

## Luis Miguel Pérez, director de servicios al cliente de Equmedia XL

Luis Miguel Pérez, hasta ahora director de servicios al cliente y director del departamento de exterior de Starcom, ha fichado por Equmedia XL, donde pasa a ocupar la dirección de servicios al cliente, con lo que esta agencia de medios madrileña refuerza su área comercial.

Profesional de larga trayectoria en el sector de las agencias de medios, Pérez ha estado vinculado a la actual Starcom durante los últi-

mos catorce años y anteriormente trabajó en Media Europe/Publintergral, Tiempo BBDO y Central Media (actualmente Zenithmedia), compañía donde inició su carrera profesional.

En este tiempo ha trabajado para clientes como Renfe, Grupo Indax, Kellogg's, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Defensa, Master Cadena, Lotería Nacional y Grupo Fiat, entre otros.



Luis Miguel Pérez.

## Eduardo García, planificador estratégico en Genetsis Partners

Genetsis Partners, agencia madrileña de servicios de marketing, ha incorporado a Eduardo García como nuevo planificador estratégico. Desde su nuevo puesto realizará labores como consultor de estrategia dentro de la dirección de desarrollo de negocio de la agencia y se responsabilizará, según fuentes de la compañía, "de aportar la visión creativa a las estrategias de marketing relacional, tanto para los actuales clientes, como para los nuevos proyectos de la agencia y actuará transversalmente como enlace entre la dirección de cuentas y la dirección creativa ejecutiva".

García estudió Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con más de doce años de experiencia en el mercado publicitario en agencias como CP Proximity, donde trabajó como copy, puesto que también ha desempeñado en agencias como Teknoland y Arroba.

A mediados de 2000, García se sumó al equipo de E One Lorente en calidad de supervisor creativo y posteriormente asumió la responsabilidad de la dirección creativa ejecutiva en Netthink Carat. Tras dos años ejerciendo como responsable de marketing en el sector de las ONGs, se ha reincorporado al entorno de las agencias con su incorporación a Genetsis.

### Marcas

Algunas de las principales marcas para las que trabaja Genetsis Partners son Bimbo, Calvo, Carlsberg, CocaCola, Danone, Ford, Grupo Mahou-San Miguel Grupo ING e Iberdrola.

## Mónica Sánchez, directora de cuentas en G2 Barcelona

G2 Barcelona, agencia de servicios de marketing perteneciente a Grupo Grey, ha incorporado a su equipo a Mónica Sánchez como directora del equipo de cuentas que trabaja para Seat Portugal, Unipost, Obra Social Caixa Catalunya, Bollycao, Ambi Pur, Zambon, Boehringer Ingelheim y Ordesa. Sánchez reportará a Nacho Comajuncosa, director general de la agencia.

La nueva directora de cuentas procede de One to One, donde ocupaba un puesto análogo. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, especialidad en Publicidad y Relaciones Públicas, por la Universidad Ramon Llull, inició su trayectoria profesional en el sector en TBWA, a la que ha estado vinculada buena parte de su carrera, hasta que en 2007 empezó a trabajar en



Mónica Sánchez.

One to One Marketing Services.

A lo largo de su trayectoria ha manejado cuentas como Grupo Codorníu, Ceys, Mecalux, Renta Corporación, The Macallan, Com Rà-

dio, Henkel Cosmetics (Schwarzkopf), Solvay Pharma, Espuña, Beiersdorf, BicIberia, Edipresse-Hyma, Publiventas, Banc Sabadell, Agrupació Mútua y Pirena.

**Tactics Europe** ha nombrado a Berta Muñoz directora de cuentas. Esta profesional ha trabajado con anterioridad en diversos departamentos de cuentas y en el área de la organización de eventos. En la estructura de la agencia madrileña ha sido promocionada para hacerse cargo de las cuentas de Loterías y Apuestas del Estado —La Primitiva, Euromillones, Bonoloto, Gordo de la Primitiva, La Quiniela, Quinigol y Apuesta Hípica— e Innovacarne.

**Jibaros & Company**  
PALOMA OCAÑA  
"Head Hunter"  
RR. IIII  
669 85 75 99  
C/ Rafael Vega, n.º 3 Bajo 28043 (Madrid)  
jibaros@jibaros.es  
paloma.ocana@hotmail.com

## Nuevo diseñador gráfico en Dimensión

Luis Villanueva se ha incorporado a Dimensión San Sebastián en el departamento creativo como diseñador gráfico. Graduado Superior de Diseño Gráfico y Multimedia por la Escuela BAU de Barcelona, se integra en el equipo de la agencia donostiarra procedente de Saat-

chi & Saatchi, donde ha trabajado desarrollando campañas de marketing viral para Sony.

También ha pasado en una etapa anterior por la agencia Elogia, donde prestó sus servicios, entre otros clientes, para el Ayuntamiento de San Cugat.

## Ilusión

José Gamo

El pasado 8 de mayo participé en el Portfolio Night (ver reportaje en página 48), una iniciativa de Ihaveanidea que organiza aquí, en Barcelona, la escuela de creativos Complot (gracias por la invitación, Dan).

Portfolio Night es una especie de cita exprés entre directores creativos y aspirantes a creativos publicitarios que transcurre simultáneamente en veintitrés ciudades a lo largo de todo el mundo. Desde

Auckland a Vancouver, pasando por Buenos Aires, Estambul, Londres, Hong Kong, Sao Paulo, Singapur o Los Angeles.

Miles de estudiantes tienen la oportunidad de mostrar su *book* a directores creativos en el plazo de tres horas y recibir sus

críticas, comentarios e, incluso, los más talentosos o afortunados, una oferta de trabajo. Y cientos de directores creativos tienen la ocasión de descubrir nuevas lumbreras publicitarias y de hacerse los interesantes delante de

muchachos y muchachas fácilmente impresionables. Por si fuera poco, Dan, el motor de Complot, sabe cómo montar una fiesta: el local era fantástico, el acto estaba patrocinado por un par de

marcas de cervezas y un whisky (sí, eso quiere decir barra libre y azafatas profesionales), un *dj* ambientaba la cosa y el esforzado equipo de la escuela se encargaba de que todo funcionara como la seda. Suena bonito, ¿no?

Yo, como el resto de directores creativos presentes, pude juzgar nueve *books* (tres cada hora) y tuve el placer de conocer a sus nueve autores, algunos de ellos venidos de lugares remotos, como Italia, Portugal o Zamora. Tras las sesiones, volví a constatar algunas evidencias. Una: el talento es un don escaso pero claramente reconocible desde los primeros trabajos. Y otra: muchos jóvenes tienen una visión distorsionada de la profesión de creativo publicitario, debido por una parte a un exceso de *festivalitis*, y por otra a una formación académica algo estereotipada, que moldea su cerebro con axiomas acerca de lo que está bien y lo que está mal y dificulta el desarrollo de

talentos únicos y originales. Mucho anuncio gráfico, algo de *tele*, pero una escasez preocupante de nuevas ideas que trascendieran los medios convencionales.

Pero más allá de la ausencia o no de brillantez creativa, la totalidad de los participantes compartía una característica común: la ilusión. Ilusión por formar parte de una industria que frecuentemente no tiene tiempo de escuchar como se merecen a estos nuevos contendientes. Una profesión, a menudo aburguesada, que se ensimisma en su hartazgo y que habla de momentos confusos y elabora alambicadas teorías comunicacionales cuasi filosóficas.

**Cinismo**  
A veces oigo entre mis colegas que las nuevas generaciones de creativos no demuestran las ganas y el entusiasmo que derrochábamos a su edad. Puede que sea cierto. Pero más bien tiendo a pensar que somos nosotros los que nos hacemos viejos y miramos con indulgencia el pasado y presbicia el presente. O peor aún: ¿no seremos nosotros mismos quienes matamos su ilusión a base de cinismo y *estupidez*?

Para Bob Scarpelli, un firme defensor del Portfolio Night, se trata de "uno de los eventos más importantes del año en la industria publicitaria". No me queda más remedio que estar de acuerdo con él. No sólo porque ahora es mi jefe, sino porque pienso que este cara a cara entre viejas y nuevas generaciones de publicitarios es enormemente saludable para la profesión. Y especialmente para los que ya estamos dentro de ella.

Josegamo@anuncios.com

## Anunciosblogs

<http://blog.anuncios.com>

"Apunten la fecha en su agenda: 23 de julio. Ese día nos vemos entre San Polo y San Saturio para tomar el aperitivo en el primer rincón digital de la geografía española. Será con las bendiciones del ministro Sebastián: si recuerdan, aquel probo trabajador que hacía horas extras en Moncloa la tarde en que el presi se quedó sin candidato a la alcaldía de Madrid".

Jaime Agulló