STATE OF NEW YORK | EXECUTIVE CHAMBER

ANDREW M. CUOMO | GOVERNOR

Para publicación inmediata: 21 de junio de 2012

EL GOBERNADOR CUOMO ANUNCIA LANZAMIENTO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA COMERCIAL A NIVEL ESTATAL

Anuncios publicitarios y sitio web de "El nuevo Nueva York trabaja para hacer negocios" dirigidos para atraer, crear y conservar puestos de trabajo en el estado de Nueva York.

Anuncios publicitarios por BBDO, voz en off de Robert DeNiro y música de Jay-Z y Alicia Keys.

El Gobernador Andrew M. Cuomo anunció el día de hoy que el estado de Nueva York ha lanzado anuncios publicitarios y un sitio web de "El nuevo Nueva York trabaja para hacer negocios" (The New New York Works For Business), una campaña que le enseña al país por qué Nueva York es el lugar para que las empresas crezcan, prosperen y se expandan, creando puestos de trabajo e ingresos.

El Gobernador, acompañado por el vocero Sheldon Silver, el líder mayoritario del Senado Dean Skelos y el Director Ejecutivo de la agencia publicitaria BBDO John Osborn, presentó seis anuncios publicitarios el día de hoy que se transmitirán en todo el país, resaltando las oportunidades económicas del estado. La iniciativa "El nuevo Nueva York trabaja para hacer negocios" es parte de "Nueva York abierto a los negocios" (New York Open for Business), una campaña de marketing comercial de $50 millones aprobada en los últimos dos ciclos presupuestales.

Los anuncios publicitarios fueron diseñados y producidos por BBDO Nueva York, en sociedad con Empire State Development (ESD, por sus siglas en inglés), con voz en off de Robert DeNiro y presentan la canción "Empire State of Mind" (Estado Mental Imperial) de Jay-Z y Alicia Keys, todos neoyorquinos.

"Al enviar el mensaje que Nueva York es el lugar para que las empresas vengan y prosperen, podemos cumplir con nuestra prioridad: crear empleos, empleos, empleos", dijo el Gobernador Cuomo. "Estamos compitiendo contra muchos otros estados que han estado trabajando durante años para atraer empresas, pero es momento que la comunidad comercial se dé cuenta que nuestro estado es el lugar para que ellos tengan éxito y prosperen. Al contar las historias de empresas que ya están triunfando en nuestro estado, podemos atraer aún más oportunidades económicas y puestos de trabajo aquí para los

neoyorquinos. Encomiendo al líder mayoritario Skelos y al vocero de la Asamblea Silver por trabajar juntos para atraer empresas a Nueva York y poner a los pobladores a trabajar de nuevo".

El líder mayoritario del Senado Dean Skelos dijo, "al trabajar con el Gobernador Cuomo y nuestros socios en la Asamblea, hemos reducido el gasto y los impuestos, así como hemos hecho de Nueva York un lugar más atractivo para hacer negocios. 'Nueva York abierto a los negocios' resaltará el progreso que hemos logrado y es incluso, otra herramienta para alentar a las compañías a que se muden, permanezcan o incluso expandan sus negocios aquí en Nueva York. Aplaudo al Gobernador por esta iniciativa y espero con ansias seguir trabajando para ayudar a las empresas a crear puestos de trabajo y fortalecer nuestra economía".

El vocero de la asamblea Sheldon Silver dijo, "la nueva campaña de marketing revelada por el Gobernador esta tarde envía un mensaje claro y elocuente que el estado de Nueva York realmente está 'abierto a los negocios'. Viendo la reconstrucción del World Trade Center, presentada en esta campaña, renueva mi confianza que el Empire State está avanzando en el camino a una reaparición económica histórica. Trabajando con el Gobernador, haremos todo lo que podamos para conservar y desarrollar nuestros negocios existentes y para atraer nuevas compañías a todas las regiones de nuestro gran estado".

"BBDO está orgulloso de formar parte de este esfuerzo", dijo John Osborn, presidente y director ejecutivo de BBDO Nueva York. "Somos una empresa del estado de Nueva York y hemos estado aquí por más de 100 años. Sabemos lo que Nueva York tiene para ofrecer. Así que quisimos crear una campaña con un ritmo y una energía que capture, celebre y refuerce el renovado enfoque del estado en la comunidad comercial. Al mismo tiempo quisimos demostrar la profundidad y amplitud de los servicios comerciales que ofrece el estado de Nueva York." Osborn agregó, "¿quién mejor para ayudar a darle vida a esta historia que los definitivamente neoyorquinos como Robert DeNiro, Jay Z y Alicia Keys?"

Debido a los esfuerzos para mejorar el clima comercial de Nueva York, el estado está desarrollando y conservando negocios. El recuento de puestos de trabajo en el sector privado en Nueva York ahora es de 7.321.400, un máximo sin precedentes. Asimismo, en mayo del 2012, la fuerza laboral del estado de Nueva York aumentó en 28.200, el incremento más alto en niveles mensuales de fuerza laboral desde fines del 2001.

Además, el lanzamiento de "El nuevo Nueva York trabaja para hacer negocios" continúa un informe reciente de la Cámara de Comercio de EE.UU. que colocó a Nueva York entre los primeros 10 estados en desarrollo, productividad y habitabilidad. Nueva York saltó 11 puestos con respecto a su clasificación anterior. Este estudio se basó en la capacidad del estado para estimular las exportaciones, fomentar la innovación, brindarle seguridad a las empresas, tener impuestos razonables, insistir en la excelencia en la educación y priorizar la infraestructura a fin de crear puestos de trabajo y desarrollo económico.

La campaña presentada el día de hoy consiste en 60 comerciales de 30 segundos con la intención de presentarle a la comunidad comercial "El nuevo Nueva York", un Nueva York que se está asociando con

empresas. Estos dos anuncios publicitarios están respaldados por cuatro espacios de 30 segundos que se enfocan en conmovedoras historias de empresas de todo el estado que han crecido y prosperado, incluyendo FAGE Total Authentic Greek Yogurt, Smith Electric Vehicles, el consorcio Global 450 Consortium y BAE Systems. En conjunto, estas cuatro historias ayudan a demostrar la amplitud de las ofertas comerciales del estado.

Como parte de la campaña "El nuevo Nueva York trabaja para hacer negocios", el estado también está lanzando un nuevo sitio web – www.theNewNY.com- el cual brindará rápido acceso a información para la asistencia de todas las áreas comerciales disponibles en el estado de Nueva York. Desde comenzar un negocio, acceder a créditos fiscales e incentivos de financiamiento, comercio internacional, hasta asistencia regional, esta será una tienda de un solo paso para que todas las empresas prosperen exitosamente en Nueva York.

La filmación de la campaña comenzó en abril del 2012. BBDO trabajó de la mano con ESD durante este tiempo. Los anuncios publicitarios de televisión se transmitirán en todos los mercados del estado de Nueva York y en redes nacionales.

Más abajo se encuentra un breve esbozo de cada una de las historias comerciales:

FAGE

FAGE llegó a EE.UU. desde Grecia y se estableció como un pequeño productor de productos lácteos en el norte de Nueva York, pero creció rápidamente a medida que el yogur griego se hizo más popular. Para respaldar este rápido crecimiento, el estado de Nueva York y FAGE se asociaron para permitirle a la compañía expandirse donde era más necesario: cerca de los granjeros vaqueros de Nueva York.

FAGE ha crecido de ser un pequeño importador a un líder reconocido a nivel nacional en la industria del yogur. Para cubrir sus demandas de crecimiento, FAGE construirá un centro de producción de 80.000 pies cuadrados al costado de su planta existente en el parque industrial de Johnstown, en el condado de Fulton.

El costo total del proyecto está calculado en más de $100 millones, con la contribución de un paquete de incentivos del estado valorado en más de $1,5 millones para respaldar la creación de 130 puestos de trabajo nuevos en tres años y la retención de 160 puestos de trabajo existentes.

CONSORCIO GLOBAL 450 CONSORTIUM (DESARROLLO DE NANO TECNOLOGÍA)

En septiembre del 2011, en una de las negociaciones de desarrollo económico más grandes en la historia del estado de Nueva York, cinco compañías internacionales líderes acordaron invertir $4.400 millones para crear la siguiente generación de tecnología en chips informáticos. El acuerdo marca un nivel sin precedentes de inversión privada en el sector de la nanotecnología en Nueva York y una victoria internacional, ya que Nueva York le gana a países en Europa, Asia y el Medio Oriente en atraer a los

gigantes tecnológicos IBM, Intel, Samsung, GLOBALFOUNDRIES y TSMC para crear y conservar aproximadamente 6.900 puestos de trabajo.

La inversión en el estado está compuesta por dos proyectos. El primer proyecto, el cual será liderado por IBM y sus socios, se enfocará en hacer las próximas dos generaciones de chips informáticos. Estos nuevos chips darán capacidad a los sistemas avanzados de todos los tamaños, incluyendo computadoras y aplicaciones de seguridad nacional. Este nuevo compromiso por parte de IBM arroja su inversión total en tecnología de chips en Nueva York en más de $10.000 millones en la última década.

El segundo proyecto, el cual es un esfuerzo conjunto por parte de Intel, IBM, TSMC, GLOBALFOUNDRIES y Samsung, se enfocará en transformar tecnología existente de 300 mm en la nueva tecnología de 450 mm. La nueva tecnología producirá más del doble de la cantidad de chips procesados en las obleas de 300 mm de hoy en día, bajando así los costos para entregarle a las futuras generaciones tecnológicas, mayor valor y menor impacto ambiental.

Además de los $4.400 millones de inversión privada, el estado de Nueva York invertirá $400 millones en la universidad SUNY College for Nanoscale and Science Engineering (CNSE, por sus siglas en inglés) en Albany.

BAE

En noviembre del 2011, después de la severa destrucción a la propiedad e interrupción de la actividad comercial ocasionada por la tormenta tropical Lee, el estado de Nueva York pudo tomar cartas en el asunto y salvar a uno de los empleadores más grandes de la región del Nivel Sur, BAE Systems, conservando los puestos de trabajo de aproximadamente 1.350 residentes locales.

Las instalaciones de BAE System en Main Street sufrieron el mayor daño por las inundaciones como secuela de la inundación histórica ocasionada por la tormenta tropical Lee. En el pico de la inundación, la planta de BAE fue inundada con 16 millones de galones de agua, ocasionando potencialmente decenas de millones de dólares en daños. En octubre del 2011, la compañía anunció que no volvería a las instalaciones de la ciudad Johnson y que estaba buscando un nuevo emplazamiento en un radio de 35 millas. Perder la compañía en este lugar hubiera significado un increíble impacto sobre la economía local, las familias y las comunidades, así como los distritos escolares, ya que BAE es uno de los empleadores más grandes en el área.

Para ayudar a BAE, el estado organizó un paquete de incentivos de $40 millones en créditos fiscales relacionados a puestos de trabajo e inversión en un periodo de cinco años, a través de una legislación que le permitía a las compañías considerablemente afectadas por desastres naturales, recibir beneficios tributarios relacionados al desastre por conservar los puestos de trabajo en el estado de Nueva York.

SMITH ELECTRIC VEHICLES

En noviembre del 2011, Smith Electric Vehicles (Smith), un líder en vehículos comerciales completamente eléctricos y de emisión cero, anunció que invertiría $8 millones en el establecimiento de un centro de fabricación de tecnología limpia en el sur de Bronx, Nueva York, la que creará más de 100 puestos de trabajo nuevos. Se está brindando un paquete de incentivos del estado y de la ciudad,

valorado en más de $6 millones, para aumentar la inversión privada de la compañía, además de una inversión privada de $8 millones. El estado también anunció el desarrollo de un programa de incentivos de vehículos eléctricos comerciales financiados a nivel federal de $10 millones, para alentar la compra de vehículos de emisión cero y atraer compañías ecológicas al estado de Nueva York.

Según los términos del acuerdo, Smith alquilará un edificio de 90.000 pies cuadrados cerca de Hunts Point en el sur de Bronx y hará inversiones en remodelaciones, equipos, capacitación y otros costos del proyecto. Smith renovará y equipará el antiguo edificio Murray Feiss en el sur de Bronx para sus instalaciones de manufactura, ensamblaje, servicio y ventas. A partir del 2012, la compañía fabricará el Newton™, un vehículo comercial totalmente eléctrico, de emisión cero, que ofrece un rango líder en el mercado, una carga explosiva de más de 16.000 libras y un costo operativo anual promedio que va de una tercera a una media parte de los vehículos convencionales diesel. La división Frito-Lay de PepsiCo, Duane Reade, Coca Cola y Down East Seafood han comprado y actualmente operan Smith Newtons en la ciudad de
Nueva York.

Kenneth I. Chenault, presidente y director ejecutivo de American Express dijo, “como el sector público y el privado trabajaron arduamente para hacer de Nueva York el estado líder para los negocios, debemos comunicar todas las ventajas que el estado tiene para ofrecer. Esta nueva campaña de marketing muestra por qué Nueva York, bajo el liderazgo del Gobernador Cuomo, es nuevamente el lugar donde estar para hacer negocios que está creciendo y creando puestos de trabajo”.

Russell M. Artzt, vicepresidente y fundador de CA Technologies dijo, “con todos los negocios nuevos que vemos que comienzan y todas las empresas exitosas de Nueva York que deciden permanecer aquí, queda claro que los esfuerzos del Gobernador Cuomo para hacer que el gobierno estatal funcione de nuevo, están dando frutos. Esta campaña de marketing convertirá ese éxito en más negocios y más puestos de trabajo para los neoyorquinos, atrayendo a las compañías para que inviertan y creen puestos de trabajo aquí. Es una gran inversión de nuestro estado para su futuro”.

G. Thomas Tranter, Jr., presidente de Corning Enterprises dijo, “a través de los logros como la creación de los consejos regionales, el plan de infraestructura de Nueva York trabaja y un retorno a presupuestos fiscalmente responsables, el Gobernador Cuomo ha cambiado fundamentalmente el enfoque de Nueva York con respecto al desarrollo comercial. Estos logros han demostrado un nuevo nivel de competencia que ha pavimentado el camino para una confianza restaurada por los presidentes de directorio, quienes ahora ven los beneficios de hacer negocios en el nuevo Nueva York. El esfuerzo de marketing de Nueva York abierto a los negocios es crítico para difundir entre las empresas que se encuentran lejos y cerca, por qué deberían echarle un vistazo a Nueva York”.

Julie Shimer, presidenta de ESDC y directora de Welch Allyn Inc. dijo, “los negocios se tratan de competencia y gracias a los esfuerzos del Gobernador Cuomo para mejorar el entorno comercial del estado, Nueva York está mejor posicionado para competir por la inversión comercial. Esta campaña de marketing creará nuevas oportunidades para nuestras economías del norte del estado a acelerar la recuperación y desarrollo, demostrando que Nueva York no solo está abierto a los negocios, sino que es bueno para eso”.

Kathy Bloomgarden, Ph.D., directora ejecutiva de Ruder Finn Inc. dijo, “esta campaña de marketing captura el espíritu de optimismo que viene con la reputación de crecimiento como un estado líder para los negocios y el lugar ideal para desarrollarse y crear puestos de trabajo. Al resaltar los beneficios de

hacer negocios en Nueva York, podemos atraer mejor a las compañías de todo el país y del mundo, exhibiendo el nuevo Nueva York como el mejor hogar para sus negocios."

Eric Mower, presidente y director ejecutivo, Eric Mower y Asociados dijo, "después de años de ver a otros estados atrayendo a nuestras empresas y puestos de trabajo, es grato ver que el Empire State está contraatacando, con una nueva campaña de marketing para mostrarle a las empresas que Nueva York es el lugar donde estar. Ampliando el enfoque del Gobernador Cuomo de los negocios primero para el desarrollo económico, esta campaña será crítica para contar la historia de Nueva York a potenciales empresas de todo el estado y de todo el país."

Robert G. Wilmers, presidente y director ejecutivo de M&T Bank Corporation dijo, "atraer la inversión del sector privado y el desarrollo económico es un componente clave del plan del Gobernador Cuomo para un nuevo Nueva York. A través de la nueva campaña 'Abierto a los negocios', le mostraremos a las compañías desde Nueva York hasta California y de todo el mundo que una vez más nos estamos volviendo un lugar principal para que las empresas crezcan e inviertan. A medida que Nueva York cambia su enfoque de desarrollo económico, esta campaña de marketing nos ayudará a reforzar nuestra imagen para desarrollar una economía más próspera".

Donny Deutsch, presidente de la agencia publicitaria Deutsch Inc. dijo, "la campaña de marketing Abierto a los negocios utiliza historias de negocios reales en Nueva York, para mostrar por qué es un lugar ideal para que las empresas crezcan. A medida que el Gobernador Cuomo reconstruye Nueva York a través de un liderazgo efectivo, esta importante campaña de marketing renombrará Nueva York con un programa de comunicaciones coordinado e integral, que contará la historia del estado como un lugar dinámico y vibrante donde hacer negocios".

Shelly Lazarus, presidenta de Ogilvy & Mather dijo, "los esfuerzos de marketing como estos son críticos para reconstruir el futuro económico de Nueva York. Como resultado de los esfuerzos del Gobernador Cuomo, hay una nueva actitud en nuestro estado con respecto a los negocios Y ahora necesitamos enviar el mensaje".

###

Noticias adicionales disponibles en www.governor.ny.gov
Estado de Nueva York | Executive Chamber | press.office@exec.ny.gov | 518.474.8418