



Agencias



María Calleja (izqda) y Caridad González

Shackleton abre sus divisiones de relaciones públicas y eventos en Barcelona

05 de septiembre 2016

Shackleton ha abierto en Barcelona Shackleton Buzz&Press, su división de relaciones públicas, y Shackleton Events, de eventos. Al frente de Shackleton Buzz&Press Barcelona estará Caridad González, responsable de social media, que cuenta con más de diez años de experiencia en el mundo de la comunicación. González seguirá reportando a Elvis Santos, director general de Shackleton Buzz&Press. A su vez, Shackleton Events estará liderado por María Calleja como directora de eventos. Esta última, reportará a Marta García Viudes, responsable de eventos de la agencia.

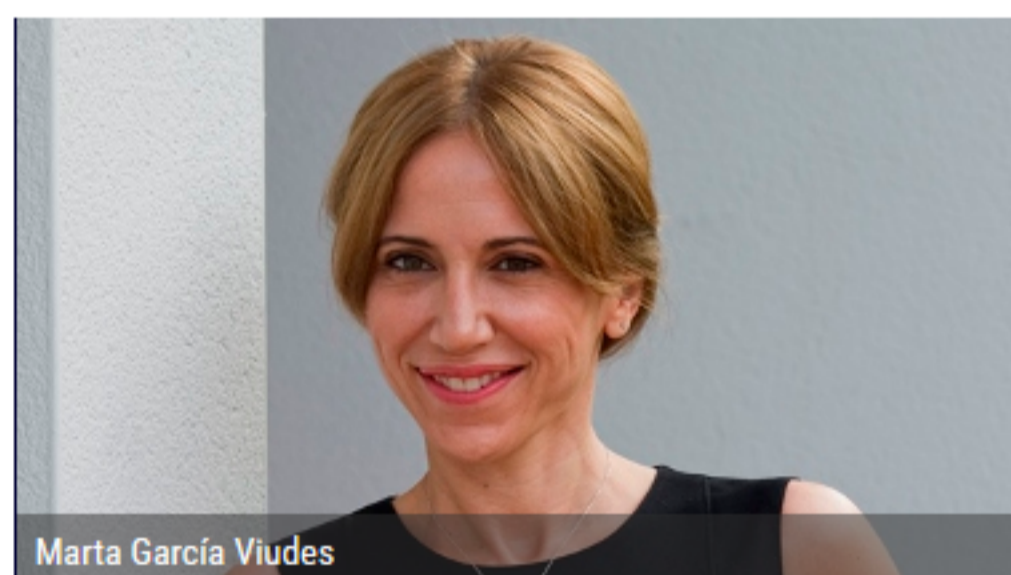
La apertura de las dos divisiones de Shackleton responde, según cuenta la agencia en nota de prensa, a la creciente demanda que experimenta el sector de eventos en Barcelona, así como a la apuesta de la agencia en formar un equipo especializado en la consultoría en reputación, influencia, RRPP 2.0 y social media, como es el caso de Shackleton Buzz&Press, que se encargará de cubrir las necesidades de esta área en la ciudad.

Pablo Alzugaray, presidente de Shackleton, ha manifestado en el mismo comunicado que "seguir invirtiendo en Barcelona es la respuesta más natural ante un mercado que se ha reactivado y que siempre reacciona a favor de la excelencia que ofrece la especialización".

Caridad González, al frente de la nueva Shackleton Buzz&Press Barcelona, cuenta con más de diez años de experiencia en el mundo de la comunicación. En 2006 se incorporó al departamento de marketing de Springfield-Grupo Cortefiel, y formó parte más adelante del departamento de publicidad del grupo como redactora. En 2009 se unió a Contrapunto, como redactora para marcas como Canal +, JcDecaux, Mercedes-Benz, Smart, entre otras. Tras este periodo, entró a formar parte del equipo creativo de la agencia FullSix nuevamente en el puesto de redactora, para trabajar en proyectos digitales de clientes como Diageo, Diesel o Vodafone. Su andadura en el mundo de la comunicación online prosigue en The Cocktail, donde lideró proyectos de estrategia de contenidos y social media.

La líder de Shackleton Events Barcelona, María Calleja, es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Empezó su carrera profesional en HSM Madrid en el departamento de comunicación y marketing. En 2012 pasó a formar parte del equipo de Reason Why como redactora. Dos años más tarde, se encargó de coordinar la producción de los eventos desarrollados bajo la marca Talento Comunicativo y la Bial Iberamericana de Diseño.

Noticias relacionadas



Marta García Viudes

AGENCIAS

Marta García Viudes, responsable de eventos en Shackleton

24 de junio 2015

Marta García Viudes se ha incorporado a Shackleton como 'head of events', puesto de nueva creación en la agencia. En su posición, será responsable de las funciones de estrategia, creación y producción de eventos y reportará a Lucía Angulo y Marta Piñol, directoras generales en Madrid y Barcelona respectivamente.



Alberto González y Caridad González

AGENCIAS

Shackleton Buzz&Press amplía su equipo de social media

28 de abril 2015

Alberto González y Caridad González se han incorporado al equipo de Shackleton Buzz&Press como 'social media strategist'.

AGENCIAS

Shackleton crea Buzz & Press

24 de marzo 2010

Más leídos

1. Los Eficacia entregan sus premios a las mejores trayectorias
2. Grey España gana una cuenta internacional de GSK Consumer Healthcare
3. El grupo Kantar nombra un presidente para todas sus marcas en España
4. Saatchi & Saatchi se refunda en Barcelona a partir de su agencia de 'health'
5. José Miguel Bernal, director ejecutivo de El Cuartel

Hoy en Anuncios.com



Don't Panic London ha trabajado en la campaña

Una campaña invita a los internautas a experimentar lo que sienten los ciegos

La organización británica Guide Dogs ha sorprendido con una poderosa película, creada por la agencia Don't Panic London, que se desarrolla con la pantalla en negro e invita a los internautas a cerrar los ojos para poder experimentar en primera persona lo que siente un ciego a lo largo de su vida [+]

Protagonizado por Cam Newton

Druga5 vuelve a la carga con un nuevo anuncio para Under Armour

El spot comunica el León

Lola lleva una amistad invisible a la nueva campaña de Seat

Enlaces patrocinados

Programa de Publicidad
Software de planificación de medios
14 días de prueba gratuita. Ir a [mediatool.com](#)

Master en Marketing 2.0

Especialistas en Retail