

The logo for Sherlock Communications is a green magnifying glass. The handle of the magnifying glass is a simple green line extending downwards and to the left. The lens is a large green circle. Inside the circle, the word "SHERLOCK" is written in a bold, black, sans-serif font. Below "SHERLOCK", the word "COMMUNICATIONS" is written in a smaller, black, sans-serif font. The letter "O" in "SHERLOCK" is stylized with a small circle inside it.

SHERLOCK
COMMUNICATIONS

The logo for TMF Group is a solid red square. Inside the square, the letters "TMF" are written in a large, white, bold, sans-serif font. Below "TMF", the word "GROUP" is written in a smaller, white, bold, sans-serif font.

TMF
GROUP

© - Confidencial

Budget:

Territórios: Brasil, México, Argentina.

CLIENTE E BRIEF

Cliente:

A TMF Group é um provedor líder global de serviços de negócios com sede em Amsterdã, Holanda, e fundado em 1988. O grupo fornece serviços de contabilidade, impostos, RH e folha de pagamento para empresas que operam em escala internacional. A TMF Group possui 125 escritórios em 83 jurisdições, emprega aproximadamente 7.000 pessoas, fornece serviços administrativos e de conformidade para mais de 15.000 clientes em um mercado de US\$ 12 bilhões.

Brief:

Gerar conhecimento da marca e coloque a empresa como uma fonte especializada no Brasil, Argentina e México, promovendo a experiência da TMF Group e suas mensagens principais.

Resultados que desejamos alcançar:

Aumentar o conhecimento da marca TMF Group em cada um desses países entre nosso público-alvo

Resultados que desejamos alcançar:

Cobertura sobre a TMF Group, tanto em termos de “qualidade” (publicações de nível I, significando os principais impressos e mídia de radiodifusão nacional) e “quantidade” (grande volume de recortes em todas as publicações). Desenvolver relacionamentos de longo prazo com jornalistas importantes. Posicionar executivos da empresa como especialista em assuntos diversos em seus mercados locais. Para 2019, o foco principal na América Latina será: maior reconhecimento da marca, fortalecer nossa proposta de valor, direcionar tráfego para nosso site (espanhol e português) e, por sua vez, gerar leads para nosso negócio.



DESAFIOS E SOLUÇÕES

O primeiro desafio foi apresentar a TMF Group aos jornalistas locais do Brasil, Argentina e México, uma vez que a empresa tinha muito pouca exposição na mídia nesses países. O segundo desafio foi educar o cliente sobre quais temas são relevantes ou não para os jornalistas. A maior parte do conteúdo produzido pela equipe de marketing da empresa era muito técnico ou pouco atraente para a imprensa.

Também tivemos o desafio de diferenciar a TMF Group de seus concorrentes e de consultorias como Deloitte e PwC. As diferentes linhas de serviço - contábil, fiscal, RH, folha de pagamento etc - não se falam e até mesmo a equipe de comunicação tinha poucas informações sobre o que a empresa realmente faz. Além disso, não tínhamos permissão para usar estudos de caso em nossa campanha de RP, o que também representou um grande desafio.

As eleições presidenciais argentinas, que geraram um ambiente político, econômico e midiático profundamente polarizado, foram um foco abrangente dos jornalistas do país. Nesse período, foi difícil lançar temas que não tivessem relação direta com as eleições. A reduzida disponibilidade do porta-voz da TMF Group na Argentina foi outro desafio que enfrentamos. Para contornar esse desafio, nós realizamos uma estratégia de ganchos jornalísticos.



PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

GANCHOS JORNALÍSTICOS

Os anúncios corporativos e de produtos da TMF Group nem sempre foram interessantes e atraentes o suficiente para atrair a atenção da mídia nos três países onde a campanha de relações públicas ocorreu. Precisávamos, portanto, desenvolver uma estratégia consistente de exploração de ganchos jornalísticos para gerar cobertura e fazer entrevistas com os porta-vozes da empresa.

Sendo a TMF uma especialista em comércio internacional - atuando em até 77 jurisdições ao redor do globo - temos sido capazes de oferecer percepções e comentários exclusivos sobre uma ampla gama de tópicos, como o Mercosul-UE e os acordos comerciais do USMCA, a disputa comercial entre EUA e China e também questões microeconômicas nacionais, como a Lei do Conhecimento, na Argentina, medidas para atrair investimentos estrangeiros no México e a reforma tributária brasileira.

Essas oportunidades de newsjacking resultaram na cobertura de várias publicações de primeiro nível, como Record News, um dos canais de notícias mais populares do Brasil, Télam, agência nacional de notícias argentina e El Financiero, principal jornal de negócios mexicano.



PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

WORKSHOPS

No Brasil, a Sherlock Communications organizou um workshop sobre as principais tendências econômicas da América Latina, abordando temas como negócios, negócios internacionais e investimentos estrangeiros na região. O workshop, cujo conteúdo foi idealizado e estruturado pela equipe da Sherlock, foi conduzido pelo Head of Americas da TMF Group e pelo diretor administrativo da empresa no Brasil.

O evento contou com a presença de cinco jornalistas de destaque, de alguns dos mais importantes jornais e revistas brasileiras, como Estadão, Exame, O Globo e Terra. O feedback dos jornalistas foi excelente e conseguimos garantir a cobertura em todos os meios de comunicação que participaram do workshop na coluna assinada por Miriam Leitão - jornalista econômica brasileira mais respeitada do O Globo.

A mesma estratégia foi executada na Argentina, onde nossa equipe convidou mais de 20 jornalistas de nível I e mídia empresarial. O workshop em Buenos Aires, conduzido pelos principais executivos da TMF Argentina, resultou em mais de 40 coberturas em veículos de comunicação como Clarin, Télam e Ambito.

Seguindo a recomendação da Sherlock Communications, Rodrigo Zambon, diretor administrativo da TMF Group no Brasil, foi convidado pela Irish Business Network Brazil para fazer uma apresentação sobre como as empresas brasileiras podem estar em conformidade com as leis de outros países, como podem exportar seus produtos e serviços e sobre o custo da burocracia no Brasil.



PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

ARTIGOS E LISTICLES

Sherlock Communications teve sucesso em esboçar e colocar assinaturas autorizadas de executivos da TMF Group em publicações de nível como Fortuna, América Economia e CanalTech. Este relacionamento específico foi baseado na oferta de conteúdo premium e exclusivo de especialistas da TMF Group, aumentando o conhecimento da marca da empresa e as credenciais como especialista. Também garantimos uma coluna mensal no Expansion, um dos sites de negócios de maior prestígio mexicano. Durante o ano de 2019, executivos da TMF Group ocuparam este espaço, escrevendo sobre comércio internacional, igualdade de gênero e o cenário de negócios latino-americano.

Também localizamos vários artigos assinados e listas produzidas pelo departamento de comunicação da empresa - sobre criptomoeda, compliance, RH e gestão de folha de pagamento - colocando-os em algumas das publicações comerciais e de negócios mais importantes, no Brasil, Argentina e México.

ENTREVISTAS

Estratégias de newsjacking em torno de anúncios de acordos comerciais - como o acordo Mercosul-UE - e os estudos ou pesquisas realizados pelo TMF Group nos permitiram lançar entrevistas com os principais executivos da empresa para algumas das principais publicações de nível I no Brasil (GloboNews, TV Brasil e Record News), México (El Financiero) e Argentina (Clarín). Publicações importantes sobre negócios e comércio, como Mergermarket, Sputnik News e Mexico Industry, também entrevistaram porta-vozes da TMF.



RESULTADOS - BRASIL



22 Economia

MIRIAM LEITÃO

ANALISTA DE MERCADO

CON ASSOCIADOS DA CIBI P&I

Comércio externo

e o papel do país

O comércio externo brasileiro tem se mostrado negativo no PIB este ano, porque os efeitos negativos superam os positivos, as exportações de produtos industriais e as importações. O representante da crise, a perda de competitividade cambial decorrente da alta do dólar nos mercados internacionais, entre Estados Unidos e China, e o ritmo mais lento da recuperação econômica brasileira que a economia dos Estados Unidos, o Brasil enfrenta uma situação difícil. No entanto, a economia brasileira tem se mostrado resiliente, com o PIB em crescimento de 1,1% no terceiro trimestre de 2019, o que é um bom sinal para o futuro.

Apesar da desaceleração da economia brasileira, o comércio externo tem se mostrado resiliente, com o PIB em crescimento de 1,1% no terceiro trimestre de 2019, o que é um bom sinal para o futuro.

O comércio externo brasileiro tem se mostrado negativo no PIB este ano, porque os efeitos negativos superam os positivos, as exportações de produtos industriais e as importações. O representante da crise, a perda de competitividade cambial decorrente da alta do dólar nos mercados internacionais, entre Estados Unidos e China, e o ritmo mais lento da recuperação econômica brasileira que a economia dos Estados Unidos, o Brasil enfrenta uma situação difícil. No entanto, a economia brasileira tem se mostrado resiliente, com o PIB em crescimento de 1,1% no terceiro trimestre de 2019, o que é um bom sinal para o futuro.

ESTADÃO

Economia & Negócios

Microsoft

As organizações sem fins lucrativos podem acessar o Microsoft 365 Business Premium gratuitamente. Saiba mais.

Empresas brasileiras veem oportunidades em guerras comerciais e Brexit

Alina Branstetter

20 de janeiro de 2020 | 10h00

DESTAQUES EM ECONOMIA

Depois de 23 anos com a Alemanha, Milano fecha parceria com a Volkswagen no Brasil

Filipe Figueira quer ter maior participação de modo no País

B

Caro leitor, 15 de julho de 2019 • Página 04

ECONOMIA

pesquisa aponta Brasil como 3º país mais complexo para se fazer negócios

A pesquisa aponta o Brasil como o 3º país mais complexo para se fazer negócios, atrás apenas da Índia e da Rússia. O estudo foi realizado pela Global Competitiveness Index (GCI) da World Economic Forum. O Brasil ficou em 3º lugar, com uma pontuação de 78,5 pontos, enquanto a Índia ficou em 1º lugar, com 82 pontos, e a Rússia em 2º lugar, com 80 pontos. O estudo também apontou que o Brasil é o 3º país mais complexo para se fazer negócios entre os países emergentes, atrás apenas da Índia e da Rússia. O estudo foi realizado pela Global Competitiveness Index (GCI) da World Economic Forum. O Brasil ficou em 3º lugar, com uma pontuação de 78,5 pontos, enquanto a Índia ficou em 1º lugar, com 82 pontos, e a Rússia em 2º lugar, com 80 pontos. O estudo também apontou que o Brasil é o 3º país mais complexo para se fazer negócios entre os países emergentes, atrás apenas da Índia e da Rússia.

RODRIGO ZAMBON - economista

ESPECIALISTA ANALISA OS EFEITOS DOS ACORDOS DO MERCOSUL NO MERCADO BRASILEIRO

SHERLOCK COMMUNICATIONS

RESULTADOS - MÉXICO



EMPRESAS México 13 de febrero de 2019 EL FINANCIERO 17

NEGOCIOS
México, con dificultades para atraer inversión

El país enfrenta dificultades sistémicas para atraer inversión extranjera, por lo que debe impulsar el uso de la tecnología y el talento humano para atraer inversión extranjera, según el informe de la OCDE.

El informe de la OCDE, que se publica cada dos años, evalúa el atractivo de México para la inversión extranjera directa (IED). En 2017, México ocupó el lugar 39 en el Índice Global de Complejidad de los Negocios (GCI), un indicador que mide la facilidad con la que una empresa extranjera puede establecerse y operar en un país.

El informe también destaca que México tiene una alta carga tributaria y una burocracia compleja, lo que dificulta la inversión extranjera. Sin embargo, el país cuenta con una mano de obra joven y talentosa, así como una rica tradición cultural, lo que lo hace atractivo para la inversión extranjera.

En las empresas reconocidas ya no es suficiente contar con una carrera, se valoran también experiencias internacionales.

Construye un Plan de Ahorro Educativo y aprovecha nuestros convenios con universidades nacionales y extranjeras.

MexicanadeSecas
Fondo de ahorro educativo

¡La inversión que construye el futuro educativo de tus hijos!

mb.com.mx
044 55 55 55 55
comercial@mb.com.mx

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

EMPRESAS

NEGOCIOS

México, con dificultades para atraer inversión

El país enfrenta dificultades sistémicas para atraer inversión extranjera, por lo que se debe impulsar el uso de la tecnología y el talento humano para atraer inversión extranjera, según el informe de la OCDE.

El Índice Global de Complejidad de los Negocios (GCI) 2019 midió la dificultad que tiene un país para que capital extranjero se instale en su territorio, considerando tres ejes: legislación, contabilidad y sistema laboral. En el caso de México, la corrupción, inseguridad y volatilidad política dificultan el flujo de capitales inversiones en infraestructura.

Fernando Garrido, director general de TMF Group México, dijo que la actual administración no solo debe facilitar que más firmas vayan a México, sino también promover la inversión como un motor fundamental.

—Aldo Munguía

méxicoexport

INICIO SECCIONES GLOSARIO EVENTOS TRACKING TV MÁS

COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS

¿Inversión extranjera? México ocupa el lugar 39 en el Índice Global de Complejidad en los Negocios



ÚLTIMAS NOTICIAS SECCIONES LIFE BRAND VOICE COUNTRY BRANDING

Portada / Tecnología /

Mauricio Hernández Armenta
octubre 14, 2019 7:00 am

No solo es México: el impuesto a firmas digitales es una tendencia mundial

Fernando Garrido, director general de TMF Group México, dijo que la actual administración no solo debe facilitar que más firmas vayan a México, sino también promover la inversión como un motor fundamental.

—Aldo Munguía

RESULTADOS - ARGENTINA

Clarín

pymes

ambito

télam

EL CRONISTA | PYME

OCOS HERRAMIENTAS INNOVACIÓN GARAGE AGENDA

EL CRONISTA | PYME | NEGOCIOS

Miércoles 11 de Diciembre de 2019

Un trampolín para la expansión global

a Ley de Economía del Conocimiento ofrece incentivos fiscales para empresas de software y servicios exportables.

de GEORGINA LACURE



ECONOMÍA

05/12/2019 DESDE ENERO

Dicen que la economía del conocimiento abre oportunidades de internacionalizar empresas

Así lo explicaron especialistas en un evento que analizó la entrada en vigencia de la Ley de Economía del Conocimiento de las empresas de ofrecer sus servicios en el exterior.

La entrada en vigencia de la Ley de Economía del Conocimiento el 1° de enero de 2020 abre nuevas posibilidades a las empresas de cualquier dimensión que quieren ofrecer sus servicios al exterior. El tema y los requisitos que deben tener las firmas para internacionalizarse fueron los ejes de un evento que se realizó esta semana en Buenos Aires.

"Actualmente tenemos barreras y oportunidades. Hay en el mercado incertidumbre respecto de la toma de decisiones debido al inminente cambio de gobierno. Sabemos que es un cambio político significativo", expresó Claudio Crocco, Managing Director de la empresa de servicios financieros TMF Group en Argentina. "La alta tasa de inflación es una barrera para los negocios, así también como el nivel de endeudamiento y el posible default. Como país tenemos el desafío de resolver el problema de la deuda así como obtener crédito".

ÚLTIMOS



El Presidente ante los hechos

BANK

Negocios Mercado Opinión Real State After



En la Ciudad todos usamos tapaboca. #TapateLaBo

La economía del conocimiento abre oportunidades de globalizar empresas

6 diciembre, 2019

21 de Septiembre de 2020

ambito

Ranking: Argentina es el tercer país más complejo del mundo para hacer negocios

NEGOCIOS 29 Julio 2020

El Índice Global de Complejidad Corporativa de TMF Group aseguró que Argentina dificulta a las empresas extranjeras el constituirse y realizar actividades comerciales. Solo están encima del país Indonesia y Brasil en términos de impuestos, normas y regulaciones.



Lo que se lee ahora

Clarín VISTE

CLARIN - VISTE | POLITICA SOCIEDAD DEPORTES ESPECTACULOS MUNDO ECONOMIA OPINION

Debate

De qué se trata la ley que podría ayudar a las empresas argentinas

De qué se trata la Ley de Economía del Conocimiento y la internacionalización de las empresas.

SHERLOCK COMMUNICATIONS

OS RESULTADOS

Nossa estratégia de RP resultou em 380 online, 14 impressos, 4 programas de transmissão e 20 entrevistas. Esses resultados geraram 3,2 milhões de visualizações de cobertura, 1,2 bilhão de leitores online e 800.000 circulação.

Brasil

A GloboNews é um canal a cabo do Grupo Globo, principal emissora de TV do Brasil e de maior alcance no Brasil. É um canal de notícias 24 horas com análises sobre negócios, política, tecnologia, relações internacionais entre outros assuntos. Tem mais de 400 mil visualizadores. Durante a entrevista, realizada pela Sherlock Communications,

Record News é um canal de TV focado em notícias. É um dos maiores canais de notícias do país, com cerca de 300 mil espectadores. É conhecido por seu noticiário durante o período do horário nobre, com um número de jornalistas e âncoras altamente respeitados. Na entrevista, Rodrigo Zambon destacou os principais pontos do acordo Mercosul-UE no Brasil.

A TV Brasil é um canal nacional de TV pública com notícias, entretenimento e programas de variedades. Rodrigo Zambon foi entrevistado no noticiário da tarde onde a equipa editorial resume todas as notícias do dia. Rodrigo Zambon foi entrevistado sobre complexidade para empresas brasileiras. O show tem 150 mil espectadores.

Exame é uma revista de negócios quinzenal com mais de 50 mil exemplares distribuídos e 9 milhões de visualizações mensais únicas. É uma revista muito conhecida por sua análise econômica e credibilidade, fazendo parte da conceituada Editora Abril. O Globo é o principal jornal do Rio de Janeiro com 200 mil exemplares distribuídos diariamente.



Pesquisa aponta Brasil como 3º país mais complexo para se fazer negócios

■ O Índice de Complexidade Global do Grupo TMF considera apenas a Grécia e a Indonésia mais complexas que o Brasil em termos de impostos. O Brasil, com uma classificação de complexidade de 81%, está posicionado em terceiro lugar, atrás apenas da Indonésia (82%) e da Grécia (84%) como países mais complexos para se fazer negócios. Dos outros nove países da América do Sul no

"A legislação no Brasil não é clara e há um grande grau de incerteza sobre práticas aceitáveis, mesmo dentro do governo", é o que diz no perfil do país no relatório. O index atesta também que grande parte da complexidade do Brasil é impulsionada por três fatores: regulamentação tributária de tentativa e erro, do complexo e burocrático código trabalhista do país.

OS RESULTADOS

Argentina

O Clarín é o jornal mais importante da Argentina. Pertence ao Grupo Clarín Dominio, o maior conglomerado de mídia do país. Com mais de 200 mil exemplares distribuídos diariamente, o jornal é muito respeitado no país com assuntos em torno de economia, política, relações internacionais, negócios etc. A TMF Group foi destaque em coluna assinada por Silvia Naishtat, uma das mais influentes jornalistas de negócios da Argentina.

Pymes é uma revista mensal do Grupo Clarín que fornece informações de interesse para empresários, pequenas e médias empresas. Notícias em matéria regulatória e tributária, condições de competitividade, tecnologia, gestão e marketing, etc. A TMF Group foi abordado em matéria sobre a Lei do Conhecimento e seus efeitos nas PMEs, com citações de Claudio Cirocco.

Télam é a agência de notícias nacional argentina, com mais de 1,8 milhão de visitantes únicos mensais em seu site. A TMF Group foi apresentado várias vezes, com o artigo sobre a Lei do Conhecimento (Ley de Conocimiento) com citações de Claudio Cirocco e várias menções ao nome da TMF Group sendo distribuído por 11 sites regionais em toda a Argentina.

Fortuna é uma das principais revistas de negócios da Argentina, com mais de 34 milhões de visitantes únicos mensais em seu site. Em julho, um assinatura assinada por Claudio Cirocco com 5 recomendações para as empresas sobre o acordo comercial Mercosul-UE, teve um destaque especial.



OS RESULTADOS

México

Forbes, uma das revistas de negócios mais influentes do mundo, tem uma versão mexicana, com 5,2 milhões de visitantes únicos mensais em seu site. Em outubro, o site da Forbes México publicou um artigo sobre impostos digitais no México, como resultado de nosso pitch do Accounting™ & Tax Report.

Entrepreneur é uma revista de negócios global. Sua versão em espanhol tem mais de 13 milhões de visitantes únicos mensais em seu website. Em novembro, o site publicou um artigo perspicaz sobre impostos digitais no México e em outros países. Este é o resultado de nosso argumento de venda do Relatório Contábil e Fiscal da TMF Group.

El Financiero é um dos principais jornais do México, com mais de 91 mil exemplares diários e 8,7 milhões de visitantes únicos mensais em seu site. É especializada em economia, finanças e negócios e é patrocinada pela Bloomberg. Garantimos cobertura para a TMF Group no jornal, com um artigo sobre investimentos estrangeiros no México, citando Fernando Garrido.

Mexico Industry News é uma publicação mensal GRATUITA distribuída em Parques Industriais, Hotéis e Restaurantes, Escritórios Governamentais (Nacionais e Internacionais), Câmaras e Associações e Aeroportos. Seu foco é o setor industrial e eles têm diferentes versões da revista para cada cidade onde estão com cerca de 10 mil exemplares distribuídos. A TMF Group foi entrevista em reportagem sobre os principais desafios do setor industrial mexicano, com citações de Fernando Garrido.

EMPRESAS

NEGOCIOS

México, con dificultades para atraer inversión

El país enfrenta dificultades sistémicas para atraer inversión extranjera, por lo que se ubica en el sitio 39 de 76 jurisdicciones analizadas por TMF que investigó la complejidad de las naciones para permitir la llegada de capital extranjero.

El Índice Global de Complejidad en los Negocios 2019 midió la dificultad que tiene un país para que capital extranjero se instale en su territorio, considerando tres ejes: legislación, contabilidad y sistema laboral. En el caso de México, la corrupción, inseguridad y volatilidad política dificultan el flujo de capitales inversiones en infraestructura.

Fernando Garrido, director general de TMF Group México, dijo que la actual administración no solo debe facilitar que más firmas vean a México, sino también promover la inversión como un motor fundamental.

—Alejo Munguía

Mercado industrial enfrenta desafíos

México, cuando se le pide para ser el país más atractivo del mundo, se enfrenta a una serie de desafíos que lo impiden serlo. Entre ellos, la corrupción, la inseguridad y la volatilidad política, los cuales dificultan el flujo de capitales inversiones en infraestructura.

El director general de TMF Group México, Fernando Garrido, dijo que la actual administración no solo debe facilitar que más firmas vean a México, sino también promover la inversión como un motor fundamental.

Fernando Garrido, director de TMF Group México



CONOCER LATINOAMÉRICA: Como identificar las oportunidades por microrregión

México, Chile, Colombia, Perú, ... veinte países similares pero con distintas oportunidades de negocios.

Fernando Garrido



The logo for Sherlock Communications features the word "SHERLOCK" in a bold, black, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a green circle with a green diagonal line passing through it from the bottom-left to the top-right. Below "SHERLOCK" is the word "COMMUNICATIONS" in a smaller, black, sans-serif font, with a green diagonal line passing through the letter "I".

SHERLOCK
COMMUNICATIONS

contact@sherlockcomms.com
+55 11 3817-5852

WWW.SHERLOCKCOMMS.COM