

---

A R T Í C U L O D E O P I N I Ó N

---

**FLEXIBILIDAD Y COLABORACIÓN:  
NUEVOS RETOS EN MARKETING**

- *Trabajo multidisciplinario y flexibilidad de talento, son los principales retos que hoy en día enfrenta la industria creativa.*
- *La industria publicitaria genera 11.37 pesos al consumo privado por cada peso invertido. (AMAP)*

*Por: Gustavo López Corona\**

Cuando en las agencias de marketing, hablamos de los desafíos de comunicación que cada día demandan el uso de nuevas tecnologías y nuevas redes sociales, las cuestiones obligadas de quiénes estamos inmersos en la industria son: ¿Cómo continuar siendo rentables ante la diversificación de medios?, ¿Están las nuevas generaciones, preparadas para afrontar este reto?

De acuerdo al estudio “El Valor de la Comunicación”, realizado por la Asociación Nacional de Agencias de Publicidad (AMAP), con una inversión total de 180 mil millones de pesos, la industria publicitaria representa el 0.92% del PIB y genera 11.37 pesos al consumo privado por cada peso invertido.

En este entendido, tanto los profesionales de finanzas como los creativos de publicidad, deben aterrizar la importancia de un trabajo colaborativo, que responda a las nuevas necesidades de una industria que se encuentra en transformación.

**Labor conjunta más allá de números**

Hoy en día, la publicidad no se hace a través de un solo medio, lo que hagamos en medios tradicionales se conjunta con los digitales y con relaciones públicas, entre otras tácticas. 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.

De acuerdo al estudio de la AMAP, de los 131 mil millones de pesos que las empresas invierten en publicidad, resultan 2,334 mil millones de pesos, de contribución al PIB.

Somos uno de los países, a nivel mundial, que menos invierte en gente y medios (180,000 millones de pesos en 2017). Esto lo único que provoca es un desgaste en la industria, ya que al no recibir un pago justo por su trabajo, los creativos generan proyectos que no son lo suficientemente competitivos.

Al respecto, es necesario que los profesionales del departamento de finanzas no cambien el concepto de creatividad por rentabilidad, ya que la inversión no se mide únicamente por el dinero que regresa a la compañía sino también, tiene un valor intangible, la reputación y el prestigio.

## **En manos de nuevas generaciones**

Ante lo dicho, actores del sector del marketing y publicidad así como la academia, coincidimos en que los principales retos en la formación de nuevas generaciones de especialistas en comunicación y publicidad, son:

- Trabajo multidisciplinario y colaborativo entre creativos y financieros, cercano a la rentabilidad de la empresa, y
- Flexibilidad de talento en el desarrollo de habilidades, competencias y capacidades, que permitan el uso de nuevas tecnologías y de diversos recursos en medios, por ejemplo: el uso de *influencers (bloggers, youtubers, etc.)* en las decisiones de consumo e inversión.

Así pues, está en manos de quiénes se están preparando en diversas áreas de comunicación, confrontar estos desafíos, que continúen haciendo de la publicidad una industria prominente en la economía nacional.

*\*Director de Educación Continua en la EBC*

**###**

## **Acerca de la EBC**

**Con 89 años de experiencia la Escuela Bancaria y Comercial (EBC), es pionera en educación a distancia y considerada la Escuela de Negocios en México, cuya visión aspira a que la excelencia educativa sea base de su trabajo buscando el progreso de la comunidad y su 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)**

### **Contacto de prensa EBC**

**Carolina Nacif, Coordinadora de Relaciones con Medios de Comunicación**

**[c.nacif@ebc.edu.mx](mailto:c.nacif@ebc.edu.mx)**

**+55 36832400 ext.2057**