

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES

(29/11/2012)

PRENSA



III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES

[www.mentesquedespiertanmentes.es](http://www.mentesquedespiertanmentes.es)

Anuncios

## **PERIODISTAS Y MEDIOS ACREDITADOS EN III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES**

### **PRENSA III Mentes Que Despiertan Mentes**

<b>Apellidos</b>	<b>Nombre</b>	<b>Medio</b>
Alonso	Alicia	Womenalia (*)
Barceló	José Luis	El Mundo Financiero
Carpintier	Estefanía	Womenalia (*)
Portela Reboiras	Sol	La Comunidad Publicitaria (*)
Recuero	Lara	Ion Comunicación
Urías Puente	Bárbara	Contenidos de Salud, S.L.
Villarino	Celia	La Comunidad Publicitaria (*)
Montañés	Fernando	Freelance (La Razón)

***(\*) ASISTIERON A III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES***

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN MEDIOS

## III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN ANUNCIOS

The screenshot shows the Anuncios.com website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Archivo', 'Edición', 'Ver', 'Favoritos', 'Herramientas', and 'Ayuda'. The main header features the 'Anuncios.com' logo and a search bar. Below the header, there are several tabs: 'Negocio', 'Creatividad', 'Medios', 'Publicidad', 'AnuncioSeminarios', and 'Mentes que despiertan Mentes'. The main content area displays a news article titled 'Hoy se celebra 'Mentes que despiertan mentes'' dated 29 de noviembre 2012. The article text describes the event taking place at the Espacio Fundación Telefónica, featuring speakers Wendy Clark, Juan Carlos Ortiz, and Thomas Hong-Tack Kim. To the right of the article is a sidebar for 'La Tienda de Anuncios.com' listing a book 'Tres mil años de internet' for sale at 22,12 €. Below the article, there are social media sharing icons and a section for 'Otras noticias' with links to other articles. At the bottom of the page, there's a footer with '[+] noticias de negocio' and a system tray showing the date 05/12/2012.

[HTTP://WWW.ANUNCIOS.COM/NEGOCIO/NOTICIA/1070748029101/HOJ-CELEBRA-MENTES-DESPIERTAN-MENTES.1.HTML](http://www.anuncios.com/negocio/noticia/1070748029101/hoj-celebra-mentes-despiertan-mentes.1.html)

### III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN MARKETING NEWS

The screenshot shows the MarketingNews.es website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Gran Consumo', 'Bienes Duraderos', 'Grandes Corporaciones', 'B2B', 'Medios', 'Internacional', 'Servicios', 'Distribución', 'RSE', 'Varios', 'Nombramientos', 'Tendencias', and 'Opinión'. The main header features the 'MarketingNews.es' logo and the tagline 'Diario del marketing'. A search bar is present with the text 'Buscador: Buscar en MarketingNews.es en todas las categorías'. Below the search bar, there's a calendar for December 2012 and a 'Publicidad' section with a large 'AD' watermark. The main article is titled 'Mentes que despiertan mentes: Compartir, el mantra de la nueva comunicación' and is dated 30 November 2012. The article text discusses the impact of social networks and the need for brands to share content. A quote from Juan Carlos Ortiz, president of DDB Latina, is included. To the right of the article, there are several promotional boxes: 'Hoy en Anuncios' with a link to 'Primera campaña de Desigual en TV', 'Hoy en Medios y Marketing' with a link to 'La TV continúa perdiendo ocupación en noviembre', and a vertical banner for 'Anuario del Marketing 2012 de mkt'. The website footer shows the date '05/12/2012' and the time '9:23'.

[HTTP://WWW.MARKETINGNEWS.ES/VARIOS/NOTICIA/1070785028705/COMPARTIR-MANTRA-COMUNICACION.1.HTML](http://www.marketingnews.es/vari0s/noticia/1070785028705/compartir-mantra-comunicacion.1.html)

## III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN DIRIGENTES DIGITAL

prospectiva . tendencias . vanguardias . mercados . futuro

**Dirigentesdigital.com**  
Las claves del éxito empresarial

MERCADOS > GLOBAL EUROLATINO ESPAÑOL | TECNOLOGÍAS Y VANGUARDIA ESTRATEGIAS CALIDAD DE VIDA IMPRESCINDIBLES

IBEX 35: ABERTIS A 11,290 0,030 +0,27% ACCIONA 51,780 0,860 +1,69% ACERLINOX 8,169 0,089 +1,10% ACS 16,170 0,130 +0,81%

### El mantra de nuestro tiempo es compartir

Dirigentes / NP

Con esta frase de Juan Carlos Ortiz, presidente de la red publicitaria DDB Latina, se resume el análisis que del panorama publicitario ofrecieron ayer esa empresa, Coca-Cola y Cheil Worldwide, la principal agencia coreana, en el III Mentes que Despiertan Mentes que anualmente organiza Anuncios.

El objetivo de este encuentro es ofrecer a los altos ejecutivos de agencias y anunciantes las principales líneas por las que se espera que evolucione la publicidad, un análisis que este año se ha elaborado desde tres perspectivas diferentes: la del mercado latino, la del asiático y la de la compañía más experta en marketing. La visión que expusieron, a través de sendos representantes, la resume la frase de Juan Carlos Ortiz: "el mantra de nuestro tiempo es compartir, y el que no lo hace no existe".

De este modo, tanto el director creativo de Cheil Worldwide (agencia coreana que maneja marcas como Hyundai o Samsung), Thomas Hong-Tack, como la vicepresidenta de comunicación de *The Coca-Cola Company*, Wendy Clark, coincidieron en apuntar al elemento social como principal apuesta publicitaria para los próximos años. Para Hong-Tack, el protagonista será internet, donde la publicidad será difundida por los propios usuarios siempre que la consideren útil. Por su parte, Clark incidió en la importancia de crear historias que afecten a los clientes para que puedan ser compartidas.

En cuanto a Juan Carlos Ortiz, presidente de DDB Latina (única gran red publicitaria que ha creado una agencia para unir esta gran área) aprovechó su intervención para ofrecer una visión optimista del panorama español tanto en el ámbito publicitario como a nivel global. "España puede superar la crisis uniéndose a la sinergia latina", afirmó. "Eso sí, no se puede salir de una crisis haciendo lo mismo. La crisis es una nueva oportunidad en la que hay que reinventarse".

Su opinión: ★★★★★ Valoración: ★★★★★ 0 votos

INDICE	ÚLTIMO	%	FECHA	HORA
DAK	7.473,09	0,51	05/12/12	09:24
DOW-JONES	12.951,78	-0,11	04/12/12	22:04
E-STOXX 50	2.606,41	0,60	05/12/12	09:24
IBEX 35	7.954,80	0,66	05/12/12	09:24
NASDAQ 100	2.667,89	-0,15	04/12/12	22:00
S&P 500	1.407,05	-0,17	04/12/12	22:37

DIVISA	ÚLTIMO	DIF	%	FECHA	HORA
EUR/CHF	1,21	0,00	0,08%	05/12/12	09:21
EUR/GBP	0,81	0,00	0,11%	05/12/12	09:21
EUR/JPY	107,90	0,69	0,65%	05/12/12	09:21
EUR/USD	1,31	0,00	0,14%	05/12/12	09:21

ES 9:24 05/12/2012

[HTTP://WWW.DIRIGENTESDIGITAL.COM/ARTICULO/MUNDO\\_EMPRESA/209946/MANTRA/TIEMPO/COMPARTIR.HTML](http://www.dirigentesdigital.com/articulo/mundo_empresa/209946/mantra/tiempo/compartir.html)

## III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN EL ECONOMISTA (EDICIÓN DIGITAL)

The screenshot shows the website elEconomista.es with the following content:

- Header:** elEconomista.es | Pymes y Emprendedores. Navigation menu: Portada, Mercados y Cotizaciones, Empresas, Economía, Tecnología, Vivienda, Opinión, Autonomías, Servicios Inversor, Diario y Revistas.
- Market Data:** IBEX 35 ▲ 0,67%, EURUSD, I. GENERAL DE MADRID, DOW JONES ▼ -0,11%, ECO10, EURIBOR, BRENT.
- Destacamos:** España, ¿el trigésimo país más corrupto del mundo?
- Article Title:** Tercera edición de Mentes que despiertan Mentes. Date: 3/12/2012 - 6:00.
- Article Content:**

Una mirada al futuro de la comunicación publicitaria

Recientemente se ha celebrado la tercera edición de Mentes Que Despiertan Mentes, un evento organizado por la revista Anuncios en el que profesionales de reconocido talento ofrecieron su visión para comprender mejor el momento presente y, sobre todo, despertaron las mentes a los retos que la industria de la comunicación comercial tiene ante sí.

El objetivo del III Mentes que Despiertan Mentes era ofrecer a los altos ejecutivos
- Right Sidebar:**
  - El Flash del mercado Sabadell:**
    - 09:22 HSBC vende su participación en la china Ping An por 7.720 millones de euros
    - 09:11 La producción industrial sube el 0,6% en octubre tras 13 meses de caídas
    - 09:09 El Ibox 35 se acerca a los 8.000 puntos
  - EL MONITOR:** La herramienta para el ahorrador en Bolsa. Construya su cartera de inversión de forma...
- Bottom Bar:** Cotizaciones, Noticias, Su Cartera, A. Técnico

[HTTP://WWW.ELECONOMISTA.ES/INTERSTITIAL/VOLVER/DIRECTM12/GESTION-EMPRESARIAL-SS/NOTICIAS/4442827/12/12/TERCERA-EDICION-DE-MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES.HTML#](http://www.eleconomista.es/interstitial/volver/directm12/gestion-empresarial-ss/noticias/4442827/12/12/tercera-edicion-de-mentes-que-despiertan-mentes.html#)

## III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN EL ECONOMISTA (EDICIÓN IMPRESA)

EL ECONOMISTA LUNES, 3 DE DICIEMBRE DE 2012

61

Gestión Empresarial

# Ricardo Sanz: 'Un restaurante japonés bueno nunca puede ser barato'

El chef de 'Kabuki' en Madrid domina a la perfección el arte de cortar pescado

Constanza Belda MADRID

Así de contundente se mostró Ricardo Sanz, el chef del restaurante japonés Kabuki, que ya cuenta con tres estrellas Michelin, en un taller sobre cocina japonesa celebrado en el espectacular hotel Hospes Maricel de Mallorca. Y después de ver cómo trata el pescado este cocinero madrileño, una sólo puede pensar que tiene mucha razón.

Los que nos dedicamos a la gastronomía habitualmente recibimos una pregunta: "¿Me recomiendas un japonés barato?". Así que trasladé esta misma inquietud a uno de los mejores chefs de cocina nipona de este país: Ricardo Sanz, que impartía un *showcooking* en el restaurante Senzone del hotel Hospes Maricel de Mallorca.

### La importancia del corte

Ricardo es todo un maestro del cuchillo y es conocido por su destreza para filetear con la precisión de un cirujano sus elaboraciones. No hay más que probar el *sashimi* (pescado crudo) que elabora para comprobar su talento. Y es que, para preparar este plato e incluso *sushi*, es muy importante dominar el arte de cortar el pescado en crudo, como explica Ricardo, "el corte tiene que ser el adecuado y, para ello, hay que eliminar todo lo que le sobra sin maltratarlo".

Allí mismo, en directo, comprobé lo que queda de un pescado fresco recién salido de la lonja tras pa-



1.500  
EUROS

Pagó Ricardo Sanz por un cuchillo que le compró a un japonés. Esto demuestra el valor que dan a esta herramienta de trabajo a la hora de limpiar y cortar el pescado. Ricardo Sanz afila los cuchillos de su restaurante todos los días con la piedra, sólo por un lado, facilitando así que el corte del pescado sea más limpio.

lo queda lo que podríamos denominar "su solomillo". Como aclara el cocinero "para elaborar un buen *sashimi* hay que deshechar casi el 70 por ciento del pez". Así que, si tenemos en cuenta la materia prima que se utiliza, lo que se aprovecha y la maestría del cocinero, es cierto que estos restaurantes, si son buenos, nunca pueden ser baratos.

Además de Ricardo también participan en estas jornadas Luis Arévalo del restaurante Nikkei 225 y David Arauz de 99 Sushi Bar, tres cocineros que han revolucionado la cocina nipona en nuestro país y que son, actualmente, un referente nacional e internacional. Para asistir a estas jornadas japonesas, que incluyen una clase en directo y una cena o comida de degustación, hay que hacer la inscripción de 90 eu-

## Tercera edición de Mentes que despiertan Mentes

Una mirada al futuro de la comunicación publicitaria

dEconomista MADRID

Recientemente se ha celebrado la tercera edición de Mentes Que Despiertan Mentes, un evento organizado por la revista *Anuncios* en el que profesionales de reconocido talento ofrecieron su visión para comprender mejor el momento presente y, sobre todo, despertaron las mentes a los retos que la industria de la comunicación comercial tiene ante sí.

El objetivo del III Mentes que Despiertan Mentes era ofrecer a los altos ejecutivos de agencias y anunciantes tres perspectivas diferentes de cómo va a evolucionar la publicidad: la del mercado latino, la del asiático y la de la compañía global experta en *marketing* (Coca-Cola).

En esta ocasión, los invitados fueron: Wendy Clark, máxima responsable de la comunicación mundial de The Coca-Cola Company, que no dudó en desvelar su secreto: Contar historias que la gente quiera compartir y que estén asociadas a la marca. Juan Carlos Ortíz, presidente de DDB Latina, que afirmó que "el mantra de nuestro tiempo es compartir, y el que no lo hace no existe". Y Thomas Hong-tack Kim, director creativo de la agencia coreana Cheil Worldwide, que también aportó su receta para triunfar en el nuevo entorno: proyectos con valores y una tecnología creativa.

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN LA COMUNIDAD PUBLICITARIA (ARTÍCULO)

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.leadingnewthinking.com/estudio/iii-mentes-que-despiertan-mentes-or>. The page features a navigation menu with categories like INICIO, SOCIAL TV, CONSUMIDOR, NEW IN, EFICACIA, MEDIOS, COMUNICACIÓN, and THINKING TIME. The main content area displays the article title "III Mentes Que Despiertan Mentes, organizado por Anuncios" and a list of speakers: Wendy Clark (The Coca-Cola Company), Juan Carlos Ortiz (DDB Latina), and Thomas Hong-Jack Kim (Cheil Worldwide). The article text discusses the event's goal and the speakers' insights on the Latin American market. On the right side, there is a search bar, a registration form, and advertisements for Tchib-Tchib and Havas Media Labs. The browser's taskbar at the bottom shows the date as 05/12/2012 and the time as 9:32.

[HTTP://WWW.LEADINGNEWTINKING.COM/ESTUDIO/III-MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES-ORGANIZADO-POR-ANUNCIOS](http://www.leadingnewthinking.com/estudio/iii-mentes-que-despiertan-mentes-organizado-por-anuncios)

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN LA COMUNIDAD PUBLICITARIA (VÍDEO)

The screenshot shows a web browser window displaying the website <http://www.leadingnewthinking.com/video/video-resumen-del-iii-mentes-que-despiertan-mentes>. The page features a navigation menu with categories like INICIO, SOCIAL TV, CONSUMIDOR, NEW IN, EFICACIA, MEDIOS, COMUNICACIÓN, and THINKING TIME. The main content area displays a video player for 'III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES' with a play button and a progress bar. Below the video, there is a list of related videos with their titles and view counts. The right sidebar contains a search bar, a login section with fields for 'Usuario' and 'Contraseña', and several advertisements, including one for 'Tchin-Tchin DE AFFLELOU' and another for 'Havas Media Labs' with a QR code. The browser's address bar and taskbar are also visible.

[HTTP://WWW.LEADINGNEWTHINKING.COM/VIDEO/VIDEO-RESUMEN-DEL-III-MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES](http://www.leadingnewthinking.com/video/video-resumen-del-iii-mentes-que-despiertan-mentes)

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN LATIN SPOTS

The screenshot shows a web browser window displaying the article 'Anuncios realizó Mentes Que Despiertan Mentes' on the LatinSpots website. The browser's address bar shows the URL: <http://www.latinspots.com/site/sp/nota/detalle/28423/Anuncios-realiz-Mentes-Que-Despiertan-Mentes>. The website header features the LatinSpots logo and navigation tabs for HOME, NOTICIAS, PIEZAS, LATINTV, TENDENCIAS, DIRECTORIO, EVENTOS, JOBS, INSTITUCIONAL, EL CLANDESTINO, REGISTRARSE, and LOGIN. The main content area includes a featured image of a group of people, a 'CONTENIDO RELACIONADO' sidebar with links to articles from the USA, Mexico, Colombia, and Argentina, a 'QUÉ BUSCAS?' search bar, and a 'LATINSPOTS N°108' section with a digital magazine cover. A 'DIRECTORIO' sidebar lists companies like Hilton Buenos Aires, Carajito Films, and Che Revolution Post. The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date 05/12/2012 and time 9:35.

[HTTP://WWW.LATINSPOTS.COM/SITE/SP/NOTA/DETALLE/28423/ANUNCIOS-REALIZ-MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES](http://www.latinspots.com/site/sp/nota/detalle/28423/ANUNCIOS-REALIZ-MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES)

## III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN **WOMENALIA** (ARTÍCULO)

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

womenalia  
The network for professional women

Identificarse  
Olvidaste tu contraseña Registrarte

Inicio Hoy en Womenalia Carrera profesional Empleo Guía Expertos Startup Day Blogs

### Norteamérica, Asia y Latinoamérica despiertan nuestras mentes

W Womenízalo f Recomendar t Tweet 8 g +1 0 in Share



"El nuevo marketing se basa en la creación de contenidos de calidad que sean compartidos por el gran público a través de los medios sociales" Esta fue la tesis que pudimos extraer del **III Encuentro Mentes que Despiertan Mentes**, que se celebró en el Espacio Fundación Telefónica de Madrid el 29 de noviembre.

El encuentro contó con las intervenciones de Juan Carlos Ortiz, presidente de DDB Latina, Thomas Hong Tack Kim, director ejecutivo creativo de Cheil Worldwide y Wendy Clark, responsable de Marketing & Comunicación de Coca-Cola Company. La idea era analizar el mundo de la comunicación globalizada desde una triple perspectiva, Norteamérica, Asia, Latinoamérica.

El colombiano Juan Carlos Ortiz se convirtió en todo un fenómeno a través de las redes sociales por escribir su libro *Shorts* en una blackberry mientras viajaba en avión. El experto explicó que el nuevo paradigma de la comunicación se basa en la filosofía "Comparto luego existo".

En este contexto, "las personas ya no son el target, son el principio y el origen de la comunicación". Ortiz añadió que gracias a las nuevas plataformas tecnológicas, las personas están separadas entre sí por solo 6 grados. Y es esta misma gente la que debe difundir el mensaje que queremos transmitir.

"También debemos escuchar a la gente para saber cuáles son sus motivaciones. Esta es la base del Social Media Lad", añadió el colombiano. A través de este sistema, "analizamos las conversaciones de los internautas en las Redes Sociales y extraemos la gran idea que puede triunfar en este nuevo contexto comunicativo".

Thomas Hong-Tack Kim también insistió en la relevancia de los medios sociales a la hora de crear valores compartidos: "El contenido valioso es el que se comparte de forma voluntaria".

El publicitario indicó que "las marcas deben comprender el entorno o la ecología mediática para crear valores sociales que contribuyan a la inteligencia colectiva". Y puso como ejemplo el proyecto Cannes Chimera, creado por Philip Thomas, CEO de Cannes Lions Organization y La Fundación Bill & Linda Gates, cuyo objetivo es seleccionar las 10 mejores ideas a nivel mundial para encontrar soluciones creativas mediante innovación tecnológica.

*" El nuevo paradigma de la comunicación se basa en la filosofía Comparto luego existo "*

*" El contenido valioso es el que se comparte de forma "*

ES 9:37 05/12/2012

[HTTP://WWW.WOMENALIA.COM/COMPONENT/FLEXICONTENT/92-OTROS-TEMAS/871-NORTEAMERICA-ASIA-Y-LATINOAMERICA-DESPIERTAN-NUESTRAS-MENTES](http://www.womenalia.com/component/flexicontent/92-otros-temas/871-norteamerica-asia-y-latinoamerica-despiertan-nuestras-mentes)

## III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN **WOMENALIA** (REPORTAJE FOTOGRÁFICO)

The screenshot shows a web browser window displaying the Womenalia website. The page title is "III Mentes que Despiertan Mentes". The URL in the address bar is [http://www.womenalia.com/index.php?option=com\\_flexicontent&view=item&cid=27&id=879](http://www.womenalia.com/index.php?option=com_flexicontent&view=item&cid=27&id=879). The page features a navigation menu with links for "Inicio", "Hoy en Womenalia", "Carrera profesional", "Empleo", "Guía", "Expertos", "Startup Day", and "Blogs". The main content area includes social media sharing options (Womenizalo, Recomendar, Tweet 2, +1 0, Share) and a short article text. The text describes the III Encuentro Mentes que Despiertan Mentes, held at the Espacio Fundación Telefónica in Madrid on November 29th. It mentions speakers Juan Carlos Ortiz (DDB Latina), Thomas Hong-Tack Kim (Cheil Worldwide), and Wendy Clark (Marketing & Comunicación de Coca-Cola Company). Below the text is a gallery of six photographs from the event, showing speakers at a podium and a group photo. The gallery images include a speaker at a podium, a speaker at a podium, a speaker at a podium with a screen displaying "CONTENT SCALE SPREAD IN REAL TIME", a screen displaying "THINK BIG START SMALL SCALE FAST", a group photo of speakers, and a speaker at a podium. The page also features a second set of social media sharing options at the bottom of the gallery.

[HTTP://WWW.WOMENALIA.COM/INDEX.PHP?OPTION=COM\\_FLEXICONTENT&VIEW=ITEM&CID=27&ID=879](http://www.womenalia.com/index.php?option=com_flexicontent&view=item&cid=27&id=879)

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN **PUBLIDOCNET** (PORTAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID)

The screenshot shows a web browser window displaying the PublidocNet website. The browser's address bar shows the URL: <http://publidocnet.ucm.es/publidocnet5/index.php/noticias/ultimas-noticias/6155-iii-mentes-que-despiertan-mentes>. The website's header features the 'PublidocNet' logo and a navigation menu with categories: NOTICIAS, PUBLICIDAD, CAMPAÑAS, EDUCACIÓN, DOCUMENTACIÓN, TRAS LA PISTA DE, CREARON ESCUELA, and VER +.

The main content area is divided into several columns. On the left, there are sections for 'UNIVERSIDADES', 'REPORTAJES', 'MUSEOS PUBLICIDAD', and 'PUBLIQUIOS'. The 'REPORTAJES' section highlights 'Leo Burnett lanza PeopleShop' and 'Un equipo de amplia experiencia'. The 'MUSEOS PUBLICIDAD' section features an exhibition titled 'Exposición "Responsabilidad Social Creativa"'. The 'PUBLIQUIOS' section discusses 'Las revistas profesionales de publicidad sirven a un público muy específico'.

The central article is titled 'III Mentes que despiertan Mentes'. It is dated 'Martes, 20 Noviembre 2012 18:57' and categorized as 'Últimas Noticias'. The article text states: 'El próximo jueves 29 de noviembre tendrá lugar en Madrid III Mentes que despiertan Mentes, donde tres personalidades internacionales darán la oportunidad de participar en una jornada profesional centrada en la reflexión sobre el futuro de la comunicación publicitaria y su industria.' It lists participants: Ms. Wendy Clark, Mr. Thomas Hong-Tack Kim, and Mr. Juan Carlos Ortiz. A 'Cambio en el programa' section notes that Thomas Hong-tack Kim is the new conference organizer, replacing Wain Choi. The article concludes by mentioning that the event will be a unique opportunity for an international meeting on communication strategies in Latin America, North America, and Asia.

On the right side of the page, there are sections for 'NOVEDADES EDITORIALES' (featuring 'AEOP' and 'A E A O P'), 'POPULAR' (listing articles from July and May 2007), 'ARCHIVO' (listing an article from April 2004), and 'BLOG DOCUMENTACIÓN' (featuring 'mi+d').

At the bottom of the page, there is a comment form with the label 'Nombre (requerido)' and a 'Siguiente >' button. The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with the date '05/12/2012' and time '9:40'.

[HTTP://PUBLIDOCNET.UCM.ES/PUBLIDOCNET5/INDEX.PHP/NOTICIAS/ULTIMAS-NOTICIAS/6155-III-MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES](http://publidocnet.ucm.es/publidocnet5/index.php/noticias/ultimas-noticias/6155-iii-mentes-que-despiertan-mentes)

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN PUBLICIDAD Y RRPP (BLOG DE LA UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA)

12 noviembre, 2012

por Chari García

en Noticias

Comentarios ( 0 )

## Mentes que despiertan Mentes

Mentes que Despiertan Mentes es un evento para dejar que vuele nuestra imaginación, para que salga de su jaula y suba hasta adquirir un punto de vista que extienda nuestra perspectiva. Un evento para despertar nuestra mente, entender mejor el momento que vivimos y proyectar el que vamos a vivir mañana.

En esta **tercera edición** recurrimos a la técnica de la triangulación para fijar mejor nuestra habitual mirada al futuro. Tres ponentes desde tres atalayas diferentes, Norteamérica, Asia y Latinoamérica, formarán ese triángulo que debe permitirnos enfocar mejor las estrategias en un mundo cada vez más globalizado.

En un vértice, **Wendy Clark**, vicepresidente senior y responsable de Integrated Marketing Communications & Capabilities de The Coca-Cola Company (Atlanta, EEUU) es decir, la máxima responsable de la comunicación de una de las compañías más prolongadamente exitosa en la gestión de sus marcas.

En otro lejano vértice y con una experiencia muy directa sobre las economías emergentes, **Wain Choi**, vicepresidente y director creativo ejecutivo de CheilWorldwide (Seúl, Corea del Sur).

Y por último cerrará el triángulo desde un área también emergente con la que tenemos mucho en común, incluyendo negocios, **Juan Carlos Ortiz**, presidente de DDB Latina (Miami, EEUU) con responsabilidad sobre el mercado latinoamericano e ibérico.

Como broche final del acto, nuestros más experimentados periodistas moderarán una mesa redonda con los tres ponentes, y los asistentes podrán hacer sus preguntas en directo.

<http://www.publicacionesprofesionales.es/mentes-que-despiertan-mentes.htm>

Compartélo: Facebook LinkedIn Twitter +1 0 Más

BUSCAR...

Buscar...

BUSCAR

### CATEGORÍAS

- Actividades (68)
- Alumnos (65)
- Concursos (166)
- IP @ce (32)
- Naranja Below (16)
- Otros (5)
- Proyecta (5)
- Winner (40)
- Creatividad Publicitaria (65)
- Festivales (52)
- Noticias (101)
- Observatorio Beyond The Line (28)
- Observador Admirado (8)

### CALENDARIO

diciembre 2012

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9

ES 9:41 05/12/2012

[HTTP://BLOG.UCHCEU.ES/PUBLICIDADYRRPP/MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES/](http://blog.uchceu.es/publicidadyrrpp/mentes-que-despiertan-mentes/)

# MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN DATA-RED

The screenshot shows a web browser window displaying the Data-Red website. The URL in the address bar is <http://www.data-red.com/leernota.php?referencia=2012113015441&registro=1233>. The page features a navigation menu with categories like 'Últimos', 'Prensa', 'Promo', 'Eventos', 'Gráficas', 'Spots', 'Estudios', 'Artículos', and 'Empleo'. A main section titled 'Nota de Prensa' is highlighted, with a sub-header 'Mentes que despiertan mentes: Compartir, el mantra de la nueva comunicación'. The text of the note discusses the impact of social networks and the need for brands to share content, mentioning Juan Carlos Ortiz, president of DDB Latina, and Wendy Clark, global marketing manager of Coca-Cola. A sidebar on the right contains a search bar and a list of marketing-related categories such as 'Marketing comunicación', 'Marketing tecnológico', 'Marketing consultoría', 'Marketing telefónico', etc. The Windows taskbar at the bottom shows the system clock as 9:44 on 05/12/2012.

[HTTP://WWW.DATA-RED.COM/LEERNOTA.PHP?REFERENCIA=2012113015441&REGISTRO=1233](http://www.data-red.com/leernota.php?referencia=2012113015441&registro=1233)

### III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN BANCORP

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Bancorp GLOBAL MEDIA

Descargar presentación de Empresa / PDF

Algunos en las redes sociales.

Inicio info Contacto Blog

Publicado el noviembre 30, 2012

#### Mentes que despiertan mentes: Compartir, el mantra de la nueva comunicación

El impacto de las redes sociales y la necesidad de las marcas de compartir contenidos con los consumidores valoraron los discursos de los tres ponentes de la tercera edición del evento "Mentes que despiertan mentes", que celebró ayer la revista *Advertencia* en el Espacio Fundación Telefónica.

Juan Carlos Ortiz, presidente de DOB Latina, insistió en que el momento actual por el que atraviesa España "es una oportunidad increíble para reinventarse" y animó a los asistentes a salir de la crisis "buscando cosas diferentes", aprovechándose de la "situación privilegiada que tiene nuestro país por su pertenencia al mundo 'latinoamericano'". Ortiz, de origen colombiano, afirmó que "el buen contenido es el nuevo marketing", que "las campañas 360° no tienen sentido en la actualidad" y que "el mantra de nuestro tiempo es compartir", ya que "lo que no se comparte no existe". Además señaló que "lo digital no es un medio sino el lugar humano: la voz, la vista... todo es digital".

Compartir también fue una palabra muy utilizada por Wendy Clark, responsable de marketing global de Coca-Cola, que habló de un concepto que está marcando las nuevas estrategias de la compañía de refrescos: "contenidos fluidos y virtuales", que dan lugar a "historias que se difunden para crear un valor". Clark puso como ejemplo la campaña que hace unos meses puso en marcha la marca con motivo de los Juegos Olímpicos con la que crearon una canción a partir de los sonidos de los aparatos. Además animó a los asistentes a "responder a los consumidores, mestura en sus conversaciones así como no aceptar el status quo, no aceptar un no por respuesta".

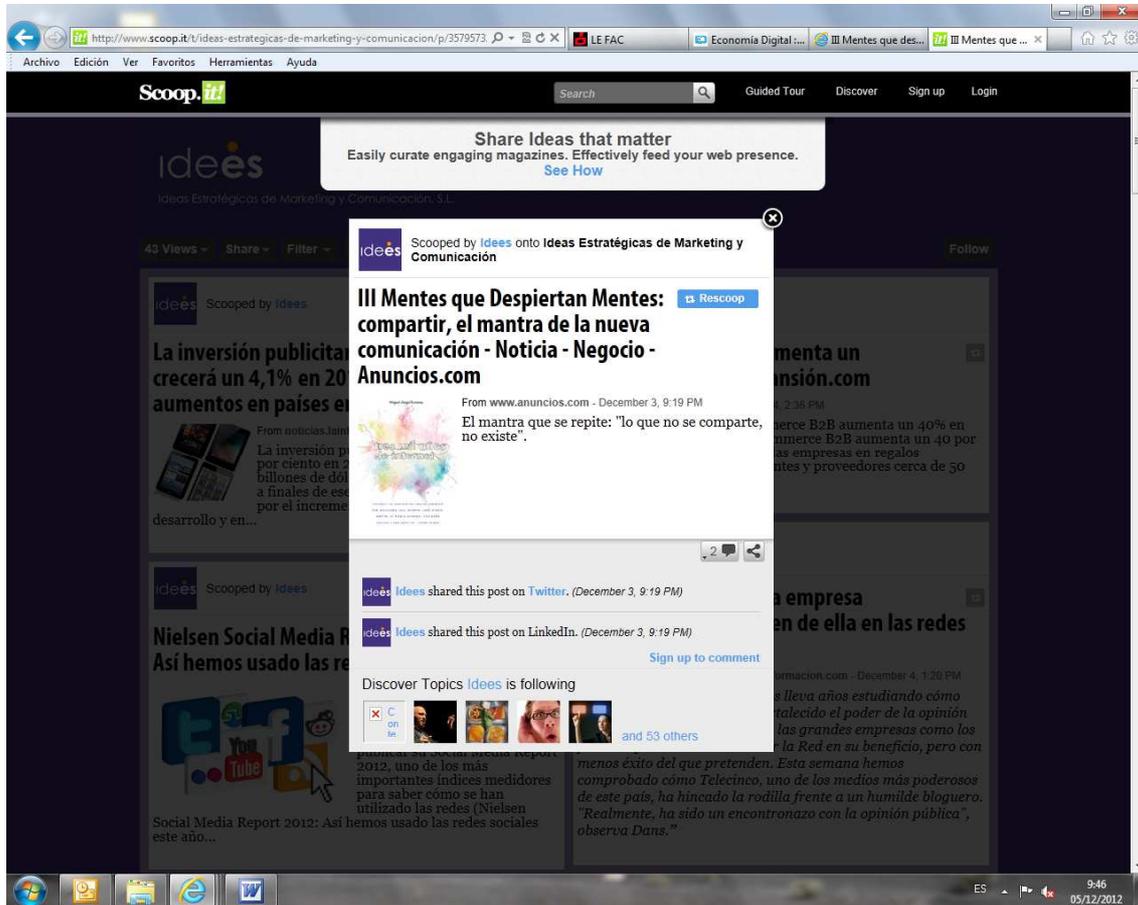
Por último, Thomas Hong-Tack Kim, director creativo ejecutivo de Cheil Worldwide, también centró su discurso en el nuevo entorno y dio las claves para que una buena estrategia consiguiera participación de los consumidores: tecnología, medios sociales y eventos fuera de Internet. Y puso como ejemplos acciones como la de la cadena de supermercados Smart con códigos QR en sus estantes, que solo funcionan a una tira de luz ultravioleta y ofrecen descuentos a los usuarios, y la de Zume! Conus, en la que marquetras y autobuses instalaron ambientadores con olor a café a la vez que se escuchaba una cufía de radio de la marca. Los visitantes a las tiendas de la marca aumentaron un 15% y las ventas crecieron un 25%.

Fuente: Marketing News Line

ES 9:45 05/12/2012

[HTTP://WWW.BANCORP.COM.MX/BLOG/MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES-COMPARTIR-EL-MANTRA-DE-LA-NUEVA-COMUNICACION/](http://www.bancorp.com.mx/blog/mentes-que-despiertan-mentes-compartir-el-mantra-de-la-nueva-comunicacion/)

### III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN SCOOP



[HTTP://WWW.SCOOP.IT/T/IDEAS-ESTRATEGICAS-DE-MARKETING-Y-COMUNICACION/P/3579573207/III-MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES-COMPARTIR-EL-MANTRA-DE-LA-NUEVA-COMUNICACION-NOTICIA-NEGOCIO-ANUNCIOS-COM](http://www.scoop.it/t/ideas-estrategicas-de-marketing-y-comunicacion/p/3579573207/iii-mentes-que-despiertan-mentes-compartir-el-mantra-de-la-nueva-comunicacion-noticia-negocio-anuncios-com)

### III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN MKTFAN

The screenshot shows the MKTFAN website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like DIGITAL, SOCIAL MEDIA, BRANDING, CONSUMIDOR, TENDENCIAS, PUBLICIDAD, DISPOSITIVOS, BIG PLAYERS, SEO, and OTRAS. The main content area features an article titled "Mentes que despiertan mentes: Compartir, el mantra de la nueva comunicación" by rvillanuevares. The article text discusses the impact of social networks and the need for brands to share content with consumers. To the right, there are promotional banners for Twitter and Facebook, and a "Top 10 Cracks" list featuring various users and their content counts. The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date 05/12/2012 and time 9:48.

[HTTP://MKTFAN.COM/STORY.PHP?TITLE=MENTES-QUE-DESPIERTAN-MENTES-COMPARTIR-EL-MANTRA-DE-LA-NUEVA-COMUNICACION](http://mktfan.com/story.php?title=mentes-que-despiertan-mentes-compartir-el-mantra-de-la-nueva-comunicacion)

### III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN LA RAZÓN (EDICIONES IMPRESA Y DIGITAL)

The screenshot shows the LA RAZÓN.es website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like INICIO, ESPAÑA, INTERNACIONAL, SOCIEDAD, DEPORTES, ECONOMÍA, OPINIÓN, A TU SALUD, EDICIONES, CULTURA, SERVICIOS, and BLOGS. Below this is a search bar and a date indicator '10-DIC-12'. The main content area features a large banner for 'En Productos Frescos' with a 'SUPERMERCAD' logo. The article title is 'Mentes despiertas por Advert-Ido', dated '5 Diciembre 12 -- Advert-Ido'. The article text discusses the evolution of advertising and communication, mentioning figures like Juan Carlos Ortiz, Thomas Hong-tack Kim, and Wendy Clark. It highlights the importance of social media and user-generated content in modern marketing. To the right of the article, there are two sidebars: one for 'hay salida' with a phone number '016' and another for 'La Razón Multimedia' featuring a video player with a play button. The website footer includes the date '12:56 10/12/2012' and the language 'ES'.

[HTTP://WWW.LARAZON.ES/NOTICIA/1530-MENTES-DESPIERTAS-POR-ADVERT-IDO](http://www.larazon.es/noticia/1530-mentes-despiertas-por-advert-ido)

# III MENTES QUE DESPIERTAN MENTES EN PUBLIDOCNET (PORTAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID)

The screenshot shows a web browser window displaying the PublidocNet website. The browser's address bar shows the URL: <http://publidocnet.ucm.es/publidocnet5/index.php/noticias/ultimas-noticias/6193-...>. The website header features the PublidocNet logo and a navigation menu with categories: NOTICIAS, PUBLICIDAD, CAMPAÑAS, EDUCACIÓN, DOCUMENTACIÓN, TRAS LA PISTA DE, CREAMON ESCUELA, and VER +. Below the header, there are four main content columns: UNIVERSIDADES, REPORTAJES, MUSEOS PUBLICIDAD, and PUBLIOQUIOS. The main article, titled "Crónica de un encuentro con tres grandes publicitarios", is the central focus. It includes a sub-header "Relato de las impresiones de un alumno asistente a 'Mentes que despiertan Mentes'", a date of publication (07 Diciembre 2012), and a category of "Últimas Noticias". The article text discusses a meeting with three advertising professionals: Leo Burnett, Thomas Hong, and Wendy Clark. The right sidebar contains sections for "NOVEDADES EDITORIALES" (with a link to "Aepe"), "POPULAR" (with links to "Julio 2007: La publicidad subliminal" and "Mayo 2007: La Publicidad en la F1"), "ARCHIVO" (with a link to "Abril, 2004"), and "BLOG DOCUMENTACIÓN" (with a link to "mi+"). The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with the date 10/12/2012 and time 12:57.

[HTTP://PUBLIDOCNET.UCM.ES/PUBLIDOCNET5/INDEX.PHP/NOTICIAS/ULTIMAS-NOTICIAS/6193-CRONICA-DE-UN-ENCUENTRO-CON-TRES-GRANDES-PUBLICITARIOS](http://publidocnet.ucm.es/publidocnet5/index.php/noticias/ultimas-noticias/6193-chronica-de-un-encuentro-con-tres-grandes-publicitarios)