Editado por: Lilian Mariño Espinosa lmarino@larepublica.com.co

Facebook y Google tienen 65% de

TECNOLOGÍA. EL PRESIDENTE DE HAVAS MEDIA GROUP TAMBIÉN ASEGURÓ QUE EN EL MUNDO DE LA PAUTA ESTÁN APARECIENDO GRANDES COMPETIDORES COMO ALIBABA Y AMAZON

BOGOTÁ

Las redes sociales y la transformación digital han obligado a las agencias de publicidad y relaciones públicas a brindar un servicio diferencial que le aporte valor a sus clientes, así lo explicó **Alfonso Rodés Vilà**, presidente de *Havas Media Group*, quién también reafirmó sobre el mercado, que *Facebook* y *Google* son los dueños de la pauta publicitaria, junto con nuevos jugadores como *Alibaba* y *Amazon*. Sobre este punto afirmó que como consumidor le preocupa esa concentración.

INSIDE

¿Es verdad que el sector está estancado? ¿Los eslóganes siguen vigentes en la publicidad?

Los eslóganes no han perdido valor, hoy con un panorama de medios tan complejo, un buen eslogan hace la diferencia. Es cierto que la publicidad es invisible o no somos capaces de verla, pero cuando hay una buena creatividad detrás de una campaña, resalta.

Si la creatividad siempre ha sido importante, ahora es importante saber cuál es el valor añadido y el gran reto como sector y Grupo es construir una organización que simplifique la vida a nuestros clientes.

¿Cuál es el propósito de *Havas Village*?

Con el fin de facilitar la prestación de nuestro servicio, desde hace seis años iniciamos la construcción de Havas Village, donde unificamos las agencias del grupo en función de la necesidad del cliente.

¿Cuáles son los canales qué más están recibiendo inversión y cuáles los que más han caído?

Los que más están sufriendo son los medios impresos y los que más aguantan son la radio y exterior. Sorprendentemente la televisión todavía resiste y obviamente todo lo que tiene que ver con canales digitales, que son los que adquieren más protagonismo con actores como *Facebook* y *Google*.

¿Qué tanto se están llevando de la torta de publicidad estas empresas?

Google y *Facebook* se llevan cerca de 65% de la pauta digital a nivel global y esta tendencia va a seguir creciendo, pero más que subir ellos dos, en el mundo están apareciendo dos jugadores importantes: *Amazon* y *Alibaba*. Esta plataforma de publicidad y todo su negocio está basado en los ingresos de publicidad.

¿Cómo están avanzando estos dos nuevos competidores publicitarios?



Werner Zitzmann
Director
Ami

"La pauta de los medios tradicionales se ha transformado y se ha distribuido en diversos canales como los medios digitales, y no solo en los tradicionales".

Vea el Inside completo de Alfonso Rodés Vilà, presidente de Havas Media Group.

35%

DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA DE CHINA ESTÁ SIENDO REALIZADA POR ALIBABA Y SU NEGOCIO PUBLICITARIO.

Síganos en:
www.larepublica.co
Con el informe de las obras de Ruta del Sol III que se reactivarán este mes.

Alibaba está generando cerca de 35% de la inversión publicitaria de China y está teniendo una expansión fuerte en Rusia, España y Francia, por lo que se integrará a nuestro ecosistema pronto.

En el caso de *Amazon*, ha construido un modelo de éxito extraordinario, tanto en Estados Unidos como en todo Europa. Ellos hasta ahora no consideraban sus ingresos publicitarios, era un negocio que lo tenían como poco prioritario, pero desde el año pasado ya lo es y en solo un año de marcha han ingresado US$10.000 millones.

Por lo cual, si añades *Facebook* y *Google*, más *Amazon* y *Alibaba*, nos estamos yendo al 75% de toda pauta publicitaria digital en el mundo. Como agencia esto nos obliga a generar un valor extra y mostrar qué podemos aportar ante ellos, y como consumidor me preocupa esa concentración.



Pierre Ancines/LR

¿Los influenciadores van a seguir o es un boom que acabará pronto?

Es algo muy nuevo y es precipitado decir si hay o no futuro con ellos, pero yo creo que no van a desaparecer. Aunque la evolución de las cosas tiene una rapidez que asusta, hay algunos fenómenos como Second Life o Pokémon que pasan y no perduran más de dos años, pero los influenciadores tienen una mayor trayectoria.

¿Qué tipo de influenciadores tienen mejores posibilidades?

Primero están las celebridades que van a seguir teniendo gran importancia, luego hay una franja media de los que han ganado reconocimiento, sobre todo en temas de moda, pero en el momento en que el consumidor sabe que están siendo pagados por las marcas, pierden relevancia.

Y quienes van a ganar relevancia serán los que estén en un tercer o cuarto nivel, es decir, que sus seguidores todavía no saben que están siendo patrocinados por las marcas.

¿Cómo los medios tradicionales se deben reinventar?

Los medios tradicionales aportan más valor que lo que la opinión pública cree y falta un poco de orgullo porque lo que tienen estos medios es la credibilidad, y en el momento que la pierdan ahí si morirán.

No deben caer en el error de publicar 'fake news', eso es un drama para los medios tradicionales, porque esto lo hacen por intentar conseguir audiencia a

AVISO DE FUSIÓN

BUENTIPO ANCHOR WORLDWIDE S.A.S., sociedad identificada con N.I.T. 900.706.422 - 0, constituida mediante la inscripción efectuada el 26 de febrero de 2014 ante la Cámara de Comercio de Bogotá del documento privado de fecha 26 de febrero de 2014 (en adelante la "**Sociedad Absorbente**"), y **ANCHOR WORLDWIDE HOLDINGS COLOMBIA S.A.S.**, sociedad identificada con N.I.T. 901.122.692-9 constituida mediante inscripción efectuada el 11 de octubre de 2017 ante la Cámara de Comercio de Bogotá del documento privado de fecha 27 de septiembre de 2017 (en adelante la "**Sociedad Absorbida**") avisan a todos sus acreedores y demás terceros que:

1. La Asamblea General de Accionistas de la Sociedad Absorbida en reunión universal del 7 de noviembre de 2019, y la Asamblea General de Accionistas de la Sociedad Absorbente en reunión universal del 7 de noviembre de 2019, aprobaron el compromiso de fusión, en virtud del cual la Sociedad Absorbente absorbe a la Sociedad Absorbida.

2. Los datos de la fusión por absorción son los siguientes, todos con base en los estados financieros certificados con corte al 31 de octubre de 2019:

a. Que a la fecha la Sociedad Absorbente y la Sociedad Absorbida tienen la siguiente composición de capital:

Sociedad	Capital Suscrito y Pagado	Valor Nominal por Acción
Buentipo Anchor Worldwide S.A.S	COP $ 200.010.000, dividido en 20.001 acciones	COP $ 10.000
Anchor Worldwide Holdings Colombia S.A.S.	COP $ 10.001.000, dividido en 10.001 acciones	COP $ 1.000

b. Que de conformidad con los balances debidamente aprobados y certificados de la Sociedad Absorbente y de la Sociedad Absorbida con corte al 31 de octubre de 2019, el valor de sus activos, pasivos y patrimonio es el siguiente:

Sociedad	Activos	Pasivos	Patrimonio
Buentipo Anchor Worldwide S.A.S	COP $ 8.693.305.593	COP $ 6.275.625.154	COP $ 2.417.680.439
Anchor Worldwide Holdings Colombia S.A.S.	COP $ 2.656.057.453	COP $ 2.101.616.472	COP $ 554.440.981

3. La valoración de la Sociedad Absorbente y de la Sociedad Absorbida se realizó a través del método de valor en libros.

El mecanismo adoptado para el intercambio de acciones tiende a garantizar que no se produzca, como consecuencia de la fusión, enriquecimiento o empobrecimiento patrimonial alguno ni para los accionistas de la Sociedad Absorbida ni para los accionistas de la Sociedad Absorbente, el cual se resume así: (i) Con base en el método de valoración de valor en libros se determinó la proporción en que el patrimonio fusionado de la Sociedad Absorbida participa en el patrimonio consolidado de la Sociedad Absorbente; (ii) Sobre esta base se procedió a determinar el número de acciones que le corresponde a los accionistas de la Sociedad Absorbida dentro de la Sociedad Absorbente, en la misma proporción en que los accionistas de la Sociedad Absorbida participaban en la misma.

Debido a que la Sociedad Absorbida es titular del 51% de las acciones suscritas y en circulación de la Sociedad Absorbente, se consolidaron los capitales de la Sociedad Absorbente y de la Sociedad Absorbida, y por lo tanto la Sociedad Absorbida se extinguirá de la vida jurídica. De conformidad con lo anterior, no se presenta como consecuencia de la fusión, ningún enriquecimiento o empobrecimiento para los accionistas de la Sociedad Absorbente ni para los accionistas de la Sociedad Absorbida.

4. Los documentos relacionados para efectos de la fusión quedarán a disposición de los acreedores para su respectiva revisión, en la Calle 95 # 14-45 of. 403, Bogotá, para la Sociedad Absorbente, y en la Carrera 9 # 80 -45 Piso 4, Bogotá, para la Sociedad Absorbida.

5. Los revisores fiscales de ambas sociedades certifican el método de evaluación y han auditado los estados financieros con corte a 31 de octubre de 2019.

Revisor Fiscal
BUENTIPO ANCHOR WORLDWIDE SAS
Carlos Alberto Delgadillo Gonzalez
T.P. 91740-T

Revisor Fiscal
ANCHOR WORLDWIDE HOLDINGS COLOMBIA S A S
Carlos Alberto Delgadillo Gonzalez
T.P. 91740-T

ENERGÍA. ESPERAN AUMENTAR LA PRODUCCIÓN EN LA REGIÓN 10%

Geopark busca que operación local reciba 80% de la inversión en 2020

BOGOTÁ

Geopark presentó su estrategia para el próximo año, donde analiza inversiones de entre US$110 millones y US$115 millones en Colombia. Estas estarán enfocadas en un crecimiento de la producción de petróleo y gas de entre un 5% y 10%.

La idea, según un comunicado de la empresa es "asignar capital de inversión a los mejores proyectos que agreguen valor a los accionistas y tener un programa de gastos de capital completamente financiado con flujo de efectivo".

El programa de trabajo total de 2020 incluirá también inversiones de entre US$10 y US$15 millones para Chile; hasta US$10 millones en Ecuador; hasta US$5 millones en Argentina; entre US$0,5 y US$1,5 millones en Brasil, y hasta US$1,5 millones en Perú. Así suma en total, entre US$130 y US$145 millones en la región, con el foco en Colombia.

Ese presupuesto total incluye la perforación de más de "36 pozos brutos, con aproximadamente 75% del monto total previsto a ser asignado a capital de desarrollo y 25% a actividades de exploración", agregaron.

Los proyectos que recibirán inversiones serán los que por rentabilidad funcionen con petróleo por debajo de US$40-US$50 por barril con el fin de proteger el flujo de efectivo.

Dentro de los proyectos establecidos, el informe destacó que impulsará el crecimiento de la producción en Llanos 34 e iniciará estudios de exploración en las áreas recientemente adquiridas cercanas a ese bloque.

LILIAN MARIÑO ESPINOSA
@LilianMarino