

CONGRESO INFORME

A la marca país Colombia todavía le falta camino

En el ranquin global CDI 2011, la marca país está en el puesto 89, muy lejos de Argentina, Chile, Perú y México. Hoy concluye Congreso de Publicidad.

Por ADRIANA JIMÉNEZ - LR
Enviada especial a Cartagena

En medio de la edición 17 del Congreso Colombiano de Publicidad, líderes de la industria nacional e internacional han coincidido en la necesidad del país y las demás naciones de la región en desarrollar estrategias de promoción internacional que vayan de la mano con sus propósitos de posicionamiento.

Esto significa tener una clara dirección hacia qué mercados se dirigen los esfuerzos y recursos publicitarios. El certamen en Cartagena que concluye hoy, que ya es una tradición entre los creativos, reúne a líderes de la industria publicitaria, agencias, empresarios y estudiantes.

Parte de la discusión de ayer se centró en poder lograr un reconocimiento internacional de la marca país de Colombia, que no solo se debe a la cantidad de capital invertido, sino a la calidad de mensaje que se envía a los miles de receptores en el mundo.

Quedó claro que hasta 20 millones de dólares pueden ser necesarios para impulsar la imagen de un país como marca, pero en escenarios actuales, una buena y clara campaña interna y externa, sin so-



Dario Cutín, vicepresidente de Latam Fleishman Hillard. FOTO LR

bre costos, puede ser perfecta si se toman los elementos necesarios para impactar y generar recordación.

Dario Cutín, vicepresidente de Latam Fleishman Hillard, quien participó como invitado internacional en el Congreso,

aseguró que "para el posicionamiento de un país, tal como sucede con las empresas o una marca del sector privado se debe complementar la publicidad, con otros métodos de comunicación como las relaciones públicas, la participa-

66 OPINIONES

EL CONSUMIDOR DEMANDA MÁS

NORA SANÍN
Pte Junta Directiva
Congreso de Publicidad

"El mayor reto de los creativos hoy es desaprobar y ser capaces de pensar para un consumidor mejor informado, experto, impredecible y con más poder".

ción en eventos de carácter internacional, redes sociales entre otros".

De acuerdo con el ranquin global CDI 2011, que evalúa el posicionamiento de las marcas país, Canadá está a la cabeza, seguido por Suiza, Nueva Zelanda, Japón, Australia y Estados Unidos. Entre las naciones latinoamericanas Brasil es el mejor de la región en el lugar 31, después está Argentina (32), Chile (34), Perú (44) y México (47) y, muy lejos, Colombia en el puesto 89.

Sin embargo, hay ya unas claras intenciones de mejorar hacia el futuro, dadas las características de la nueva estrategia publicitaria que apoya la marca país "Colombia es la respuesta" ■

NOTAS ECONÓMICAS

FRANCISCO JAVIER ARIAS R.
Editor Económico

\$81

mil millones, la partida definida en presupuesto de EPM para el Centro de Innovación RutaN entre 2013 y 2016.

RECONOCIMIENTO

HONORES EN EL NATALICIO DE DON JOAQUÍN VALLEJO

La Sociedad Antioqueña de Ingenieros (SAI), la Facultad Nacional de Minas y otras entidades rindieron homenaje ayer al ex ministro Joaquín Vallejo Arbeláez. El reconocido ingeniero fue ministro de Hacienda, de Gobierno y embajador en la OEA y autor del famoso Plan Vallejo, que permitía la importación de materias primas libres de aranceles, a cambio de un compromiso exportador por el mismo valor. Nació en Rio Negro el 4 de octubre de 1912 y falleció en Medellín, el 31 de diciembre de 2005.

DESIGNACIÓN

PABLO FELIPE ROBLEDO ASUMIÓ EN SUPERINDUSTRIA

El abogado Pablo Felipe Robledo Del Castillo asumió como superintendente de Industria y Comercio, en reemplazo de José Miguel De La Calle. Es abogado del Externado, con especialización en Derecho Procesal Civil y candidato a Magister en Responsabilidad Contractual y Extracontractual Civil y del Estado. Fue viceministro de Justicia y ha sido profesor en Los Andes, el Externado y árbitro de la Cámaras de Comercio de Bogotá y Pereira, de donde es oriundo. ¡Éxitos!

CONSOLIDACIÓN

LA IFC TENDRÁ EL 5% DEL CAPITAL DE CORPBANCA

La Corporación Financiera Internacional (IFC, filial del Banco Mundial), anunció su ingreso como socio estratégico al capital de CorpBanca Colombia. Invertirá en la primera emisión de acciones, para tener el 5% de su capital. CorpBanca es el cuarto banco privado en Chile y llegó a Colombia a través de la compra del Banco Santander. La IFC ya es socia de varias entidades financieras y de empresas del sector privado en el país, que se han fortalecido con su participación.

"Ya o de una vez", el crédito para vivienda

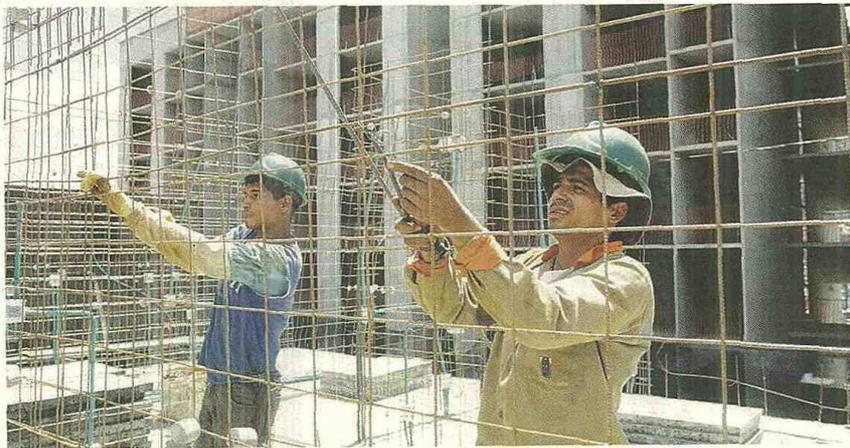
Por REDACCIÓN ECONOMÍA

Mediante la Vicepresidencia de Banca Hipotecaria, Bancolombia lanzó una campaña promocional para acercar el crédito de vivienda a las necesidades de la gente: "Ya o de una vez", que aplicará para el crédito de vivienda tradicional o para el leasing habitacional.

El banco, que ha colocado 1,8 billones de pesos en créditos de vivienda en este año, ofrece la garantía de una rápida aprobación y ágil desembolso para quienes buscan cumplir con el sueño de tener casa propia.

"Esta iniciativa hace parte del compromiso de Bancolombia por construir una banca más humana, sostenible y basada en las necesidades de las personas", dijo su presidente, Carlos Raúl Yepes.

Y el vicepresidente de Banca Hipotecaria, Luis Fernando Muñoz, explicó que se aprobarán créditos el mismo día de la presentación de la solicitud,



Bancolombia innova en el crédito de vivienda. FOTO H. VANEGAS

en cualquiera de las 800 oficinas en el país, previa verificación de la información financiera ofrecida por el cliente.

"Ha sido un compromiso y un trabajo en equipo para sim-

plicar estos procesos de crédito hipotecario que se podían tomar aproximadamente tres días".

En 2006, Bancolombia había lanzado CPT (Crédito para Todos), en 2009, extendió por

ocho años el subsidio a la tasa de interés para créditos a 15 años de plazo y, en 2010, amplió el plazo a 20 años, buscando siempre que la gente tenga fácil acceso al crédito ■