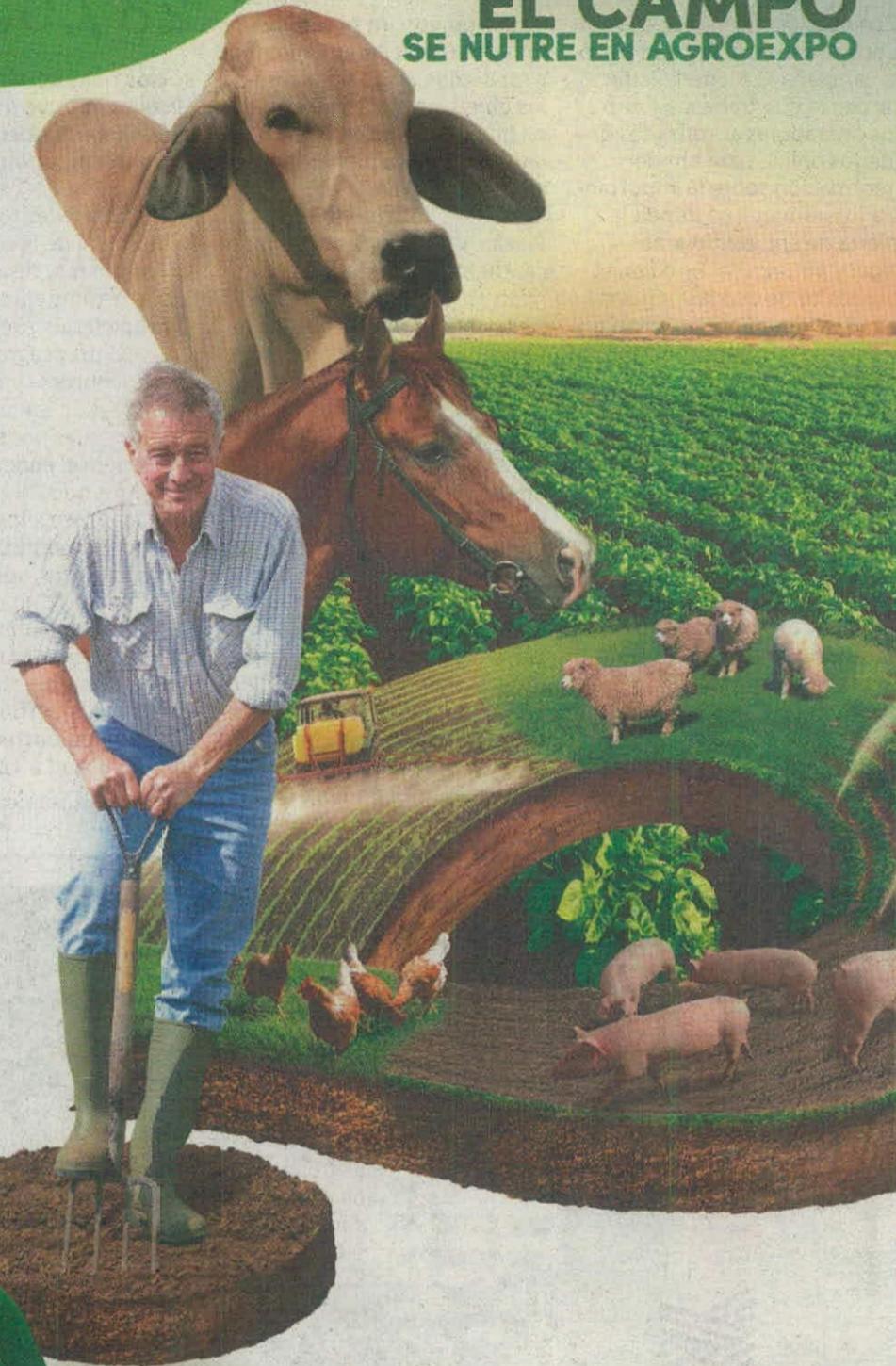




XXII
agroexpo
corferias 2019

11 AL 21 DE JULIO
EN CORFERIAS BOGOTÁ

COLOMBIA
SE NUTRE DEL CAMPO,
EL CAMPO
SE NUTRE EN AGROEXPO



#AGROEXPOESCOLOMBIA

Haga parte del encuentro referente de la industria agropecuaria en Latinoamérica que reúne a todos los participantes del sector para promover mejores oportunidades y desarrollo en el campo con productos y servicios especializados que impulsen su actividad productiva.



Equipos y maquinaria



Agrorueda de negocios



Agenda académica

Más de 4.500 ejemplares
en exhibición y juzgamientos



Centros Experienciales Agropecuarios:
Lácteo, Carníco, Equino, Ovino, Especializados y Gastronómico

PRERREGÍSTRESE SIN COSTO
ANTES DEL 5 DE JULIO EN
WWW.AGROEXPO.COM

*Consulte términos y condiciones.

Compra, registra y gana:



Medios aliados:



Copatrocinador:



Patrocinador oficial:



Organizan:



MEDIOS. HAVAS TIENE 19% DEL NEGOCIO DE PUBLICIDAD

“Más de 70% de las marcas desaparecería y no pasaría nada”

BOGOTÁ

Con más de 90 clientes y 22 años de experiencia en el país, *Havas Group* se posiciona como una de las agencias de publicidad más importantes con presencia en Colombia. Entre sus estrategias diferenciales, el CEO de la compañía para Colombia, **Ignacio Iglesias**, mencionó que la capacitación para dar mejores soluciones de negocio y el uso del big data se ubican entre sus pilares.

Precisamente, este último factor es vital para mover los indicadores de negocio de las empresas, ya que ayuda a conocer información relevante sobre los consumidores. Dicho aspecto adquiere relevancia si se tiene en cuenta que casi 60% de los contenidos que ofrecen las marcas no interesa a quienes los consumen.

¿Por qué las marcas no tienen relevancia?

Porque no se les suele tener en cuenta a la hora de llevar a cabo las estrategias de comunicación. De hecho, nosotros tenemos un estudio a nivel mundial que dice que más de 70% de las marcas podría desaparecer y no pasaría nada.

¿Cómo evitarlo?

Ponemos la experiencia de consumidor en el centro, y a partir de ahí desarrollamos las estrategias correspondientes. Hay que ser capaces de lograr eso.

¿Cuál es el factor diferencial que tiene *Havas*?

Hay tres grandes pilares: pertenecemos al grupo *Vivendi*, entonces eso nos da entrada a unos contenidos de mane-



Sebastián Montes/LR

Ignacio Iglesias, CEO de *Havas Group* en Colombia, destacó la importancia del consumidor.

ra integral y vertical que no tiene otro grupo; pretendemos crear experiencias 'meaningful', relevantes para las marcas, negocios y personas; además de volcarnos hacia el talento y la capacitación.

¿Cómo ven el panorama con la recuperación de la economía?

No está siendo fácil para nadie porque todavía hay cierta incertidumbre política, que se traduce en incertidumbre económica, lo cual se refleja en el consumo y en las inversiones publicitarias. Sin embargo, nunca ha sido fácil en los cinco años que llevo aquí, y nos tenemos que reinventar todos los días para mantener nuestros niveles de productividad.

¿Y las inversiones?

Creo que los clientes tienen el dinero, pero se lo están pensando mucho, porque la situación no la ven del todo clara. Ese optimismo que se presumía tras la nueva presidencia no se ha visto.

¿Cómo van en el market share del negocio?

Calculo que los grandes grupos de comunicación tenemos todos un nivel de market share parecido. Debemos estar entre 16% y 19%. Cada año varía un poco, estamos un poquito más arriba o un poquito más abajo.

¿Qué tan importante es la región para *Havas*?

Latinoamérica puede significar entre 12% y 13% de los ingresos del grupo. Sin embargo, la importancia que tiene *Havas* en la región es la mayor en términos de posicionamiento si la comparamos con otros territorios como Europa, Norteamérica o Asia Pacífico.



Carlos Arango
Profesor de la U. Jorge Tadeo Lozano

“Si llegan a desaparecer las marcas, hay mucha oferta para reemplazarlas en el mercado, así algunos jugadores no figuren como conocidos en el negocio en distintas categorías”.

13%

DE LOS INGRESOS DEL GRUPO HAVAS ESTARÁ ENFOCADO EN AMÉRICA LATINA POR SER UNA REGIÓN CLAVE DE EXPANSIÓN.



Escuche el podcast con la entrevista completa con Ignacio Iglesias.

Sigamos en:

www.larepublica.co
Con el crecimiento de las apuestas online durante la Copa América.



SEBASTIÁN MONTES SANDOVAL
smontes@larepublica.com.co