

Historia de Repsol

- En 1948 se constituye la sociedad Repesa
- En 1981 se crea REI
- En 1984 se crea el grupo Repsol
- En 1989 el Estado (INP) inicia la privatización de Repsol

En 1987 el Estado cede a Repsol el 50% de las acciones de Repesa y el 100% de las acciones de REI. En 1991, Repsol publica la primera vez sus cuentas financieras consolidadas. En 1993, el presidente del INP se separa del INP y crea el grupo Repsol. En 1994, Repsol se convierte en una sociedad de capital de riesgo de acciones de 100% de la INP. En 1995, Repsol se convierte en una sociedad de capital de riesgo de acciones de 100% de la INP.

Patrocinio

- Área de deportes**
- Fútbol europeo
 - Iniciativas deportivas
 - Deportes con sede en Florida
 - Fútbol
 - Deportes motor
 - National Basketball Association (NBA)
 - National Football League (NFL)
 - Major League Baseball (MLB)

Nascar

- Daytona International Speedway
- Daytona 500
- Chase for the Cup
- Craftsman
- NASCAR

National Football League

- Miami Heat
- Washington
- Dallas Cowboys
- American Football Association
- American Football League
- American Football Conference
- American Football League

Major League Baseball

- Miami Marlins
- Oakland Athletics
- Dallas Stars
- Orange Bowl

Estrategia en Televisión

El grupo Repsol, a través de sus canales de televisión, se ha convertido en un actor clave en el mundo de la televisión deportiva. Repsol es el patrocinador principal de los canales de televisión deportiva de los Estados Unidos.



Fundamentos Visuales

- Repsol crea imágenes de marca que transmiten los valores de Repsol ante la población americana.
- Logotipo una abstracción con respecto a la competencia.

Problema

¿POR QUÉ CAMBIAR EL FUTURO LO QUE SOMOS HOY?

Problema de urgencia



El grupo Repsol, a través de sus canales de televisión, se ha convertido en un actor clave en el mundo de la televisión deportiva. Repsol es el patrocinador principal de los canales de televisión deportiva de los Estados Unidos.



REPSOL

David Fero
Antonio Lopez
Carlos Ribé
Diana Castro
Sara Santamaria
Germán Barrientos

Comunicación

- Crear una página oficial, con contenidos sobre temas especiales, publicados etc.
- Importancia del feedback positivo y de mantener la página actualizada
- También se publicaron otros roles de la misma empresa



- Upsream: Exploración y Producción
- Downstream: Refino, Marketing, Química, GLP y Nuevas Energías
- Estrategia general de comunicación adaptada a cada proyecto

Modelo de Comunicación

Modelo de comunicación que define el flujo de información y el rol de cada uno de los actores involucrados. El modelo de comunicación de Repsol se basa en la comunicación bidireccional y en la participación activa de todos los actores involucrados.



Comunicación interna y externa. Comunicación interna: Comunicación entre los miembros de la organización. Comunicación externa: Comunicación con los stakeholders externos.

Organograma

Organograma de la estructura organizativa de Repsol, mostrando la jerarquía de la empresa y la asignación de responsabilidades.



Implementación

Implementación de la estrategia de comunicación de Repsol, incluyendo la creación de canales de comunicación y la asignación de recursos.

Implementación de la estrategia de comunicación de Repsol, incluyendo la creación de canales de comunicación y la asignación de recursos.



REPSOL

Thecasesolution.com

Comunicación de crisis

- Protocolo establecido
- Grupos de crisis + asesores externos
- Diferentes escenarios de crisis
- La importancia del tiempo

REPSOL

Daive Faoro
Antonio Lopez
Carlos Ribé
Diana Castro
Sara Santamaria
Germán Barrientos

Historia de Repsol

- En 1948 se constituye la sociedad Repesa
- En 1981 se crea INH
- En 1986 se crea el grupo Repsol
- En 1989 el Estado (INH) inicia la privatización de Repsol

- En 1997 el Estado culmina el proceso de privatización de Repsol
- En 1987 Repsol estudia la posibilidad de acudir a la privatización de YPF
- En 1999 se produce la adquisición de YPF
- En 2007 se produce la compra del 14,9% por parte del Grupo Petersen
- En noviembre de 2008 LUK oil mostró interés en la adquisición de alrededor de alrededor de 30% de las acciones de Repsol
- En 2012 se produce la expropiación de YPF



Comunicación

- Crear una página oficial, con contenido como ofertas especiales, publicidad, etc.
- Importancia del feedback positivo y de mantener la página actualizada
- También se publicitarán otras redes de la misma empresa

- Upstream: Exploración y Producción
- Downstream: Refino, Marketing, Química, GLP y Nuevas Energías
- Estrategia general de comunicación adaptada a cada proyecto