

Fecha 25.05.2015	Sección Dinero	Página 14
----------------------------	--------------------------	---------------------



Matías del Campo al frente de DDB México

Se desempeñaba como vicepresidente de operaciones de la agencia y tiene una trayectoria de 20 años en el sector.

Matías del Campo, nuevo director general de DDB México en relevo de la mancuerna directiva integrada por **Walter Aregger** y **Hernán Ibarra**, quienes decidieron emprender nuevo reto, así lo anunció

Juan Carlos Ortiz, presidente de DDB Latina. **Del Campo** era VP de operaciones de la agencia y tiene una trayectoria en el sector de 20 años, tanto en DDB como en otras importantes agencias, quien comentó que “es el momento de capitalizar los años de experiencia y hacer de DDB México una empresa cada vez más espectacular y seguirá siendo una agencia exitosa tanto en negocios como en creatividad”. La firma forma parte de DDB Worldwide, fundada en 1949 y es integrante del Omnicom Group.

DE ESTRENO

El pasado sábado a través de MTV, One Direction y CD9 inauguraron Coca-Cola FM Estudio, y que forma parte de toda una plataforma que busca inspirar, a través de distintas actividades digitales, la Amistad Verdadera difundiendo historias en torno a la temática e inspirando a nuevas generaciones a elegir ser un #VerdaderoAmigo.

En su primera temporada, será un foro abierto hecho, por, y para jóvenes, el cual fomentará la construcción de mensajes positivos a los *teens* a través de renombrados talentos de la música internacional de una manera digerible, con un lenguaje refrescante y una producción innovadora. Llevando a cabo un programa fresco que ayuda a generar identidad y sentido de pertenencia entre los jóvenes.

Unai Álvarez, director de la marca Coca-

Cola en México comentó: “Sabemos que las emociones más intensas se expresan por medio de la música que identifica a generaciones completas”. El sitio web multipress.com.mx encontrará mayores detalles.

PUBLITURÍSTICAS

Interjet se llevó en viaje relámpago a un grupo de periodistas hasta Puerto Vallarta y, a 10,000 metros de altura, presentaron sus nuevas estrategias comerciales así como su campaña publicitaria creada por Archedera Claverol bajo el eslogan “Interjet, como tú quieres viajar” y que marca no sólo la conmemoración del décimo aniversario de la **aerolínea**, sino el inicio de una nueva etapa de la que **Andrés Martínez**, director de Mercadotecnia, dio los detalles, adelantando que ofrecerán sorpresas a viajeros a través de redes sociales, consultando Facebook y Twitter, así como el *hashtag* #Interjet10 y el sitio web.

Explicó que el *slogan* creado por AC, es reflejo fiel de los ideales por los que se fundó la empresa.

RECONOCIMIENTO

Sergio Fernández y **Enrique Caballero**, director Creativo Copywriter y director de Arte de J. Walter Thompson de México, respectivamente, ganaron la Maratón de Creativos del Festival de FIAP, dándole la victoria a México. Esta dupla fue también ganadora de oro en Film y plata en Cyber en el certamen Jóvenes Creativos rumbo a Cannes del Círculo Creativo de México.

INNOVACIÓN

Fred Cook, CEO de Golin, agencia de relaciones públicas y comunicación integral, y **Gary Rudnick**, presidente para el área latinoamericana, vinieron para celebrar la apertura de la oficina Golin México bajo la

Continúa en siguiente hoja



Fecha 25.05.2015	Sección Dinero	Página 14
----------------------------	--------------------------	---------------------

dirección de **Jaime Flores Adame** y presentaron The Bridge, innovador sistema de monitoreo y que es una red global de interacción digital en tiempo real para marcas y empresas.

Precisaron que este sistema, así como The Bright Collective, son algunas de las aportaciones que hacen a Zimat, que dirige **Martha Mejía**, a raíz de la *joint venture* que ambas empresas establecieron recientemente y de la que les adelantamos hace unas semanas en esta columna.

Flores, quien con anterioridad se desempeñó como consultor *senior* en Zimat y como gerente *senior* de Comunicación Corporativa de Diageo México, reportará a los accionistas de Zimat Consultores y a Golin Internacional.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

En el foro "Consumo Saludable de los niños y niñas", convocado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM y por

la Procuraduría Federal del Consumidor, investigadores, académicos, empresarios, funcionarios públicos y especialistas analizaron los problemas de salud de los más de 33 millones de niños menores de 15 años que hay en el país.

Entre las conclusiones se determinó que la autorregulación no resuelve por sí sola el problema del sobrepeso, obesidad y diabetes. Sin embargo, destacaron que el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar) contribuye, como agrupación privada, a promover una publicidad ética y responsable.

Interjet está festejando sus primeros diez años de vida con sorpresas a viajeros a través de las redes sociales Twitter y Facebook, así como en su sitio web.