



---

## C O M U N I C A D O   D E   P R E N S A

---

### DESTACAN RETOS DE TALENTO EN PUBLICIDAD Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

- *La industria representada por la AMAP genera 11.37 pesos al consumo privado por cada peso invertido*
- *EBC crea primer diplomado que conjunta la creatividad y la estrategia de negocios, avalado por AMAP.*

**Ciudad de México, a 28 de junio de 2018.** La Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), que agrupa a las principales empresas del sector, y la Escuela Bancaria y Comercial (EBC), primera institución privada de educación especializada en negocios, presentaron el panel “*Agencias de Publicidad y su Impacto en la Economía Nacional*”, en el que expertos profundizaron en la aportación de la industria de la comunicación a la economía y los retos que enfrenta en términos de flexibilidad, talento y trabajo multidisciplinario.

Una de las líneas de acción que la AMAP ha definido como parte de su plan estratégico, a partir de un estudio de geopropectiva realizado entre los actores del sector, tiene que ver con el desarrollo de talento que responda a las nuevas necesidades de una industria que se encuentra en transformación. En este sentido, recientemente la EBC y la Asociación firmaron un convenio de colaboración académica, que permite en primera instancia, la actualización y fortalecimiento de las licenciaturas en Mercadotecnia y Administración de Negocios de Comunicación y Entretenimiento (LANCE) de la institución educativa, contribuyendo así al desarrollo de talento requerido por empresas de comunicación, relaciones públicas, marcas, medios, agencias de producción, servicios y marketing.

“La industria de la comunicación impulsa la economía y los mercados, mientras crea valor para la sociedad y las personas. Con una inversión total de industria de 180 mil millones de pesos, representa el 0.92% del PIB y genera 11.37 pesos al consumo privado por cada peso invertido”, destacó Verónica Hernández, miembro del Consejo Directivo de la AMAP y Co-CEO de Ogilvy México y Miami. Mientras que Brenda Morales, miembro del Consejo Directivo de la AMAP y Socia Directora de PRP, señaló: “Nuestro sector se encuentra en constante evolución, por lo que requiere talento con nuevas habilidades, competencias y capacidades, y la AMAP está comprometida en ayudar a desarrollar ese talento, para lo cual la colaboración es fundamental”.

Como parte de las estrategias que hacen posible la cooperación entre ambas entidades, a través de su convenio académico, destacan: realizar de manera conjunta conferencias y eventos que enriquezcan el conocimiento en mercadotecnia y publicidad, así como, contribuir al desarrollo del diplomado que conjunta la publicidad y los negocios.

La innovación de este diplomado consiste en reunir en un solo perfil, la creatividad y la estrategia de negocios, Estrategia Publicitaria y de Comunicación, es el primer diplomado que forma a los estudiantes en dos visiones: Publicidad y Negocios” detalló Juan Manuel Ramírez, Director de la Escuela de Graduados de la EBC.

“La publicidad hoy en día, no se hace a través de un solo medio; lo que hagamos en medios tradicionales, se conjunta con los digitales, con relaciones públicas, entre otras disciplinas. Actualmente, quien quiere dedicarse a la publicidad debe conocer la multidisciplinariedad de los medios y por supuesto, los objetivos estratégicos de negocio que generen la rentabilidad y el Retorno de Inversión (ROI), por ejemplo a una agencia” finalizó Ramírez.

Flexibilidad del talento ante los nuevos desafíos de comunicación y trabajo multidisciplinario ante el crecimiento económico, son los principales retos compartidos en la formación de nuevas generaciones de especialistas en comunicación y publicidad, coincidieron los panelistas.

En el panel participaron Verónica Hernández, Co-CEO de Ogilvy México y Miami; Brenda Morales, Socia Directora de PRP; Sergio López, Director Ejecutivo de la AMAP; Juan Manuel Ramírez, Director de la Escuela de Graduados y Gustavo López-Corona, Director de Educación Continua, ambos de la EBC; quienes charlaron acerca de: ¿Cómo fortalece la industria de la comunicación y publicidad a la economía nacional?, ¿Cuál es el punto en el que convergen los negocios y la comunicación?, ¿Cuáles son los retos de formación de talento en esta industria? y ¿Cómo puede la academia contribuir a la formación de generaciones capaces de conjuntar la creatividad y la estrategia de negocios?

###

#### **Acerca de la EBC**

**Con 89 años de experiencia la Escuela Bancaria y Comercial (EBC), es la Institución de Educación Superior Privada más antigua del país, especializada en Negocios. Cuya visión aspira a que la excelencia educativa sea base de su trabajo buscando el progreso de la comunidad y cuya misión es formar profesionales emprendedores que se distingan en el ámbito de las organizaciones por su saber, por su hacer y por su ser. Para mayor información consulta: [www.ebc.mx](http://www.ebc.mx)**