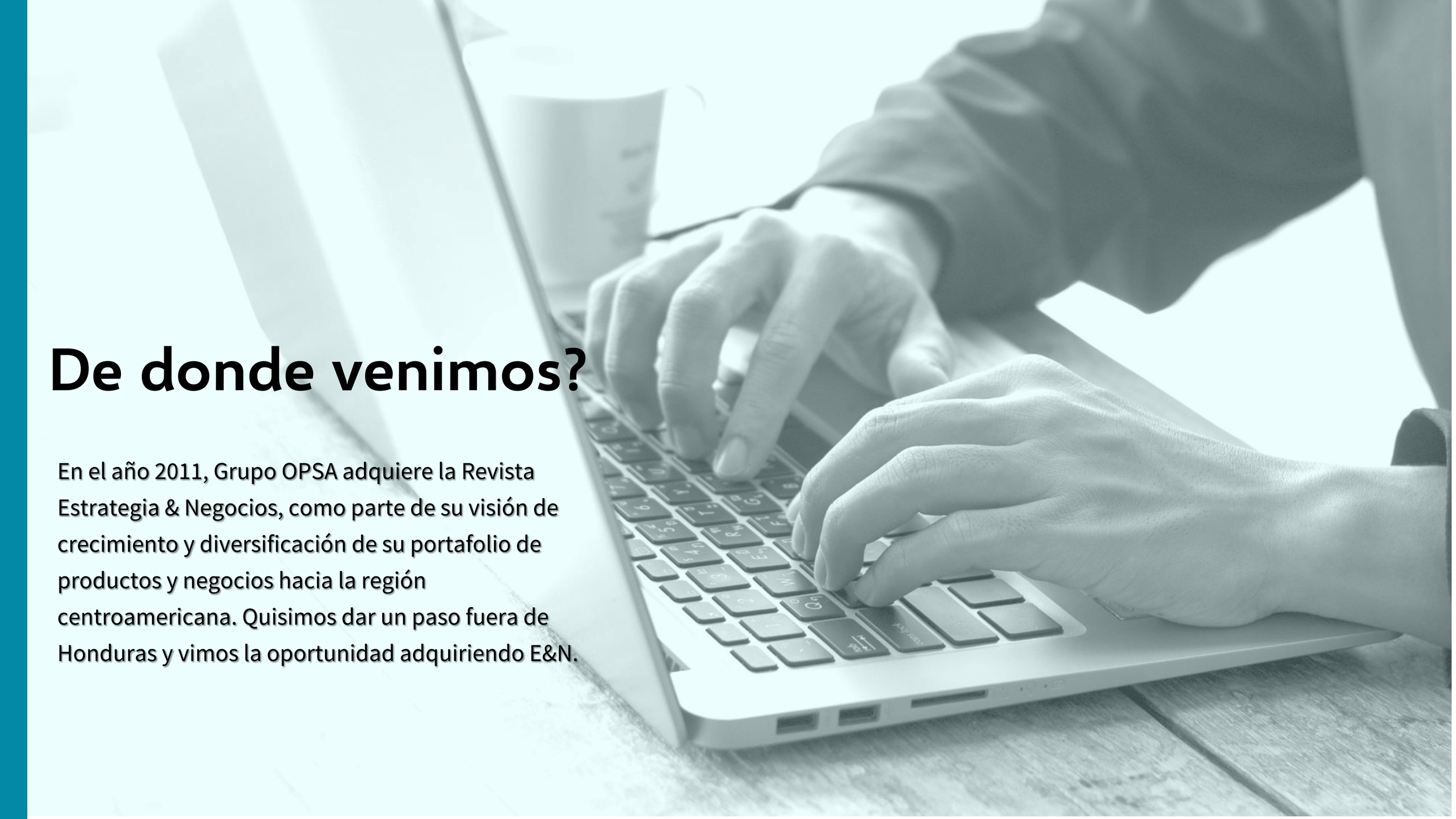


Construyendo Valor: Cómo Estrategia & Negocios resurge y diversifica su portafolio 360° con éxito

Lizza Bobadilla de Handal

De donde venimos?

En el año 2011, Grupo OPSA adquiere la Revista Estrategia & Negocios, como parte de su visión de crecimiento y diversificación de su portafolio de productos y negocios hacia la región centroamericana. Quisimos dar un paso fuera de Honduras y vimos la oportunidad adquiriendo E&N.



Que nos encontramos?

MERCADO

Mercado de revistas de negocios por desarrollar , competencia muy centrada en precio por volúmen y poco valor y desarrollo hacia sus productos.

CLIENTES

Los clientes anunciantes balancean equitativamente sus inversiones en las 3 revistas de Economía y Negocios de la región. No ven una propuesta de valor que les motive a pagar un precio diferencial a E&N.

FINANZAS

La operación se recibe con pérdidas, pero con un potencial de crecimiento que nos animo a adquirirla.

E&N, tenía una estructura de costos editorials en su gran mayoría elevados para la relación de ingresos que la revista facturaba sin lograr el reconocimiento por parte de los anunciantes en un mayor precio por el producto. La estructura editorial alcanzaba el 70% de las ventas.
Una organización de varios niveles jerárquicos .

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

* Revista impresa de circulación regional
- Sitio Web
- Newsletter
- El 100% de los ingresos vienen de la edición impresa. Publicidad tradicional

SITUACIÓN

Visión de marca

Hacer de E&N la plataforma editorial especializada en negocios y empresas que mejor entiende y representa a Centroamérica, con un profundo entendimiento del contexto regional.

Destacar por ofrecer contenidos de alta calidad, relevancia y compromiso inquebrantable de periodismo ético.



Objetivos ESTRATÉGICOS

1. Optimizar procesos editoriales y sinergias de contenidos con otros medios del grupo
2. Escuchar activamente a nuestros lectores y anunciantes. Cuáles son las oportunidades en el mercado
3. Consolidar alianzas existentes y abrir nuevas oportunidades para crear productos de valor agregado.
4. Gestión de ventas enfocada en ofertas 360 y Branded Content
5. Desarrollo de experiencias monetizables. Eventos.

Oportunidad en el mercado

Eventos	Productos Nuevos	Diversificar los ingresos de E&N mediante productos digitales	Mantener los ingresos de la edición impresa	Potenciar en alianzas estratégicas
• Reputación y Confianza • Cumbres Empresariales • RSE (Sostenibilidad) • Mujeres Desafiantes • TOM (Top of Mind)	• Newsletters Especializadas • Ediciones Especiales de diferentes sectores (bancario, seguros, exportación entre otros • Podcast	• Paquetes Digitales que incluyan publicidad nativa, banners, posteos en redes sociales. • Branded Content más interactivos y dinámicos. Creación de Brand Lab • Potenciar Videos – Reels • Patrocinios de Podcast y de Encuentros E&N, que son espacios de aprendizaje con la audiencia	• Apalancada en los paquetes 360 y en el desarrollo del Calendario Editorial	• Skaleno (Admirados) • Cátedra Pizzolante (Encuestas de Reputación) • Kantar – Mercaplan (TOM) • RSE (Sostenibilidad) • Talento Humano

Definimos el enfoque de la marca



Why (propósito)

Existimos para ofrecer una experiencia de información y encuentro para el alto nivel empresarial de Centroamérica. En el ecosistema digital nuestro objetivo aporta valor, cercanía, protagonismo, empoderamiento a los protagonistas que mueven negocios en Centroamérica.



How (Misión)

Evolucionar en tiempos de IA como la plataforma referente de los negocios que se hacen en Centroamérica. E&N es el aliado del alto liderazgo de la región que cuenta y da voz a las empresas, líderes y marcas que mueven la regiòn desde la alta confianza, equidad y visión de futuro.



What (Posicionamiento)

Ser la plataforma de network e información del alto empresariado de CA por medio de eventos, información a profundidad y herramientas de análisis que aportan valor a la toma de decisiones de nuestras audiencias.

Pilares de la propuesta de valor y de diferenciación



Cómo lo ejecutamos?

- **Estrategia Editorial:**
  - ***Calidad de Contenidos en todas sus plataformas***
    - Mejor análisis, nuevas tendencias, voz de expertos y referentes globales en sus distintas categorías, generar un mejor contexto en cada reportaje o apuesta editorial.

  - ***Contenido Diferenciado-Propio-Orgullo CA***
  - Contar las grandes jugadas de negocios
  - Periodismo de datos
  - Destacar el orgullo centroamericano: científicos, emprendedores exitosos, innovadores disruptivos, mujeres que derribaron techos, el ejecutivo centroamericano que conquista multinacional.

Reorganización de la estructura

- Foco en crecimiento y en lanzamiento de nuevos productos.

Cómo lo ejecutamos?

- ***Estrategia Comercial***

- Conocer las iniciativas y necesidades de los clientes para generar soluciones comerciales diferenciadas y personalizadas de acorde a sus objetivos de marca.
- Agilizar el ¨journey¨ de los clientes desde que solicitan una solución comercial hasta la entrega de reporte de resultados.
- Prospectación constante de clientes y mayor cobertura en cada país.

- ***Estrategia de Mercadeo***

- Segmentación de nuestra audiencia
- Potenciar el acceso exclusivo que E&N tiene con los tomadores de decisión para generar contenidos diferenciados y útiles para líderes, ejecutivos y emprendedores.
- Posicionar los diferenciadores de la marca en sus diferentes plataformas
- Generar cercanía y comunidad mediante eventos e inicitivas digitales

SEGMENTACIÓN

PUBLICO	ACCIONES	NUEVOS NICHOS
• ***CEO*** • ***CFO*** • ***Director regional***	• Campañas ediciones como Admirados, Confianza, etc. • Evento Cumbre Empresarial Confianza 2026 Guatemala • Ver Enfoques	• C Level Costa Rica y Panamá • Next-Gen Leadership
• ***Líder Visionaria/Rompe techos*** • ***Emprendedor que escala*** • ***Inversor Corporativo***	• Campañas 8M y Mujeres Desafiantes • Evento Mujeres Desafiantes Costa Rica • Ver Enfoques	• Fundadores de startups, CEOs de pymes en expansión, especialmente El Salvador
• ***Consultor / Analista*** • ***Gestor de Marca & Branding***	• Campañas TOM, Lovemarks • Evento Top of Mind Guatemala, Honduras, El Salvador y Costa Rica • Ver Enfoques	• Brand Managers
• ***La Nueva Generadora de Ideas*** • ***Gen Z: Informados a su manera*** • ***Jóvenes profesionales emergentes (24–30) años***	• Experiencias E&N, Flavors of Central America	• Líderes de pensamiento e influenciadores

Ejecutamos un portafolio de productos con enfoques a diferentes perfiles de nuestra audiencia y de interés para el anunciante

Tradicionales — Info Inmediata / everyday / Breaking News

Especial Guía Universitaria
Especial Logística CA
Especial Guía Universitaria
Especial Motores de Desarrollo
Especial Servicios CA
Especial RK Seguros & Banca
Especial BUFETES

Buenas Prácticas — Lo del día / Sostenibilidad / fin de semana

8M by E&N
Especial Protagonistas del Mercadeo CA
UNIVERSE

Branding — Night Time / historias favoritas para compartir / Momento feliz

TOP of MIND
LOVE MARKS
KANTAR MERCAPLAN

Sofisticado — Reputación / inspiración / celebración

MD MUJERES DESAFIANTES by E&N
Confianza

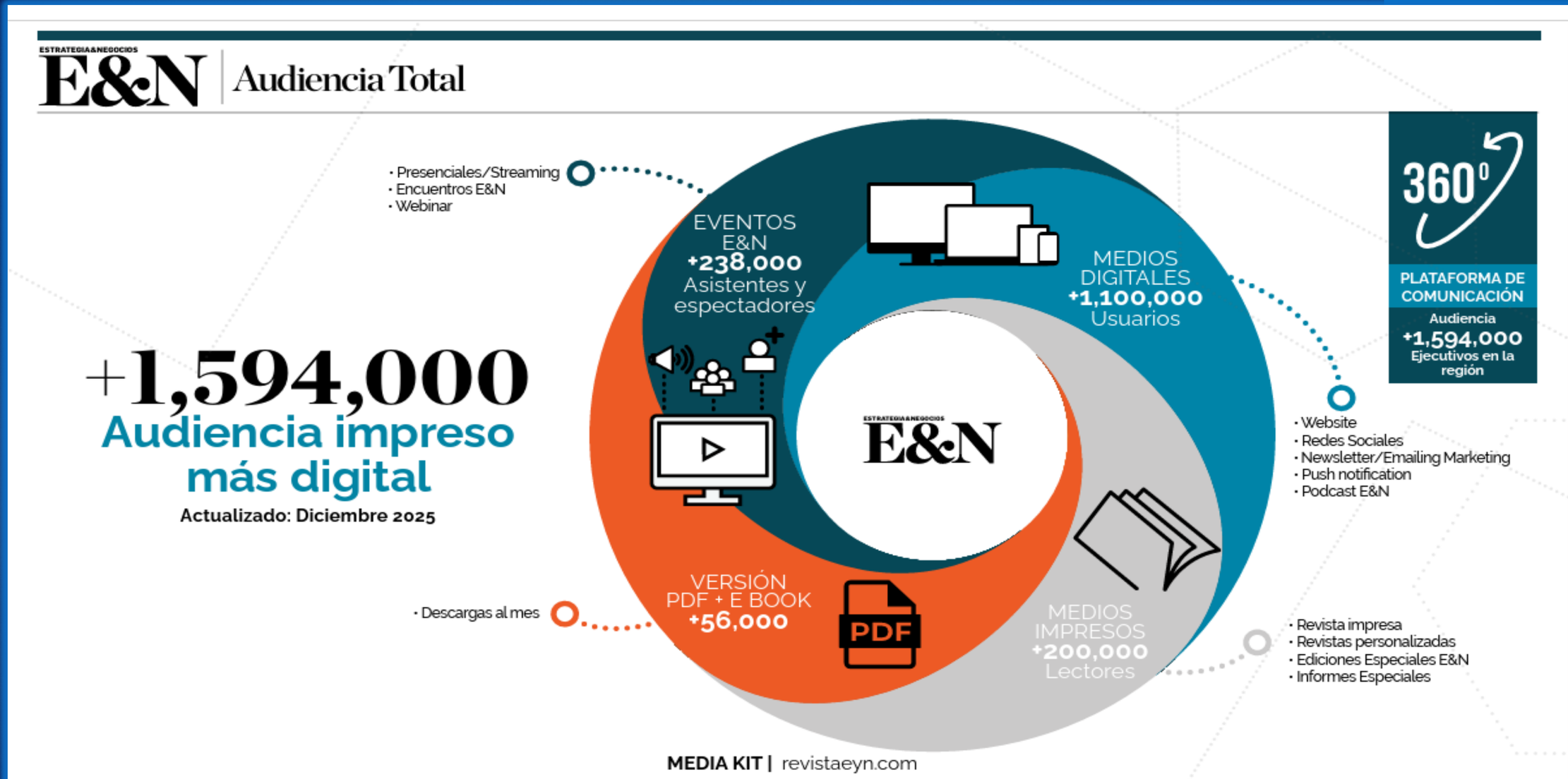
Placer final — ocasión especial / celebración de hitos

Admirados
Talento HUMANO
CA INSPIRA CENTROAMERICA EN POSITIVO

Delivery RRSS — GenZ / fin de semana / Momento feliz

PODCAST NEGOCIOS INTELIGENTES E&N
ENCUENTROS E&N

Que hemos logrado? Mayor alcance!



Qué hemos logrado?

- ✓ Contenido 100% propio de Centroamérica para Centroamérica.
- ✓ Revista posicionada como referente regional en negocios y fuente de información confiable y de calidad.
- ✓ Producir eventos que convocan al alto liderazgo de la región en sus diferentes ambientes.
- ✓ Crecimientos constantes de los ingresos año a año de dos dígitos.
- ✓ Marca generando rentabilidad y contribución económica para el grupo.











En que seguimos enfocados ?

- **Ser una marca digital-first líder y confiable:** Transformar cada edición en una campaña digital potente que impulse tráfico, engagement y negocio.

- **Convertirse en la plataforma de eventos empresariales más valorada de la región:** Eventos que generan networking, contenido estratégico y oportunidades comerciales.

- **Fortalecer un posicionamiento sólido y diferenciado en todo Centroamérica:** Ser percibidos como el medio con mayor rigor, profundidad y liderazgo empresarial.



En que seguimos enfocados ?

- **Ampliar nuestros estudios sectoriales, mediante nuestra unidad de inteligencia**
- **Capacitación constante de nuestro equipo en IA y en mejora de flujos en los distintos procesos productivos y de entendimiento de lo que nuestras audiencias quieren**
- **Continuar con el crecimiento de nuestras comunidades alrededor de los diferentes segmentos definidos**



En que seguimos enfocados ?

- **Ampliar nuestros estudios sectoriales, mediante nuestra unidad de inteligencia**
- **Capacitación constante de nuestro equipo en IA y en mejora de flujos en los distintos procesos productivos y de entendimiento de lo que nuestras audiencias quieren**
- **Continuar con el crecimiento de nuestras comunidades alrededor de los diferentes segmentos definidos**



Gracias!