



Clipping de prensa

Abril 2016

Coca Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el punto de venta (PDV)

*La firma confió en **Scopesi** el relevamiento de sus puntos de venta.*

El relevamiento se llevó a cabo en los meses de enero y febrero. Consistió en la recolección de datos externos de más de once mil comercios distribuidos por toda el área metropolitana de Buenos Aires.

Según **Gonzalo Cardozo, Gerente de Operaciones** de **Scopesi** y quien estuvo encargado de llevar adelante el proyecto: “Realizar este tipo de trabajos siempre es estimulante, que un cliente con la importancia de **Coca Cola FEMSA Argentina** en este área confíe en nosotros, es un gran desafío en el cual no podemos dejar nada librado al azar”.

El trabajo incluyó fotos de la cartelería externa de cada local, material POP (promocional) exhibido y la existencia de mesas y sombrillas de la marca Coca Cola. Además, se realizó un análisis de la competencia.

La compañía tiene como cliente regular (desde hace diez años) a la embotelladora para los controles de publicidad en vía pública tradicional, a la cual sumó en este caso el área de Trade.

“Años atrás habíamos realizado con el cliente trabajos similares, pero en esa ocasión se trató de “peinar” avenidas para localizar los comercios. En este caso los once mil puntos de venta se encontraban distribuidos por todas las calles y avenidas de cada localidad. El trabajo de logística previa fue fundamental para cumplir con los tiempos” culminó **Cardozo**.



Victoria Gentile, Directora. Tel. cel.: (011) 15-5508-2222.
E-mail: mvgentile.gamond@gmail.com; vgentile.laconsultora@gmail.com
Página Web: www.laconsultora.com.ar



1. Índice de publicaciones, menciones y notas obtenidas

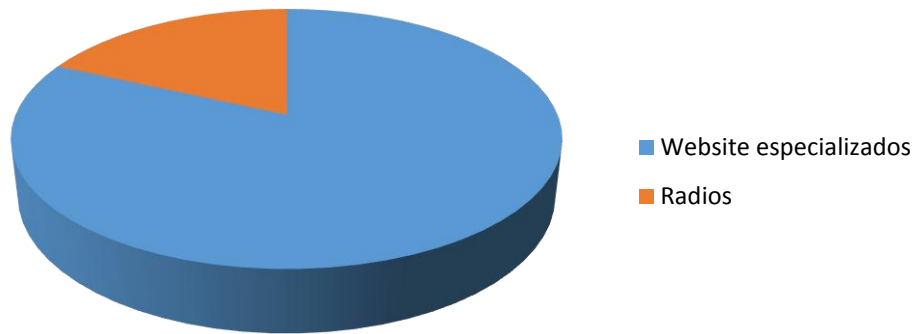
✓ WEBS, BLOGS Y REDES SOCIALES

- Palermo Online, Noticias 07/04/2016
- Pancho Dicristóforo 07/04/2016
- Totalmedios, Mediakits comerciales 08/04/2016
- Dossiernet, Al instante 08/04/2016
- Sitemarca 08/04/2016
- Socialetic, Identidad Visual, Publicidad Exterior 17/04/2016
- Latin Spots 19/04/2016
- Cámara Argentina de Anunciantes, Novedades y Lanzamientos 28/04/2016
- Cámara Argentina de Anunciantes 29/04/2016

✓ RADIOS

- FM UB 90.9, Hablemos de relaciones públicas, miércoles de 19 a 20 h 06/04/2016
- Al Aire Radio Bar, Sitemarca, jueves de 18 a 19 h 07/04/2016

Publicaciones Abril 2016



ANÁLISIS DE GESTIÓN DE PRENSA:

Pedidos de entrevista:

- Pedido de entrevista N° 5: Diario La Nación.
- Pedido de entrevista N° 6: Revista Letreros.



133 Amigos en Facebook

288 alcance de publicaciones al 2 de mayo 2016.



271 alcance total orgánico de la página,



1123 Siguiendo

247 Seguidores

179 publicaciones al 2 de mayo 2016.

Medio: Palermo Online

Fecha: 07/03/2016

Sección: Noticias

Link: <http://palermonline.com.ar/wordpress/?p=50430>



Palermonline Noticias

El Portal del Barrio de Palermo

Palermonline Noticias

El Portal del Barrio de Palermo. On Line desde 1999

Portada **Noticias** Moda Delicatessen Turismo Mapa Tecnología Cultura Noticias

← ¿Cuál es la mejor torta?

Coca Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el punto de venta (PDV)

Posted on 7 abril, 2016 by Palermonline

La firma confió en Scopesi el relevamiento de sus puntos de venta.

El relevamiento se llevó a cabo en los meses de enero y febrero. Consistió en la recolección de datos externos de más de once mil comercios distribuidos por toda el área metropolitana de Buenos Aires.

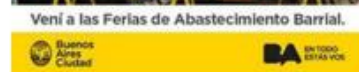
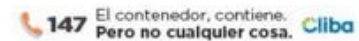
Según Gonzalo Cardozo, Gerente de Operaciones de Scopesi y quien estuvo encargado de llevar adelante el proyecto: "Realizar este tipo de trabajos siempre es estimulante, que un cliente con la importancia de Coca Cola FEMSA Argentina en este área confió en nosotros, es un gran desafío en el cual no podemos dejar nada librado al azar".

El trabajo incluyó fotos de la cartelería externa de cada local, material POP (promocional) exhibido y la existencia de mesas y sombrillas de la marca Coca Cola. Además, se realizó un análisis de la competencia.

La compañía tiene como cliente regular (desde hace diez años) a la embotelladora para los controles de publicidad en vía pública tradicional, a la cual sumó en este caso el área de Trade.

"Años atrás habíamos realizado con el cliente trabajos similares, pero en esa ocasión se trató de "peinar" avenidas para localizar los comercios. En este caso los once mil puntos de venta se encontraban distribuidos por todas las calles y avenidas de cada localidad. El trabajo de logística previa fue fundamental para cumplir con los tiempos" culminó Cardozo.

Enlaces patrocinados





PANCHO DICRISTÓFARO
El Portal de Pancho

Search

Coca Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el punto de venta (PDV)

10:19 No comments

La firma confió en Scopesi el relevamiento de sus puntos de venta.

El relevamiento se llevó a cabo en los meses de enero y febrero. Consistió en la recolección de datos externos de más de once mil comercios distribuidos por toda el área metropolitana de Buenos Aires.

Según Gonzalo Cardozo, Gerente de Operaciones de Scopesi y quien estuvo encargado de llevar adelante el proyecto: "Realizar este tipo de trabajos siempre es estimulante, que un cliente con la importancia de Coca Cola FEMSA Argentina en este área confió en nosotros, es un gran desafío en el cual no podemos dejar nada librado al azar".

El trabajo incluyó fotos de la cartelera externa de cada local, material POP (promocional) exhibido y la existencia de mesas y sombrillas de la marca Coca Cola. Además, se realizó un análisis de la competencia.

La compañía tiene como cliente regular (desde hace diez años) a la embotelladora para los controles de publicidad en vía pública tradicional, a la cual sumó en este caso el área de Trade.

"Años atrás habíamos realizado con el cliente trabajos similares, pero en esa ocasión se trató de "peinar" avenidas para localizar los comercios. En este caso los once mil puntos de venta se encontraban distribuidos por todas las calles y avenidas de cada localidad. El trabajo de logística previa fue fundamental para cumplir con los tiempos" culminó Cardozo.

M E T F G+ +1 Recomendar esto en Google

[Entrada más reciente](#) [Página principal](#) [Entrada antigua](#)

0 comentarios:

Publicar un comentario en la entrada

Gracias por tus comentarios!

PERFILES SOCIALES

t f g+ in RSS



ROFEX



SALON DE FIESTAS



Es nuestra. Es para todos.

Medio: Totalmedios

Fecha: 08/03/2016

Sección: Mediakits comerciales

Link: <http://www.totalmedios.com/nota/27917/coca-cola-femsa-confio-en-scopesi-el-relevamiento-de-sus-puntos-de-venta>

Twitter: https://twitter.com/Totalmedios_com?lang=es

The screenshot shows a news article on the TotalMedios website. The main headline is "COCA COLA FEMSA CONFÍO EN SCOPESI EL RELEVAMIENTO DE SUS PUNTOS DE VENTA". The article text describes a market research project conducted by Scopesi for Coca-Cola Femsa in Buenos Aires, involving the collection of data from over 11,000 points of sale. It mentions the company's long-term relationship with Scopesi and the specific tasks performed, such as photographing external signage and analyzing the competitive environment. The article is dated 08.04.2016.

TotalMedios 11:58a viernes 08/03

MEDIKITS COMERCIALES DIRECTORIOS NOTICIAS MULTIMEDIA RSSH TARIFAS DE PUBLICIDAD SUSCRIBASE INGRESAR

PERIÓDICOS REVISTAS CABLE TV RADIOS PUBLICIDAD EXTERIOR INTERNET INDOOR CINES ESTADIOS PUBLICIDAD EN TRANSPORTES ALTERNATIVOS MOBILE

Home / Medios IR

NOTICIAS POR SEGMIENTO: MEDIOS, RESEARCH, CAMPAÑAS, EMPRESARIAS, AGENCIAS, PREMIACIONES, CAPACITACIÓN, ENTREVISTAS

LO MÁS LEÍDO:
1. Cómo es el mundo adulto de los adolescentes argentinos
2. Las mujeres y sus preferencias a la hora de consumir medios
3. Darín lanzó una gap de reestudio virtual en español
4. "Convey.S.O.S." la campaña de la Coca-Cola y Mercado McDavid
5. 301 Argentina Socialite y Biscione, junto a Google, lanzan "Misión Games"
6. Topper eligió las plataformas de fidelización para su nueva campaña

RECIENTES:
1. Grey Latinoamérica cerró su reunión regional anual
2. Cinco pasos para impulsar la descarga y el uso de las aplicaciones móviles
3. AXN estrena la segunda temporada de "Crimen Americano"
4. Sonia Ferreira se une a UV Letam

CADA DÍA MÁS CERCA TUYO CONOCEMOS

Telefonica

www.quirogamedios.com

"PENSÁS EN EL INTERIOR. PENSÁ EN JG". CONTACTO: (011) 4328-6082

SOMOS LA REVISTA CON MÁS LECTORES DEL PAÍS

NUEVA PANTALLA de LEDS

Y el ganador es... TU MARCA. www.media.com.ar

VPM

De

08 de Abril de 2016 | Buenos Aires

Coca-Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el PDV



2 La firma confió en Scopesi el relevamiento de sus puntos de venta.

Me gusta

Tu tuit

0

+1

in

Share

El relevamiento se llevó a cabo en los meses de enero y febrero. Consistió en la recolección de datos externos de más de once mil comercios distribuidos por toda el área metropolitana de Buenos Aires. Según Gonzalo Cardozo, Gerente de Operaciones de Scopesi y quien estuvo encargado de llevar adelante el proyecto: "Realizar este tipo de trabajos siempre es estimulante, que un cliente con la importancia de Coca Cola FEMSA Argentina en este área confió en nosotros, es un gran desafío en el cual no podemos dejar nada librado al azar".

El trabajo incluyó fotos de la cartelería externa de cada local, material POP (promocional) exhibido y la existencia de mesas y sombrillas de la marca Coca Cola. Además, se realizó un análisis de la competencia. La compañía tiene como cliente regular (desde hace diez años) a la embotelladora para los controles de publicidad en vía pública tradicional, a la cual sumó en este caso el área de Trade.

"Años atrás habíamos realizado con el cliente trabajos similares, pero en esa ocasión se trató de "peinar" avenidas para localizar los comercios. En este caso los once mil puntos de venta se encontraban distribuidos por todas las calles y avenidas de cada localidad. El trabajo de logística previa fue fundamental para cumplir con los tiempos", culminó Cardozo.

Descargá la APP Mi Movistar
4G de Movistar
Entérate las novedades del despliegue de la red.
4G Prueba en tiempo real. Descargá

Noticias relacionadas

Campaña de Coca-Cola FEMSA en circuito de Brand Plus

Análisis de la inversión en publicidad exterior en 2015: la inversión bruta creció un 34%

Scopesi presenta GeoPlanning: una nueva herramienta para la planificación en Publicidad Exterior

Telefónica se suma al GeoPlanning de Scopesi

Scopesi cumple 30 años en la publicidad argentina

El CIP lanza su ciclo de actualización publicitaria en la UCA



Estos
Flowers
Estos
VIXNET
Estos
YURKINA
Estos
Esto es.me

Estos
Esto es.me



DossierNet

8 de abril a las 7:33 · 🌐

Coca-Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el PDV
<http://goo.gl/volQh6> Scopesi



Dossiernet - Coca-Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el PDV

La firma confió en Scopesi el relevamiento de sus puntos de venta.

DOSSIERNET.COM.AR

The screenshot shows the Sitemarca website interface. At the top left is the Sitemarca logo. A banner at the top right features the text 'Una empresa argentina que trabaja y produce cuidando el medioambiente' and the Ledesma logo with the tagline 'Excellencia Argentina'. Below the banner is a navigation menu with categories like 'Arte', '#MarcaBien', 'Publicidad', 'En 2022', 'Marketing', 'Medios y Redes Sociales', 'Podcast', 'Si te marca', 'Spots', and 'Viajes'. The main article is titled 'SITEMARCA RADIO: LA ARGENTINIDAD COMO MARCA CON MATE, TANGO Y MALBEC' and is dated 8 April 2016. It includes social sharing options, a search bar, and a section for social media feeds. The article text discusses the concept of 'Argentina as a brand' and mentions interviews with Facundo Ponce and Gustavo Redondo. A video player at the bottom shows a recording of the radio session. On the right side, there are sections for 'SITEMARCA NEWS', 'SITEMARCA SPOTS', and 'SITEMARCA CANNES', each featuring a video thumbnail.



Alicia Vidal

1 h · 🌐

#Radio Escuchá el programa de ayer (vamos por el Sitemarca #40 , 2da temporada!) donde hablamos de argentinidad y como se vincula con el tango, con el mate, con lo urbano y con el malbec. Me acompañaron Facundo Ponce y Mariano Tejero Scopesi en el estudio de Al Aire Radio Bar Oficial y entrevisté a Magdalena Pesce de Wines of Argentina por la Semana del Malbec y a Gustavo Redondo de CBSé Página Oficial



Sitemarca Radio: la Argentinidad como marca con mate, tango y malbec

Por Alicia Vidal En esta edición de Sitemarca Radio en Al Aire Radio Bar nos concentramos en hablar del concepto de argentinidad como marca. En el estudio me...

SITEMARCA.COM



Sitemarca compartió la publicación de Alicia Vidal.

34 min · 🌐



Alicia Vidal

1 h · 🌐

#Radio Escuchá el programa de ayer (vamos por el Sitemarca #40 , 2da temporada!) donde hablamos de argentinidad y como se vincula con el tango, con el mate, ...

Ver más



Sitemarca Radio: la Argentinidad como marca con mate, tango y malbec

Por Alicia Vidal En esta edición de Sitemarca Radio en Al Aire Radio Bar nos concentramos en hablar del concepto de argentinidad como marca. En el estudio...

SITEMARCA.COM

Si te pareció interesante SOCIALetic.com y quieres recibir nuevas noticias [Apúntate al Nuevo Newsletter](#)

BTL Empresa HD Marketing Opiniones Publicidad Social Media TIC Videos Webs Search

Anuncios Apps Buzoneo Carteles Email Mkt e-Shop Mobile Online Mkt Redes SEO Utilidades Pro Webs

Coca Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el punto de venta (PDV)

SOCIALetic.com Identidad Visual , publicidad exterior

Conviértete en Autor : [Info, Aquí](#)

La firma confió en Scopesi el relevamiento de sus puntos de venta.

El relevamiento se llevó a cabo en los meses de enero y febrero. Consistió en la recolección de datos externos de más de once mil comercios distribuidos por toda el área metropolitana de Buenos Aires.

Según **Gonzalo Cardozo, Gerente de Operaciones de Scopesi** y quien estuvo encargado de llevar adelante el proyecto: "Realizar este tipo de trabajos siempre es estimulante, que un cliente con la importancia de **Coca Cola FEMSA Argentina** en este área confió en nosotros, es un gran desafío en el cual no podemos dejar nada librado al azar".

El trabajo incluyó fotos de la cartelería externa de cada local, material POP (promocional) exhibido y la existencia de mesas y sombrillas de la marca Coca Cola. Además, se realizó un análisis de la competencia.



La compañía tiene como cliente regular (desde hace diez años) a la embotelladora para los controles de publicidad en vía pública tradicional, a la cual sumó en este caso el área de Trade.

Sigue las Noticias de SOCIALetic.com

Nombre

Email

Soy Humano

[Suscribir](#)

Autores del Mes



Últimas Noticias | + en Portada

OVILESDRÖIC Triada, el troiano que ataca al cerebro de los móviles
Android

SEO SEO vitaminas para mejorar tu visibilidad

Coca Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el punto de venta (PDV)

¿Qué es la Auditoría de los sistemas de gestión?



SOCIALETIC.com @socialetic · 16 h

Coca Cola FEMSA Argentina junto a
Scopesi en el punto de venta (PDV)

[In.is/bit.ly/7FeKY](https://in.is/bit.ly/7FeKY)



Medio: Latin Spots

Fecha: 19/04/2016

Sección:

Link: <http://www.latinspots.com/site/sp/empresasynegocios/detalle/16628/Coca-Cola-FEMSA-Argentina-junto-a-Scopesi-en-el-punto-de-venta-PDV>

Latin Spots.com

COCA-COLA: EL PRODUCTO EN EL CENTRO

EL OJO DE IBEROAMÉRICA

PERFILES

HOME NOTICIAS PIEZAS LATINTV TENDENCIAS DIRECTORIO EVENTOS JOBS INSTITUCIONAL MAGAZINE REGISTRARSE | LOGIN

19-04-2016

Coca Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el punto de venta (PDV)

FAVORITOS | IMPRIMIR | Me gusta | Tweet | G+ | 0

La firma confió en Scopesi el relevamiento de sus puntos de venta.

El relevamiento se llevó a cabo en los meses de enero y febrero. Consistió en la recolección de datos externos de más de once mil comercios distribuidos por toda el área metropolitana de Buenos Aires.

Según Gonzalo Cardozo, Gerente de Operaciones de Scopesi y quien estuvo encargado de llevar adelante el proyecto: "Realizar este tipo de trabajos siempre es estimulante, que un cliente con la importancia de Coca Cola FEMSA Argentina en este área confió en nosotros, es un gran desafío en el cual no podemos dejar nada librado al azar".

El trabajo incluyó fotos de la cartelería externa de cada local, material POP (promocional) exhibido y la existencia de mesas y sombrillas de la marca Coca Cola. Además, se realizó un análisis de la competencia.

La compañía tiene como cliente regular (desde hace diez años) a la embotelladora para los controles de publicidad en vía pública tradicional, a la cual sumó en este caso el área de Trade.

"Años atrás habíamos realizado con el cliente trabajos similares, pero en esa ocasión se trató de "peinar" avenidas para localizar los comercios. En este caso los once mil puntos de venta se encontraban distribuidos por todas las calles y avenidas de cada localidad. El trabajo de logística previa fue fundamental para cumplir con los tiempos" culminó Cardozo.

SCOPEST

VOLVER

QUÉ BUSCAS?

Busqueda Avanzada >>

Magazine 129

- Revista Online
- Revista Digital
- Suscribirse
- Ediciones Anteriores

DIRECTORIO

Alfonsa Buenos Aires Argentina **ALFONSA**

CAA CAMARA ARGENTINA DE ANUNCIANTES

infoCAA quincenal

VIA PÚBLICA ESTÁTICA

SITIO WEB EDICIONES ANTERIORES SUSCRIPCIÓN CONTACTO

28/04/2016 • Nº 258 - Año IX

Novedades & Lanzamientos

SCOPESES: Cumple 30 años en la publicidad argentina

En su trigésimo aniversario, Scopesi -la empresa de auditoría e investigación publicitaria- sigue siendo un hito en el mercado local, superándose día a día.

La compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano nació en 1986 junto con la necesidad de brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizaban en este medio. La publicidad exterior era, hasta ese momento, el único medio que carecía de auditoría externa.

Ahora, de la mano del nieto de Scopesi -Mariano Tejero-, la firma celebra una nueva etapa modernizando sus servicios, procedimientos e innovando en nuevas aplicaciones.

Scopesi desarrolló hace 3 años la plataforma web One Outdoor Solution, en donde cada cliente puede ingresar con usuario y contraseña para trabajar online con cada uno de los servicios. Entre los mismos se pueden detallar:

- Módulo Auditorías: fotos, resultados y geo posicionamiento de campañas auditadas.
- Módulo GeoPlanning MAS: medición de audiencia y planificación interactiva medio-audio.
- Módulo Competencia: informes de inversiones mensuales y creatividades en medios.

Su Director General -Mariano Tejero- lo explica de esta manera: "Desde que estoy en este cargo tengo como objetivo, junto con la labor del resto del equipo, integrar la tradición y trayectoria con la que cuenta Scopesi con las últimas tecnologías que faciliten al mercado la contratación, planificación, medición y análisis de este medio". Y sostiene: "Una de las frases que utilizaba mi abuelo siempre era "anticiparse" y una que uso yo continuamente es "soluciones", y en eso nos basamos para esta nueva etapa de Scopesi. Debemos anticiparnos a las necesidades de los clientes y ser facilitadores de las soluciones a sus problemas, trabajando en forma colaborativa con cada uno". Su relación con la publicidad viene desde muy pequeño: su madre es redactora publicitaria y su abuelo fue uno de los publicitarios más destacados del país. Tejero lleva la publicidad en la sangre, aún recuerda que en su casa era muy común comentar y analizar cada comercial televisivo que se veía, en ese momento solo en los 4 canales de aire.

Alberto Scopesi, su abuelo materno, dedicó 70 años al mercado publicitario argentino y gracias a él la publicidad exterior hoy se mide como el rating televisivo. "Tito" -como lo llamaban sus colegas- es recordado por su trabajo en la agencia de publicidad Ortiz, Scopesi, Ratto / Ogilvy & Mather; como Presidente de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad; fundador de Alberto Scopesi y Cia.; ganador de diversos premios; y por su libro "Publicidad: Amala o déjala", que aún hoy se utiliza en los claustros universitarios.

Quando "Tito" y Astesiano crearon la empresa de auditoría de publicidad exterior "Alberto Scopesi y Cia.", Tejero tenía 10 años, y en esa época acompañaba a su abuelo días enteros a realizar controles en vía pública de los carteles pautados. Así lo comenta el director actual de Scopesi: "En vacaciones en la costa argentina, mientras todos iban para la playa, nosotros encarábamos la ruta para pasarnos el día charlando y sacando fotos (con rollo) a los afiches. Era uno de los momentos más placenteros de los veranos. Así que desde los 10 años y hasta el día de hoy, mis ojos están puestos en la publicidad en vía pública".

Los primeros clientes de la corporación fueron las tabacaleras Nobleza Piccard y Massalin Particulares, siendo el principal trabajo en esa época el control de carteles ruteros en todo el país.

A lo largo de su historia, la empresa fue desarrollando nuevos servicios y sistemas, en busca de la profesionalización y crecimiento del medio. Entre los servicios de Scopesi se destacan:

- Auditorías outdoor - indoor.
- GeoPlanning MAS (soft de medición de audiencia y planificación OOH).
- Auditorías de puntos de venta.
- Inversiones de la competencia en publicidad exterior.
- Control de promociones y sampling.
- Ad Alerts.
- Relevamientos fotográficos.
- Control de cinepropaganda.
- Portal ComunidadPE.

Entre los clientes actuales de la firma se destacan: Telecom, Personal, Telefónica, Burger King, P&G, PepsiCo, Quilmes, FEMSA, Danone, APISA, Nestlé, Bayer, Disney, Renault, Samsung, Fox Films y las agencias de la Cámara Argentina de Agencias de Medios. La empresa Scopesi está asociada a la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA), Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM), Centro de Informaciones de Publicidad (CIP), Asociación Argentina de Marketing (AAM) y el Consejo Publicitario Argentino (CPA).



INSTITUCIONAL

Bienvenida a Genomma Lab, el anunciante N° 1 en inversión publicitaria »

La CAA realizó su Asamblea General Ordinaria »

INFORMES & TENDENCIAS

OMD: Apps, cuatro tips para lograr su éxito »

OMD: Canvas + Reacciones de Facebook »

Ignis Media Agency: Consumidores en movimiento »

Anunciar: Especial mujer »

MINDSHARE: La tecnología que se viste, los dispositivos wearable »
comScore: Ranking de visitantes móviles en medios digitales de Argentina »

CAMPANIAS

KIMBERLY-CLARK: Campaña institucional "Llená tu mundo de vida" »

GENERAL MOTORS: Chevrolet presenta su nueva campaña de marca »

TyC SPORTS: CONVERS.O.S., una historia de infidelidad a la camiseta »

NOVEDADES & LANZAMIENTOS

Guvera: Acerca marcas a los consumidores »

SCOPESES: Cumple 30 años en la publicidad argentina »

MIDIOS: Evento "Re-calculando la realidad" »

TURNER: Importante crecimiento de audiencia en 2015 »

FILM SUEZ: La nueva colección de Topper en los cines »

Grupo PSA: PSA Peugeot Citroën se convierte en Grupo PSA »

SINTEPLAST: Rutas de Muros, recorrido de arte urbano por el país »

GRUPO VIA: Vía Shopping y Nihebal se toman un tiempo juntos. »

PREMIOS & RECONOCIMIENTOS

NATURA COSMETICS: Un día de belleza »



RADIOS

Medio: Al Aire Radio Bar

Fecha: 07/04/2015

Programa y Hora: Sitemarca, jueves de 18 a 19 h

Link: <https://www.mixcloud.com/alicia-vidal/sitemarca-radio-la-argentinidad-como-marca-con-tango-mate-y-malbec/>

The screenshot shows the Mixcloud interface. At the top, there is a navigation bar with the Mixcloud logo, a search bar, and buttons for CATEGORIES, UPLOAD, SIGN UP, LOGIN, and MORE. Below this, a promotional banner reads "Don't miss the next upload by Alicia Vidal!" with a "Join & follow" button. The main content area features a large play button icon, the track title "Sitemarca Radio: la Argentinidad como Marca con Tango, Mate y Malbec", and the artist name "By Alicia Vidal". Below the title, it shows "1" listener, "58m" duration, and "13 hours ago" upload time. A row of social sharing icons (Follow, Upload, Plus, Share, Embed, Like) is visible. On the right side of the player, there is a thumbnail image of three people in front of a wine glass graphic.

Medio: FM UB 90.9

Fecha: 06/04/2015

Programa y Hora: Hablemos de relaciones públicas, miércoles de 19 a 20 h

Archivo MP3

