

DishLATINO se asocia con Eugenio Derbez para enriquecer la campaña en curso "Me Conviene"

- *El actor y director mexicano ganador de premios cuenta la historia de su llegada a los Estados Unidos en nuevos anuncios publicitarios*
- *DishLATINO es el primer contrato de promoción de marca para Derbez en Estados Unidos.*

ENGLEWOOD, Colorado--([BUSINESS WIRE](#))--Con el fin de seguir acelerando el crecimiento de la marca y reforzar su mensaje promoviendo la conexión cultural que puede brindar el entretenimiento televisivo, DishLATINO ha contratado al actor y director mexicano Eugenio Derbez, quien será el protagonista de su nueva y multifacética labor creativa de publicidad, parte de la campaña general "Me Conviene" de la marca. Es el primer contrato para Derbez en los Estados Unidos y el primer vínculo a una celebridad para DishLATINO, parte de DISH Network Corp. (NASDAQ: DISH). Derbez debuta esta semana en una iniciativa integrada digital, televisiva, radial y de gráfica dirigida a adquirir nuevos clientes y conectarse con los existentes.

"Eugenio cuadra perfectamente con la marca DishLATINO", dijo Alfredo Rodríguez, Vicepresidente de DishLATINO. "Tiene una energía auténtica y una inigualable cualidad de hacerlo a uno sentirse identificado con él. De muchas maneras representa la personificación de nuestro posicionamiento de la marca. Ha trabajado incansablemente para llegar a donde está y ha logrado el éxito tanto en inglés como español, y consideramos que esto tendrá gran resonancia con toda la comunidad hispana".

La historia de los comerciales televisivos se centra en la trayectoria de Derbez en los Estados Unidos. Conocido por la variedad de sus personajes y su uso del humor en situaciones de la vida cotidiana, Derbez combina su atractivo cómico con el relato de su reciente mudanza de México a Los Ángeles, comenzando con el primer comercial titulado "Aeropuerto". En un anuncio exclusivo online, Derbez utiliza su característico estilo de sátira en "El Split Épico," una parodia del comercial de camiones viral de un acto de equilibrio a alta velocidad.

"Espero que todos los latinos vean algún reflejo de sí mismos y sus experiencias en mi trabajo con DishLATINO," dijo Derbez. "Estoy deseoso de hacer una vida para mi esposa y mi nuevo bebé aquí en los Estados Unidos,

pero es muy importante que sigamos conectados con nuestro origen. Sigo siendo mexicano con orgullo y DishLATINO ayudará a conservar la fortaleza de esa conexión”.

Rodríguez agregó que a medida que la campaña evolucione Derbez, a su manera única, abogará a favor de la importancia de que los hogares hispanos multigeneracionales conserven su conexión con su cultura a medida que se van adaptando a sus nuevas realidades. Se estimulará a los clientes y aficionados a usar #SiempreLatino en Twitter para compartir sus experiencias y participar más con Derbez y los nuevos comerciales.

Derbez interactuará con la programación y la tecnología que ha convertido a DishLATINO en el proveedor de televisión prepagada hispana líder de los Estados Unidos. Aplicará esta experiencia aportando creatividad y orientación sobre el mensaje de iniciativas en curso. Durante todo el otoño y hasta principios de 2015, DishLATINO lanzará anuncios publicitarios que representarán a Derbez en viñetas de su nueva vida en los Estados Unidos.

Los nuevos anuncios fueron desarrollados por MARCA y HAVAS, las agencias creativas y digitales de DishLATINO respectivamente.

Para más información y para ver a Derbez en los dos comerciales nuevos, visite <http://www.dishlatino.com/derbez> y siga a @dishlatino y @eugenioderbez en Twitter.

Acerca de DISH

DISH Network Corporation (NASDAQ: DISH), a través de su subsidiaria DISH Network L.L.C., le brinda servicios a aproximadamente 14,053 millones de clientes de televisión por satélite a partir del 30 de junio de 2014, con la más alta calidad de programación y tecnología y la mayor cantidad de opciones al mejor precio. Los abonados disfrutan de una línea de alta definición con más de 200 canales nacionales en HD, la mayor cantidad de canales internacionales, y tecnología galardonada de HD y DVR. DISH Network Corporation es una compañía de Fortune 250. Visite www.dish.com.

Acerca de DishLATINO

DishLATINO representa la serie líder del mercado de paquetes de programación en inglés y español de los Estados Unidos. Ofrece a sus clientes más de 40 canales de noticias, entretenimiento y deportes en español junto con una amplia gama de productos de programación en inglés de más de 200 canales de DISH. Los clientes de DishLATINO pueden recibir el sistema Hopper, la DVR (grabadora de video digital) más galardonada de la industria y aprovechar el servicio de atención al cliente en el idioma que corresponda,

además de opciones de pago tales como FlexTV, un producto de televisión prepagada con contrato por tiempo indefinido.

Contact:

DISH
Jenna McMullin, 303-723-1695
jenna.mcmullin@dish.com
@DISHnews
