metronewsweek

PERIÓDICO DIGITAL COMPUESTO POR BLOGS Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD SOCIAL, POLITICA & ECONÓMICA DEL PAÍS

metronewsweek

DISTRIBUCION GRATUITA

metronews

ENERSIS-ENDESA ESPAÑA

El acuerdo entre ambas Empresas, firmado por Jose Yuraszeck, fue desautorizado por su directorio.

Exclusivo!

Miércoles
15 Octubre, 1997

Oferta electoral del PC

TERREMOTO

7 muertos en el norte:
Epicentro en Illapel llegó a 6,8 grados y se extendió a nueve regiones, desde Tal Tal en el norte hasta Talca en el sur.

CONCERTACION PARTIDOS POR LA DEMOCRACIA

DUDAS

En la alianza de gobierno respecto del escenario que se utilizará para definir el abanderado presidencial que competirá en las próximas elecciones del '99.

SER O..?

Una interrogante permanente para el conductor del Festival de Viña, Antonio Vodanovic, en entrevista a fondo con J.F Santelices, director de METRONEWS.

En origen su nombre fue **"METRONEWS"** y correspondió a un proyecto para crear un medio de comunicación impreso y con distribución gratuita, propiedad de Publimedia S.A. (1997) Una larga historia se encuentra tras este particular emprendimiento, de ribetes literario novelescos.

Su creador fue el primer editor en Chile en plantear la posibilidad de entregar un periódico en forma gratuita en lugares públicos de alta circulación.

Luego de dos años 1994-1995 de negociaciones con empresarios y sus Agencias de Publicidad, se logró convencerles de que el concepto de gratuidad no desmerecía el interés público por un medio de comunicación.

Finalmente, MCCANN, LINTAS, BBDO, ZEGERS, J. WALTER THOMPSON, entre otras, convinieron en estudiar el comportamiento de un Periódico gratuito pero se sugirió que no fuera en el Metro de Santiago como lo planteara **Juan Francisco Santelices**, el empresario chileno detrás de esta audaz iniciativa.

En la foto portada el Conductor de MEGA, Antonio Vodanovic y Juan Francisco Santelices. ***15-Octubre-1997***

Se convino en realizar un testeo previo con un medio de comunicación distinto de **"METRONEWS"** y en un lugar que cumpliera las mismas exigencias de alta circulación de público, con un perfil socioeconómico amplio y algún grado de similitud al del Metro de Santiago. Así fue como en Junio de 1997 salió la primera edición del Periódico semanal **"*MMagazine*"** que conseguiría la participación de marcas publicitarias prime de la época. Todo un suceso!

"*MMagazine*" Consistía en un formato tabloide orientado a entregar un resumen de las noticias más relevantes de la semana en un marco completamente diferente a lo conocido hasta el momento en el país; Una portada destacando algún personaje juvenil de los programas de la televisión chilena como teleseries, lectores de noticias, animadores y otras figuras relevantes. La idea era que el periódico se nutriera de la TV y ésta aprovechara el material del periódico para sus comentarios semanales.

LAS NOTICIAS DE REAL INTERES

MMAGAZINE

UN PERIODICO DIFERENTE

INUNDACIONES EN INDIA

JAPON

TELEVISION

TOPNEWS

UNA RAPIDA MIRADA NOTICIOSA

LA EPOCA:

VALLE NEVADO

PATROCINIO SAN JOSE:

CLINTON:

SOLEDAD ONETTO

Nuevos rostros en Rock & Pop Television.

ESPECTACULOS

MODA

NACIONAL

INTERNACIONAL

CINE

EMPRESAS

Foto de Portada: *SOLEDAD ONETTO* Conductora de Noticias de Rock & Pop Televisión, en su primera foto portada en un Periódico (Sábado 1° de Agosto de 1998)

Los jóvenes **Catalina Pulido**, y **Jorge Zabaleta**, exitosos personajes de la serie "Marparaíso" de UC-TV, **Marcela Vacarezza** y **María José Prieto** enmarcarían las novedosas y llamativas portadas de **"*MMagazine*"** en su distribución sabatina en Mall Parque Arauco y Alto Las Condes.

Todas las entrevistas fueron realizadas en la época por *Lorena Díaz Ramírez*, juvenil y destacadísima periodista de **"*MMagazine*"**. Todo un éxito!

Se perfilaba en este novedoso estilo lo que sería muchos años después el lucrativo mercado de la llamada "*farándula*" chilena y un estilo de diagramación central de portada que sería seguido por "*Las Últimas Noticias*" LUN posteriormente.

Un acuerdo entre el Director y el Editor General de Publimedia S.A., **Juan Francisco Santelices**, con la Gerencia General de PARQUE ARAUCO, permitió establecer una asociación estratégica que determinó la distribución sabatina del Periódico semanal **"*MMagazine*"** en ese importante Centro Comercial y en Mall ALTO LAS CONDES. (1997-1999)

Esa fue la primera postergación que sufrió metronews para salir al mercado nacional y ser distribuido en el METRO de Santiago. *Corría 1997*.

Hitos de metronews

04/07/1997	Se registra la marca “METRONEWS” en Chile y se diagrama su primera edición el 15 de Octubre de 1997 en forma paralela a “MMAGAZINE”
23/11/1999	Llega a Chile “MTG Metro Internacional” y se asocia con Metro de Santiago para distribuir el diario “METRO” al interior de las estaciones.
Enero 2000	La I. Corte Suprema suspende la edición, publicación y distribución del Diario “METRO”. Además dicho fallo corta la asociación y relación contractual de Metro de Santiago con MTG Metro Internacional.
Febrero 2000	“MTG Metro Internacional” cambia el nombre a su Diario, de “METRO” a ”MTGO”. Posteriormente cambiaría su marca transitoria, ”**MTGO**”, a la definitiva que adquiriría en Santiago: “**PUBLIMETRO**”.
Marzo 2000	“**METRONEWS**” busca una asociación estratégica con “**MTGO**” en consideración a tener registrada la relacionada y potente marca “**METRONEWS**” en Chile y su capacidad de gestión demostrada con su producto “MMAGAZINE” y su reconocido e importante Directorio y Equipo Editorial, cuyos periodistas cubrían todo el espectro político del país, en esa particular época.

Estos fueron los primeros pasos de una historia intensa por la propiedad de la Marca para un Medio de Comunicación: “**METRONEWS**”. La historia en extenso, con todos sus protagonistas, en un capítulo digno de un “Informe Especial”, de pronta publicación.

Un capítulo que –después de diecisiete años- aún no se ha cerrado y donde se entremezclan claroscuros que van desde odiosas situaciones antijurídicas y reñidas con la mínima moral empresarial y profesional, hasta un *pseudo* tenebroso conciliábulo con ribetes que acercan la situación a una eventual asociación ilícita, tema que dirimirán los Tribunales de Justicia en Chile y en Estocolmo-Suecia.

METRO International Luxembourg (**MTG**) utilizaría posteriormente **2002-2004** la Marca “**METRONEWS**” en **ITALIA**, **FRANCIA**, **CANADÁ** y últimamente en **RUSIA**.

metronews metronewsweek

Las Vueltas de la Vida

07/07/2001	**Juan Francisco Santelices**, en consideración a la controversia de su marca **METRONEWS** con la empresa **METRO International Luxembourg (MTG)** y que hasta el día de hoy se encuentra en Tribunales, presenta la inscripción de **METRONEWSWEEK** en el NIC de Chile.
21/09/2001	**Metro de Santiago** (METRO S.A.) se opone a la inscripción de dominio argumentando: a) es dueño de la marca METRO, la que es famosa en Chile; b) la contraparte pretende beneficiarse de una marca que no le pertenece; c) se produce confusión y dilución de su marca; d) tiene un mejor derecho sobre el nombre; e) la solicitud de la contraparte responde a un acto de competencia desleal.
13/04/2004	La Corte Arbitral desestima la oposición deducida por METRO S.A. en contra del dominio **METRONEWSWEEK**, asignándolo a su solicitante **Juan Francisco Santelices**, propietario además de la Marca **METRONEWS** desde 1997.
11/12/2018	**Juan Francisco Santelices** inscribe el Periódico Digital **METRONEWSWEEK** en Chile (DIBAM) y se inicia una marcha blanca durante los meses de Enero a Marzo 2018 en un gran esfuerzo Editorial y con la clara intención de entregar al mercado un Medio de Comunicación absolutamente DIFERENTE!

Desafío Editorial´2018

El objetivo de metronewsweek en Chile es hacer un modelo de Medio de Comunicación replicable en otras Ciudades del Mundo por sus particulares características

Potenciar Marcas propias y desarrollar Nichos específicos de Negocio

Operar como Medio de Comunicación SIN NOTICIAS participando en la actividad SOCIAL, POLÍTICA y muy especialmente ECONÓMICA del País

COMO:	Con CRÓNICAS – REPORTAJES - ENTREVISTAS COLUMNISTAS – MICROVIDEOS - COMENTARIOS
Operará como CANAL de PUBLICIDAD DIRIGIDA PUBLICIDAD ESPECÍFICA CANAL DE TV	PUBLICIDAD DIGITAL Al Target que esté enfocado el Medio A los NICHOS de NEGOCIOS ASOCIADOS Mediante la Señal vía Internet MetroNewsWeek.TV

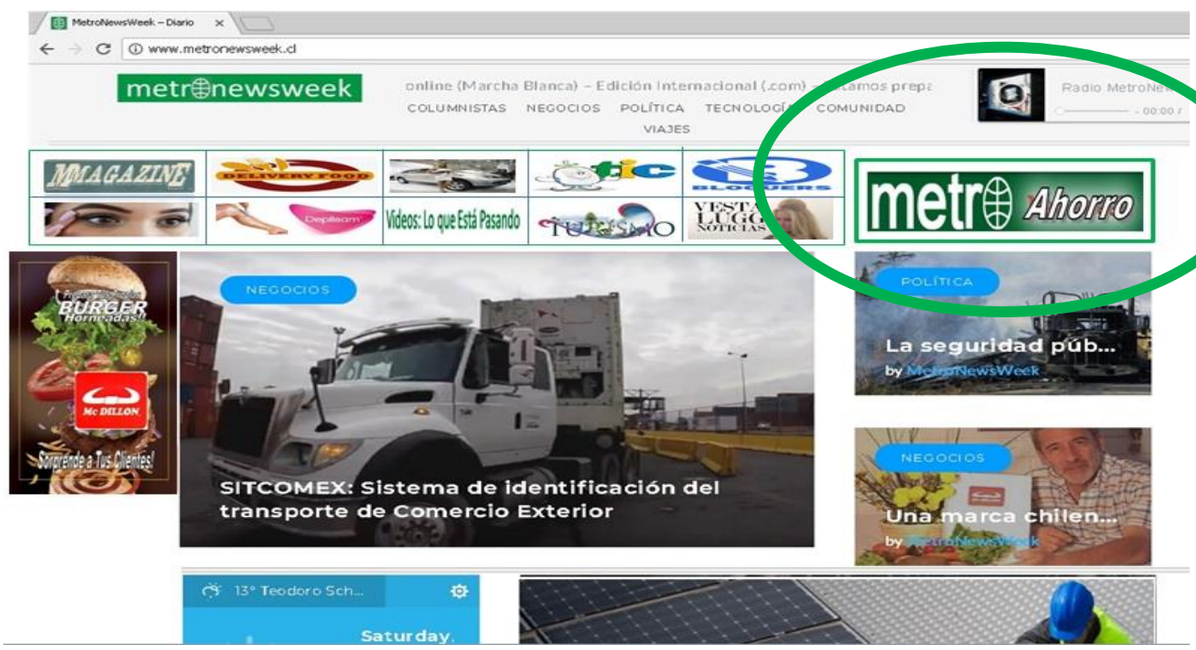
MODELO DE NEGOCIO

Diferenciación	MEDIO DE COMUNICACIÓN SIN NOTICIAS, CON ESPACIOS ENTRETENIDOS QUE LLAMARÁN LA ATENCIÓN A DIFERENTES TARGETS
Enfoque	ESTRATEGIA DE NICHOS

DIFERENCIACIÓN DEFINITIVA

Ninguno de los Medios Digitales de Noticias en Chile tiene un área para que el usuario pueda realizar "**Compras Online**" desde el Diario, excepto algunos banner´s interactivos que están aplicando Sitios calificados y que tienen esa herramienta en forma ocasional.

METRONEWSWEEK tiene considerado crear un espacio "**METRO AHORRO**" para hacer compras directas desde el Periódico y ser *linkeado* directamente al carro de compra del artículo seleccionado. Aporte interactivo de negocios para empresas del Retail chileno.



Perfil empresarial

Juan Francisco Santelices

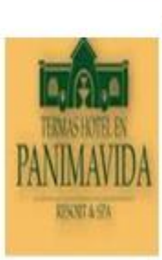
-Founder & CEO de MundoEvento.com – Productora de Eventos sociales (2000-2018)
-Administrador y Gerente residente de "***Termas de Panimávida***" e Industria Embotelladora de Agua Mineral Termal Panimávida en la década de los ´80.
-Director y Gerente residente del Complejo Turístico "***Hotel La Leonera***" en los ´90, junto a LAO.

-Creador de la fórmula "**Win-Up**" para la superación del **CI** y la **IE** Juegos Interactivos
-Inventor sistema de encapsulado de tornillos rool-screw. Aporte para Stanley - USA.
-En los ´70 incorpora a Chile al modernismo de productos de alta Cosmética facial y específicamente para la Depilación, innovando en el mercado nacional con ***Depilsam*** primer depilatorio en frio en Chile.
1978 - Toma la distribución y representación para Chile de productos de la Multinacional "***Colgate-Palmolive***" y desde Brasil inicia la reinserción de Colgate en el país con uno de sus productos líderes "*Evitol*" anticaspa que tiene una amplia cobertura publicitaria en el show de Ricardo Calderón "*Cuanto Vale el Show*" de Canal 11 TV (1978-1980)
-Director de "Terrenos Urbanos" y "Sitios Urbanos" dos web de gestión en Proyectos Inmobiliarios y Corretaje de Propiedades.
-Director de Consorcio Periodístico "**Publimedia**" propietario de los Medios de venta on-line en Cosmética Femenina y Productos de Tocador: "Depilatorios.cl" "Mundodepilatorios.cl" "Mundoellas.cl" "Depirollon" "Depilella"

-Representante de los registros Cosméticos Depilatorios en Chile de la marca brasilera "***Depilart***" propiedad de la Familia Esper de Brasil.(2009) www.depilart.com.br
-Creador y Director del medio de comunicación "***MMagazine***" difundido en los años ´90 en Parque Arauco – Alto Las Condes y Grupo Plaza.(1978)
-Creador de "**MetroNews**" medio de comunicación para el **Metro** (1997) www.metronews.bligoo.cl
-Director de Chilean Electric Litio Car "CheLiCar" medio de comunicación para impulsar el desarrollo de vehículos eléctricos en Chile (2010) www.chelicar.cl
-Creador de la marca "**Mc Dillon**" (1996) Marca para identificar **Hamburguesas**. www.mcdillon.cl
-Creador de la "**Green Burger**" de **Mc Dillon** (2011) – "Hamburguesa Horneada". Hamburguesa de Carne con Vegetales. 80% menos Grasa - 55% menos Sodio. Una Hamburguesa que representara un real aporte a la Salud y además; Reducirá al menos en un 50% la emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que según declaraciones de la Organización Mundial de la Alimentación y Agricultura (FAO) produce el área de la ganadería (Para producir un kilo de ternera se emiten 27 kg de CO_2-eq y para el mismo peso de carne vegetal solo 2 kg sin hablar de la tremenda diferencia en consumo de agua, tierra e impacto en la biodiversidad).
www.mcdillonhamburguesashorneadas.wordpress.com
-Web de MAC DILLON Internacional www.mc-dillon.com www.mcdillon.cl

-Founder & CEO de "**MetroNewsWeek**" Periódico Digital en Chile (2018) www.metronewsweek.cl

Juan Francisco Santelices francisco@metronewsweek.cl +56 992-385-288 +56 997-397-572



metronewsweek

PERIÓDICO DIGITAL COMPUESTO POR BLOGS
Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN EN LA
ACTIVIDAD SOCIAL, POLITICA & ECONÓMICA

*PUNTO de ENCUENTRO CIUDADANO para
PROMOVER e IMPULSAR POLÍTICAS PÚBLICAS
que APORTEN al REAL PROGRESO del PAÍS*