salud (bajas temperaturas/zonas Altas), Agricultura (productos de exportación -Ica producción)



¿Qué sigue a continuación?

- Se propuso un plan de trabajo, como sigue:
 - Hasta fines de noviembre : finalizar y despachar investigación de mercado
 - Hasta fin de año : analizar respuestas y armar un análisis de mercado por sector
 - Convertir las necesidades y requerimientos en una propuesta de producto, integrar todos los sectores en un documento: el plan de marketing: hasta fines de febrero de 2009.
 - Escribir un plan de trabajo para el SNMH para fines de marzo de 2009.
- Todos los documentos y formatos del proyecto, investigaciones, estan disponibles en la plataforma cooperación: PP_LaM



Primeras conclusiones y recomendaciones del taller

Síntesis de la reunión de trabajo de los participantes



Algunas conclusiones del taller (1)

- El método del marketing es nuevo para los SMHNs y sus usuarios-clientes, así que es importante que se organice la formación de capacidad en marketing y comunicación.
- La plataforma modelo es una herramienta muy practica para seguir, y mantener lazos entre los participatnes a traves del tiempo que dure el proyecto; sin embargo, un taller « para profesores » seria muy util para mejorar las capacidades de los jefes de los proyectos que activametne participan en las discusiones y cursos de la plataforma.

Unas cuantas conclusiones del taller (2)

- Este tipo de taller, al ser una herramienta para incrementar la comunicación entre los SMHNs y sus clientes, los jefes del proyecto sugirieron que este taller sea desplegado otra vez dirigido a numerosos usuarios-clientes.
- Como la planificación estratégica parecer ser importante para vincular movilización de recursos, planificación del proyecto e implementación de los planes de mercadeo, se recomienda que los objetivos estratégicos a nivel de SMHNs se revisen e integren la diversificación de sectores claves y el sistema de Gestión de la Calidad este dirigido a poner a los clientes en el centro de los procesos.

Unas cuantas conclusiones del taller (3)

Como los equipos de proyectos estan trabajando en los proyectos piloto, se requiere de tener una evaluación de los proyectos piloto para octubre de 2009 en forma de un taller.

Recomendaciones para los SMHNs

- Pasar de la forma tradicional de los SMHNs a una organización más moderna que se enfoque en las necesidades del cliente y con incremento en la calidad de sus productos y servicios, con el desarrollo de herramientas de marketing y comunicación.
- Los SMHNs tienen que trabajar en un plan estratégico consistente alineado con el plan de desarrollo nacional, el cual integrará el objetivo estratégico de los nuevos productos y servicios del marketing para nuevos clientes prioritarios.



SENAMHI

“Ciencia y tecnología hidrometeorológica al servicio del País”

www.senamhi.gob.pe