

Rolando Gerardo Sepúlveda López

Datos Generales

Lugar y fecha de nacimiento: Monterrey NL, 28 de marzo de 1951

Estado civil: Casado

Número de hijos: uno (22 años)

Dirección: Calle La Salle 3209-2, Colonia Lomas La Salle, Chihuahua, Chihuahua CP 31214

Teléfono particular: (614) 430 17 71

Teléfono celular: (614) 142 24 54

Dirección electrónica: rgsepulveda@yahoo.com

Formación Académica

- Alumno del programa de Doctorado en Administración en la UACH
- Maestría en Administración (1977) en el ITESM, Campus Monterrey
- Licenciado en Administración (1971) en el ITESM, Campus Monterrey
- Educación Primaria y Media (1956/1967) en el Franco Mexicano y CUM (Monterrey)

Objetivo Profesional

Continuar mi carrera profesional como Consultor de Empresas y Catedrático en las áreas de Mercadotecnia, Distribución y Planeación.

Seguir desarrollándome como persona y profesional aportando mi experiencia a otras empresas ayudándoles a conseguir sus objetivos.

Experiencia Profesional

Ingresé a Cigarrera La Moderna (hoy British American Tobacco) en Noviembre de 1971 y durante esos años he desempeñado prácticamente la mayoría de los puestos del área de Mercadotecnia (1973-1988) y del área de Trade Marketing y Distribución (1989- 2004)

- Julio 2001 - Enero 2004 Gerente de Trade Marketing Región Norte
Teniendo a mi cargo la distribución y venta de marcas de cigarros de BAT para los estados de Chihuahua, Sinaloa, Durango y Coahuila, en todos los canales. (Detallista, Mayoreo, Conveniencia y Autoservicio)

La Gerencia representaba el 20% de las ventas de BAT en el País, estando integrada por 140 personas divididas en 9 gerencias (sectores)

Principales responsabilidades:

- Distribución y venta de productos de BAT en todos los canales
- Logro de los objetivos de venta
- Administración del presupuesto de gastos
- Desarrollo y Administración del personal de la Gerencia
- Planeación e Implementación de apoyos de Marketing a canales de distribución
- Coordinación de apoyos de los planes centrales de Marketing
- Desarrollo e implementación de proyectos de distribución
- Relación con los diferentes eslabones del canal de distribución

• **1997 - 2001 Gerente de Cuentas Claves**

Responsable del manejo y administración de cuentas claves entre las cuales estaban: Comextra (Extra), Walmart, Soriana, Carrefour, Comercial Mexicana, Diconsa (Conasupo), Sam's, Costco, Gigante, Benavides, Del Río. HEB,

Principales responsabilidades:

- Logro de objetivos de ventas y distribución
- Elaborar planes para incrementar la participación de las cuentas claves
- Negociar los planes de apoyo y exhibición
- Diseñar y negociar las actividades promocionales
- Manejo de las cuentas
- Administración del presupuesto de apoyos y planes
- Relación con las cuentas

• **1995 - 1997 Gerente Nacional del Canal de Mayoreo**

Responsable del desarrollo del canal de mayoreo, que representaba el 40% de la venta total de la compañía

Principales responsabilidades:

- Elaboración de los planes de Marketing al canal de mayoreo
- Implementación y coordinación de actividades de desarrollo del canal
- Entrenamiento y capacitación de vendedores de mayoreo
- Administración del presupuesto
- Relaciones con Mayoristas
- Logro de objetivos de venta del Canal

• **1989 - 1994 Gerente de Planeación Comercial**

Coordinación e implementación de planes del área de Mercadotecnia en el área Comercial (Noroeste, Norte y Sur del País)

Principales responsabilidades:

- Elaboración del Plan Estratégico de Ventas
- Coordinación en la implementación y evaluación de los planes de ventas y distribución
- Desarrollo de planes de Mercadotecnia al área de Distribución
- Coordinación de la implementación de apoyos al área comercial
- Coordinación con el área de Mercadotecnia
- Elaboración de planes de introducción de marcas
- Coordinación de desarrollo de marcas nuevas

• **1985 - 1989 Gerente de Grupo de Marcas**

Elaboración de planes de Mercadotecnia de las marcas a mi cargo entre las cuales estaban: Fiesta, Kent, Winston, Salem, Alas, Gratos, Argentinos y del desarrollo e introducción de marcas nuevas de la categoría de precios medio y bajo, tales como Pall Mall, Fiesta 14, Ases, Del Prado etc.

Principales responsabilidades:

- Elaboración de planes de Mercadotecnia de las marcas asignadas
- Elaboración de planes de introducción de marcas nuevas
- Coordinación del desarrollo de las campañas publicitarias y promocionales
- Administración del presupuesto
- Manejo de las agencias de Publicidad
- Desarrollo y manejo del proceso de desarrollo e introducción de marcas

- **1981 - 1985** Gerente de Planeación de Mercadotecnia

Elaboración de los planes de Mercadotecnia de marcas actuales y nuevos proyectos, coordinador del proceso de planeación del área de Mercadotecnia y su implementación en el área Comercial.

Principales responsabilidades:

- Elaboración e implementación del plan Estratégico de Mercadotecnia
- Evaluación del Plan Estratégico de Mercadotecnia
- Elaboración de planes de introducción de marcas, planes de reposicionamiento, cambios de diseño, mercados de prueba
- Coordinación del proceso de desarrollo de marcas nuevas
- Manejo del presupuesto de apoyos y planes especiales en el área comercial

- **1976 - 1981** Gerente de Servicios de Mercadotecnia

Coordinación de servicios de apoyo al área de Mercadotecnia, coordinando los departamentos de Investigación de Mercados, Análisis e Inteligencia de Mercados, Logística y Administración Comercial a su cargo.

Principales responsabilidades:

- Analizar la información de mercados y del consumidor
- Coordinar los departamentos a mi cargo
- Apoyar al área de Mercadotecnia con la eficiente operación de los departamentos staff
- Coordinación del plan estratégico de Mercadotecnia
- Manejo del presupuesto de Gastos
- Coordinación de la implementación de los planes de Mercadotecnia
- Elaborar los objetivos de Venta

- **1972 - 1975** Ejecutivo de Investigación y Análisis de Mercado

Supervisión y análisis de las Investigaciones de mercado, y análisis de la información estadística del mercado

Principales responsabilidades:

- Analizar la información de las Investigaciones de Mercado
- Supervisar la implementación de las Investigaciones

Experiencia Docente

Universidad de Monterrey

- **1976 - 1978** Profesor de las materias de Investigación de Mercados y Mercadotecnia en la Facultad de ECEA
- **1978 - 1998** Profesor de la materia de Seminario de Mercadotecnia y Planeación Estratégica de Mercadotecnia en el Programa de Graduados en Administración
- **2000 - 2001** Asesor de tesis en la carrera de Licenciado de Mercadotecnia

ITESM (Campus Monterrey)

- 1978 - 1981 Profesor de la materia de Seminario de Mercadotecnia en el Programa de Graduados en Administración

Universidad La Salle Chihuahua

- 2003 - 2007 Profesor de las materias de Planeación Estratégica, Seminario de Mercadotecnia, Mercadotecnia de Servicios, Mercadotecnia Política y de Organizaciones no Lucrativas, Mercadotecnia Internacional, Canales de Distribución, Estrategia de Canales, en la Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Universidad Autónoma de Chihuahua

- 2007 Profesor de la materia Estrategias de Promoción y Comportamiento del Consumidor, Estrategias de Distribución en la Maestría de Mercadotecnia

Canacintra

- 2007 Instructor en el curso de Mercadotecnia y Ventas impartido a micros y pequeños empresarios

Experiencia en Consultoría

He participado como consultor de empresas:

- Bolsas Monterrey (bolsas para basura) (1985-1996). En el Proceso de desarrollo y lanzamiento de productos nuevos. Elaboración de planes de distribución y comercialización.
- Equipos Treviño (muebles de oficina) (1987-1990). En la Organización de su fuerza de ventas, estudios de Segmentación de Mercados y desarrollo de estrategias de Mercadotecnia
- Procasa (productos de limpieza) (1988-1992) En el diseño de planes de Mercadotecnia y lanzamiento de productos nuevos. Estudios de segmentación y análisis de canales de distribución.
- Diversiones Monterrey (Magic Place) (1988-1998), como socio fundador, en el desarrollo del concepto de producto, diseño y desarrollo de estrategias de Mercadotecnia, Coordinación de las campañas publicitarias.
- Casa del CD (Consumibles) (2007). En el análisis de desarrollo de nuevos segmentos, cambio de imagen y en una auditoria de Mercadotecnia
- Keers (Agencia de viajes) (2007). En una auditoria de Mercadotecnia