

maneras de entrar en un diálogo con el consumidor. A nosotros nos gusta más cuando un cliente nos cuenta su problemática y nos pregunta '¿qué hacemos?' que cuando nos llaman y nos dicen 'tengo un *Brief* por medio en específico'; podemos hacer las dos cosas, pero sin duda generamos más valor cuando se nos permite participar del proceso completo".

En cuanto a la estructura de la agencia el directivo refiere que "estamos convencidos de que el tema de las 'unidades dentro de una agencia' provoca que no haya una conversación entre las diferentes áreas de las mismas. Digital no se habla con PR, que no se habla con Social, que no se habla con Medios, etc. Son 'unidades' que trabajan en sílos. Es una realidad que las agencias no han podido solucionar y los clientes lo sufren. Bombay nació distinto y ése creemos que es nuestro gran diferencial, porque desde nuestro ADN estamos integrados en nuestra forma de pensar y en nuestra forma de ejecutar. Somos la primera agencia independiente en México que es multidisciplinaria e integrada desde su origen".

Martínez afirma con orgullo que "para una agencia que acaba de cumplir su primer año, los logros son muchos. No tener nuestros números en rojo. Hemos logrado la confianza de quienes trabajan hoy en Bombay y la confianza de más de 20 marcas con las que hemos trabajado a lo largo del año.

"Hemos ganado el 60% de los *pitches* donde nos hemos presentado. Tenemos la posibilidad de trabajar con multinacionales y también con *startups*. Hemos podido decir 'sí' o 'no' basándonos en nuestras convicciones. Hemos logrado un *reel* del que estamos orgullosos, el cual está compuesto por proyectos de consultoría de negocios, consultoría de marca, consultoría digital, publicidad, digital (*social media*, *crm*), generación de marcas nuevas, rediseño de marcas y desarrollo de empaque.

"Elegimos a los mejores socios, cada uno en su área de experiencia (innovación, investigación, tecnología, diseño editorial, diseño corporativo, estrategias e implementación en punto de venta, etc.), para poder ofrecer las mejores soluciones integradas a nuestros clientes.

"Además, en solo un año logramos tener una operación sana con muchísimo aprendizaje

y mucho para celebrar. 2015 es el año para seguir desarrollando lo que estamos construyendo, sin crecer más de lo que podemos, para poder seguir proveyendo a nuestros clientes el nivel de servicio que queremos darles. Nuestros retos son: afianzar nuestra operación. Crecer de manera ordenada y al ritmo que sea sano para la agencia y especialmente alrededor de las necesidades de nuestros clientes", concluye Martínez.

El directivo señala que "todos los que colaboramos en Bombay somos de alguna forma nativos digitales, por lo que la 'avalancha digital' es una parte natural de cómo nosotros mismos interactuamos con las marcas y con nuestros círculos sociales.

"En realidad no creemos que hablar de digital como una disciplina separada sea productivo; ni para las marcas, ni para los consumidores. En Bombay vivimos bajo la convicción de que digital está entretelado transparentemente en todo lo que la gente hace y por ende debe de estar de igual forma entretelado en todo lo que las marcas comunican".

CÓMplices Constructores de Marcas

COMintegral, empresa con más de 25 años de presencia en el mercado y que inició como

una agencia de publicidad convencional, ha logrado consolidarse como una compañía de construcción de marcas, llegando a ser reconocida por nueve de cada 10 clientes como una aliada que agrega valor a sus marcas.

Siguiendo la línea de compromiso e involucramiento que la caracteriza, COM inicia 2015, bajo la razón social *CÓMplices Constructores de Marcas* llevando su relación con los clientes más allá de una alianza estratégica para convertirse en cómplices de quienes depositan su confianza en la empresa, como lo muestra el rediseño de su imagen.

Joseline Espinosa, socia y directora de operaciones de *CÓMplices*, considera que "la complicidad con la que trabajamos, incluye hacer nuestros los objetivos de nuestros clientes y generar puntuales iniciativas que permiten fortalecer cada marca que construimos".

El equipo de *CÓMplices* no solo construye marcas, en esta nueva etapa concreta la ambición de ser más que un proveedor y más que un aliado, compartiendo los sueños de cada uno de sus socios de negocios desde el inicio de los proyectos y transformando así productos en marcas.

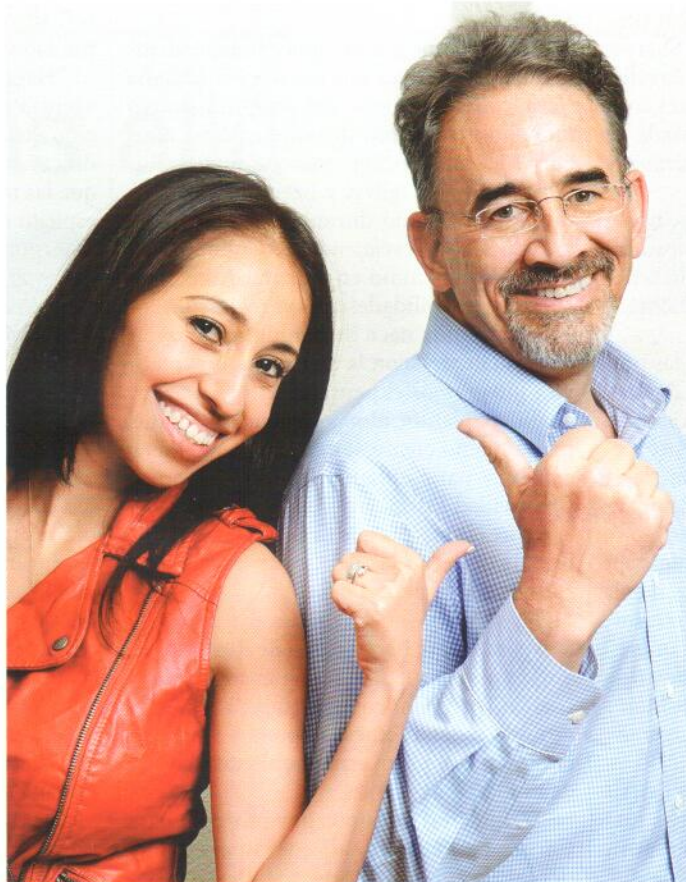
Oscar Ibarra, socio y director general de *CÓMplices*, refiere que "manejamos los servicios de agencia creativa pero además llevamos un proceso completo que incluye un diagnóstico y planeación para asegurar que todas las variables estén alineadas de manera que la marca tenga éxito y genere valor.

"Hoy, si lo que quieres es entender cómo llegar a tu mercado con un modelo exitoso e integrado, necesitas más que una agencia, necesitas cómplices.

"Esta filosofía de complicidad sigue abarcando todos los aspectos necesarios para la construcción de una marca y asegurando que con sus estrategias se harán cómplices de la imagen y campañas.

"Como expertos y con el respaldo de más de dos décadas, sabemos que si lo que necesita su marca es una creatividad muy sólida y estratégica pero que haga sentir los beneficios a los consumidores, no necesita una agencia, necesita cómplices".

Entre sus principales clientes figuran: Promotora Ambiental, La casa del pastor, Siemon, Mega Empeños, British Council y BARF, por mencionar algunos.



Joseline Espinosa y Óscar Ibarra