

Postulación Premios Eikon
Difusión Estudio Universidad de Berna
Siente la Marea SPA

CATEGORIA

Categoría 4 - Relaciones con la Prensa

CASO

Estudio Universidad de Berna

COMPAÑÍA

The Copper Company

DEPARTAMENTO

Gerencia General

-

PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Felipe Morandé, Director de Prensa, Siente la Marea

TWEET:

Estudio de Berna por The Copper Company: empresarias chilenas crean mascarillas de cobre que eliminan el COVID-19 en 5 minutos.

INTRODUCCIÓN

The Copper Company es una compañía chilena de science-fashion fundada el año 2014 – con el apoyo de Codelco – que desarrolla innovación textil a través del uso de partículas de cobre con fines sanitarios. La compañía es liderada por un equipo de mujeres formado por: Luz Briceño, fundadora y CEO; Rocio Cassis, Gerenta Comercial, y Soledad Silva, Gerenta de Finanzas.

The Copper Company trabaja con tecnología textil patentada y sus productos son certificados por la Unión Europea como dispositivos médicos. Actualmente comercializan mascarillas, ropa médica, ropa de cama, ropa deportiva, cubre asientos para taxi, entre otros insumos.

En marzo del 2020, a inicios de la pandemia, comenzaron a producir mascarillas y en septiembre ya habían vendido un millón de dólares en este producto. De ese total, el 75% de su venta correspondía al mercado nacional y el resto a exportaciones a 15 países, entre los que destacan Japón, Dubái, Perú, Francia, Alemania, Turquía e Italia. De las ventas generadas en Chile (hasta

Noviembre 2020), el 99% correspondía a ventas por mayor a empresas (Canal B2B) y menos del 1% restante, a través de la página web de la compañía (Canal B2C).

Considerando la potencial relevancia de sus productos como solución sanitaria a nivel global, en octubre del 2020, la compañía encargó un estudio al reconocido laboratorio del Instituto de Enfermedades Infecciosas de la Universidad de Berna, en Suiza. Los resultados obtenidos validaron que las telas con partículas de cobre desarrolladas y patentadas por The Copper Company eliminan en 5 minutos un 84.86% de la colonia viral del virus SARS-CoV-2, cepa de Wuhan, y luego de 2 horas un 95%.

A partir de esta validación científica, solicitaron a Siente la Marea una estrategia de comunicación internacional, que permitiera posicionar las credenciales de la compañía ante la opinión pública, con el fin de potenciar el alcance, reconocimiento y valoración de sus productos como solución de salud, en el territorio nacional y los mercados de Latinoamérica, Europa y Medio Oriente.

PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA

La estrategia de comunicación del Estudio de Berna tuvo una duración de dos meses (Diciembre 2020 y Enero 2021) y consideró cuatro objetivos:

1. Posicionar a la compañía como un referente mundial en la creación de textiles para combatir la crisis sanitaria generada por el Covid-19, respaldada por los resultados obtenidos en el Estudio de la Universidad de Berna.
2. Activar alianzas para presentar a la compañía como un ejemplo de negocio a nivel imagen país ya que trabajan con cobre, aplicando innovación y tecnología en Chile.
3. Posicionar a las socias fundadoras como empresarias chilenas líderes en el mundo de los negocios relacionados a la innovación.
4. Potenciar las ventas a nivel nacional en sus canales B2B y B2C.

Para lograr estos objetivos desarrollamos una campaña de relacionamiento con prensa que consideró los siguientes mensajes clave:

- La mascarilla de The Copper Company es el escudo ante el coronavirus. Con la investigación realizada por el laboratorio de la Universidad de Berna, ubicada en Suiza, los científicos comprobaron que la tela de The Copper Company elimina en 5 minutos un 85% de una colonia viral de SARS-CoV-2 de la cepa de Wuhan y en 2 horas, un 95%.
- El cobre desintegra la membrana lipídica (cápside exterior) del virus SARS-CoV-2, al producirse un intercambio de iones, inhibiendo su reproducción. Además, el cobre es un metal que tiene propiedades anti-microbiales (antivirales), lo que le permite inactivar bacterias, virus, ácaros y hongos. Chile es el principal productor de cobre a nivel mundial.
- Mujeres empresarias chilenas marcan pauta a nivel internacional en innovación, generando una solución sanitaria de impacto mundial ante los desafíos de la pandemia. El 2015 partieron The Copper Company y a la fecha han firmado acuerdos de distribución

con Amazon, tienen socios en países como Japón y Suiza, y un porcentaje alto de sus ventas son en el mercado norteamericano y europeo. Sus tejidos están patentados (tienen 2 registros de marca), tienen etiqueta CE (reutilizable), están aprobados por la Unión Europea como dispositivo médico y las mascarillas de The Copper Company se comercializan en 15 países. Actualmente están proyectando un plan de expansión a nuevos mercados.

- The Copper Company tiene una amplia gama de productos textiles, como mascarillas, ropa médica, ropa de cama para hospitales y hoteles (cubre colchones y almohadas) y toallas. Todos sus productos pueden ser adquiridos dentro de Chile a través de su e-commerce en www.thecoppercompany.com

Para posicionar los mensajes claves trabajamos con una base de datos que consideró:

1. Medios de distribución nacional, como canales de televisión, diarios, sitios web, revistas y radios, en las secciones de actualidad, economía, emprendimiento e innovación, ciencia, tecnología, moda y medios femeninos.
2. Medios de televisión y prensa escrita internacional con especial énfasis en Colombia, Italia y Emiratos Árabes.

El plan consideró tres dimensiones de gestión:

- Relacionamiento y gestión de prensa nacional.
- Activación de alanzas estratégicas con organizaciones públicas.
- Relacionamiento y gestión de prensa internacional.

Con la finalidad de llegar a los siguientes públicos objetivos:

- Consumidores chilenos de todo el territorio nacional.
- Sector empresarial chileno.
- Autoridades de Gobierno en sector de Economía, Relaciones Exteriores y Minería.
- Potenciales inversionistas internacionales (Colombia, Italia y Emiratos Árabes).

DESARROLLO/EJECUCION DEL PLAN (TÁTICAS Y ACCIONES).

Activamos el plan con gestión de notas en medios de distribución nacional de alcance masivo, posicionando principalmente los resultados del estudio de Berna, donde destacan las coberturas en el cuerpo de Innovación de El Mercurio, sociedad de LUN y crónica en La Cuarta.

Posteriormente se gestionaron entrevistas en TV, para posicionar la experiencia de éxito de la compañía y la propuesta de valor de sus productos a través de las voces de sus fundadoras.

Destaca la cobertura en el matinal Buenos Días a Todos de TVN.

Complementando el trabajo en los canales de televisión, se activó la gestión de notas de economía y negocios enfocadas en la comunicación de cifras de crecimiento y exportaciones, principalmente a partir de la vocería de Rocío Cassis, gerenta comercial de la compañía.

Terminando la fase económica, se activó una estrategia de relacionamiento con Fundación Marca Chile y el Ministerio de Minería, con el propósito de vincular la marca a los programas de exportación del Ministerio de Relaciones Exteriores, logrando ser incorporados en el catalogo oficial. Paralelamente gestionamos vocerías complementarias del Ministro de Minería, Baldo Prokurika, para respaldar la comunicación de la compañía ante medios internacionales, las que no fueron incorporadas, dado el cambio de gabinete asociado a este Ministerio.

Para finalizar, se desarrolló una traducción del comunicado de prensa al inglés, el cual fue enviado a agencias de noticias internacionales y se gestionaron notas uno a uno con medios en Italia y Emiratos Árabes. Destacamos la cobertura de las agencias de noticias internacionales Press Wire, Great Reporter, ANSA Italia y la cobertura internacional televisada de Al Jazeera .

RESULTADOS

56 publicaciones en total

- 2 repercusiones en televisión: Entrevista en el matinal Buenos Días a Todos de TVN y entrevista en Al Jazeera de los Emiratos Arabe.
- 3 entrevistas en radio: Infinita, Duna y La Clave.
- 3 repercusiones en agencias de noticias internacionales: Great Reporter, Press Wire y una entrevista para ANSA.
- 5 publicaciones en medios escritos: El Mercurio (Innovación), LUN, La Cuarta, Publimetro y Revista Paula.
- 44 publicaciones en medios digitales: La Tercera TV, La Tercera Practico, Fast Check, Radio Rock & Pop, Radio Romántica, Página 7, El Desconcierto, El Dinamo, Radio Bio Bio, además de lograr cobertura en las redes sociales (Instagram y Twitter) de MEGA, CNN Chile, CHV, Canal 13 y 24 horas.
- Tweet orgánico de Andróniko Luksic destacando el trabajo de The Copper Company.
- \$100.000.000clp en ventas durante enero 2021 por canal B2C.
- Aumento de 2K a 13K Followers en su cuenta de instagram (sin campaña digital).

Valorización retorno en prensa: \$260.670.594