



M U L L E N L O W E  
G R O U P

**MullenLowe Group Presenta la Nueva Identidad de Marca de la Red Global**  
La Red Revela Nueva Identidad Corporativa Para Reflejar Su Posicionamiento Como Boutique Creativa Global de Filosofía Retadora

**Nueva York, enero 25, 2016:** Complementando la formación del grupo publicitario MullenLowe Group, llevada a cabo mayo del 2015 – producto de la fusión de las agencias de **IPG, Mullen** en los Estados Unidos con la red creativa mundial **Lowe and Partners** - hoy la red ha revelado los planes para su nueva identidad corporativa global.

Esta nueva identidad de marca ha sido creada para reflejar el posicionamiento de MullenLowe Group como la boutique creativa global, de filosofía decididamente retadora y con un modelo único operacional, que la red llama híper-integrado. Alex Leikikh, CEO Global del MullenLowe Group comentó, *“La creación del MullenLowe Group nos ha dado la oportunidad de crear una especie totalmente nueva de red global de comunicaciones. Una red que no está definida por silos. Una red que ha insertado verdaderamente en su modelo la planeación integrada de comunicaciones. Una red en la que reunimos nuestro mejor talento interdisciplinario para trabajar en retos de negocio de nuestros clientes y promover mayor creatividad”*.

La red MullenLowe Group ahora estará conformada, integrando 4 marcas: **MullenLowe**, que entregará soluciones integradas de comunicaciones de marketing, **MullenLowe Profero**, la red digital *pure-play*, **MullenLowe Mediahub**, que proveerá soluciones de estrategia y compra de medios, y **MullenLowe Open** que ofrecerá activaciones de marca basadas en comportamiento del consumidor y servicios de *shopper marketing*.



A través de su pensamiento retador, MullenLowe Group ha desarrollado algunas de las ideas de comunicación más efectivas y reconocidas del mundo; desafiando frontalmente comportamientos muy enraizados, para de esa manera poder otorgar a las marcas de los clientes un nivel de atención mucho mayor al esperado:

- En los Estados Unidos, donde la gente ya no compraba tarjetas para el Día de las Madres: reformuló la percepción de toda una nación sobre la maternidad para entregar un aumento del 30% en las ventas de American Greetings con la campaña 'World's Toughest Job', que además se llevó el Gran Prix del North American Effie 2015.
- En la India, adoptó el reto casi imposible de resolver de llegar a millones de personas en una región carente de medios de comunicación: creando un canal de comunicación totalmente nuevo para el cliente Hindustan Unilever, con el cual entretener e involucrar a los consumidores. La campaña 'Kan Khajura', que resultó de este esfuerzo, ocupó el lugar #1 del mundo en WARC 100.
- Para Buick en China, donde ocurre un accidente de tráfico cada 3 minutos: logró cambiar actitudes muy arraigadas respecto de la seguridad en el tráfico y duplicar la intención de obedecer las señales de tránsito con la campaña 'Human Traffic Signs'. Esta fue la campaña creativa más premiada de China el año pasado.
- En Colombia, las campañas desarrolladas por la agencia para contribuir con la desmovilización de guerrilleros y su reinserción en la sociedad han sido tan efectivas que, en el curso de las conversaciones que se llevan a cabo en La Habana, Cuba, tendientes a lograr la terminación del conflicto armado que ha azotado a ese país por décadas, las FARC solicitaron que el Gobierno Nacional las dejara de utilizar como gesto de buena voluntad.

Para desarrollar la imagen visual de la nueva identidad de marca, la red empleó a su propio talento. El “Pulpo Retador” fue desarrollado en MullenLowe Brasil. José Miguel Sokoloff, Presidente del Consejo Creativo Global de MullenLowe Group, comentó, *“El nuevo ‘Pulpo Retador’ representa perfectamente el posicionamiento del MullenLowe Group, como una compañía con una actitud retadora, que está dispuesta a tomar riesgos, y que tiene una destacada ventaja competitiva en su oferta híper-integrada”*.

A partir del mes de enero del 2016 todas las agencias Lowe, en las 90 oficinas y en los más de 65 mercados globalmente, adoptarán el nuevo nombre MullenLowe.

Francisco Samper, Director de la red para Latinoamérica, también se refirió a la nueva imagen *“el nuevo modelo operativo de nuestra red es único. Muchas agencias tienen servicios integrados; otras tienen agencias especializadas paralelas y se complementan entre sí . Lo que es muy novedoso es integrar cuatro agencias especializadas en una sola marca y un solo modelo operativo. Eso permite tener a la vez la profundidad de los verdaderos especialistas, y la coherencia de las agencias integradas. Es una especie única. Y qué mejor para representarla gráficamente que otra especie única, como el pulpo”*, dijo.

FIN

---

Para consultas de prensa sobre el comunicado global favor contactar a:

Tara Nolan, Director of Global Brand and Business Development,  
MullenLowe Group

[Tara.nolan@mullenlowegroup.com](mailto:Tara.nolan@mullenlowegroup.com)

Francisco Samper, Latin America Regional Director

[Francisco.Samper@MullenLoweSSP3.com](mailto:Francisco.Samper@MullenLoweSSP3.com)

Yasmin Hourani, Regional Coordinator Latin America

[Yasmin.Hourani@MullenLoweSSP3.com](mailto:Yasmin.Hourani@MullenLoweSSP3.com)

Contacto Panamá: Flor Núñez, Directora de Estrategia y Planificación BBM MullenLowe  
[flor@bbm-panama.com](mailto:flor@bbm-panama.com)

## Sobre MullenLowe Group

**MullenLowe Group** es una red de servicios integrados de comunicación y marketing, de definitiva orientación creativa, con una fuerte herencia empresarial y una mentalidad de permanente desafío.

La red se posiciona como la boutique creativa global, compuesta por diversas agencias que son únicas. Rica en cultura local y experiencia tanto a pequeña como a gran escala, la red está presente en más de 65 mercados, con más de 90 agencias. En su modelo de trabajo único, que la agencia denomina “híper-integrado”, las especialidades globales integran: la experiencia en estrategia de marca, desarrollo de contenido creativo, *performance analytics*, planificación de comunicaciones y publicidad *through-the-line* con **MullenLowe**; la capacidad global en marketing digital integrado para todas las plataformas, con **MullenLowe Profero**; la planeación, compra, desarrollo, ejecución y medición de inversión en medios, con **MullenLowe Mediahub**; y la activación estratégica de marcas basada en conocimiento del consumidor y el *shopper marketing* con **MullenLowe Open**. **MullenLowe Group** está, consistentemente, entre las redes mundiales más premiadas en creatividad y efectividad. Durante los últimos 5 años, ha encabezado el Effie Index como la red global más efectiva en términos de puntos obtenidos en proporción a sus ingresos en dólares.

MullenLowe Group forma parte del Interpublic Group of Companies (NYSE: IPG).

Para mayor información visítenos en [www.mullenlowegroup.com](http://www.mullenlowegroup.com) o síganos en MullenLowe Group en Twitter @MullenLoweGroup y en Facebook.com/MullenLoweGroup.