

Capítulo: General

Categoría: 11 – Eventos

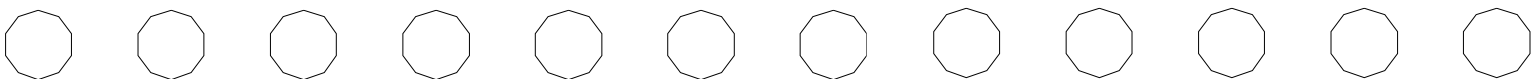
Título del programa: Socio para un cambio positivo – vinculación cara a cara con nuestros stakeholders

Nombre de la compañía o institución: Metso Sudamérica

Área: Marketing Sudamérica

Persona/s responsable/s de la presentación del caso:

- Macarena Vallejo, Directora de Marketing de Metso Sudamérica
- Carolina Lopes, Subgerenta de Marketing Metso Brasil
- Juan Pablo Aguilar, Subgerente de Marketing Metso Chile & South
- Gonzalo Passano, Subgerente de Marketing Metso Perú & North
- José Ignacio Larraín, Marketing Metrics Specialist – Metso Sudamérica



1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Metso es una compañía multinacional de origen finés con sus oficinas centrales ubicadas en la ciudad de Espoo, Finlandia, especializada en el desarrollo de tecnologías sostenibles y servicios integrales para las industrias del procesamiento de minerales y refinación de metales. "Somos socios de un cambio positivo" es su compromiso corporativo con los cerca de 50 países donde está presente con sus soluciones, especialmente con los stakeholders y clientes de la minería.

La amplia oferta de Metso ayuda a sus clientes a mejorar su rentabilidad y a reducir sus costos y riesgos operacionales, basado en su importante plan de inversión en I+D e Innovación, buscando de manera constante nuevas formas de introducir avances tecnológicos para el procesamiento de minerales.

El mercado sudamericano de Metso es uno de los más importantes del grupo a nivel mundial, donde los principales actores son Brasil, Chile y Perú, dado el importante desarrollo de la industria de laminería de los últimos años a nivel local.

En estos tres países, donde están actores clave de la industria a nivel mundial, Metso cuenta con una posición sólida dada la calidad de sus equipos y servicios asociados. Sin embargo, fiel a su compromiso de ser un "socio para un cambio positivo" es que la compañía ha desarrollado un plan de Marketing basado en una activa participación en eventos, ya sea propios como de terceros, donde el énfasis ha sido, más allá de la gestión de venta y los objetivos comerciales, más bien el acercamiento clave con autoridades sectoriales, representantes gremiales, analistas de mercado especializado, futuros profesionales de la minería, comunidades y clientes de cada nación. Esto, con el fin de abordar y dialogar sobre los desafíos de la minería sudamericana y local.

Esta estrategia regional y corporativa de relacionamiento se basa en la localización de la temática de cada evento y de sus mensajes clave, para poder atender de manera óptima las particularidades de los clientes y stakeholders de cada país, así como su idiosincrasia.

Si bien la presencia de Metso en el mercado es sólida, el grupo detectó que era necesario fortalecer el vínculo con los stakeholders de estos países, puesto que si bien el mercado reconoce la calidad de sus soluciones (siendo reconocido como el proveedor minero del año 2023 tanto en Chile como en Perú por la consultora especializada en inteligencia de mercado Phibrand), se la estaba percibiendo como una compañía más lejana en los últimos años, desde la perspectiva del relacionamiento con sus clientes. Así, la política de fortalecer la presencia en eventos convocó a los principales ejecutivos y especialistas de Metso para volver a "encantar" a su público con su conocimiento y experiencia.

A nivel global y para cada país donde está presente, Metso se ha fijado la meta de alcanzar las cero emisiones de CO2 a más tardar el 2030. Por ello, todos los eventos organizados por la compañía en

Sudamérica priorizan en su diseño dejar una huella de Carbono lo más baja posible, que se mitiga en los días posteriores a la actividad.

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

El plan de participación activa de Metso se ha centrado principalmente en definir una serie de formatos de presencia en eventos, siendo los tres principales:

- **Eventos Metso de carácter relacional y comercial**
- **Presencia en feria, congresos, simposios y exposiciones especializadas B2B**
- **Seminarios y talleres técnicos Metso**

El propósito de esta campaña de eventos regionales, que se actualiza año a año, es viabilizar tanto las tecnologías y servicios de Metso, como también a sus ejecutivos y especialistas, colaboradores con un amplio conocimiento de las actividades de la minería, cuyo know how es valorado desde las autoridades hasta los estudiantes de educación superior, además de los clientes, muchos de estos clientes son líderes de la minería a nivel mundial, como Codelco, Vale, Southern Copper Corporation, Anglo American, entre otros.

Año a año se definen los eventos a organizar y en cuales encuentros externos se debe participar, los que se calendarizan y para los que se determina la participación de actores clave de la organización. Al cierre de cada ejercicio, se analizan los resultados y se define la parrilla de eventos a abordar para el año siguiente.

Para efectos de esta postulación, se ha seleccionado un caso emblemático a presentar por cada uno de los tres formatos de participación identificado anteriormente, el que también servirá de ejemplo para las actividades de relacionamiento en cada país:

- **Seminario Internacional Metso 2023**: seminario organizado por Metso en Brasil, donde se convocó a 100 profesionales de la industria minera para analizar temas como la eficiencia energética, innovación y tratamiento de residuos, entre otros.
- **Sustainability is Now**: evento propio con stakeholders y clientes invitados llevado a cabo en Chile. Allí se inauguró una planta de reciclaje de revestimientos de molino.
- **PERUMIN 2023**: la convención y feria de equipamiento y soluciones mineras más importantes de Perú, organizada por el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú.

La decisión de participar o protagonizar eventos de distinta índole, mientras otros proveedores de soluciones industriales se enfocan más bien en tener presencia con productos en ferias masivas de tecnologías, apunta a tener acceso a un público más allá del interés comercial o de ventas, entre los que destacan autoridades sectoriales, como ministros o subsecretarios de Minería, académicos, estudiantes de educación superior, consultores, investigadores, representantes de las comunidades y profesionales de la minería.

Además de ser los eventos un canal de comunicación en sí mismo, se ha hecho difusión interna y externa de la presencia de Metso, por medio de su sitio web corporativo, su cuenta de LinkedIn, publicaciones en medios masivos y especializados y en canales de comunicación de stakeholders clave.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

A continuación, se analizará la ejecución y participación de la compañía en cada evento mencionado anteriormente.

Seminario Internacional Metso 2023 (Brasil)

Este evento organizado por Metso el 7 de noviembre de 2023 se llevó a cabo en el recinto Museu da Gerdau (Museo de Minas y Metal), ubicado en la ciudad brasileña de Belo Horizonte. Este seminario reunió a 100 profesionales clave de la minería brasileña de las áreas de operación y gestión de plantas y sus suministros, asuntos corporativos y sostenibilidad, para analizar los desafíos de la actividad en el país de cara al futuro, como son la Eficiencia Energética, la Innovación, el reciclaje de desperdicios, la agenda ESG y los minerales estratégicos.

El objetivo final fue reunir a estos profesionales para que discutieran los temas que están definiendo el futuro de la minería.

Los asistentes participaron en 5 paneles temáticos y dos conferencias sobre economía e infraestructura. Esto se complementó con un coffee break, un almuerzo y un happy hour, para fomentar la conversación entre los participantes, los que fueron invitados individualmente con invitaciones intransferibles, para asegurar la calidad de la reunión en términos de networking.

Para cumplir con el compromiso de Metso corporativo y local de reducir su huella de Carbono, así como de concientizar sobre el calentamiento global, la comunicación con los asistentes fue 100% digital. Por ejemplo, la agenda se compartió previamente vía e-mail y por QR el día del evento, así como la aplicación Mentimeter, para eliminar el uso de papel en la actividad.

Sustainability is Now (Chile)

Evento propio organizado por Metso en la comuna de Concón, zona central de Chile, en instalaciones de la compañía, el 17 abril de 2024. Su temática general fue destacar la relevancia de la sostenibilidad en la actividad minera, para el cuidado de la Tierra, tanto desde la perspectiva de los procesos como de los minerales explotados y su contribución al desarrollo de tecnologías de Eficiencia Energética y almacenamiento de energía.

El foco principal de este encuentro radicó en la inauguración de una planta de reciclaje de revestimientos de molino, sumado al estreno de una nueva prensa, componente principal para su fábrica de revestimientos. Esta última instalación también tiene atributos medioambientales, ya que funciona con Energías Renovables, por lo que ambas infraestructuras son críticas en la reducción de la huella de Carbono de Metso y de la minería chilena.

Más allá del impacto comercial, estas inauguraciones sirvieron para poner de relieve el compromiso de la compañía con la sostenibilidad ambiental y social. Por ello, se invitó no solamente a clientes, sino también a la Ministra de Minería de Chile, Aurora Williams Baussa, a la Embajadora de Finlandia en Chile, Johanna Kotkajärvi y el alcalde de Concón, Freddy Ramírez, quienes tuvieron una participación activa en el evento.

En el lugar también se desplegaron stands con temática sostenible atendidos por emprendedores que mostraron sus productos amigables con el medio ambiente, como posavasos y porta teléfonos hechos con materiales reciclados, plantas ornamentales y un libro sobre concientización medioambiental orientado a la familia.

PERUMIN 2023 (Perú)

PERUMIN es una convención minera bianual organizada por el Instituto de Ingenieros del Perú, que se lleva a cabo en Arequipa, uno de los departamentos mineros más importantes del país. Es el encuentro minero más relevante de la nación, compuesta por una Cumbre minera (foro de líderes mineros nacionales e internacionales), Foro TIS (espacio de presentación de trabajos técnicos mineros) y Extemin (exhibición tecnológica de equipos mineros).

Para este encuentro, que se llevó a cabo entre el 25 y 29 de septiembre de 2023 el equipo de Marketing definió una estrategia que buscó desplegar un equipo de representantes de la compañía que aprovechara todos los canales de comunicación de la feria disponibles con clientes y stakeholders.

Fueron 50 especialistas que se repartieron entre la atención del stand, la participación en la Cumbre Minera, en el Foro TIS y conversatorios mineros en el Centro de Servicios de Metso, ubicado en Arequipa. Adicionalmente se llevó a cabo el cocktail “The Power of Elements Peru”, donde se invitó

a destacados actores de la minería peruana, y distintas autoridades, entre ellos el Embajador de Finlandia en Perú, Antti Rytövuori. Esta actividad se complementó con una rueda de prensa con los principales medios mineros peruanos. Por último, se llevó a cabo un almuerzo de ejecutivos de Metso locales y corporativos con autoridades peruanas, así como un desayuno con clientes y reuniones estratégicas con distintas compañías mineras de Perú.

Vale destacar que el stand de Metso se destacó por su interactividad con los asistentes a PERUMIN 2023, ya que tenía entre sus atractivos, el Metaverso de la compañía, un túnel interactivo que mostró parte de la historia de Metso, así como su offering, y un mural en el stand que fue llenado con mensajes positivos orientados a la sostenibilidad, por los distintos asistentes (clientes, autoridades peruanas, público en general). Esto fomentó un contacto más directo y ameno con prospectos y los stakeholders.

4) Resultados y evaluación Identificación, análisis y cuantificación de los resultados

Los resultados obtenidos estuvieron en la línea de lo esperado por el área de Marketing de Metso para Sudamérica, en contactos cara a cara y en la difusión de estas actividades en redes sociales y medios de comunicación. Asimismo, estos resultados fueron superior al promedio de la industria minera en la región Sudamérica.

Sustainability is Now en Chile registró una participación de 163 asistentes. En términos de cobertura, tuvo +120 apariciones en medios de comunicación repartidos en más de 20 medios de comunicación, contando prensa especializada, de provincias mineras chilenas y medios internacionales.

En redes sociales, el evento fue viralizado en más de 100 post de cuentas de organizaciones externas a Metso, entre las que se destacan el Ministerio de Minería de Chile, la Asociación de Proveedores Industriales de la Minería (APRIMIN) y los principales medios mineros del país.

Asimismo, en medios propios alcanzamos más de 32,000 impresiones, más de 1,100 clics en contenido, lo cual está por encima del promedio en la industria.

Por el lado del evento **SIM** de Brasil, este conto con la participación de 100 asistentes, entre los que destacan stakeholders relevantes para la minería en Brasil, como clientes clave de Metso que valoraron el evento y los paneles que se abordaron.

El evento de Metso obtuvo más de 20 réplicas en medios externos, mientras que la estrategia de comunicación en medios propios generó un alcance de más de 24 mil impresiones y 425 clics en el contenido compartido.

Por su parte, la presencia de Metso en **PERUMIN 2023**, en Perú generó interacciones con cerca de 800 personas asistentes, contabilizando las visitas al stand, la participación en la Cumbre minera, el

Foro TIS, Extemin, las charlas en el Centro de Servicios de Metso en Arequipa, el cocktail The Power of Elements, el desayuno y las reuniones estratégicas con clientes, y el almuerzo de ejecutivos de Metso con autoridades mineras peruanas

En términos de cobertura, Metso en PERUMIN tuvo apariciones en los principales medios de comunicación, contando prensa especializada, de provincias mineras peruanas y medios internacionales. En redes sociales, fue viralizado en más de 16 media partners (cuentas de organizaciones externas a Metso), entre las que se destacan Rumbo Minero, La Embajada de Finlandia en Peru, Diario Gestión.

En relación con las métricas alcanzadas en medios propios, estas fueron de más de 35,000 impresiones durante todo el periodo en el que se difundió el evento, generando un engagement rate superior al promedio de la industria.

En términos generales se generó el impacto mediático deseado tanto a través de medios propios como medios externos, con lo cual se alcanzó el objetivo de mostrar a Metso como una empresa más cercana a la industria gracias a la estrategia regional y local de creación y desarrollo de eventos, la cual estuvo siempre en línea con la estrategia global de la compañía de compensar las emisiones de CO2 a través de la neutralidad de los eventos.

Somos el socio para un cambio positivo.