

Casos y empresas manejadas por Image & Value Management

A. SECTOR PRIVADO

Por ser esta una amplia lista, resaltamos aquí solo las siguientes:

Imagen Corporativa - Mercedes Benz (1989-1996)

- Mercedes Fest, 1989: presentación de las nuevas marcas para una audiencia de 1.200 personas. Fue la primera en su estilo en Costa Rica.
- Noche de Estrellas, 1990: incluyó la estrategia completa conceptual de diseño, montaje, modelos, invitados y sobre todo la gran estrella, el nuevo modelo 500 SL, primero en Costa Rica.
- Expomóvil, 1993: diseño y ejecución de los stands de exhibición, junto con la logística de exposición para atraer público al stand y a nivel interno, promover la asistencia de empresarios y coordinar la visita de empresarios latinoamericanos que se reunían en Costa Rica de la empresa Freightliner.
- Presentación de la línea Freightliner: realizado para un público específico en El Rodeo, Santa Ana.
- Visita del Presidente de Mercedes Benz-Brasil, 1994: presentación especial en el Club Unión, con empresarios, políticos y diplomáticos.
- Das Gesicht, 1995: coordinación y ejecución completa del montaje de la pasarela de las modelos europeas (primeras en Costa Rica) y toda su gira en Costa Rica.
- Primer Día del Trailero, 1996: Presentación de los trailers en sus respectivos stands, diseñados y montados en la feria del Trailero, así como la logística de atención a invitados al stand.
- Además: Torneos de Tenis, participación en la Copa del Café, diseño y construcción de stands para diversas ferias y actividades.

Logro: La compañía Auto Mercantil Ltda., logró año tras año ventas incrementales que le valieron el reconocimiento de su casa matriz en Alemania y la expansión del negocio a Panamá y Guatemala, además del crecimiento en instalaciones.

Sintercafé (1989 – 2000)

- Desde su fundación y durante 11 años, la Semana Internacional del Café (Sintercafé) que se realiza año con año en Costa Rica y a la cual asisten unos 500 invitados del exterior, contó con nuestro asesoramiento en todos los aspectos de Relaciones Públicas y Prensa (nacional y extranjera).

Revista Hayom (1989 – enero del 2004)

- Se trabajó estrechamente con la Comunidad Judía de Costa Rica, para mejorar continuamente este medio de información comunitaria. Se editaron más de 80 ejemplares de la revista, con ediciones especiales desde Jerusalem, simposios internacionales y con el reconocimiento de autoridades judías internacionales.

Bienales de Pintura (1990 –1994)

- Organizadores de las últimas tres Bienales de Pintura L&S, (1990, 1992 y 1994): servicio completo de prensa y relaciones públicas e imagen. ,
- En 1997 se organizó desde sus inicios - Bienarte'97- del Grupo Empresarios en el Arte.

Dalí en Costa Rica (1990)

- Para esta única y gran exhibición de este famoso pintor y escultor español se creó la estrategia completa de introducción, inauguración y permanencia por 60 días en Costa Rica. Hasta el 2006, ha sido la única exposición de este estilo jamás exhibida en Costa Rica.

Incursión de MATRA en la Bolsa Nacional de Valores (1990)

- Al inscribirse en Bolsa Nacional de Valores, Matra presentó sus certificados a los corredores de Bolsa, en el Club Unión. Estrategia completa de Relaciones Públicas, con más de 18 publicaciones de prensa, la asistencia de 200 personas y la colocación de sus certificados en solo dos semanas.

Mutual Alajuela (1990-1992)

- Desarrollo de la primer Estrategia de Comunicación, Imagen y Relaciones Públicas para Mutual Alajuela, la cual cambió el nombre usado por esa entidad, conocida como MADAP, a solo Mutual Alajuela. Hoy por hoy, sigue usando el mismo nombre creado por Image & Value en 1990.

Exposición de joyas italianas Zannin (1993)

- Logística completa para exhibir una colección de obras de arte en joyería en el Hotel Cariari.

Presentación de la nueva línea ISUZU (1992)

- Significó la logística completa y la donación de un vehículo para causas benéficas.

Presentación de la línea Hyundai (1992)

- Al asumir la Corporación Lachner & Sáenz la representación de la marca Hyundai en Costa Rica organizamos una presentación oficial de la nueva marca de vehículos para esa empresa. Fue la primera de varias actividades que llevaron a catapultar la marca Hyundai en Costa Rica, con el gran respaldo de L&S.

Inauguración del Centro de Acopio, Periféricos (1994)

- Con la participación del Presidente de la República y los agricultores de la comunidad de La Chinchilla, en Cartago, se inauguró el centro de acopio de frutas y verduras, el cual proporcionó empleo a cientos de personas en

esa comunidad y permitió ofrecer al cliente de los supermercados productos frescos, directamente del agricultor costarricense.

Inauguración de plantas de beneficiado en seco de café (1995)

- En un periodo de dos meses, se inauguraron las dos primeras plantas de beneficiado en seco de Costa Rica, las cuales eliminaron los malos olores, permitieron una gran economía de agua y dieron a nuestro café el primer paso para convertirlos en ecológicamente sostenibles. La primera en Palmares y la segunda en Pérez Zeledón, correspondientes a Corporación Cafetalera la Meseta y Volcafé (firma suiza), respectivamente. En ambas se contó con la participación de los Ministros de Salud y Ambiente, así como de otras personalidades políticas y del sector caficultor. Por tratarse de eventos fuera de San José, se requirió de una logística previa y detallada para la movilización de participantes y estudiantes de la zona.

Capacitación a prensa sobre Administración por Intervención Judicial (1996)

- Corporación Periféricos, al acogerse a la Administración por Intervención Judicial, nos correspondió capacitar a la prensa nacional sobre los alcances de esta figura jurídica, que más tarde cobrara fuerza por las solicitudes de otras empresas de nuestro país.

Inauguración de las instalaciones de MATRA (1996)

- Nuevamente Matra contrata nuestros servicios de estrategia y logística para inaugurar sus instalaciones en San Antonio de Belén.

Foro de Empresarios, H.B. Fuller, INCAE (1997)

- Como iniciativa de don Walter Kissling (qepd) se organizó un foro de empresarios en Costa Rica, tendiente a buscar medidas que atenúen la crisis de pobreza en el país. Actualmente la iniciativa cobró fuerza instaurando la Asociación de Empresarios para el Desarrollo, de la cual Image & Value fue miembro fundador.

Visita del Vicepresidente de Continental Airlines a Costa Rica (1998)

- El manejo de Relaciones Públicas incluyó una visita al entonces Presidente, Dr. Miguel Angel Rodríguez, así como un almuerzo con 200 agentes de viajes y prensa nacional, implicando la elaboración de press kit, discursos, regalo para el Presidente, vídeos, imagen institucional, etc.

Presentación de la Línea de Celulares Serie 600, Ericsson, para Centroamérica (1998)

- Coordinación completa con la sede en Miami, para el primer lanzamiento de celulares en Costa Rica. La logística completa, diseño de escenarios, convocatoria, mensajes clave, entre otros, lograron más de 20 publicaciones en solo una semana.

Campaña de imagen para VOLCAFE, entre cafetaleros de zonas productoras (1998)

- Tras una investigación de percepción para conocer el grado de aceptación de esta empresa suiza, se implementó una campaña nacional de imagen para la firma, que incluyó relaciones con las comunidades, con el sector productor y recolector de café, así como una campaña de Integrated Marketing Communications.

Inauguración de servicio diario y directo de UPS para Centroamérica (1999)

- Coordinación con casa matriz en los Estados Unidos, para su estrategia en Costa Rica. Coordinación interinstitucional con autoridades del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, a fin de organizar la bienvenida del primer vuelo, así como lograr transmisiones en vivo de las dos principales televisoras costarricenses.

Inauguración de planta de tratamiento de desechos de café para producir energía eléctrica. Coopelibertad R.L.-AMANCO-BTG de Holanda (1999)

- Primera en su estilo en el país esta planta logra descontaminar el ambiente y producir energía a partir de desechos. La actividad implicó una estrategia completa de relaciones con prensa, organización del evento, discursos, relaciones con la comunidad, etc.

Celebración del 35º Aniversario de XELTRON (1999)

- Logística completa del evento que incluyó acercamiento con funcionarios del MOPT para el arreglo de calles aledañas a la compañía, invitación y coordinación para la visita del Presidente de la República y Ministros. Coordinación, invitación y confirmación de visita de empresarios en tecnología y del sector caficultor nacional. Documento conmemorativo.

Inauguración del SONY CENTER (enero del 2001)

- La empresa Sony, domiciliada en Panamá para la región de América Central contrata nuestros servicios para abrir su primer Sony Center. Coordinado con Panamá y su gerente japonés, se logró la máxima asistencia y cobertura de una tienda en Multiplaza. Después otros imitarían lo que se realizó esa noche.

Estrategia de posicionamiento para Certificación ISO 14000, ABOPAC (enero 2002)

- Abonos del Pacífico contó con la asesoría en Relaciones Públicas, para lograr mayor impacto positivo en imagen por la obtención de la certificación ISO 14000, siendo la primer empresa de abonos a nivel Centroamericano que logra esta meta.
- Adicionalmente, durante el año, se logró posicionar a la compañía como un “buen ciudadano corporativo”, implementando estrategias que beneficiaran a la comunidad inmediata – Orotina-.

Proyecto: Por el café y la protección infantil. KRAFT Food (2002-2003)

- Visualizado en su totalidad por nuestra empresa, se presentó este proyecto de proyección comunal, para que Kraft Foods, tomara bajo el abrigo de su programa “Kraft Cares”, este plan para diversos países del área y que cobijara a más niños necesitados dentro de la población caficultora.
- Durante el 2003 Kraft desarrolló el programa en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

Cambio de estructura gerencial e inauguración de nuevas oficinas. Copa Airlines (2002)

- Debido a la reestructuración interna de la aerolínea, se presentó esta nueva faceta de la empresa, con la apertura de sus nuevas oficinas en Torre Mercedes.

Encuentro Nacional de Distribuidores EPSON (agosto 2002)

- Aproximadamente 400 representantes y distribuidores de la marca EPSON, se dieron cita en el hotel Real Intercontinental, para capacitación y presentación de nuevas líneas de productos.

Estudio de Imagen Corporativa y lanzamiento de Garantía SONY (2002)

- El estudio de la imagen de esta compañía se realizó simultáneamente en Panamá y Costa Rica, cuyos resultados fueron presentados a los CEO japoneses, en Ciudad de Panamá. En ese mismo año se lanzó la “Garantía Sony”, en junto con casas distribuidoras de sus productos como El Gallo más Gallo, AVISA y Exclusividades Simón.

Día Nacional del Deporte, la recreación y la salud -ADIDAS (2003)

- Adidas Forever Sports, representado en Costa Rica por la firma Doycos S.A. patrocinó esta actividad nacional, gracias al proyecto presentado por Image & Value Management, tendiente a que Adidas al ser una empresa con productos deportivos, patrocinara el Día Nacional del Deporte en Costa Rica. Hasta el 2006, Adidas ha sido la única empresa que ha patrocinado y cubierto el costo completo de este Día, gracias a la logística de Image & Value, que logró la participación de otras firmas, deportistas, conjuntos de música y voluntarios que ayudaron para que este día se reunieran más de 10 mil participantes.

Estrategia de Marketing para Transitions Optical Panamá- Costa Rica (2003)

- Mediante diversas tácticas se realizaron visitas nacionales a las diferentes ópticas de ambos países, para posicionar el nombre de la empresa y ofrecer promociones de su producto. Se realizaron 240 visitas.

Estudio y Estrategia de Imagen Corporativa LAFISE (2003-2004)

- En coordinación con Bancentro se realizaron los estudios e investigaciones previas que permitieron el cambio paulatino del Bancentro a LAFISE en Costa Rica, con gran éxito y reconocimiento. Tras tres años de asesoramiento, el nombre de Lafise está posicionado y no se recuerda el de Bancentro.

Estudio y Estrategia de Imagen y Valor Percibido INTERBOLSA (2004)

- Este Grupo Financiero Bursátil aprobó el proyecto mediante el cual se consultó, mediante encuesta exhaustiva, a sus clientes, personal interno, Junta Directiva y prensa nacional, sobre la percepción del Grupo. A partir de los resultados, Interbolsa posiciona su Unique Selling Proposition (USP), como: “Asesoramos y convertimos sus ahorros en inversión”. Se utiliza en todos los departamentos por todas las personas y es parte del día a día empresarial en Interbolsa.

Líneas Aéreas

- Líneas Aéreas Costarricenses (LACSA): se laboró desde 1984 a 1991. Durante este periodo se trabajó en la imagen externa e interna de la aerolínea, además se dio énfasis al cambio de flota, el inicio de la globalización y alianzas, la apertura de rutas a diversos destinos de EE.UU. y América Latina, así como el desarrollo de su transporte de carga, entre otros.
- United Airlines: durante 1996-1997 impulsamos los servicios e imagen de esta empresa. Se realizaron diversos Fam Trip, el Vuelo de la Fantasía con niños costarricenses y salvadoreños, cobertura completa para el Torneo de Golf patrocinado por esta entidad, inauguración del vuelo a Guatemala.
- Continental Airlines: Desde 1994 a la fecha. Durante estos años, han sido muchas las actividades ejecutadas, entre las de mayor envergadura están: Sondeo de Imagen con periodistas que cubren el área de turismo y transporte, Fam Trip a diversos destinos de la aerolínea (San Antonio-Texas, Houston, New Orleans y New York), organización de las fiestas de Navidad y Año Nuevo, coordinación de giras con periodistas para reportajes especiales en Panamá y Houston, lanzamiento de la Tarjeta de Crédito Continental-Banco del Pacífico-Visa, coordinación total de la visita del Capitán Peter Hernández, Inauguración de la Sucursal en San Pedro, Patrocinio del Equipo de Costa Rica en Torneo de Golf Juvenil Mundial, coordinación total de la visita del Vicepresidente de la compañía Greg Brennenman, para la firma de la alianza con COPA, entre muchos otros.
- Copa Airlines: A partir la compra de acciones por parte de Continental Airlines, Image & Value Management ha manejado las relaciones públicas e imagen de la aerolínea en Costa Rica, incluyendo el cambio de imagen corporativa debido a dicha alianza estratégica, el posicionamiento de su nueva estructura gerencial y las nuevas oficinas desde el 2002. Gracias a la labor realizada, se ha conseguido colocar a Copa como una de las

aerolíneas de mayor fortaleza en la industria centroamericana y en especial su Hub en Panamá.

Abbott, División Nutricional (2003, a la fecha):

Desde Guatemala ingresa Abbott con su primer producto a posicionar en el mercado Centroamericano: Pediasure. La estrategia cubre Guatemala, El Salvador y Costa Rica, con un trabajo bajo el esquema del IMC, con la publicidad incluida. Gracias al logro en ventas, superior a lo esperado, para el 2006, se incluyen además Panamá, Nicaragua y Honduras en toda la estrategia de relaciones públicas y publicidad.

Desde el 2005 se inicia con Ensure y en el 2006 se cubren todos los países de América Central en una estrategia corporativa de Relaciones Públicas, mientras la publicidad se focaliza en Guatemala, El Salvador y Costa Rica.

En el 2006 se comienza con el producto Gain Plus y su sistema Eye Q, con Relaciones Públicas y Publicidad en Guatemala, El Salvador y Panamá.

Abbott, División Médica (2003, a la fecha):

Desde Guatemala ingresa Abbott con una estrategia especial para retomar el tema del Sida en Costa Rica, pues luego que pasó de moda la enfermedad las personas se despreocuparon, aumentando el riesgo ya demostrado de infección con las mujeres. Por ser un producto de prescripción médica y que no se puede mencionar, se realizó una labor de conscientización que abarcó más de 100 noticias en los medios en tres meses de campaña y se cerró con un seminario sobre el SIDA.

En el 2006 se comienza con el producto Dayamineral con Relaciones Públicas y Publicidad en El Salvador y Costa Rica.