



PuertoC
comunicaciones & marketing

2017

www.puertoc.cl



Lo que somos y buscamos

SOMOS

Una agencia boutique creada por periodistas con larga trayectoria en medios de negocios y asesorías a empresas.

Profesionales proactivos, usamos pensamiento creativo para elaborar estrategias efectivas.

Expertos en conciliar lo que los clientes quieren transmitir, con los mensajes que a los medios les interesa recibir.

BUSCAMOS

- Alcanzar un ROI muy superior a lo invertido.
- Privilegiar calidad, sin desmerecer cantidad.
- Plantear soluciones, no problemas.
- Nos enfocarnos 100% a lo que el cliente necesita.

Nuestro norte

VISION

Ser una empresa de comunicaciones estratégicas líder en su categoría, sin perder la esencia y ventajas de una agencia boutique, marcando diferencias a través de un servicio personalizado y profundamente comprometido con los objetivos de sus clientes.

MISION

Prestar servicios de alto valor agregado, contribuyendo proactivamente al éxito comercial, al buen posicionamiento de marca y la vinculación de los clientes con la comunidad.

Han confiado en nosotros

CLIENTES

Trabajamos y hemos prestado servicios a empresas de diversas industrias.



Knowledge & Trust



Una empresa 



Han confiado en nosotros

CLIENTES

Trabajamos y hemos prestado servicios a empresas de diversas industrias.



Instituto de Ciencias Tecnológicas



Qué hacemos

Ofrecemos servicios diversificados con probada eficacia.

Comunicación Corporativa 

Estrategias de Marketing 

Gestión de Medios 

Marketing Digital 

Media Training 

Medición de Imagen Corporativa 

Proyectos Editoriales y Contenidos 

Fortaleza

Estrecha relación con los medios de comunicación, tanto directores y editores como periodistas.

Razones

Larga trayectoria trabajando en diversos medios de comunicación líderes en sus respectivos ámbitos.

Constante relacionamiento en diversos eventos y conferencias de prensa.

Respeto ganado por la entrega de contenidos de calidad y al periodista preciso.

Con muchos de ellos, se tiene una relación de amistad, que va más allá de lo profesional.

Gestión de Medios Rentabilidad vs inversión

\$ 700 millones de equivalencia publicitaria

Considerando un cálculo conservador de valor del espacio publicitario

\$ 75 millones de inversión

ROI considerando a clientes con fee permanente,
no proyectos esporádicos

Septiembre 2015 a Septiembre 2016

Chilean Walnut Commission Chile Prunes



Tras experiencias insatisfactorias de Chilean Walnut Commission (ChWC) y Chile Prunes con otras agencias, en mayo 2016 comenzamos un trabajo que pronto dio mayor visibilidad a ambas asociaciones gremiales, representantes de pujantes industrias agroexportadoras del país.

Chilean Walnut Commission Chile Prunes



Desde entonces, ambos gremios han obtenido un sólido posicionamiento, con portadas en diversos medios clave y una equivalencia publicitaria que en los 4 primeros meses de asesoría superó los \$45 millones mensuales (con una mirada conservadora).

Contacto: Andrés Rodríguez, Director Ejecutivo ChWC y Chile Prunes.

Tel 22472 4783 Email: arodriguez@chileanwalnut.com

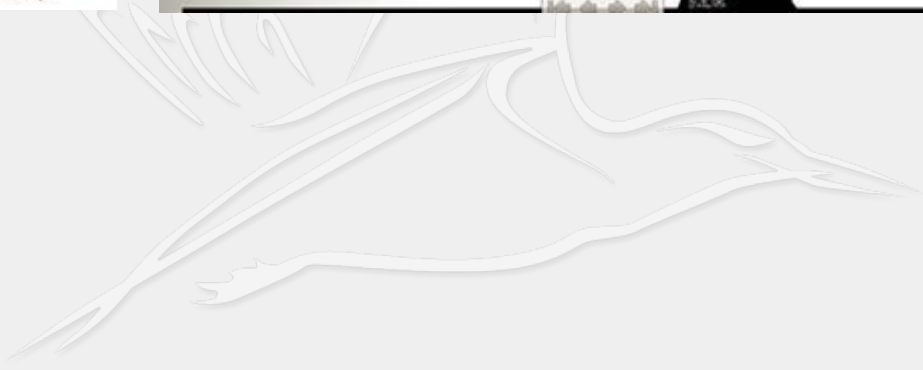
Algunos casos de éxito

BDO Chile

Juntos desde abril 2013



A partir de una nula presencia en medios, la auditora se transformó desde 2014 en fuente recurrente para los periodistas de economía y negocios.



Algunos casos de éxito

BDO Chile

Juntos desde abril 2013

¿Cuáles son los principales activos de Chile, el café, el vino, sus bellezas naturales? Si, pero económicamente hablando, también lo es su marco regulatorio y su política fiscal y monetaria responsable, su estabilidad, su institucionalidad, lo que se ve reflejado en un bajo riesgo país, el cual históricamente ha sido el menor en Latinoamérica. Pero hoy esta reputación está bajo asedio por los casos Penta, SQM y Caval.

Suficientemente, el riesgo país puede considerarse al diferencial entre las tasas de endeudamiento local versus las de EE.UU. Por ejemplo, si el riesgo país de Chile llega a 100 puntos base, indica que la tasa de créditos para Chile es 1% más alta que para EE.UU. Para los agentes económicos, este diferencial refleja de forma concreta el riesgo sistémico de un país.

Dicho esto, ¿cómo se ha visto afectado el riesgo país de Chile con los últimos escándalos políticos? En nada. El riesgo país no ha subido, reflejando así que uno de nuestros principales activos (la confianza internacional en las instituciones chilenas) se ha mantenido a flote, y que en el exterior todavía se cree en Chile. Por lo tanto, Penta, SQM y Caval aún son indicadores de riesgo no sistémicos, casos puntuales que no han dañado los fundamentos de nuestra economía.

Si afectamos, y mucho, al patrimonio de los inversionistas. Por ejemplo, la acción de SQM ha caído cerca de 40% desde que empezamos los cuestionamientos que pesan sobre la empresa, mientras que la tasa de los bonos emitidos por Banco Penta se disparó en más de 300 puntos base tras destacarse el escándalo. Sin embargo, el IPSA no se ha visto mayormente golpeado, tampoco se han detenido proyectos de inversión, ni hay fuga de capitales y el tipo de cambio se comporta con normalidad. Aparte, ninguna clasificación de riesgo ha puesto en duda nuestro investment grade país.

Esto llama a reflexionar que si bien es relevante estudiar las malas prácticas que han quedado al descubierto para consolidar aún más el prestigio de Chile como un país confiable, al mismo tiempo hay que evitar que los vacíos de regulación y caso económico y político que se han escuchado durante los últimos meses sean una profecía autocumplida, cuando en realidad son exageraciones extremas, y más que apurar hacen un flaco favor al país.

Por eso se debe separar la arena política de la económica. Aunque en estos casos se han entrecruzado tangencialmente, sentir alarmas y afectar a uno de nuestros principales activos es otro riesgo que no debemos correr.

TRIBUNA LIBRE

Emilia Venegas

SECTOR FINANCIERO CORPORATIVO & FINANCIEROS DE

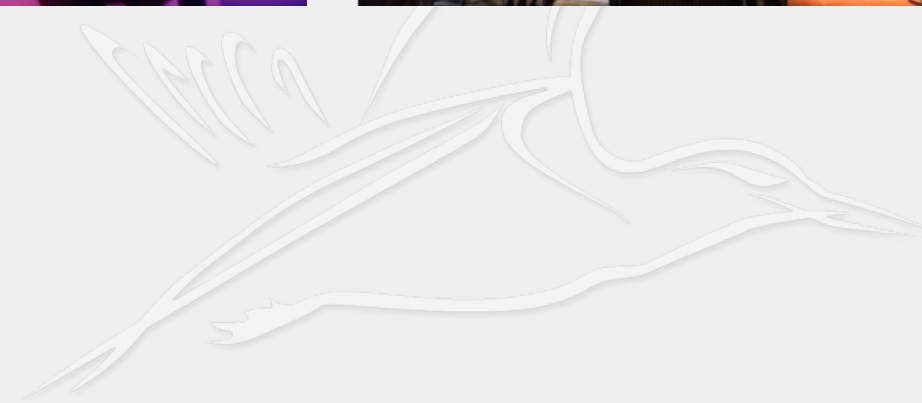
Un riesgo país que no debemos correr



Equivalencia publicitaria en primeros 30 meses de gestión equivalente a \$420 millones.

Contacto: Loreto Cerda, Directora de Marketing & Comunicaciones

Tel 22729 5068 Email: lcerda@bdo.cl



ICR Clasif. de Riesgo

Juntos desde abril 2014

Se ha logrado posicionar a la empresa y sus socios Jorge Palomas y Alvaro Clarke, en actores y referentes permanentes en temas asociados a diversas industrias, así como los propios de la SVS, AFP estatal, Gobiernos Corporativos, Renta Atribuida.



ICR Clasif. de Riesgo

Juntos desde abril 2014



Equivalencia publicitaria que cuadruplica lo invertido en 2016 y posicionamiento estratégico de sus socios en temas clave.

Contacto: Jorge Palomas, Gerente General de ICR

Tel 22896 8200 Email: jpalomas@icrchile.cl



Signature South Consulting-Gosocket

Juntos desde 2011



En los últimos años se potencian los atributos de la firma y el carisma de su líder hasta convertir a Signature en referente en facturación electrónica, más allá de Chile. Gosocket también ha pasado a ser una plataforma reconocida en eCommerce.

Algunos casos de éxito

Signature South Consulting-Gosocket

Juntos desde 2011



Alrededor de 6 - 8 publicaciones mensuales entre 2012 y 2013, con un énfasis de gestión y editorial desde 2014 hacia adelante.

Contacto: Mario Fernández, CEO
Tel 22840 7172 Email: mario.fernandez@southconsulting.com

FutureBrand

Juntos desde 2008

ESTUDIO REALIZADO POR LA CONSULTORA INTERNACIONAL FUTURE BRAND:



Las primeras ideas que mencionan los encuestados al ser consultados sobre Chile son "Valparaíso" y "tranquilidad". La subsecretaria de Turismo, Javiera Montes, atribuyó los resultados al trabajo realizado en promoción.

De 75 países, Chile destaca en la 21ª posición por sus "bellezas naturales"

¿Cuáles son las opiniones que tienen los extranjeros del país? Esa es la principal pregunta que el estudio Country Brand Index, realizado por la consultora internacional Future Brand, pretende descifrar con sus mediciones anuales. En su novena versión, presentada la semana pasada, se evidenció que el atributo más relevante y distintivo de Chile para el resto del mundo son sus bellezas naturales, elemento que posicionó al país en el vigésimo primer lugar, en un listado de 75 países. De las 2.530 personas encuestadas —entre formadoras de opinión y viajeros frecuentes de 17

países de los cinco continentes— se logró desentrañar que, además de ese aspecto, destacan del país sus productos auténticos, comida, buena infraestructura y libertades políticas. "Chile genera percepciones de país ordenado y estable, excelente para concretar negocios en una región donde la estabilidad y previsibilidad económica son conquistas relativamente recientes, pero donde Chile se ha destacado antes que sus vecinos", dice, Gustavo Koniszcz, Managing Director Future Brand Spanish Latin America. En el ranking general, Chile se ubicó en el lugar 46.



FutureBrand se ha transformado en una de las voces más reconocidas en materia de branding en Chile. El estudio Country Brand Index (CBI) de marca país, es reconocido y esperado por los medios.

Algunos casos de éxito

FutureBrand

Juntos desde 2008

CAMBIOS de EJECUTIVOS

En Brandbook

Federico Montes asumió el cargo de managing director de la agencia Brandbook. El profesional cuenta con más de 20 años de experiencia en el mundo del marketing, de los cuales cerca de 8 años estuvo liderando gerencias de marketing en empresas multinacionales para luego incorporarse como socio, por cerca de 14 años, al grupo BBDO.



En FutureBrand

El diseñador titulado de la Universidad del BioBio Marcelo Rojas asumió como director creativo general de FutureBrand Chile. Rojas tiene 13 años de experiencia en branding, trabajando para diversos proyectos latinoamericanos, y entre sus cuentas ha tenido a Sodimac, LAN, Entel, Mail Plaza, Alto del Carmen, CMR y Concha y Toro.



En materia de branding, no hay otra marca que esté a la altura comunicacional de FutureBrand, siendo referente en diversos temas como por ejemplo, Marca-País.

Contacto: Gabriel Badagnani

Tel 22374 2350 Email: gbadagnani@futurebrand.com

Comunicación

Storytelling

Que las historias de nuestras marcas no acaben



¿Pero qué ha hecho que el storytelling vuelva a la palestra con tanta fuerza? Por internet y las redes sociales, dice el creativo y añade que si nosotros queremos crear marcas del futuro, que perduren generando un impacto positivo en la sociedad, debemos tener una historia infinita, una historia diferente a la de cualquier cuento, libro o película, pues no queremos que esas historias digan "fin".

Menos, ser una marca con una historia tan breve como el cuento de Augusto Monterroso: "Cuando despertó, el dinosaurio todavía estaba allí". El desafío de las marcas, entonces, es construir una historia infinita, expresa.

Caso exitoso

Un ejemplo de éxito a mencionar es el de Nespresso, marca que supo entregar una historia en donde no bastan las palabras, sino con todo lo que dice relación con la identidad de marca, lo que pasa en todos los puntos de contacto, como la experiencia en el punto de venta, el proceso de producción del bien, el servicio de postventa, entre otros.

Por otra parte las marcas nunca han sido ajenas al mundo de las historias. "No es que en la actualidad el storytelling se haya vuelto una tendencia -sobre todo en los últimos 4 años- o que vaya a cambiar el escenario completo del marketing. Eso no sucederá ya que el fondo de las historias no han cambiado, solo la forma en que se cuentan, el contexto, sus personajes o escenarios", dice Sebastian Leroux, Senior Consultant de FutureBrand Santiago, en un evento de Seminario.

"Al final, Nespresso desde un producto creó una atmósfera, una experiencia de café de lujo accesible todos los días, en la

casa u oficina", dice el ejecutivo de FutureBrand. Añade, finalmente, que las historias relevantes que construyen marca de cara al futuro, resuelve las tensiones entre lo que las personas quieren hoy y lo que necesitan mañana, y "para ello se requiere co-crear con los grupos de interés más relevantes".

Sebastian Leroux ha trabajado como planner, consultor de estrategias de marca y como Global Brand Manager. Esto le ha permitido conocer toda la cadena de valor en la industria del marketing a nivel internacional. Además, durante su carrera ha liderado proyectos globales y locales para marcas con roles preponderantes en sus categorías y que siempre han buscado una posición de liderazgo. Adicionalmente es Master en Comunicación Aplicada con mención en Engagement Marketing, diplomado en Innovación y Creatividad organizacional, diplomado en Comunicación visual y diplomado en Estrategias de Marketing.



Algunos casos de éxito

Ciisa

Cliente estacional desde 2012



A partir de una nula presencia en medios, el instituto tecnológico se transformó desde 2014 en fuente recurrente para los periodistas de Tecnología y Educación.



Algunos casos de éxito

Ciisa

Cliente estacional desde 2012

En cuatro periodos distintos que suman 20 meses en total, se lograron 171 publicaciones y una equivalencia publicitaria superior a \$ 160.000.000.

Contacto: Arturo Fuentes, Rector
Tel 22663 7800 Email: afuentes@ciisa.cl

HACER LA PRÁCTICA EN EL EXTRANJERO ES UNA POSIBILIDAD

Hasta Canadá van a trabajar los técnicos chilenos

Por Emma Aragón

En Chile estudiar una carrera técnica asegura un futuro, ya que la falta de estos profesionales asegura una alta empleabilidad. Lo que pocos se imaginan es que el título con el que se puede salir bien en nuestro país, algunos optan por irse al extranjero.

Oscar Sotelo, director del Área Informática de CIISA, menciona que han sido varios los casos de egresados que han encontrado trabajo en otros países. Según dice, esto se debe a las certificaciones

internacionales que entrega este instituto profesional. "Los estudiantes han querido salir del mercado laboral nacional y la verdad es que los ha ido bastante bien a donde se fueron", señala.

En sí, el académico hace hincapié en que no todos los IP cuentan con este reconocimiento. Por ello, recomienda a los estudiantes que se interesen en la certificación de CIISA, una opción que el instituto cuenta con las certificaciones internacionales pertinentes.

Programas como la Informática no sólo son valorados en nuestro país. Los egresados de CIISA tienen la opción de realizarse afuera ya que el instituto cuenta con las certificaciones internacionales pertinentes.



des. Son tan requeridas, que incluso CIISA han tenido estudiantes que han hecho su práctica afuera.

Uno de los casos que más destacan es el de Juan Ramos, quien egresó de la carrera técnica de programación computacional. Una vez que concluyó su estudio viajó hasta Toronto, en Canadá, donde consiguió empleo en la empresa Robot Fall Technology. Este trabajo le permitió conseguir gracias a la certificación WES (World Education Service) y la mención de un examen de inglés que certifica que él es como un supervisor.

"El mismo me comentó que le había mandado el título de la certificación y la preparación en inglés", explica el director del Área Informática. Añade, además, que la informática no sólo son competencias. "También es un mundo enfocado a lo social con el desarrollo de proyectos".



Alumno crea chaleco luminoso



► Después de sufrir en carne propia los riesgos de andar en bicicleta por la ciudad, David Jeréz (22), estudiante de Programación del Instituto de Ciencias Tecnológicas (CIISA), desarrolló Smart X Security, un chaleco mochila que emite una luz de seguridad para hacer visibles de noche a los pedaleiros. Se carga igual que un celular y las baterías duran 48 horas encendidas. También tiene señalizador y un sistema que lo hace parpadear en caso de accidente.

Algunos casos de éxito

Inzpiral

Julio 2014 a enero 2015



Inzpiral, "mini Silicon Valley" chileno



Tiene un modelo de negocios único en Chile y poco desarrollado a nivel global. Inzpiral, fundada en 2011, es una fábrica de soluciones tecnológicas que a partir de un transcurso en empresas en el mundo.

Dos altos ejecutivos dejaron la comodidad de sus carreras profesionales exitosas en grandes empresas y se embarcaron en un negocio que piensa global, como pocos en Chile.

Para ello Inzpiral constantemente crea y testa nuevas ideas y prototipos a través de su unidad Inzpiral Labs, además a partir de los prototipos producidos escoblos y envían a los productos recibidos, a un negocio de tecnología especializada, innovadora y con visión global en el segmento B2B (Business to Business), que le permite a las empresas beneficiadas por la tecnología de Inzpiral brindar un mejor servicio al consumidor final... "el cliente de nuestro cliente".

«Creamos negocios desde cero. Generamos las ideas.

armamos los prototipos y reclutamos los equipos de trabajo. Buscamos el financiamiento y los ayudamos a hacer que los autoseñalen. Y quedan involucrados de tal forma que podemos incorporar inversionistas, socios estratégicos y/o en un futuro vendedores», dice Pablo Godoy, CEO de la empresa, reconocido como emprendedor Endeavor en 2012, y uno de los socios

«Queremos hacer cosas de impacto global. Negocios que vendan en todo el mundo, de todo el mundo. Hoy lo hacen empresas tecnológicas estadounidenses, india o de otros. Nosotros queremos romper con ese paradigma y demostrar que en Chile también podemos», agrega Mendoza.

De hecho, la empresa actualmente ya cuenta con operaciones en Chile, Brasil, Colombia, Perú, Argentina y Centromérica, entre los cuales destacan Fogoso, Reddit Benckise, British American Tobacco, Ripley, Larus, CMPL, Erol, LAFAM Air Lines, Dole, OF Market, Ultra, y COPI y la Cámara de Comercio de Santiago.

Además, existe un contacto permanente con grandes emprendedores del Silicon Valley, lo cual es fundamental de hacer cosas de mayor impacto, dice el creador del grupo.

Con un promedio de 8 a 10 publicaciones mensuales, Inzpiral se hizo conocida entre tomadores de decisión y se generó tráfico a los sitios de las marcas Beetrack, Frogmi y Karguroo, alentando el negocio de las mismas.

Contacto: Sergio Mendoza, socio y creador del grupo.

Tel 2377 87207 Email: Sergio.mendoza@inzpiral.com



Christian von der Forst

Periodista de la Universidad Andrés Bello, Máster en Dirección Comercial y Marketing de la U. Adolfo Ibáñez (UAI). Con 20 años de experiencia laboral, principalmente en Economía y Negocios de El Mercurio, también fue consultor en Burson-Marsteller, atendiendo cuentas de grandes clientes. Asimismo, se desempeñó como jefe de Comunicaciones Internas de ING Chile (SURA).

Jorge English

Periodista de la Universidad de Chile, con diplomado en Gestión de Marketing en la U. de Chile y Comunicación Empresarial en la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona, España), suma una larga trayectoria en el área de economía y negocios de medios escritos chilenos –La Tercera, Qué Pasa, Diario Financiero- y de España, y como consultor en materias asociadas a gestión de prensa, comunicación interna, asuntos públicos, marketing, y redacción y edición de contenidos.

No hacemos milagros;
sí, maravillas.

Muchas Gracias!