



AGENCIAS

Infusion

Espacio digital

“El crecimiento será difícil sin una mercadotecnia hispana efectiva. Nuestro momento al fin ha llegado”.

VER 



Liz Castells-Heard

CEO/Chief Strategy Officer

Liz Castells-Heard

CEO/Chief Strategy Officer

INFUSION

Espacio digital

¿De qué manera evolucionó la influencia del mercado hispano estadounidense? Hace poco un profesional decía que segmentar el “mercado hispano” hoy en día es una manera antigua de etiquetar, como querer separar el marketing digital del marketing en general.

¿Qué opina al respecto?

El censo de 2020 terminó la ‘era del mercado general’. Los multiculturales son la mayoría de las personas 45 años o menor, con hispanos 2/3 del crecimiento de la población, liderando las tendencias digitales y sociales, y decidiendo qué marcas ganan. El mercadeo ha evolucionado de un enfoque regional y aislado a ser una necesidad nacional con personal dedicadas e iniciativas en dos idiomas. La cultura es más importante que nunca por el acceso digital y afecta todas las preferencias y dinámicas de compra. El espacio digital encabeza la experiencia del consumidor y es el foco de nuestra agencia, mientras los medios tradicionales todavía tienen una función y ambos se entrelazan fluidamente.

Según el Hispanic Marketing Council, solo el 6% de la inversión de la industria del marketing se destina a la comunidad hispana, ¿de qué manera cree que ha evolucionado la forma en que los anunciantes invierten en la comunidad hispana?

La inversión está subiendo con publicistas caducados volviendo al ver sus ventas disminuidas, y nuevas compañías invirtiendo donde hay crecimiento para balancear inversión con población (6% vs. 20%). La estrategia del mercado total ‘one-size-fits-all’ no funciona en esta era de ‘*Culturenomics*’, donde los consumidores exigen personalización y representación genuina. Los expertos como Infusion somos el ‘eslabón perdido’ que llena esa brecha de conocimiento cultural profundo que es tan necesario. Nuestro modelo de Transculturación guía a los clientes en la fluidez cultural con ganancia a través de la compañía, con un filtro estratégico que aprovecha las afinidades y las necesidades únicas. El crecimiento será difícil sin una mercadotecnia hispana efectiva. Nuestro momento al fin ha llegado. ●



www.adcastells.com

liz@adcastells.com

865 S. Figueroa St., Suite 1200, Los Angeles, CA 90017

One Grand Central Place, 60 E. 42nd St., Suite 5200,

New York, New York 10165

(+1) 213-688-7250 (Los Angeles)

(+1) 646-609-5600 (New York)

STAFF DIRECTIVO

Liz Castells-Heard - CEO, Chief Strategy Officer

Leticia Juarez - Partner/EVP, Strategy & Marketing

Dave J. Hernández - Executive Business Partner

Malu Santamaría - Partner/Account Director

Rod Ribeiro - Co-Chief Creative Officer

Carlos Correa - Co-Chief Creative Officer

Humberto Rodriguez - Executive Producer

Aida Olaya - VP, Integrated Project Management

Melissa Ojeda - Director of Human Resources

Marielise Colavin - VP, Integrated Media Services

Terry Sullivan - CFO/COO



CANTIDAD DE PERSONAL

82

ENTIDADES PROFESIONALES A LAS CUALES ESTÁ ADHERIDA

Adlatina

Junio 2022 #127

ESPECIAL EEUU

adlatina.com



**LAS INDIES,
DESAFÍOS DE LA
POSTPANDEMIA**