

en la Alianza

El segundo país de la Alianza del Pacífico que en los últimos años ha venido apostándole a la inversión en temas de infraestructura es Colombia, el cual iniciará la construcción del Metro de Bogotá este año. Esta obra es la segunda más estratégica de Latinoamérica, según un informe publicado por la consultora de EE.UU. CG-LA.

Además del metro de Bogotá, en Colombia también se están adelantando la construcción de Autopistas de cuarta generación, con las que se han activado 1.450 frentes de obra en las principales regiones del país.

En el caso de México, el Acuerdo Nacional de Inversión en Infraestructura con el Gobierno Federal asegura que la iniciativa privada desarrollará un paquete inicial de 147 proyectos en todo el país. Se destacan el Tren Maya, y la Refinería en Dos Bocas de Tabasco.

Por último, Chile tiene un inversión prevista por más de US\$20.000 millones (2018-2022). Algunas de las que se destacan son el Puente Industrial, Ruta El Loay Aeropuerto El Tepual Puerto Montt.

PAOLA ANDREA VARGAS RUBIO
pvargas@larepublica.com.co



PERÚ

El gobierno ejecutará **23 proyectos por US\$5.351 millones** que impulsarán el cierre de brechas

Megaproyectos

- Ampliación del Aeropuerto Jorge Chávez
- Anillo Vial Periférico de Lima
Requiere una inversión de US\$2.000 millones
- Obra de Cabecera
Para el establecimiento de agua potable para Lima, por US\$720 millones



COLOMBIA

Hay **10 proyectos** que sumarían una inversión aproximada de **US\$2.692 millones**, según la ANI

Obras que se destacan

- Avenida Longitudinal de Occidente (ALO)
Cerca de 24 kilómetros de doble calzada
- Metro de Bogotá
- Vías 4G



CHILE

Tienen inversiones contempladas por más de **US\$20.000 millones entre 2018 - 2022**

Obras que se inician

- Aeropuerto El Tepual Puerto Montt
16.586 metros cuadrados
- Ruta Nahuelbuta
55 kilómetros
- Obras Puente Industrial
6 kilómetros

Fuente: Sondeo LR, CG/LA / Gráfico: LR-AL

BOLSAS. RUSIA GENERÓ UNA PRESIÓN A LOS PRECIOS

Petróleo verá drástico ajuste de cuentas tras fracaso de Opep+

LONDRES

La alianza entre Arabia Saudita y Rusia era lo único que evitaba que el mercado mundial del petróleo cayera al abismo. Ahora su colapso amenaza con hundir a la industria en una caída libre con pocos precedentes en la historia moderna.

Los ministros de la Opep+ dejaron una reunión frenética en Viena el viernes por la tarde sin un acuerdo para continuar restringiendo la producción, lo que eleva el espectro de una guerra de precios justo cuando el coronavirus desencadena una caída en la demanda que podría terminar en lo más profundo desde la década de 1980.

US\$30

ES EL PISO AL QUE SE PONE EL PETRÓLEO SEGÚN LOS ANALISTAS, TRAS LA CAÍDA POR EL DESACUERDO DE LA OPEP.

"Esto va a ponerse desagradable", afirma **Doug King**, un inversionista de fondos de cobertura que cofundó *Merchant Commodity Fund*. "La Opep+ va a bombear más y el mundo se enfrenta a un shock de demanda. El petróleo a US\$30 es una posibilidad". La reacción del mercado el viernes fue tan cruel como rápida. El crudo Brent, un punto de referencia mundial, bajó 9,4%, su mayor caída desde la crisis financiera mundial.

INDUSTRIA. ESTAS FIRMAS SE CARACTERIZAN POR LA CALIDAD QUE OFERTAN

Lego, Disney y Rolex son las empresas con mejor reputación a nivel global

BOGOTÁ

En Billund, Dinamarca, nació la icónica marca de los bloques de construcción, *Lego*, hace 88 años, la cual luego de casi un siglo de historia se convirtió en la compañía con mejor reputación a nivel global. Según *Reputation Institute*, "Lego ha estado entre los 10 mejores durante 10 años consecutivos, debido a la excelente calidad de sus productos, así como a su dedicación a la educación, la sostenibilidad y el impacto social".

Luego de la marca danesa se destacaron *The Walt Disney Company* de Estados Unidos, *Rolex* de Suiza, *Ferrari* de Italia y *Microsoft* de Estados Unidos. De acuerdo con la publicación de *Reputation Institute*, las anteriores firmas lograron ubicarse en el top 10 del ranking gracias al puntaje que obtuvieron en tres ítems, los cuales son la calidad y el valor de sus productos y servicios, su gobierno corporativo y ciudadanía.

Una muestra de la puesta en práctica de los anteriores aspectos se evidencia en *Disney*, ya que "ejerce una coherencia de marca rigurosa a la vez que innova: en el último año, evolucionó cuando lanzó un exitoso canal de transmisión de medio", reseñó *Reputation Institute* que también aseguró que lo que llevó a *Rolex* a ubicarse en el tercer lugar fue su "producto atemporal y por su liderazgo en la industria".

Cerrando el top 10 del Global RepTrak se encuentran *Levi Strauss & Co*, *Netflix*, *Adidas*, *Bosch* e *Intel*. De las anteriores marcas, una de las que más llamó la atención es *Netflix*, ya que "ha subido en el ranking mundial durante los últimos tres años, impulsado por el entusiasmo por el servicio que brinda y la innovación que lo impulsa. La compañía también obtiene crédito por operar su negocio con un comportamiento ético", según información del ranking.

Con base en las acciones que han llevado las compañías y lo que tiene en cuenta *Reputation Institute*, **Lina María Echeverri**, directora de Marketing y profesora de la *Universidad del Rosario*, aseguró que hay otras buenas prácticas que también deberían tener en cuenta las empresas para mejorar la reputación, tal como ser coherente entre sus acciones y su promesa de valor, escuchar oportunamente la voz de sus audiencias y monitorear la imagen.

Las anteriores recomendaciones podrían ser útiles para que las firmas locales mejoren sus niveles de reputación y así puedan enfrentarse a un mercado con consumidores que tengan 78% de disposición a comprar, 70% de disposición para trabajar y 64% de disposición para dar beneficio a

LAS 10 COMPAÑÍAS CON MEJOR REPUTACIÓN EN 2020



Lina María Echeverri
Dir. de Marketing de la U. del Rosario

"La reputación es la percepción que tienen las audiencias sobre una marca, por lo que es una estrategia para capitalizar confianza entre los consumidores".

60%

DE LOS CONSUMIDORES CONSIDERA QUE FERRARI TIENE UNA MARCA DISTINTIVA POR SU ICONOGRAFÍA DEL CABALLO.

duda, según *Reputation Institute* que también dijo que este tipo de casos es importante estudiarlos porque le han llegado a los millennials, el segmento de consumidores más influyente y el mercado laboral más grande de los últimos años.

Este nuevo cambio en las características de los consumidores ha contribuido a que cada vez las empresas tengan que llevar a cabo más esfuerzos que tengan en cuenta las inclinaciones de sus posibles compradores. Por lo que **Echeverri** aseguró que se debe "crear una estrategia de promotores de marca, clientes que hablan de experiencias positivas con la marca y que sean voceros de la misma en diferentes contextos".

Partiendo de que las empresas se enfrentan a este tipo de consumidores, **Raúl Ávila**, experto en empresas, concluyó que las firmas locales deberían "potenciar sus productos o servicios, es decir pensar en las experiencias del usuario, cómo responderle rápidamente y otras características teniendo en cuenta los casos de éxito de empresas como *Ferrari* o *Lego* que siempre clasifican en estos rankings por la experiencia que le ofrecen a sus clientes".

PAOLA ANDREA VARGAS RUBIO
pvargas@larepublica.com.co

A los herederos de la señora **CAICEDO NAVARRETE DEISY ZORAIDA** con cédula de ciudadanía No. 52.785.771; la empresa **OPTOLAB NIT 901.234.932**, sociedad con domicilio principal en la ciudad de Bogotá Calle 75 N° 22 - 65, se permite informar que la señora en mención laboraba en nuestra empresa hasta el día de su fallecimiento 11 de Diciembre de 2019, por lo que la empresa tiene la liquidación de salarios y prestaciones sociales. Para reclamar la anterior liquidación, se ha presentado la siguiente persona a saber:

- ESTUPIÑAN RODRIGUEZ GUSTAVO ADOLFO**, con cédula 80.215.818 de Bogotá y quien indica ser su cónyuge.

Las personas que se consideren con igual derecho que las personas antes mencionadas, deben presentar documentos acreditando su parentesco ante la empresa, ubicada en la Calle 75 N° 22 - 65, en la ciudad de Bogotá en horario de 8:00 a.m. a 5 p.m., con documento de identidad y con prueba idónea que lo acredite (registro civil de nacimiento, de matrimonio, declaración extra juicio), dentro de los 30 días siguientes a ésta publicación.

TERCER AVISO