

Presentación / Dossier Informativo de ICC

(A partir de la información disponible en www.icc-marketing.com)

INDICE	PAGINA
0. Servicios para las principales empresas e instituciones en Canarias.....	3
1. Historia.....	4
2. Los servicios de ICC.....	5
2.1. ICC Seguimiento de Medios. 2 millones de noticias sobre Canarias desde 1998.....	6
2.1.1. Seguimiento de Televisión.....	6
2.1.2. Seguimiento de Radio	8
2.1.3. Seguimiento de Prensa.....	9
2.2. ICC Centro de Llamadas y Marketing Telefónico.....	11
2.2.1. Atención telefónica en español, inglés y alemán	12
2.2.2. El Centro de Llamadas de ICC: 24 horas de servicio, 365 días al año.....	12
2.2.3. Los Servicios del Centro de Llamadas de ICC.....	12
2.3. ICC Campañas de Venta y Promocionales.....	13
2.3.1. ICC vende cerca de 400 millones de pesetas en 45 días, a través de una campaña para el grupo Saba.....	13
2.3.2. Canarias 7 confía a ICC la logística de sus promociones.....	14
2.3.3. ICC es la consultora de la campaña de divulgación del Euro en Canarias.....	14
2.3.4. En 1998, la campaña del REF.....	15
2.4. ICC Investigación de Mercados.....	15
2.4.1. ICC Investigación Cualitativa.....	16
2.5. Internet.....	20
2.6. Consultoría y Otros Servicios.....	21
2.6.1. Otros Servicios.....	22
2.6.2. Edición 00/01 de la Guía de la Comunicación.....	23
3. Muestras y Seminarios.....	24
3.1. Las nuevas herramientas de venta para las empresas. Vender en el mercado regional. Nuevas tendencias de comercialización.....	24
3.2. Aplicación de Internet en el Departamento Comercial y de Marketing. El impacto de Internet en el resto de departamentos de la empresa.....	26
3.3. II Muestra Medios de Comunicación y Contenidos Informativos Canarias.....	27

4. Las Garantías de ICC.....	27
4.1. Todos los servicios tienen garantía, por contrato.....	27
4.1.1. <i>La garantía económica</i>	27
4.1.2. <i>La garantía de la experiencia</i>	27
4.1.3. <i>La garantía de los clientes</i>	28
5. Los Clientes de ICC.....	28
5.1. Una respuesta para cada empresa y organización.....	28
5.1.1. <i>Empresas privadas</i>	28
5.1.2. <i>Organismos Públicos</i>	31
5.1.3. <i>Asociaciones y Organizaciones</i>	32
6. Alianzas y Desarrollo Empresarial.....	34
6.1. Alianzas.....	34
6.2. Acuerdos de colaboración comercial.....	34
6.3. Áreas de desarrollo de ICC.....	35
6.4. Delegación en Madrid.....	35
7. Filosofía y Método de Trabajo.....	35
8. Consultores Asociados.....	36
8.1. ¿Deseas hacer negocios dentro de ICC? ¿Quieres convertirte en Consultor Asociado de ICC?.....	36

Servicios para las principales Empresas e Instituciones en Canarias

ICC Consultoría

Internet, Telecomunicaciones, Medios de Comunicación y Asesoría de Imagen de líderes políticos y sociales son algunas de las principales áreas de Consultoría.

ICC Comercio Electrónico y E-Business

El impacto de Internet en todas las áreas de la empresa (e-business) y diseño de estrategias globales para que su organización venda a través de la Red (e-commerce).

ICC Seguimiento de Medios

Conozca cómo los medios de comunicación ([Televisión](#), [Radio](#) y [Prensa](#)) de las Islas Canarias reflejan la presencia informativa de su organización o empresa, o de un determinado sector de actividad. Banco de titulares de 2 millones de noticias.

ICC Campañas de Venta y Promocionales

Experiencia en campañas de venta y promociones en los principales sectores de actividad, en las 7 islas.

ICC Centro de Llamadas:

Un avanzado Call Center Privado que ha atendido ya más de 250.000 llamadas.

ICC Investigación de Mercados

Canarias es un mercado con enormes peculiaridades, fruto de la lejanía e insularidad. ICC lo estudia y analiza mediante investigación cuantitativa y [cualitativa](#).



Otras actividades y alianzas de ICC



ICC participa en el [Proyecto Europeo Proteleuses](#)

ICC desarrolla [proyectos](#) para Interreg y [servicios](#)

ICC cuenta con una [Consultoría en Marketing Político](#)

Enrique G. Fárez
y Red de Consultores



ICC participa en el portal de la [Reserva de Inversiones de Canarias](#)

ICC es representante en Canarias de los servicios de Audiotelex y líneas 906 de [Halcor Telecomunicaciones](#)



ICC y la Agencia Interactiva [Triple Digital](#) han desarrollado un acuerdo de colaboración para el impulso de actividades conjuntas en el mercado canario.

ICC participa en la consultora [EmprendedoresCanarios.org](#)



1. HISTORIA

1992/2003: 12º Aniversario

A principios de la década de los noventa profesionales con una amplia experiencia en el mundo de la comunicación fundaron ICC (Iniciativas de Comunicación de Canarias), después de detectar en el mercado regional las siguientes necesidades:

- La posibilidad de incorporar las nuevas y más avanzadas técnicas del marketing: [investigación de mercados](#), [marketing telefónico](#), [marketing promocional](#), [organización de eventos](#), [relaciones públicas y gabinete de prensa](#), y en los últimos años, [Internet](#).
- La dificultad que las principales instituciones y empresas poseían de conocer con exactitud las noticias e imagen que de ellas se difundían a través de los programas informativos de las [radios](#) y [televisiones canarias](#), o la dificultad para contar con un [dossier de Prensa Regional y Nacional](#) a las 8,30 de la mañana en cualquier lugar del archipiélago, debido a la insularidad. Sus dirigentes y gabinetes de prensa difundían noticias, pero carecían de los métodos de control de su repercusión en medios de comunicación como la radio y la televisión y, por lo tanto, en amplios ámbitos de la sociedad.



Enrique G. Fárez,
presidente de ICC

ICC nació para responder a tales demandas, aplicando [una especial filosofía y metodología de trabajo](#).

Durante estos años hemos trabajado para:

- Acercarnos a nuestros clientes, con apertura de sedes en Tenerife, Gran Canaria y una [delegación en Madrid](#).
- Otorgar [auténticas garantías](#) sobre la calidad y fiabilidad de sus servicios.
- Reforzar [el volumen y cualificación de nuestros profesionales](#) (trabajadores fijos y [Consultores Asociados](#))
- Desarrollar una constante política de inversión tecnológica.
- Generar una abundante comunicación corporativa, tal como lo refleja nuestro [Dossier de Prensa](#) (noticias en periódicos regionales y nacionales protagonizadas por ICC durante todos estos años) o nuestro [Boletín de Noticias "Respuestas ICC"](#).
- Generar nuevos y exclusivos servicios que respondan a las cada día cambiantes necesidades que las empresas canarias poseen: vender, comunicar a través de nuevos caminos, sin descuidar a los que ya han mostrado su eficacia.
- Asumir el compromiso que una empresa posee como agente social, desarrollando la iniciativa [ICC Solidaria](#).

La vocación de ICC, desde el principio, ha sido la de aportar imaginativas respuestas en marketing y ventas, por lo que ha efectuado un especial esfuerzo de innovación.

Hoy, ICC es una empresa de [servicios especializados](#) en marketing, muchos de ellos exclusivos en Canarias, preparada para dar una respuesta integral a las necesidades que las empresas y organizaciones de diversos [sectores](#) poseen.

2. LOS SERVICIOS DE ICC

- **ICC Seguimiento de Medios**
 - www.canariasesnoticia.com: la única web de Canarias que le da acceso a 2 millones de titulares de noticias difundidas desde 1998 por los medios de comunicación de las islas, actualizados diariamente.
 - [Seguimiento de Prensa](#)
 - [Seguimiento de Radio](#)
 - [Seguimiento de Televisión](#)

- **[ICC Centro de Llamadas y Marketing Telefónico](#)**

- **[ICC Campañas de Venta y Promocionales](#)**

- **[ICC Investigación de Mercados](#)**
 - Investigación Cuantitativa
 - [Investigación Cualitativa](#)

- **[Internet :](#)**

Diseño de estrategias globales para que su organización esté presente en la Red. Diseño, programación y marketing.

- **[ICC Consultoría y Otros Servicios :](#)**

ICC presta una variada gama de servicios especializados y a la medida en Marketing, Comunicación y Ventas. Describanos su necesidad y nuestro equipo de profesionales evaluará y diseñará un Plan de Intervención.

2.1. ICC Seguimiento de Medios. 2 millones de noticias sobre Canarias desde 1998

www.canariasesnoticia.com es la base de datos más completa existente en Canarias sobre las noticias difundidas en Prensa, Radio y Televisión del archipiélago.

Usted puede efectuar búsquedas por:

- Fecha
- Soporte / medio
- Palabra clave en el titular
- Protagonista

Igualmente, su empresa, organización o institución puede prestar un servicio de titulares desde su propia página web, por lo que www.canariasesnoticia.com es también un proveedor de contenidos para

- Webs empresariales
- Webs institucionales
- Webs corporativas
- Webs profesionales
- Páginas personales

Desde su propia página usted puede ofrecer también un servicio de suscripción para que sus visitantes reciban alertas y titulares a su correo electrónico o teléfono móvil.

Para utilizar los servicios de www.canariasesnoticia.com usted sólo tiene que suscribirse, desde 10 euros al mes. Para hacerlo, usted puede:

- Llamar al 902 123 111, de 8 a 15 horas, de lunes a viernes.
- Escribir a icc@icc-marketing.com

2.1.1. Seguimiento de Televisión

La Televisión es, con gran diferencia, el medio de comunicación que más influencia ejerce sobre los ciudadanos, como lo refleja el dato de que más del 90% de la población accede a este medio diariamente.

Por ello, un seguimiento adecuado de las informaciones que las diferentes cadenas televisivas emiten se ha convertido en el mecanismo más eficaz de análisis de cómo los ciudadanos perciben la realidad con el que su organización puede contar.



Servicios del área de Seguimiento de Televisión

Acceso Online a los titulares de las noticias de Televisión

Acceso actualizado en tiempo real a las noticias de televisión con opción de búsqueda por fecha, emisora o programa, con el titular y duración de cada noticia que haga referencia al objeto de seguimiento.

Alertas inmediatas o comunicados

La inmediata disponibilidad de la información es el elemento fundamental que posibilita una rápida reacción ante las noticias emitidas. Con la contratación de este servicio, el cliente recibe la relación de noticias relativas a su objeto de seguimiento al final de los informativos vía fax.

Estos comunicados contienen fecha, emisora, programa, titular y duración de cada noticia que haga referencia al objeto de seguimiento

El envío de estas alertas (comunicados) se produce a las 10,30, 16,30 y 21,00 horas.

Vídeo mensual/semanal

Su organización recibe mensual o semanalmente en sus dependencias un vídeo en sistema VHS recogiendo todas las imágenes de las noticias en las que se ha hecho referencia a los temas objeto de seguimiento.

La disponibilidad de un archivo continuado con las imágenes es de gran utilidad para el análisis de la imagen de la institución, la elaboración de informes, preparación de documentos audiovisuales, etc.

Transcripciones

ICC efectúa transcripciones de aquellas noticias de ámbito regional relativas al objeto de seguimiento.

Estas transcripciones se realizan literalmente, indicando en las mismas locutor, programa y emisora.

Ranking de Protagonistas en Televisión

Informe mensual de carácter regional donde se recogen datos cuantitativos sobre la presencia en televisión de instituciones, organizaciones y empresas comparando su presencia informativa a través de su cuantificación mediante segundos.

Incluye listado de titulares y gráficos comparativos.

Análisis Online de Protagonistas en Televisión

Informes a través de Internet de carácter regional donde se realiza un análisis cualitativo de los datos recogidos a través del Ranking de Protagonistas en Televisión. Aquí se evalúa si la información ha tenido un carácter positivo, negativo o neutro para los protagonistas informativos.

Incluye datos comparativos, principales noticias del mes, etc.

Base de Datos Online desde 1998

Acceso a las noticias emitidas desde 1998, a través de Internet, con búsquedas por diferentes variables (fecha, programa, cadena, protagonista, tema, etc).

Ranking de Noticias Calientes

El Ranking de Noticias Calientes y Prioridades Informativas es un informe diario, suministrado al cliente antes de las 9 horas, con una relación completa de las principales noticias del día, clasificadas por el número de personas que las ha leído, oído o visto.

ICC resume cada noticia (aparecida en diversos medios) en un único titular y suma las audiencias de cada uno de los medios a través de los cuales se ha difundido.

Ámbito de Seguimiento

CANARIAS

El seguimiento se realizará sobre las siguientes emisoras:

- Televisión Española en Canarias
- Antena 3 Tenerife
- Antena 3 Las Palmas
- Televisión Autónoma de Canarias
- Canal 6 (Gran Canaria)
- Canal 9 (Gran Canaria)
- Teidevisión (Tenerife)
- Azul Televisión (Tenerife)
- Tele 21 (Tenerife)
- Canal 7 (Tenerife)

PENÍNSULA (ESPAÑA)

Informativos, magazines, programas de debate, etc. de cobertura nacional en las siguientes emisoras:

- TVE 1
- TVE 2
- Antena 3
- Tele 5
- Canal Plus
- Autonómicas
- Circuitos regionales de TVE en aquellas comunidades donde existe televisión autonómica

2.1.2. Seguimiento de Radio

La Radio ha sido un medio que tradicionalmente se ha escapado al control de los Gabinetes de Prensa de las empresas debido a la tremenda complejidad del control de las emisiones radiofónicas regionales.

Sin embargo, su importancia es igualmente clave. En Canarias, el 52% de la población accede diariamente a la Radio y es, por tanto, la segunda vía básica de obtención de información.

Por tanto, la disponibilidad de este servicio supone una novedad de gran interés en una comunidad como la nuestra, donde los índices de audiencia revelan la gran importancia informativa de este medio.

Servicios del área de Seguimiento de Radio

Acceso Online a los titulares de las noticias de Radio

Acceso actualizado en tiempo real a las noticias de radio con opción de búsqueda por fecha, emisora o programa, con el titular y duración de cada noticia que haga referencia al objeto de seguimiento.

Alertas inmediatas o comunicados

La alerta es la relación de informaciones de su interés aparecidas en los informativos canarios de las principales emisoras regionales, que acaparan más de un 70% de la audiencia (CADENA COPE, CADENA SER, RNE, ONDA CERO). Estas informaciones le serán remitidas vía fax, posibilitando el conocimiento totalmente actualizado y la posibilidad de reacción inmediata.

Envío de alertas (comunicados) a las 10,30 14,00 16,00 y 20,30 horas

Base de Datos Online desde 1998

Acceso a las noticias emitidas desde 1998, a través de Internet , con búsquedas por diferentes variables (fecha, programa, cadena, protagonista, tema, etc).

Ámbito de Seguimiento

CANARIAS

El seguimiento se realizará sobre las siguientes emisoras de Radio:

- RNE (Radio Nacional de España)
- Radio Club Tenerife
- Teide Radio-Onda Cero
- COPE Tenerife
- SER Las Palmas
- Canal 28-Onda Cero
- COPE Las Palmas

PENÍNSULA (ESPAÑA)

Los informativos, magazines, programas de debate, etc de cobertura nacional de:

- SER
- RNE
- COPE
- Onda Cero

2.1.3. Seguimiento de Prensa

La prensa escrita ha sido el medio que mayor atención ha recibido por parte de los Gabinetes de Prensa, debido al interés y características de la información que transmiten, a la que acceden diariamente el 32% de los ciudadanos.

La utilización de un servicio profesionalizado y especializado permite una mayor rigurosidad en la selección de noticias, así como mayor rapidez en la disponibilidad de las mismas, ya que los periódicos canarios no se distribuyen en la península.

Nuestros servicios de Seguimiento de Prensa

- Son proporcionados por profesionales con amplia experiencia en los medios de comunicación escrita
- Se reciben antes de las 8,30 horas de la mañana.
- Permiten contar con toda la información objeto de seguimiento, aparecida en la prensa del día al comienzo de la jornada.
- Liberan recursos humanos para el desarrollo de tareas efectivas del Gabinete de Prensa.
- Se elaboran en formato digital, lo que permite la recuperación documental de noticias, frente al soporte en papel, donde la elaboración de un informe o dossier retrospectivo es lento y penoso.

De esta forma, el dossier se encuentra en las dependencias del cliente a la hora en la que, hasta la creación de ese servicio por parte de ICC, las instituciones iniciaban su elaboración, en un proceso que finalizaba entre las 10 y las 11 horas, cuando un dossier de prensa ya carece de sentido.

Servicios del Área de Prensa

Lectura, selección y envío antes de las 8,30 horas

Realizado en todos los periódicos diarios de Canarias: Diario de Avisos, El Día, La Gaceta de Canarias, La Opinión, La Provincia/DLP, y Canarias 7.

Este servicio comprende:

- Lectura de los periódicos objeto de seguimiento.
- Selección de noticias de interés para el cliente.
- Fotocopiado de las noticias para su escaneado.
- Digitalización de la noticia de interés para el cliente.
- El envío diario a través de correo electrónico, antes de las 8,30 horas.

Base de Datos Online desde 1998

Acceso a las noticias publicadas desde 1998, a través de Internet , actualizadas diariamente, con búsquedas por diferentes variables (fecha, programa, cadena, protagonista, tema, etc).

Ranking Online de Protagonistas en Prensa

Informe accesible a través de Internet donde se recogen datos cuantitativos sobre la presencia en prensa de los distintos protagonistas informativos.

Ámbito de Seguimiento

CANARIAS

El seguimiento se realizará sobre los siguientes periódicos:

La Provincia/DLP	Diario
Canarias 7	Diario
Diario de Avisos	Diario
El Día	Diario
Jornada	Lunes
La Opinión de Tenerife	Diario
La Gaceta de Canarias	Diario

PENÍNSULA (ESPAÑA)

Todas las noticias referidas a Canarias en más de 250 periódicos y revistas de ámbito nacional.

2.2. ICC Centro de Llamadas y Marketing Telefónico



2.2.1. Atención telefónica en español, inglés y alemán

Canarias es una Comunidad que debe estar permanentemente abierta al exterior. El Centro de Llamadas ICC da respuesta a las instituciones y organizaciones que promocionan a Canarias en el extranjero.

De esta forma, no importa desde dónde ni con qué idioma, Canarias ya puede dar una respuesta, las 24 horas, los 365 días del año.

Las campañas de promoción podrán incluir ahora números de teléfono de respuesta, con la seguridad de que siempre serán atendidos.

2.2.2. El Centro de Llamadas de ICC: 24 horas de servicio, 365 días al año.

ICC dispone del Centro de Llamadas privado con tecnología más avanzado del archipiélago (ACD, CCS), con una capacidad para emitir o recibir 1.500 llamadas al día y atención durante las 24 horas, los 365 días del año.

El Centro de Llamadas ICC ha sido diseñado para dar respuesta a las principales instituciones canarias. Aquellas que:

- Desean mantener una línea de atención al público (ciudadano, cliente, contribuyente) en un horario lo más continuado posible.
- Necesitan complementar o sustituir con recursos externos sus servicios de atención propios o actuales, gracias a las nuevas prestaciones de la Red de servicios Inteligentes de Telefónica (líneas de las series 900, 901 ó 902).
- Desean una amplia información estadística automatizada, en tiempo real, sobre las llamadas entrantes: número, tipología, duración según la tipología, etc.

2.2.3. Los Servicios del Centro de Llamadas ICC

Información estadística en tiempo real.
 Atención telefónica personalizada las 24 horas del día.
 365 días de atención al año.
 Atención en español. Inglés y alemán.
 Servicios de Información Públicos, Líneas de Atención, etc.
 Servicios externos o servicios mixtos (internos/externos).
 Organización y creación de Departamentos Internos de Atención.
 Líneas 900, 901 ó 902.
 Emisión de Llamadas.
 Venta por teléfono.
 Encuestas Telefónicas.
 Consultoría Integral en Telecomunicaciones.
 ICC es representante en Canarias de Halcó Telecom, en servicios de Audiotex y atención automatizada (líneas 906, 902...).

2.3. ICC Campañas de Venta y Promocionales

ICC ha desarrollado campañas de venta y promociones en los principales sectores de actividad del archipiélago:

- Automoción
- Transporte
- Inmobiliario y construcción
- Medios de Comunicación
- Telecomunicaciones
- Hostelería y Turismo
- Energía
- Sector Público

Para ello, cuenta con oficinas propias en Tenerife y Gran Canaria y una red de colaboradores en las 5 islas restantes.

2.3.1. ICC vende cerca de 400 millones de pesetas en 45 días, a través de una campaña para el grupo Saba

A principios de 1999 se inauguró el aparcamiento Plaza de España, cuya comercialización fue confiada a ICC.

El Grupo Saba, líder nacional del sector de alquiler de aparcamientos, fue el adjudicatario En 1997 del proyecto de construcción de un nuevo aparcamiento subterráneo en la Plaza de España, centro neurálgico de la capital grancanaria, donde invierte 800 millones de pesetas.

Saba contrató en marzo de 1997 a ICC para la venta de las 177 plazas que componen el aparcamiento Plaza de España, que ICC vendió en 45 días. El aparcamiento se ubica en la Avenida de Chil y el proyecto prevé dos plantas de aparcamiento subterráneo, con acceso y salida a superficie por la Avenida Mesa y López a la altura de la Plaza de España.



La empresa encargada de la preventa y venta de las nuevas plazas de garaje, ICC, basó su campaña publicitaria (cuyo eslogan es 'No le des más vueltas') en las inquietudes recogidas entre vecinos de la zona y las razones aducidas para comprar una plaza de garaje, a través de distintas oleadas de investigación cualitativa (grupos de discusión) efectuadas en las semanas previas al inicio de la compra.

ICC incorporó a esta campaña publicitaria técnicas novedosas e innovadoras, como telemarketing y marketing directo, por primera vez en la venta de un producto de estas características. Además, se encargó de las acciones de relaciones públicas y contactos con los medios de comunicación.

Saba contrató en marzo de 1997 a ICC para la venta de las 177 plazas que componen el aparcamiento Plaza de España, que ICC vendió en 45 días.

Para la acción se han diseñado trípticos, carteles y vallas publicitarias e instaló una oficina de información y venta en la Avenida de Mesa y López (frente al MC Donalds). Finalmente, ICC seleccionó y formó a los vendedores de **Saba** para esta intervención, supervisando sus acciones de negociación y venta a los clientes.

En esta campaña de marketing, ICC desplegó a un total de 18 personas, entre equipos de dirección, desarrollo, diseño, publicidad, ventas, etc.

2.3.2. Canarias 7 confía a ICC la logística de sus promociones



ICC desarrolla la logística de distribución de las promociones de [Canarias 7](#) en todo el archipiélago desde julio de 1997. Desde entonces, ICC ha hecho entrega a los lectores de este periódico la cubertería, la cristalería, la vajilla, el juego de desayuno y, próximamente, la mantelería.

Para ello, ICC moviliza a una media de 125 personas, en un proceso de trabajo que dura aproximadamente 30 días para cada promoción. ICC se apoya en sus oficinas de Gran Canaria y Tenerife, así como en una red de colaboradores en las otras 5 islas.

Canarias 7 confía igualmente en ICC para la atención de su Teléfono del Coleccionista, una línea [902](#) en la que los lectores de este periódico pueden efectuar consultas en relación con los diferentes aspectos de la promoción: cupones, entrega de cartillas, recogida de la promoción, horarios...

2.3.3. ICC es la consultora de la campaña de divulgación del Euro en Canarias

Por encargo de la Consejería y Hacienda del Gobierno de Canarias, ICC está desarrollando la campaña de divulgación del Euro en las 7 islas

ICC es la empresa consultora que ha diseñado, e implementado, la campaña de divulgación del Euro que la Consejería de Economía, Hacienda y Comercio del Gobierno de Canarias ha desarrollado en las 7 islas.

La campaña consta de dos fases:

Fase I: Divulgación entre pymes

Los EuroAsesores de ICC se desplazan a 5.000 pymes para efectuar una acción formativa-divulgativa in situ sobre aspectos básicos que las empresas canarias deben saber de cara a su adaptación al Euro.

Esta fase se desarrolla en el primer semestre de 2001 en la provincia de Las Palmas (Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura). En esta fase, el cliente ha estado en todo momento informado, en tiempo real, sobre la evolución de la acción, así como el número e identificación de las empresas visitadas, a través de una [intranet/extranet](#) desarrollada al efecto.

Fase II: Formación de Formadores en grandes empresas y organizaciones

Una segunda fase de formación a grandes empresas y organizaciones, a través de formación de formadores, consiste en 500 acciones formativas en Tenerife, La Palma, Gomera y El Hierro, en el segundo semestre de 2001.

2.3.4. En 1998, la campaña del REF

De esta forma, ICC continua su colaboración con la Consejería de Economía, Hacienda y Comercio del Gobierno de Canarias, que se inició en 1998 con otra campaña divulgativa del REF entre 40.000 empresas canarias, utilizándose entonces cartas y el teléfono como vía de comunicación con los empresarios.

2.4. ICC Investigación de Mercados

Canarias es un mercado con enormes peculiaridades, fruto de la lejanía e insularidad. ICC lo estudia y analiza mediante técnicas de investigación

- Cuantitativa:
 - Encuestas personales
 - Encuestas telefónicas
 - Encuestas en la calle
 - Encuestas en el punto de venta
 - Paneles: de consumidores, de detallistas, de audiencias
- [Cualitativa](#):
 - Grupos de discusión
 - Entrevistas en profundidad
 - Observación participante
 - Técnicas proyectivas

La clave del trabajo de ICC es la metodología en:

- La elección de la técnica a aplicar.
- La selección de la muestra.
- La planificación del trabajo de campo.
- El análisis de los datos y el tratamiento de la información.

Los profesionales de ICC poseen una intensa experiencia en diferentes [sectores](#) y con una amplia relación de [clientes](#).

ICC ha introducido recientemente la técnica de investigación en [Internet](#).

[Hostelería e inmobiliaria](#) utilizan cada vez más Investigación de Mercados

2.4.1. ICC Investigación Cualitativa

Aquí encontrará el mejor sistema nunca inventado para conocer qué opinan sus clientes (y los de su competencia) sobre su empresa

ICC Investigación Cualitativa utiliza el mejor sistema de investigación de mercados y de la opinión pública existente: **escuchar activamente a sus clientes.**

- [¿En qué consiste una Investigación Cualitativa?](#)
- [¿Por qué se usa la técnica del grupo de discusión?](#)
- [ICC Investigación Cualitativa Específica \(AD HOC\)](#)
- [ICC Investigación Cualitativa Compartida \(OMNIBUS\)](#)
- [Descubra qué piensan sus clientes sobre...](#)
- [Descubra las motivaciones de los que todavía NO son sus clientes o los de su competencia](#)
- [ICC ofrece a sus Clientes](#)
- [Calendario de Investigación](#)
- [Tipos de estudio](#)

¿En qué consiste una Investigación Cualitativa?

Esta actitud, la de real y profunda escucha, es la que se emplea a través del método de Investigación Cualitativa, consistente en seleccionar muestras representativas de población y realizar sondeos de opinión mediante grupos de discusión. Se diferencia de la investigación cuantitativa (la encuesta tradicional), ya que ésta, utiliza como metodología y análisis técnicas estadísticas.

¿Por qué se usa la técnica del grupo de discusión?

Las actitudes los puntos de vista relativos a productos, servicios o programas se desarrollan en parte en interacción con otras personas. Somos un producto de nuestro entorno y estamos influidos por las personas que nos rodean. La investigación mediante grupos de discusión permite con la supervisión adecuada crear un clima idóneo cuyo resultado final es una fiel reproducción de los puntos de vista de su cliente o usuario de sus servicios y/o productos.

ICC Investigación Cualitativa le brinda 2 fórmulas para conocer mejor a sus clientes (y a los de su competencia)

ICC Investigación Cualitativa Específica (AD HOC)

Más intensiva y profunda

Las Investigaciones Cualitativas Específicas (ad hoc) consisten en la realización de entre 6 y 12 grupos de discusión, como media, aunque la extensión de la investigación y el número total de grupos los marca finalmente el cliente. Cada grupo está compuesto entre 6 y 8 personas. Estas

personas son elegidas al azar, aunque son similares entre si. La naturaleza de tal homogeneidad vendrá determinada por los propósitos del estudio.

ICC Investigación Cualitativa Compartida (OMNIBUS)

Menor coste

Los OMNIBUS son grupos de discusión patrocinados por varios clientes (normalmente 2 ó 3) de diferentes sectores, en los que se distribuye homogéneamente el tiempo, utilizando las mismas muestras de individuos. Se comparten las muestras de individuos de acuerdo a afinidad en los objetivos de las investigaciones. Para investigaciones no muy profundas o en las que se quiere invertir más moderadamente.

Tipos de estudio

Tanto la Investigación Cualitativa Específica (Ad hoc) como la Investigación Cualitativa Compartida (Omnibus) sirven para la realización de los mismos tipos de estudios.

Para empresas

- Diagnóstico cualitativo de las percepciones de los consumidores canarios ante un producto o servicio.
- Diagnóstico cualitativo de las percepciones de los consumidores canarios ante una marca de empresa. No medimos solamente atribuciones de imagen, sino percepciones, la interiorización, y el sistema de valores, es decir, la vivencia emocional de la marca por parte de los consumidores.
- Diagnóstico cualitativo prelanzamiento de un nuevo producto o ante variaciones del mismo. Adelantamos la reacción del consumidor.
- Diagnóstico cualitativo sobre la imagen general percibida sobre una empresa.
- Diagnóstico cualitativo sobre la motivación de los clientes actuales a la hora de hacer una compra.
- Diagnosticar cualitativamente las bases sobre las que se sustenta la decisión de compra de un cliente.
- Estudios de reposicionamiento de productos existentes.
- Estudios de creación de nombres y marcas.
- Funciones de moderación y análisis de grupos creativos formados por personal de la propia empresa.
- Estudios cualitativos de opinión.
- Estudios cualitativos de hábitos de consumo.
- Estudios específicos para clientes.

Para instituciones o/y organizaciones

- Estudios dirigidos a los ciudadanos, contribuyentes, electores.
- Análisis de la percepción sobre la gestión política y/o pública.
- Análisis de la imagen de líderes institucionales, políticos, sociales...

Descubra qué piensan sus clientes sobre...

1. Motivación del comprador
Descubra las profundas motivaciones de compra de su producto o servicio
2. Imagen de marca
Conozca cómo ven sus clientes su producto o servicio
3. Calidad del servicio o producto ofertado
Cómo perciben la calidad y en qué parámetros se miden (a qué le da importancia el cliente)
4. Publicidad
Antes, durante o después de la difusión de su publicidad, analizamos su real impacto
5. Precio
Cómo influye el precio en la percepción de su producto o servicio
6. Atención telefónica
Cómo analizan sus clientes la atención telefónica de su empresa
7. Atención al cliente
Cómo analizan sus clientes la atención al cliente en su empresa

Descubra las motivaciones de los que todavía NO son sus clientes o los de su competencia

1. Conocimientos de las distintas marcas, productos y/o servicios ofertados por su empresa y/o la competencia
2. Aspectos positivos y negativos que los clientes valoran de su competencia
3. Aspectos de su empresa que los consumidores no conocen (y que si conociesen les motivaría a ser clientes suyos)
4. Qué mejorarían de sus productos o servicios de su empresa (imagen, marca, publicidad...)

ICC ofrece a sus Clientes

- Adaptarse a sus necesidades.
- Seriedad; cumplimos los plazos marcados
- Transparencia en los procesos
- Dedicación: conocimiento profundo del cliente.
- Servicio: respuesta rápida.
- Profesionalidad. Tenemos la estructura y los medios necesarios.
- Comunicación: abiertos a las sugerencias de los clientes.
- Conocimiento: de la realidad del mercado Canario.
- La referencia de nuestros clientes actuales.

ICC pide a sus Clientes

- Claridad.
- Honestidad en los plazos solicitados.
- Una relación comunicativa fluida y aportaciones por su parte.
- En definitiva establecemos una relación recíproca exigiéndonos mutuamente:
 - Responsabilidad
 - Comunicación
 - Seriedad
 - Profesionalidad

Los cambios surgidos actualmente en el mercado de los consumidores de hoy son una realidad. Nosotros estudiaremos cómo puede usted adaptarse a ellos.

Calendario de Investigación

Servicios de Investigación Cualitativa Específica (AD HOC)

- Son servicios de investigación a la medida del cliente. Por lo tanto, solicítelo cuando lo necesite.
- Los plazos de realización de la investigación son los siguientes (a partir de la firma del contrato):

6 grupos de discusión:

- 10 días laborables para la preparación y localización de participantes
- 8 días laborables en la realización de los grupos de discusión
- 6 días laborables en la realización del informe

8 grupos de discusión:

- 10 días laborables para la preparación y localización de participantes
- 10 días laborables en la realización de los grupos de discusión
- 6 días laborables en la realización del informe

12 grupos de discusión:

- 15 días laborables para la preparación y localización de participantes
- 16 días laborables en la realización de los grupos de discusión
- 8 días laborables en la realización del informe

Para investigaciones más extensas (más de 12 grupos) solicitar calendario de trabajo.

Servicios de Investigación Cualitativa Compartida (OMNIBUS)

- ICC desarrolla 3 oleadas anuales en sus estudios Omnibus.
- Las oleadas son en febrero, junio y octubre de cada año.
- Cada oleada está compuesta por 6 grupos de discusión.
- Por tanto, la investigación consta de 18 muestras de individuos diferentes.
- Los plazos de ejecución del servicio son los siguientes:
 - 6 grupos de discusión:
 - 10 días laborables para la preparación y captación de participantes
 - 8 días laborables en la realización de los grupos de discusión
 - 10 días para la realización del informe

2.5. ICC Internet

APLICACION DE INTERNET EN EL DEPARTAMENTO COMERCIAL Y DE MARKETING

- e-advertising: Marketing y publicidad en Internet: cómo integrar el marketing digital en la estrategia de negocio tradicional.
- Cómo desarrollar con éxito el lanzamiento de un nuevo web site y cómo medir la eficacia de su marketing por Internet.
- La oficina de bolsillo del Departamento Comercial: herramientas de trabajo para el equipo comercial y la red de ventas a través del móvil.
- m-commerce (mobile commerce): el comercio a través del móvil, el móvil para efectuar compras y como medio de pago.

EL IMPACTO DE INTERNET EN EL RESTO DE DEPARTAMENTOS DE LA EMPRESA

Dirección:

- Perder el miedo a la tecnología: impulsar el cambio tecnológico y la transformación cultural que la acompaña. Un nuevo estilo de gestión.

Recursos humanos:

- La localización de personal y directivos especializados a través de Internet: e-headhunting y e-recruiting.
- Integración del proveedor de Trabajo Temporal con la empresa a través de una extranet.

Compras:

- Los mercados verticales en Internet cambian la cadena de compra y distribución de productos y servicios en todos los sectores. El B2B (business to business) para reducir costes y aumentar la rentabilidad. Red Interna y Gestión:

- Conexión de oficinas centrales y delegaciones a través de las herramientas de Internet. Trabajo en grupo y gestión del conocimiento. Diseño de estrategias en Internet: por qué y cómo estar presentes en la Red.

Y ADEMÁS:

- [Organización de Eventos en Internet](#): ferias y congresos virtuales.
- [Campañas de venta y promocionales](#): promoción de productos y servicios online, tiendas virtuales, comercio electrónico.
- [Gabinete de Prensa](#) en Internet.
- [Investigación de Mercados](#) en Internet.
- [Ediciones y publicaciones](#).

2.6. ICC Consultoría y Otros Servicios

ICC presta una variada gama de servicios de Consultoría. Los principales ámbitos de especialización se centran en:

- [Tecnología, innovación, I+D+I](#)
- [Emprendedurismo, teletrabajo](#)
- [Internet y Telecomunicaciones](#)
- [Gestión de Proyectos y Subvenciones](#)
- [Medios de Comunicación](#)
- [Asesoría de Imagen de Líderes políticos y sociales](#)

Tecnología, innovación, I+D+I

- Consultoría en gestión de tecnología e innovación, tanto en el sector público como en el privado.
- Auditoría tecnológica en Pymes.
- Reingeniería de procesos y transformación de organizaciones por medio de la innovación y la tecnología.
- Protección y explotación de la propiedad intelectual e industrial pública en beneficio de las empresas, transferencia tecnológica de las Organizaciones.
- Servicios de apoyo y promoción a las Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) y a la divulgación y promoción del I+D+I.

Emprendurismo, teletrabajo

ICC ha desarrollado un importante nivel de especialización de dos terrenos muy específicos: emprendurismo y teletrabajo.

En el terreno del emprendurismo, el know how alcanzado por ICC permite prestar servicios de:

- Consultoría en las políticas públicas de impulso y apoyo a emprendedores. A tal fin, ICC ha creado un área de negocio específico a través de la empresa Emprendedores Canarias para Nueva Economía SL, cuyo website corporativo es <http://www.emprendedorescanarios.org>
- Servicios para iniciativas públicas y privadas tendentes a la *creación y gestión de Empresas de Nuevas Tecnologías* con el objeto de facilitar poner las bases para la puesta en marcha de iniciativas empresariales dentro de las T.I.C.

En el ámbito de teletrabajo, ICC desarrolla:

- Consultoría en la implantación de herramientas de teletrabajo en las empresas. Asesoramiento a organizaciones privadas y públicas en la promoción de trabajo.
- Asesoramiento en políticas de integración de personas con discapacidad en la Sociedad de la Información.
- ICC participa en el proyecto europeo "[Proteleuses](#)", dentro del V Programa Marco, en la acción clave "e-work" en el seno del IST (Information Society Technologies).

Internet y Telecomunicaciones

ICC ayuda a las principales organizaciones públicas y privadas de Canarias en su incorporación de las más avanzadas Tecnologías de Información, servicios de Telecomunicaciones e Internet.

- Internet, intranet, extranet.
- Implantaciones de soluciones de trabajo corporativo en entornos distribuidos: VPN-Red Privada Virtual, Workflow, Groupware, trabajo colaborativo.
- Diseño, programación y promoción de sitios web.
- Algunos de los proyectos desarrollados por ICC son:
 - Guía de la comunicación del Cabildo de Gran Canaria online: <http://www.grancanaria.com>
 - Web turística del Ayuntamiento de Mogán (2002).
 - Web administrativa del Ayuntamiento de Mogán (2002).
 - www.portalRic.com, web de una consultora especializada en la Reserva de Inversiones de Canarias (2001).
 - www.emprendedorescanarios.org web de una consultora especializada en emprendurismo (2001).
 - Intranet/extranet de la [campaña de divulgación del Euro](#) de la Dirección General del Tesoro y Política Presupuestaria del Gobierno de Canarias (2001).
 - www.canariaesnoticia.com, portal de noticias y titulares de Canarias (2001).

- Creación del sitio web de la Dirección General de Política Agroalimentaria de la Consejería de Agricultura del Gobierno de Canarias: <http://www.productos-canarios.com> (1998-99)
- Creación del sitio web de la Guía de la Comunicación del Gobierno de Canarias" para la Presidencia del Gobierno de Canarias (2001): <http://www.gobiernodecanarias.org/guia2000/>
- Creación del sitio web de Red de Consultores, consultora de marketing político de ICC (1998-2001): <http://www.redconsultores.com>.
- [Oficina de Atención al Elector](#) (sitio web de las elecciones locales y autonómicas de 1999 para la Consejería de la Presidencia del Gobierno de Canarias)
- Web de [Heráldica de Canarias](#)
- www.icc-marketing.com, el propio website corporativo de ICC (1996-2001).

Gestión de Proyectos y Subvenciones

ICC incluye entre sus servicios de Consultoría la elaboración y gestión de proyectos destinados a la recepción de estas ayudas y subvenciones, tanto de carácter regional, nacional como europeo, y desde 2002, para las regiones ultraperiféricas, a través del programa [Interreg](#).

Desde 1996 ICC ha diseñado y/o gestionado cerca de 20 proyectos, propios o de nuestros socios y/o clientes. ICC cuenta con experiencia en gestión de proyectos europeos ("Proteleuses", V Programa Marco, IST, e-work, 2002-02), estatales ("Atyca", 1999-2000) y autónomos.

En este sentido, ICC está en disposición de asesorarle y elaborar las propuestas para que el Gobierno de Canarias, el Gobierno de España y/o la Unión Europea incentive las iniciativas de su empresa en su incorporación a la Sociedad de la Información, comercio electrónico, modernización de instalaciones y/o de sistemas de gestión y comercialización, cooperación interempresarial..., o en cualquiera del resto de líneas de modernización promovidos por los sectores públicos.

Medios de Comunicación

ICC asesora y desarrolla labores de logística en promociones para los dos principales periódicos del archipiélago: [Canarias7](#) y [La Provincia](#).

Además, es profunda conocedora de los medios de comunicación, por lo que presta avanzados servicios de Gabinete de Comunicación ([Gabinete de Prensa](#)) a empresas e instituciones.

Asesoría de Imagen de líderes políticos y sociales

A través de su división [Red de Consultores](#), ICC asesora a los principales líderes políticos y sociales en su imagen pública y posicionamiento ante los medios de comunicación.

2.6.1. Otros servicios

- [Gabinete de Comunicación \(Gabinete de Prensa\)](#)
- [Ediciones y Publicaciones](#)

Gabinete de Comunicación (Gabinete de Prensa)

Entre los servicios de ICC Gabinete de Prensa se encuentra:

- Diseño de las estrategias de presencia en los medios de comunicación.
- La elaboración y difusión de notas de prensa.
- La convocatoria de Ruedas de Prensa.
- Técnicas de comunicación en televisión y radio.
- Elaboración del discurso.
- Gabinete en situaciones de crisis y Gabinete 24 horas.
- Gabinete de Prensa en Internet.
- Servicios de Gabinete de Prensa a nivel Regional (Canarias).
- Servicios de Gabinete de Prensa a nivel Nacional (España).
- Servicios de Gabinete de Prensa a nivel Internacional.
- Seguimiento de Medios: análisis de la presencia informativa del cliente en [Prensa](#), [Televisión](#) y [Radio](#).

Servicios auxiliares:

- Fotografía.
- Grabación en vídeo.
- Alquiler de salas de prensa en Canarias y Madrid.
- Rueda de Prensa por videoconferencia en las Salas de Prensa de ICC en Gran Canaria, Tenerife y Madrid.

Ediciones y Publicaciones

ICC se ha especializado en la realización de:

- [Memorias y Anuarios](#).
- [Guías y Directorios](#).
- Ediciones en [Internet](#).

ICC presta servicios globales para la realización de sus Ediciones y Publicaciones

- Objetivos de comunicación (mensajes).
- Realización de textos, ilustraciones y fotografías.
- Dirección del proceso técnico:
 - Diseño y maquetación.
 - Filmación.
 - Impresión.
 - Distribución.

ICC presta sus servicios otorgando a sus [clientes](#) importantes [garantías](#) sobre la fiabilidad de sus servicios.

2.6.2. Edición 00/01 de la Guía de la Comunicación

ICC ha actualizado en 2000-01 la [Guía de la Comunicación del Gobierno de Canarias](#), el principal directorio de organizaciones e instituciones del archipiélago, con información sobre más de 1.500 entidades.

ICC ganó el concurso de la Guía en 1994 y desde entonces ha efectuado las distintas actualizaciones de 1995, 1996, 1997, 1998, 1999 y ahora 2000, por encargo de la Presidencia del Gobierno.

Desde 1998, la Guía incluye también las direcciones de Internet y las cuentas de correo electrónico de las entidades relacionadas.



Edición 00/01 de la Guía de la Comunicación del Gobierno de Canarias.

3. MUESTRAS Y SEMINARIOS

SEMINARIOS ICC 2001

3.1. Las nuevas herramientas de venta para las empresas. Vender en el mercado regional. Nuevas tendencias de comercialización

Contenidos del seminario

- Adaptación de las **Bases de Datos** a la nueva Ley de Protección de Datos de Carácter Personal de enero de 2000. Gestión de bases de datos en la relación con el cliente: marketing directo, micromarketing, segmentación del mercado.
- **El teléfono como herramienta de ventas en la empresa:** marketing telefónico, atención telefónica, servicios de información. Creación de departamento de venta por teléfono.
- **Internet y su impacto en la empresa (e-business) y en las ventas (e-commerce):** adaptar el negocio a Internet, apertura de nuevos mercados, comercio online. Internet como base de una política comercial regional y global.
- **Comunicación institucional: la presencia de la empresa en medios de comunicación:** cómo generar imagen positiva de la empresa a través de los medios de comunicación y cómo controlar la presencia propia, la de los competidores y del sector (Gabinete de Prensa y Seguimiento de Prensa, Radio y Televisión).
- **Campañas de venta y promociones:** cómo incrementar las ventas a través de campañas e incentivos, cómo seleccionar el incentivo promocional. La logística regional de la promoción.
- **Líneas 906 para generar ingresos en las promociones:** la utilización de líneas 906 como mecanismo de autofinanciación de las promociones.

Vender en el mercado regional

- Conocer las diferencias y peculiaridades de los distintos mercados insulares canarios a través de técnicas de **Investigación de Mercados**: técnicas de investigación cuantitativa (encuestas) y cualitativa (grupos de discusión, investigación en profundidad).
- **Creación de Intranets** (redes corporativas con las herramientas de Internet) para compartir conocimiento y visión en las distintas sedes de la empresa en el archipiélago.
- **La formación de los equipos de Venta** en las dos provincias.
- **Fuerza de ventas** externas unificadas para la implementación de las campañas de venta con los mismos criterios, adaptados, en las dos provincias.

¿Cómo asistir al seminario?

¿A quién va dirigido?

Los seminarios van **dirigidos** a directores generales, gerentes, directores de marketing o directores comerciales / jefes de venta de empresas que operen en el mercado regional o deseen ampliar geográficamente su cuota o presencia en el mercado actual (ejemplo: empresas con sede central en la provincia de Las Palmas y que deseen potenciar su cuota de mercado en Santa Cruz de Tenerife, o viceversa).

El **perfil de las empreses** de compañías con ventas anuales en torno o superiores a 1.200 millones de pesetas.

Reserva de plazas

Inscripciones: Enrique Fárez (icc@icc-marketing.com)

Los seminarios son **gratuitos** y poseen **carácter individual** (sólo una empresa por sesión), por lo que la inscripción se realizará por riguroso orden de reserva y de acuerdo a las siguientes fechas y sectores de actividad:

ALIMENTACIÓN:	Del 23 al 27 de abril
BEBIDAS Y TABACO:	Del 30 de abril al 4 de mayo
DISTRIBUCIÓN:	Del 7 al 11 de mayo
TRANSPORTES. TELECOMUNICACIONES:	Del 14 al 18 de mayo
AUTOMÓVIL:	Del 21 al 25 de mayo
HOSTELERÍA Y TURISMO:	Del 28 de mayo al 1 de junio
INMOBILIARIO/CONSTRUCCIÓN:	Del 4 al 8 de junio
SERVICIOS, VARIOS:	Del 11 al 15 de junio

3.2. Aplicación de Internet en el Departamento Comercial y de Marketing. El impacto de Internet en el resto de departamentos de la empresa

Contenidos del seminario

- Aplicación de Internet en el Departamento Comercial y de Marketing

- **e-advertising:** Marketing y publicidad en Internet: cómo integrar el marketing digital en la estrategia de negocio tradicional.
- **Cómo desarrollar con éxito el lanzamiento de un nuevo web site** y cómo medir la eficacia de su marketing por Internet.
- **La oficina de bolsillo del Departamento Comercial:** herramientas de trabajo para el equipo comercial y la red de ventas a través del móvil.
- **m-commerce (mobile commerce):** el comercio a través del móvil, el móvil para efectuar compras y como medio de pago.

- El impacto de Internet en el resto de departamentos de la empresa

Dirección:

- Perder el miedo a la tecnología: impulsar el cambio tecnológico y la transformación cultural que la acompaña. Un nuevo estilo de gestión.

Recursos humanos:

- La localización de personal y directivos especializados a través de Internet: e-headhunting y e-recruiting.
- Integración del proveedor de Trabajo Temporal con la empresa a través de una extranet.

Compras:

- Los mercados verticales en Internet cambian la cadena de compra y distribución de productos y servicios en todos los sectores. El B2B (business to business) para reducir costes y aumentar la rentabilidad.

Red Interna y Gestión:

- Conexión de oficinas centrales y delegaciones a través de las herramientas de Internet. Trabajo en grupo y gestión del conocimiento.

¿Cómo asistir al seminario?

¿A quién va dirigido?

Los seminarios van **dirigidos** a directores generales, gerentes, directores de marketing o directores comerciales, jefes de venta, jefes de administración, jefes de informática de empresas que necesiten conocer cómo Internet está impactando en su negocio y qué transformación se producirá entre 2001 y 2005.

El **perfil de las empreses** de compañías con ventas anuales en torno o superiores a 1.800 millones de pesetas.

Duración y Reserva de plazas

Los seminarios tienen una **duración de 2 horas**.

Inscripciones: Enrique Fárez (icc@icc-marketing.com)

Los seminarios son **gratuitos** y poseen **carácter individual** (sólo una empresa por sesión), por lo que la inscripción se realizará por riguroso orden de reserva.

3.3. II Muestra Medios de Comunicación y Contenidos Informativos Canarios

(Una visión de los contenidos de los medios de comunicación canarios y nacionales desde el análisis de ICC Seguimiento de Medios)

ICC organiza en la segunda quincena de octubre la II Muestra *Medios de Comunicación y Contenidos Informativos Canarios*. La Muestra se define en el subtítulo *como Una visión de los contenidos informativos de los medios de comunicación canarios y nacionales desde el análisis de ICC Seguimiento de Medios*.

ICC presenta en la Muestra, que se celebrará en los Centros de Demostraciones que ICC posee en sus oficinas de Tenerife y Gran Canaria, el primer informe que analiza y cuantifica la presencia de las principales instituciones canarias en la Prensa regional y nacional.

Igualmente se presentará en la Muestra los desarrollos en Internet que esta área de servicios de ICC brinda desde mayo de 2001.

4. LAS GARANTÍAS DE ICC

4.1. Todos los servicios tienen garantía, por contrato

ICC especifica por escrito el compromiso adquirido con el cliente, a través de pormenorizados contratos, donde no hay lugar al sobreentendido. Los contratos de ICC poseen cláusulas que salvaguardan los intereses del cliente: garantía de satisfacción, rescisión sin coste durante un periodo inicial, etc.

4.1.1. La garantía económica

ICC vincula sus honorarios, en las actuaciones que implican una tarea comercial, con el éxito de tales acciones. En este sentido, el compromiso y garantías de ICC son totales: tenemos éxito financiero si nuestro cliente obtiene, a través de nuestra intervención, éxito comercial.

4.1.2. La garantía de la experiencia

Desde su fundación, ICC ha intervenido en la mayor parte de los sectores económicos, culturales, sociales, deportivos, políticos..., lo que le permite abordar cualquier proyecto desde una muy amplia perspectiva, que otorga al cliente amplias garantías de éxito.

Las intervenciones de ICC han abordado hasta hoy sectores tan amplios y diversos como la hostelería, motor, sector agroalimentario, combustibles, transporte de pasajeros, informática, comunicaciones, medicina, sindicalismo, Universidad, construcción, música, deportes (vela, ajedrez, fútbol, baloncesto, lucha canaria, golf, vela latina, automovilismo), tabaco, bebidas alcohólicas, partidos políticos, zarzuela, agencias de viaje, turismo, drogodependencias, medios de comunicación, organizaciones humanitarias, sector público...

4.1.3. La garantía de los clientes

Los clientes de ICC son su mejor publicidad directa. Según las encuestas que periódicamente efectuamos entre nuestros clientes, éstos nos otorgan una elevada puntuación media en aspectos como calidad o nivel de satisfacción. Otro indicador importante es su índice de permanencia.

Según datos de clientes con más de 4 millones de facturación anual, el índice de permanencia medio es del 78% (clientes que iniciaron su relación con ICC y que no la han abandonado al menos durante los dos siguientes años).

5. LOS CLIENTES DE ICC

5.1. Una respuesta para cada empresa y organización

5.1.1. Empresas Privadas

Banca, sector financiero:

- BBVA
- Banco Santander
- Banco Central Hispano
- Banco Sabadell
- La Caja de Canarias
- CajaCanarias
- Renta 4

Distribución, Alimentación :

- Agua Mineral de Fargas
- Ahemón (Schweppes)
- Aperitivos Snacks
- Compañía Cervecera de Canarias (CCC)
- Domecq Canarias, S.A.
- Freiremar
- Gallaher Tabaco
- Itesa (Danone)
- Nestlé
- Osborne Distribuidora
- Pesban
- Philip Morris Spain, S.A. (Antes Agentes Generales)
- Tabacalera
- Tinerfeña de Restauración-McDonald's
- Tirma

Energía, combustible :

- BP-Mobil
- Cepsa
- Disa
- Shell
- Texaco
- Unelco

Informática, Telecomunicaciones, Tecnología:

- Aunacable-Canarias Telecom
- Centro Canario de Informática (CCI)
- ImasDé Canarias
- Logican, S.A.
- Neetrónica (EURONET, S.C.P.)
- Telecomunicaciones Halcor
- Telefónica S.A.

Inmobiliario, construcción :

- Félix Santiago Melián
- Grupo Saba
- Hoya Pozuelo
- Inmobiliaria Betancor
- Matías Marrero
- Mazzatti
- Mezclas Asfálticas
- Pérez Moreno, S.A.
- Walls-Can, S.L.

Motor :

- Blandy Brothers
- Blandy Servicios
- Domingo Alonso

Medios de Comunicación

- Editorial Prensa Canaria (La Provincia/DLP)
- Inforcasa (Canarias 7)
- Onda Cero-Canal 28
- Radio Burgado (Canarias Europa de Negocios)
- Televisión Canaria

Marketing, Publicidad, Consultoría:

- Acción Multimedia
- Atlantis Comunicación
- Atlantis Publicidad
- Consultores de Automatización y Robótica, S.A.(CARSA)
- Cía Network
- Criterium Publicidad
- Delvico Bates
- Ergo Consultores
- Extra Publicidad
- Fusión S.L.
- Guaguas Producciones
- NT2
- Pursuit
- Research and Direct Marketing,S.L.
- Universal Mccann Media
- Vera Publicidad
- Voz & Imagen
- VS Class

**Relaciones Públicas y Asesores Comunicación:
Nacionales e Internacionales:**

- Asesores 2000
- Bursson Masteller
- Edelman PRW
- Estudio de Comunicación

- Llorente y Cuenca
- MCW Europa-Over Marketing y Comunicación
- RM Comunicación
- Sanchís y Asociados
- Shandwick S.A.E. de Relaciones Públicas (RP)

Regionales:

- Ecopress Comunicación
- Forum Comunicación
- Hispania Servicios
- Imaco 89

Seguimiento de Medios / Media Monitoring:

- Acceso Group
- Infoadex
- KRM Imatge
- R.G.R.
- TNS Media Intelligence (D+A Taylor Nelson Sofres)

Transporte:

AÉREO

- AENA Gran Canaria
- AENA Lanzarote
- Binter Canarias

MARÍTIMO

- Autoridad Portuaria de Las Palmas
- Fred Olsen
- Trasmediterránea

TERRESTRE

- Global Utinsa-Salcai
- Guaguas Municipales
- Transred

Turismo, Hostelería:

- Anfi del Mar
- Gran Casino de Las Palmas
- Grupo Pacífico
- Hotel Concorde

Otros, Varios:

- Corporación Dermoestética
- Link Externalización de Servicios, S.L.U.
- Manpower
- OPCSA
- Pikolín
- Spanish Pelagic
- Temyr

5.1.2. Organismos Públicos

Gobierno de Canarias:

- Presidencia del Gobierno
- Vicepresidencia
- Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación
- Consejería de Economía, Hacienda y Comercio
- Consejería de Educación, Cultura y Deportes
- Consejería de Empleo y Asuntos Sociales
- Consejería de Industria y Comercio
- Consejería de Obras Públicas, Vivienda y Aguas
- Consejería de Política Territorial
- Consejería de Presidencia e Innovación Tecnológica
- Consejería de Turismo y Transportes

Viceconsejerías, Direcciones Generales y Servicios del Gobierno de Canarias:

- Viceconsejería de Justicia
- Viceconsejería de Industria

- Dirección General de Ayuda a la Drogodependencia
- Dirección General de Industria y Energía
- Dirección General de Política Agroalimentaria
- Dirección General de Seguridad y Emergencias
- Dirección General del Tesoro
- Dirección General de Presidencia
- Dirección General de Vivienda
- 112
- Instituto Canario de Estadística (ISTAC)
- Instituto Canario de la Mujer

Empresas Públicas del Gobierno de Canarias:

- Instituto Tecnológico de Canarias (ITC)
- Sociedad Canaria de Fomento Económico (SOFESA)

Otras Instituciones:

- Consejo Económico y Social de Canarias
- Parlamento de Canarias
- Zona Especial Canaria (ZEC)
- Zona Militar de Canarias

Cabildos, organismos insulares:

- Cabildo Insular de El Hierro
- Cabildo Insular de Gran Canaria
- Cabildo Insular de Lanzarote
- Cabildo Insular de Tenerife
- Institución Ferial de Canarias-Infecar
- Matadero Insular de Tenerife
- Organismo Autónomo del Carnaval de Tenerife
- Patronato de Turismo de Gran Canaria

Ayuntamientos y organismos municipales:

- Ayuntamiento de Arona
- Ayuntamiento de Firgas
- Ayuntamiento de Gáldar

- Ayuntamiento de La Laguna
- Ayuntamiento de La Oliva
- Ayuntamiento de La Orotava
- Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria
- Ayuntamiento de Mogán
- Ayuntamiento de Puntallana
- Ayuntamiento de San Andrés
- Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana
- Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife
- Ayuntamiento de Tías
- Ayuntamiento de Vallehermoso
- Ayuntamiento de Yaiza
- Fundación del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria
- Sociedad de Promoción de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria

5.1.3. Asociaciones y organizaciones

Asociaciones empresariales y culturales :

- Asociación de Distribuidores al Por Mayor de Productos Petrolíferos de Canarias
- Asociación de Empresarios de la Construcción (AEC)
- Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (ASHOTEL)
- CEOE Tenerife (Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife)
- Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT)

Organizaciones culturales, científicas y sociales:

- Aldeas Infantiles de SOS España
- Amigos Canarios de la Zarzuela
- Centro Atlántico de Arte Moderno (CAAM)
- Conservatorio de Música de Las Palmas
- El Museo Canario
- Fundación Justus Franz

- Fundación Orquesta Filarmónica de Gran Canaria
- Instituto Astrofísico de Canarias
- Teléfono de la Esperanza
- Universidad de La Laguna

Partidos políticos, organizaciones sindicales:

- Asamblea Municipal Independiente (AMI)
- Centro Democrático Social (CDS)
- Centro Canario Nacionalista (CCN)
- Coalición Canaria (CC)
- Grupo parlamentario del Senado Coalición Canaria
- Partido de Gran Canaria (PGC)
- Partido Nacionalista Canario (PNC)
- Partido Popular de Canarias (PP)
- Partido Popular de Tenerife (PP)
- Partido Socialista Canario (PSC-PSOE)
- Red Ciudadana Compromiso Las Palmas de Gran Canaria
- Unión Canaria de Mogán-UCAMO
- UGT

Organizaciones Profesionales:

- Federación Española de Pediatría Extrahospitalaria
- Colegio de Arquitectos de Canarias, Demarcación Gran Canaria
- Colegio de Enfermería de Las Palmas
- Colegio de Ingenieros Industriales de Las Palmas
- Colegio Oficial de Médicos de Las Palmas
- Colegio de Psicólogos de Las Palmas
- Colegio de Veterinarios de Tenerife

Organizaciones Deportivas:

- Campeonato de Rally Fórmula (Rally Master)
- Carrera de Campeones (3RO)
- Club Baloncesto Gran Canaria
- Federación de Ajedrez de Las Palmas

- Federación Interinsular de Automovilismo de S/C de Tenerife
- Rally el Corte Inglés (Alternativas Bates)
- Real Club Náutico de Las Palmas
- Real Club Náutico de Tenerife
- Trofeo UNELCO de Rally Tierra
- U.D. Las Palmas

6. ALIANZAS Y DESARROLLO EMPRESARIAL

6.1. Alianzas

ICC ha intensificado el desarrollo de alianzas desde la aprobación, en el año 2000 y por parte la Unión Europea y el Gobierno español, de una Ayuda de Estado para la diversificación y desarrollo de la economía de un archipiélago que es puente entre Europa, América y África: la Zona Especial de Canarias (ZEC).

La [ZEC](#) es un régimen de baja tributación por el cual toda empresa española o extranjera que se instale en Canarias de la mano de un socio local puede tributar entre el 1% y el 5%, y está orientada a la implantación y desarrollo de empresas de los sectores más emergentes.

En este sentido, ICC actúa como consultora y/o socio local de aquellas organizaciones que estudien o puedan estar interesadas en orientar alguno de sus proyectos empresariales hacia Canarias.

6.2. Acuerdos de colaboración comercial

También desde el año 2000 ICC viene estableciendo acuerdos de colaboración comercial con empresas nacionales como:

- [Airtel](#)
- [Manpower](#)
- [Halcor Telecomunicaciones](#)
- [Triple Digital](#)

Ya en 1998 ICC fue el primer Consultor Homologado de Telefónica en Canarias.

6.3. Áreas de desarrollo de ICC

El ámbito de actividades de ICC es muy diverso, pero desde 1998 la compañía se ha orientado hacia el desarrollo de proyectos centrados en Internet, como son:

- www.portalric.com, una consultoría especializada en especificidades fiscales canarias como son la Reserva de Inversiones (RIC) o la propia ZEC, en la que ICC cuenta con un 50%.
- www.redconsultores.com, una consultoría centrada en el asesoramiento a líderes políticos y sociales (100%).
- www.EmprendedoresCanarios.org, una consultoría centrada en el asesoramiento a organizaciones públicas de cara a impulsar sus proyectos orientados a los emprendedores (35%).
- www.CanariasEsNoticia.com, un portal con los titulares de las noticias difundidas en televisión, radio y prensa, servicios de clipping y seguimiento de medios (100%).

6.4. Delegación en Madrid

ICC cuenta con una [delegación en Madrid](#) para el establecimiento de contactos comerciales. (Eduardo Sanz, madrid@icc-marketing.com).

7. FILOSOFÍA Y MÉTODO DE TRABAJO

ICC ha volcado un gran esfuerzo en reflexionar, normalizar y estandarizar sus procesos de trabajo en el ámbito de los servicios. Sólo mediante la aplicación de una rigurosa metodología podemos proveer a nuestros clientes de servicios fiables.

La forma, métodos y controles con que ICC desarrolla sus servicios es la característica más significativa de nuestra personalidad corporativa. Y así no es reconocido por nuestro clientes, a través de las encuestas periódicas que efectuamos para evaluar nuestro propio trabajo.

Sin embargo, estandarizar los procesos de trabajo solo tiene como finalidad producir servicios de calidades homogéneos. ICC presta servicios a medida, absolutamente personalizados, después de que procuramos llegar a un profundo conocimiento del cliente desde nuestros primeros encuentros.

Para ello, ICC procede a reflexionar sobre la evolución histórica del cliente, su situación actual y sus deseos y proyecciones en el corto, medio y largo plazo.

Cuando ICC posee el suficiente conocimiento del cliente, procede a desplegar su principal herramienta estratégica: y los conocimientos y experiencia de sus equipos creativos, de carácter multidisciplinar, dispuestos a aportar enormes dosis de creatividad.

Y es ahí cuando ICC despliega todas sus potencialidades: nuevas respuestas, nuevas soluciones, nuevas herramientas, siempre a partir del éxito y experiencia de acciones ya abordadas en el pasado.

Cuando ICC pone en marcha su trabajo para un cliente, éste siempre se encuentra informado, puntualmente, sobre los procesos y actuaciones en los que se encuentra involucrado.

Cuando finalizamos cada fase o actuación, el cliente obtiene un informe (ICC se comunica con sus clientes preferentemente por escrito: es la única forma de evitar sobreentendidos), en el que se evalúa la actuación y se establecen recomendaciones para el futuro.

De esta forma es como ICC puede otorgar a sus clientes las garantías de calidad y satisfacción a las que nuestra empresa se compromete, por contrato.

8. CONSULTORES ASOCIADOS

8.1. ¿Deseas hacer negocios dentro de ICC? ¿Quieres convertirte en Consultor Asociado de ICC?

Pasos a seguir para la incorporación a ICC de Consultores Asociados (CA):

1. ¿Dónde se ubica la figura del Consultor Asociado (CA) dentro de ICC?.

El Consultor Asociado se enclava dentro de la **Red de Servicios Profesionales de ICC**. Esta red está compuesta por :

- Empresas proveedoras en las que ICC confía habitualmente y a las que denomina *Proveedores Estratégicos*
- Free-lances, profesionales externos.
- Consultores Asociados.

Los Consultores Asociados, al contrario que en el caso de empresas y profesionales externos, poseen:

- Una comisión sobre los beneficios, si el trabajo es aportado por ICC.
- Además, una comisión sobre la venta, si el trabajo es aportado por el CA.

2. ¿Quiénes pueden ser Consultores Asociados?

Todos los profesionales (personas físicas) a quien ICC pueda contratar el desarrollo de una acción o campaña, otorgando garantías a ICC sobre:

- Experiencia.
- Profesionalidad.
- Metodología.
- Sistemas de control de calidad.
- Se valora el hecho de que el Consultor figure en el régimen de autónomos, aunque no es imprescindible.

3. **¿Dónde se ubica físicamente el CA?**

Normalmente, en su casa o despacho profesional, aunque puede apoyarse en la estructura de oficinas de ICC.

Buscamos CA especialmente en Lanzarote, Fuerteventura, El Hierro, La Gomera, La Palma y, en general, donde ICC no posea oficinas (ya sabes, estamos en Gran Canaria, Tenerife y Madrid).

Sin embargo, también puedes presentarte si te encuentras en Gran Canaria, Tenerife y Madrid, ya que ICC requiere servicios de muchos profesionales para sus distintos proyectos.

4. **¿Cómo son las relaciones contractuales entre el CA e ICC?**

No poseen carácter laboral.

Están relacionadas con un trabajo o acción específica, con una concreción temporal.

5. **¿Cómo son las relaciones profesionales entre el CA e ICC?**

La relación profesional surge a partir de:

- Una oportunidad de negocio generada por ICC.
- Una oportunidad de negocio generada por el CA y que el CA sólo puede o prefiere atender con el respaldo de ICC.

En ese momento, el CA redacta un Plan de Actuación que detalla de manera pormenorizada las acciones a desarrollar, los medios técnicos y humanos de los que se valdrá, el coste de tales acciones y el calendario en el que se desarrollará.

ICC mantendrá, normalmente, las relaciones directas con el cliente, aunque será también frecuente que el CA tenga relación con éste.

El trabajo de ICC será monitorizar el trabajo del CA y garantizar que el servicio se suministra al cliente con las condiciones de calidad y eficacia contratadas.

6. **¿Cómo son las relaciones económicas entre el CA e ICC?**

6.1. A partir de una oportunidad de negocio generada por ICC

- o Una retribución fija.
- o Una comisión sobre los beneficios de la intervención.

6.2. A partir de una oportunidad de negocio generada por el CA

- o Una retribución fija.
- o Una comisión sobre los beneficios de la intervención.
- o Un porcentaje de la venta.

Si el CA posee licencia fiscal, emitirá una factura a ICC. Si es un profesional, se retendrá un 15% a su remuneración.

7. **¿Qué tipo de profesionales buscamos?**

Buscamos especialistas en:

- o Consultoría e-business
- o Consultoría e-commerce
- o Consultoría Telecomunicaciones
- o Desarrollo de aplicaciones en entornos Oracle
- o Consultoría general en Internet
- o Venta por teléfono, telemarketing
- o Edición de publicaciones online y offline
- o Gabinetes de Prensa (Internet y tradicionales)
- o Investigación de mercados
- o Dirección de equipos de venta
- o Formación

8. **¿Qué debes hacer si deseas ser Consultor Asociado de ICC?**

[Envíanos un email](#) con referencia al Programa de Consultores Asociados. Cuéntanos tu experiencia y trayectoria profesional.