

NOMBRE DE LA EMPRESA OBJETO DEL ESTUDIO: **PORTALMAS (Anbru Servicios Publicitarios, S.L.)**

SECTOR AL QUE PERTENECE: **Medios de comunicación**

PRESIDENTE O GERENTE DE LA EMPRESA: **Andrés Sanchez / Carmen García**

LOCALIZACIÓN: **Dénia (Alicante)**

NÚMERO DE EMPLEADOS: **7**

AÑO DE FUNDACIÓN DE LA EMPRESA: **2.006**

CONSULTORA QUE PRESENTA EL CASO: **Coto Consulting**



### ANTECEDENTES:

En marzo de 2006 sale a la calle el primer número de PORTALDENIA, el primer periódico gratuito de la comarca, inicialmente mensual, a color y con una tirada de 15.000 ejemplares que llegaba a 45.000 habitantes de Dénia. Dado la buena acogida de la población y el interés de las empresas, en apenas tres meses la periodicidad pasó a ser quincenal y al poco tiempo se lanzó el sitio web como complemento del medio escrito. Una de las primeras claves de éxito fue su distribución gratuita y directa a los buzones de los hogares de los lectores.

Durante ese mismo año, COTO CONSULTING empieza a trabajar con el medio de comunicación con la realización de un estudio de mercado cuantitativo a través de encuesta directa destinado a conocer la penetración real del medio en el mercado y definir el perfil de cliente y su grado de satisfacción así como las áreas estratégicas de mejora. Tras la realización de la primera encuesta anual, entre otras cosas se advierte que se imponía escribir noticias más breves y concisas, que había que modernizar el diseño para poder diferenciarse y aportar dinamismo y que se debía ampliar su influencia comarcal y potenciar

la presencia y el contacto on-line con el lector. En su segundo año de andadura y tras un proceso inicial de reflexión estratégica, el medio crea la marca PORTALmas e inicia una segunda etapa lanzando el periódico PORTALONDARA en la vecina localidad en la que rápidamente se convierte el medio local de referencia. A partir de ahí, era el momento de unir el conocimiento adquirido y dar el salto a un proyecto de mayor envergadura para llegar a la totalidad de la comarca de la Marina Alta.



#### RETOS ESTRATÉGICOS A LOS QUE SE ENFRENTABA:

El objetivo central del proceso de cambio no era otro que lograr consolidar un liderazgo comarcal del periódico a través de un reposicionamiento basado en ser un medio moderno, atractivo, cercano, dinámico, independiente, sostenible y adaptado a las nuevas tecnologías. Este es el reto estratégico principal que se plantea en el medio de comunicación y sobre este eje estratégico que se define conjuntamente, deberían girar todas las acciones posteriores a realizar en la empresa. Cualquier acción que se pusiera en marcha debería ser coherente con la estrategia consensuada. Ningún cambio podría mantenerse al margen o realizarse en paralelo a este nuevo posicionamiento.

Para conseguir el reto estratégico central, había que ampliar su mercado de referencia, maximizar y ampliar canales de comercialización y difusión del medio y mejorar la notoriedad a través de la marca y el contacto permanente con el lector.

#### SOLUCIÓN PLANTEADA:

COTO CONSULTING S.L. ha realizado un trabajo en dos líneas claramente diferenciadas, un trabajo constante de investigación de mercados junto a un asesoramiento estratégico y seguimiento de las acciones implantadas derivadas del mismo:

Investigación de mercados sobre la demanda final. Año tras año desde su primera publicación, el medio ha dispuesto de información actualizada sobre su nivel de penetración, posicionamiento frente a la competencia y características de su demanda final, los lectores. Este trabajo ha permitido al medio desarrollar acciones estratégicas de forma sólida, con un riesgo minimizado y basadas en información objetiva y concreta.

A partir de los trabajos de obtención de información se ha ido desarrollando un proceso de asesoramiento estratégico de la empresa, a través de la elaboración conjunta del Plan Estratégico mediante reuniones de trabajo, ejecución de las acciones y un seguimiento posterior de los resultados y desviaciones, introduciendo mejoras y cambios a medida que se podía tomar el pulso de los resultados obtenidos. Al encontrarse frente a un equipo directivo dinámico, joven y con capacidad de decisión y acción rápida, se pudo trabajar con rapidez para introducir las correcciones y mejoras necesarias que permitieran alcanzar los objetivos estratégicos planteados.

### APLICACIÓN POR LA EMPRESA:

El 20 de Junio de 2009 con una tirada que supera los 50.000 ejemplares, sale el primer número de PortalMás, un periódico comarcal global, con una nueva estructura de secciones diferenciadas por localidad (PortalDénia, PortalOndara, PortalXàbia, etc.), una reestructuración de contenidos y nuevas secciones como "A vora Mar", "PortalGourmet" y "PortalPymes", un foro con noticias y convocatorias de interés para las pymes así como un lugar de intercambio de ideas entre ellas, encontrando también nuevas secciones traducidas a idiomas como alemán o inglés. Una vez obtenida la nueva estructura de secciones y contenidos, se diseñó la nueva imagen y la maquetación del nuevo periódico y se realizó un restyling de la marca. Asimismo, todas estas acciones iban acompañadas del gran paso digital, otra de las principales actuaciones efectuadas con el esfuerzo económico de la empresa principalmente y con el apoyo de algunos programas de ayuda pública (como el programa innovadoras) para desarrollar una plataforma web 3.0 con canal de TV [www.portalmás.net](http://www.portalmás.net) que supone un espacio virtual que ofrece información actualizada al minuto. Se trata de una web que se lee, se mira y se escucha donde los propios lectores pueden ejercer de periodistas enviando sus crónicas, imágenes y videos. Asimismo, a través de una suscripción online gratuita el lector recibe diariamente y a primera hora de la mañana todas las noticias y actualidad de la comarca que junto a las noticias sms, ha logrado desestacionalizar la tirada quincenal. El portal es también un lugar de servicios; el tiempo, lotería, cotizaciones de bolsa, cartelera de cine, estado de las carreteras, teléfonos de interés, diccionarios y traductores on-line, etc. Otra de las novedades ha sido la programación y creación de blogs en el portal y la gestión de redes sociales a través de la figura de un community manager propio. Asimismo se ha desarrollado un sistema de alertas en la página web para móviles. En el nuevo sistema de gestión de noticias, los periodistas pueden subir noticias al servidor desde cualquier sitio de forma que la noticia se comunica en tiempo real y se publica automáticamente en la web. Por otro lado, otras de las actuaciones han sido la incorporación de un sistema CRM como software de apoyo para la mejora de la gestión de relaciones con clientes. Asimismo, y en



coherencia con el posicionamiento derivado del Plan Estratégico, la conciencia medioambiental ha llevado al periódico a editarse en papel reciclado y blanqueado totalmente libre de cloro. Y como todos los ejemplares se distribuyen, no se desperdicia ni un solo ejemplar.

### RESULTADO DE ÉXITO:

Con una inversión que supera los 80.000 € para adaptar y crear un nuevo medio de comunicación global pionero, PORTAL MAS se ha convertido en la publicación referente y de mayor tirada de la comarca y se ha conseguido desestacionalizar la tirada quincenal a través del trabajo de la plataforma web, que se ha convertido en la web más visitada de medios de comunicación de la comarca de la marina alta. Asimismo se ha convertido en el primer periódico trilingüe de la zona norte de Alicante, abarcando las comarcas de la marina alta y marina baja.

El gran reto actual es pasar a la periodicidad semanal, consolidar el liderazgo y la publicación de referencia en cada municipio comarcal, acabar de implantar el software ERP parametrizado y seguir liderando la información on-line para estar preparados para el nuevo escenario digital en que se transformarán los medios de comunicación.

PORTAL MAS  
se ha convertido en  
la publicación referente y de  
mayor tirada de  
la comarca y se ha conseguido  
desestacionalizar la tirada  
quincenal a través del trabajo  
de la plataforma web,  
que se ha convertido en la web  
más visitada de medios de  
comunicación de la comarca.