

MARTES
LABORALMIÉRCOLES
MEMORIASJUEVES
EMPRESAS Y SOCIEDADVIERNES
PUBLICIDAD & MKT

Apoyo refuerza portafolio de servicios con Apoyo Branding

Pese a coyuntura del sector, la facturación de la compañía creció 23% a abril.

.....
CLAUDIA PAAN
.....

La desaceleración económica no solo ha impactado a las agencias publicitarias y centrales de medios, sino también a las empresas de comunicación y relaciones públicas. Algunos clientes han encontrado en estos servicios espacios donde recortar gastos, ya sea haciendo menores acciones o simplemente terminando contratos.

En este contexto, Apoyo

Comunicación ha buscado darle la vuelta a la situación y seguir su crecimiento en posicionamiento y ventas fortaleciendo su portafolio de servicios. Es así como no hace mucho lanzaron una nueva unidad de negocios dirigida a la asesoría en gestión estratégica de marcas: Apoyo Branding.

Gabriel Ortiz de Zevallos, fundador y presidente del grupo, menciona que con esta iniciativa esperan brindarle más servicios a



APOYO COMUNICACIÓN

LOGRO. Ejecutivo dice que la firma creció 90% en tres años.

sus clientes actuales y sumar otros más. Esta jugada—agrega—es estratégica en momentos en los que el mercado comienza a entrar en un proceso de profesionalización.

Y es que mientras algunos clientes buscan opciones económicas en comunicaciones, otros prefieren que sus agencias les brinden servicios con mayor valor agregado, lo cual hace que las exigencias y competencia sean mayores.

Cabe mencionar que Apoyo Branding fue formada en alianza con b2o, una compañía líder en el campo de gestión de marcas dentro del mercado chileno.

Metas por cumplir

Ortiz de Zevallos menciona que en los últimos tres años

la empresa ha avanzado en 90%. En el 2014 su facturación se incrementó en 23%. Y la buena racha sigue este año: a abril pasado creció 23%.

Por ello, además de Apoyo Branding, el ejecutivo comenta que reforzarán sus negocios en las áreas digital, comunicación interna y de sostenibilidad y responsabilidad social, servicios que hoy en día tienen alta demanda entre sus clientes.

MÁS DATOS

FUERTE INNOVACIÓN

Durante el 2014, el 40% de los ingresos de Apoyo Comunicación correspondió a nuevos servicios desarrollados en los últimos 3 años.