

Ignacio Javier Fraguío, MBA

Del Himno 124 3ºA - Haedo
(54911) 5058-1999
ifraguio@gmail.com
15/02/1979
Soltero – DNI: 26.769.908

FORMACION ACADEMICA

MBA – Master of Business Administration (2006-2008)
Universidad Torcuato Di Tella
Ingeniero Industrial (1997-2003)
Facultad de Ingeniería - Universidad de Buenos Aires (**UBA)**

IDIOMAS

Inglés: *Avanzado*
First Certificate in English – University of Cambridge
Preliminary English Test – University of Cambridge
Portugués: *Intermedio*
Universidad de Buenos Aires (UBA)

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Alcon A Novartis Division

06/2016 al 01/2018

Brand Manager – *Southern Cluster*

- Desarrollo e implementación del Plan de Marketing y Negocios
- Definición del porfolio de productos y posicionamiento en el mercado.
- Revisión de estructuras de precios y análisis de rentabilidad de las líneas de producto.
- Elaboración e implementación de las campañas comerciales para la promoción de marcas.
- Desarrollo del calendario anual de eventos y acciones promocionales
- Investigación de mercado, análisis y seguimiento de la competencia.

Johnson & Johnson MEDICAL

04/2009 al 05/2016

Business Specialist & Commercial Intelligence – *Southern Cone*

- Coordinación del equipo de planificación comercial del Cono Sur (Argentina, Chile y Uruguay).
- Elaboración y control de la política de precios y estrategias de posicionamiento. Coordinación del equipo de ventas y del canal de distribución para su implementación.
- Desarrollo de nuevos negocios en base a la información de mercado, consumidores y competidores.
- Desarrollo de planes de incentivos para la fuerza de ventas y canales minoristas.

Senior Sales Representative

- Control de Gestión sobre ventas, distribución, créditos y cobranzas.
- Manejo de negociaciones con cuentas clave, relaciones con cámaras y asociaciones.
- Diseño y ejecución de planes de promoción de ventas y condiciones. Desarrollo de nuevos clientes.
- Preparación de cotizaciones, licitaciones y ofertas en función de los pedidos de los clientes.
- Detección y desarrollo de oportunidades de negocios, implementación de nuevos canales de venta.

12/2007 al 11/2008

Marketing & Commercial Coordinator – *Southern Region*

- Diseño e implementación de programas de Marketing del mercado minorista.
- Lanzamiento de nuevos productos, definición del empaque, material de comunicación y objetivos promocionales en distintos tipos de canales de venta minorista.
- Elaboración, control y gestión del presupuesto asignado.
- Coordinación de campañas comerciales dirigidas al punto de venta, vía pública, y medios gráficos.
- Capacitación de distribuidores, organización de eventos comerciales y exposiciones.
- Coordinación de acciones comerciales combinadas con Brasil, Chile y EE.UU.

07/2003 al 11/2007

Category Coordinator: Convenience Retailing – *Southern Cone*

- Definición objetivos de categorías, productos, precios, facturación y rentabilidad.
- Análisis y proyecciones de ventas por categoría, producto y marca.
- Seguimiento de precios, costos y contribución marginal.
- Coordinación de proveedores y operadores de la Red Esso para la implementación de campañas comerciales y promociones en el punto de venta.

Commercial Team Leader

- Desarrollo e implementación de estrategias comerciales, posicionamiento de marca y nuevas categorías.
- Elaboración y control de presupuestos de ventas y análisis de escenarios comerciales.
- Análisis de costos y gestión financiera de nuevos proyectos.
- Coordinador del equipo Regional de Analistas Comerciales para el análisis, seguimiento y control de los nuevos proyectos en América Latina.

01/2003 al 06/2003

Analista Comercial - Pasantía

- Definición del portfolio de negocios, productos a incorporar, desarrollar y/o discontinuar.
- Búsqueda y evaluación de propuestas de negocios con clientes.
- Seguimiento y proyección de las ventas por mercado, región, vendedor y cliente.
- Generación de reportes mensuales a la Dirección y presentaciones al Comité Ejecutivo.

06/2002 al 12/2002

Analista Comercial - Pasantía

- Análisis de mercado, desarrollo de nuevos productos y clientes.
- Determinación de la demanda y elaboración del plan anual de ventas.
- Definición del producto, posicionamiento y perfil del consumidor.
- Fijación de precios y definición de estrategias comerciales.

CURSOS

Marketing Avanzado (IAE – Universidad Austral)
Análisis de Mercados y Tendencias (Consultora Nielsen)

ACTIVIDADES ACADEMICAS

Ayudante de Cátedra – Universidad de Buenos Aires **(UBA)**
Investigación Operativa
Economía de la Empresa