



What about A TRILLION DOLLARS PER YEAR?

Publicidad

Martes, 2 de noviembre

Televisión

Publicidad

Tecnología

Hispanic TV

VIDEOS
REELS



Marcelo Rembado



Felipe & Pancho D'Avant-Garde Media



Fernando Mainguyague Red Creek



Sebastián Schor The Lift



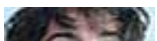
Leo Damario Banana Films



Fernando Arrijoa Cortez Brothers



Sebastián Alfie Carbo Films



Gastón Taratuta de IMS: Festival de Medios demostró que la crisis es oportunidad

Lunes, 1 de noviembre del 2010

(Patricia Blanco). Con la satisfacción de reunir Taratuta: La asistencia fue un 10% superior a lo esperado (Clic para agrandar) a 550 líderes de empresas y agencias de medios y 25 patrocinantes en el primer Festival de Medios LatAm 2010, con cuatro meses de organización, Gastón Taratuta, presidente de IMS, compartió con PRODU su balance positivo de la jornada.

“La asistencia fue un 10% más de lo que esperábamos un par de días antes de iniciar el festival. La calidad de los *speakers* y los ejemplos que vimos fueron de primerísimo nivel” dijo a PRODU. Comentó que ya comenzarán a planear la segunda edición para 2011, que probablemente también se realice en Miami.

Sobre la elección de un año después de la crisis para lanzar este festival, comentó: “Definitivamente, crisis es oportunidad. La gente necesita compartir; hacer *networking*; contar sus ideas; hacer más negocios. Y creo que juntando al mercado nosotros podemos entregar eso a la gente”.

[Ver a Gastón Taratuta ofreciendo su balance sobre el Festival de Medios LatAm 2010](#)

Caleb Windover de 42 Degrees: Avanzamos hacia planes de medios en tiempo real

Lunes, 1 de noviembre del 2010



Taratuta: La asistencia fue un 10% superior a lo esperado (Clic para agrandar)



Natalia Rouse de Comcast, Matt Grim de Fox Deportes, Caleb



Últimas Noticias de Publicidad

[Caleb Windover de 42 Degrees: Avanzamos hacia planes de medios en tiempo real](#)

[Zubi Advertising desarrolla campaña Yo aprendí para American Airlines](#)

[Verizon Wireless despliega concurso para apoyar a pequeños empresarios latinos](#)

[Suave Professionals lanza ¡Lista para la alfombra roja!](#)

[Electrónicos se adquieren al igual online que en tiendas dice Consumer reports](#)

[Latism iniciará serie de conferencias Latino2 el 4 de diciembre](#)

[Blake Chandlee de Facebook: La palabra 'publicidad' ha cambiado](#)

[Greg Knipp es el nuevo CEO de Dieste](#)

[ESPN Deportes lanza campaña con Gilberto Santa Rosa y Johnny Ventura](#)

[Gustavo Razzetti de Strategic Sense: El mercado multicultural está para quedarse](#)

[The Bravo Group desarrolla campaña Sabor de verdad para Wendy's](#)

[Bloqueros hispanos centrarán la atención del Hispanicize 2011](#)

[Roberto Martini de Cubocc: La mezcla de agencia creativa y de medios ha sido ideal](#)

[Ver fotos de gente en el Festival de Medios LatAm 2010](#)

[Univisión Radio establece alianza con Metro Traffic](#)

[Unión Radio y Grupo Prisa realizan nombramientos en Mercadeo y Operaciones](#)

[Escenarios de la publicidad mexicana](#)

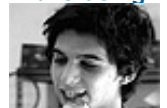
VIDEOS
COMERCIALES

Banana Films



Fallar

Zubi Advertising



Traductor para Chase

Letca Films para Colgate



You brush with what?

BARÚ Advertising



Bodegas Beringer

S,C,P,F...



Family

Grupo Gallegos



Vip y New era

Bonsai3



Reel

Banana Films





Igor Borghi
Letca Films



Festival de Medios



Gastón Taratuta
IMS

Cambios medios online



Giuliano Stiglitz
OAN Américas

AHAA 2010



Eric Hoyt
The Bravo Group

AHAA 2010



Mercedes Cubas
Siboney EE UU

AHAA 2010



María López Knowles
GlobalHue

AHAA 2010



José René Costa
Costa IMC

AHAA 2010



(Patricia Blanco). “Más Windover de 42 Degrees y más, estamos operando una planificación en tiempo real” dijo Caleb Windover, VP sénior y *managing director* de 42 Degrees, el ala multicultural de MediaVest, en su participación en el panel sobre Planificación Estratégica de Medios ofrecido durante el 7.º Multicultural Marketing Summit, organizado por Geoscape en Miami.

Windover refirió que anteriormente, los planes se podían hacer con un año de anticipación y los clientes los iban ejecutando, pero que ahora es imposible dado el cambiante panorama de los medios. Guillermo Sierra, *chief content officer* de V-me Media, Inc., agregó: “Nos sorprende ver cómo los jóvenes latinos están abandonando la TV” y comentó que para esta audiencia la TV ya no es la primera pantalla, como era anteriormente.

Natalie Rouse, directora de Mercadeo Nacional Étnico de Comcast, refirió que han visto un cambio importante en el panorama de la inmigración liderada por los hispanos, pero con una considerable población de China, Taiwán, Rusia y más recientemente países de África y de India. Sobre este tema mostró el caso de una campaña dirigida al mercado asiático en San Francisco, con una meta de 800 suscriptores en 30 días y alcanzó los 4.000 suscriptores en 48 horas.

Matt Grim, director de Ventas Afiliadas y Mercadeo de Fox Deportes, comentó sobre la nueva identidad de Fox Sports en Español (ahora Fox Deportes) y destacó que el segmento latino representa el 51% del crecimiento del mercado en EE UU y que el 57% es bilingüe o prefiere el inglés.

Zubi Advertising desarrolla campaña Yo aprendí para American Airlines

Lunes, 1 de noviembre del 2010

La agencia hispana Zubi Advertising con sede en Miami, desarrolla a nivel nacional la campaña *Yo aprendí (I learned)* para su cliente American Airlines (AA), enfocando el proyecto en demostrar cómo la aerolínea entiende las aspiraciones de viaje de los clientes hispanos de EE UU, que buscan experiencias enriquecedoras mientras viajan por el mundo.



La campaña demuestra cómo entiende la aerolínea las aspiraciones de viajes de los hispanos
(Clic para agrandar)

[es analizado por la AMAP](#)

[Geoscape revela importancia de los hispanos en la economía de EE UU](#)

[Terra consigue un 2010 New Media Award](#)

[The Cortez Brothers suma a su roster a Zac&Mac](#)

[Cannes estrena la categoría Efectividad Creativa para la edición 2011](#)

[Creatividad regional en medios es premiada en Miami](#)

[Siete nuevos anunciantes apoyan campaña Thanks and Giving del St. Jude Hospital](#)

[Nuevo rol de las agencias de medios analizado en el Festival de Medios LatAm 2010](#)

[Vicente Fox: El mercado latino ofrece más oportunidades que China e India](#)

[Costa IMC adquiere CAM Advertising & Media](#)

[ANA invita a la Conferencia de Creatividad presentada por Yahoo!](#)

[Radio Caracol 1260 AM está presente con Enrique Córdoba en los 100 Latinos Miami](#)

[Mainardo de Nardis de OMD: Redes sociales redefinen conexión con consumidor](#)

[Ricardo Monteiro de Reckitt Benckiser: Área digital no aplica a todas las categorías](#)

[José Antonio Molares de Profexor.com: La educación alternativa ha evolucionado](#)



Manelli's

López Negrete



Little artist y What I can

LaComunidad



Moonlight

López Negrete



Miller Lite

MuchMusic



Nueva campaña Tu much

Azteca América



Reforma migratoria Nueva campaña

López Negrete



Watch us Miller Lite

López Negrete



You were offside Miller Lite

Adrenalina



Papas Tecate Light

Estreno



Richards/Lerma The Home Depot

UNO



Carlos Rincón Gallardo
Innova

AHAA
2010



Iván Calle Zubi
Advertising

Cannes Lions



Favio Ucedo
Grupo Gallegos

Apuesta
Mundial



Fred Medina
Ole

Integraciones



Andrés Ordóñez
Zubi Advertising

FIAP 2010



Alexandre Cardoso
Terra

El proyecto reconoce que, aunque los hispanos siguen viajando a sus países de origen, cada vez quieren viajar más para ampliar sus horizontes y experimentar nuevos lugares. La campaña cuenta con presencia en radio, impresos y en plataformas digitales de medios hispanos de Nueva York, Chicago, Dallas/Fort Worth, Los Ángeles y Miami, proyectándose hacia un mercado con un poder adquisitivo de US\$1,4 trillones en 2013 y aproximadamente el 41% de los hispanos que viven en las principales ciudades donde opera American Airlines en EE UU.

"La comunidad hispana en EE UU es, y sigue siendo, un segmento de mercado muy importante para American Airlines. Nuestro ámbito mundial, recientemente ampliado con los miembros de la alianza Oneworld de Iberia y British Airways ofrece ahora acceso a una red de rutas combinadas de 433 destinos en 105 países, y nos permite llevar a nuestros pasajeros a cualquier lugar donde quieran enriquecer sus vidas" expresó Rob Friedman, VP de Mercadeo de American Airlines.



Verizon Wireless despliega concurso para apoyar a pequeños empresarios latinos

Lunes, 1 de noviembre del 2010

Verizon Wireless otorgará subsidios por un valor de US\$40.000 a doce pequeños empresarios latinos del Sur de California, para contribuir con el avance tecnológico de las compañías hispanas, como parte de su concurso *Latino Small Business Awards (Premio a los Pequeños Negocios Latinos)*.

"Verizon Wireless está comprometido en apoyar el crecimiento de los pequeños negocios Latinos. Estamos marcando la diferencia en un momento en el que tener acceso a capital y a recursos se ha vuelto muy difícil" expresó Christina González, directora Asociada de Verizon Wireless.

Las inscripciones serán aceptadas hasta el 12 de noviembre y deben ser presentadas por residentes de los condados de Los Ángeles, Orange, Riverside,



Christina González, directora Asociada de Verizon Wireless

Productions



La gota de la vida
City of Hope

Nativo



Me conecto

Havas



Micros para Coca Cola

Alma DDB



Community

COD



Flags

Turner



Campaña Garrahan

Ventura o San Diego. La compañía seleccionará a los ganadores del sorteo el 19 de noviembre.

Más info. www.verizoninsidernegocios.com



produ.com | [Televisión](#) | [Publicidad](#) | [Tecnología](#) | [Hispanic TV](#)

Copyright ©1996-2010 [Izarra Group](#)

info@produ.com



PRODUCCIÓN & DISTRIBUCIÓN
P&C I N T E



