



ENERGÍA. MAÑANA ARRANCA COMPRA DE ENERGÍA PARA 2019

Electricaribe siente la crisis de Hidroituango

P6

Javier Lastra
AGENTE INTERVENTOR
DE ELECTRICARIBE

LA REPUBLICA/COLPRENSA

INFORME ESPECIAL. EN LA REGIÓN, CHILE ES EL MEJOR EN RANKING IMD. P16-17

HIDROITUANGO DEBE SER UN APRENDIZAJE PARA LAS GRANDES CORPORACIONES

EDITORIAL
P2

LA ETB SE SALVÓ DE PAGAR SANCIÓN A TELEFÓNICA, PERO SÍ LO HARÍA CON CLARO

ASUNTOS LEGALES
P4

MANCHESTER UNITED Y REAL MADRID SON LOS EQUIPOS MÁS VALIOSOS SEGÚN KPMG

GLOBOECONOMÍA
P12

EL OASIS DEL PASABOCAS REGISTRÓ LA MARCA TRIGOLD PESE A OPOSICIÓN DE EL REY

ASUNTOS LEGALES
P5

ORGANIZAR UNA BODA DE LUJO CON 100 INVITADOS LE PUEDE COSTAR \$250 MILLONES

OCIO
P26-27

ÍNDICE

EDITORIAL
ECONOMÍA
EMPRESAS
GLOBOECONOMÍA
INFORMES
FINANZAS
OCIO
ANÁLISIS
CAJA FUERTEP2
P4
P8
P11
P13
P18
P26
P30
P32

HACIENDA. MAL ESQUEMA TRIBUTARIO, LA PRINCIPAL CAUSA

Colombia atraviesa el peor momento en competitividad

El ranking de competitividad global del IMD World Competitiveness Center mostró un descenso en el desempeño de Colombia frente a los registros de 2017, pues pasó del puesto 54 al 58 de un total de 63 países, ubicándose en la peor posición que se ha logrado. En cuanto a su rendimiento en comparación con los

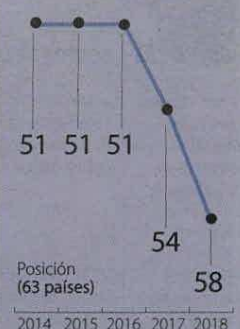
países de América, entre los que se encuentran Estados Unidos, Canadá, Chile, México, Perú, Argentina, Brasil y Venezuela, Colombia se ubicó de séptima, superando únicamente a Brasil y Venezuela, que ocuparon las casillas 60 y 63, respectivamente. El país mejoró en aspectos como el comercio internacional al pa-

sar del puesto 55 al 49, pero mostró descensos drásticos en temas como los precios, la política de impuestos y el mercado laboral con caídas de 17, 12 y 13 puestos, respectivamente. El IMD atribuye este rendimiento a percepciones negativas sobre la gobernabilidad y al aumento de la tributación.

P14-15

RANKING IMD

PUESTO DE COLOMBIA



Fuente: IMD / Gráfico: LR-38



GENARIUM GIN, UNA DE LAS GINEBRAS MÁS EXCLUSIVAS, VENDERÁ 25.000 BOTELLAS AL AÑO EN MERCADO LOCAL

Henrik Hammer, managing director de Hammer & Son, explicó cómo iniciarán operaciones en Bogotá. P10

Dólar a \$2.850, un nuevo respiro para pagar deudas

Tras un inicio de semana en el que el dólar se paseaba por la barrera de los \$2.900, la divisa se estableció en \$2.850. Un precio cómodo para quienes poseen deuda en moneda americana y aquellos que planean sus vacaciones de mitad de año, según analistas consultados por LR. La inminente subida de tasas de interés por parte del Banco Central estadounidense, más la presión que ejerce sobre la divisa la jornada electoral, animan las proyecciones de nuevas alzas en precio del dólar. P18-19

LOS PAÍSES DONDE HAY MÁS EMPLEO PARA LOS JÓVENES P11

*Las menores tasas de desempleo de las personas entre 15 y 24 años según la OIT



Fuente: OIT

Gráfico: LR-GIT

"AL DÍA RECIBIMOS ENTRE 3.000 Y 5.000 MENSAJES PUBLICITARIOS"

IN SIDE

CARLOS FELIPE ARANGO, SOCIO Y PRESIDENTE EJECUTIVO DE SANCHE BBDO, FIRMA QUE RECIBIÓ 31 RECONOCIMIENTOS EN LOS EFFIE AWARDS COLOMBIA DE ESTE AÑO, INFORMÓ QUE AL CIERRE DE 2018 CRECERÁN 10% Y QUE 85% DE SUS CLIENTES SON MARCAS LOCALES P8-9



Editado por: VANESSA PÉREZ DÍAZ vperez@larepublica.com.co

COMUNICACIONES. SANCHO BBDO CRECERÁ 10%

“Al día, recibimos 5.000 mensajes publicitarios”

IN SIDE

BOGOTÁ. Una de las compañías que este año salió como la gran ganadora de los Effie Awards Colombia, el mayor reconocimiento para la industria publicitaria, fue la agencia Sancho Bbdo.

El socio y presidente ejecutivo de Sancho Bbdo, Carlos Felipe Arango, explicó en Inside LR la importancia y efectividad de la publicidad en el consumo del país y precisó que un colombiano recibe entre 3.000 y 5.000 mensajes publicitarios al día.

Sancho Bbdo ha sido reconocida como la agencia más efectiva de Colombia durante los últimos 12 años según los premios Effie, evento que reconoce a los mejores en la industria. La versión 2018 para Sancho ha sido el mejor de los últimos 12 años, ¿por qué?

En esta versión nos ganamos 31 premios, es la vez que más premios nos hemos ganado, y obtuvimos los cuatro reconocimientos más importantes del certamen: agencia del año; con pañales Winny de Tecniquimicas, tuvimos un oro a Éxito Sostenido; con Postobón, ganamos anunciante del año en Colombia; y con la Cruz Roja Colombiana nos dieron el Gran Effie.

¿Cuántos mensajes publicitarios al día recibimos como consumidores?

Hay muchas teorías, pero algunos estudios dicen que una persona puede recibir entre 3.000 y 5.000 mensajes publicitarios desde que se levanta. Los publicistas y creativos tenemos que dedicarnos a crear estrategias que nos diferencien entre esos mensajes diarios a los que la gente está expuesta y que al final muy poco recuerdan.



ELIZABETH MELO
PRESIDENTE EJECUTIVA DE LA ANDA

“En los Effie 2018 contamos con un mayor número de participantes, lo cual posicionó las expectativas en un nivel más alto.”



31 GALARDONES

FUERON ENTREGADOS A SANCHO BBDO DURANTE LOS PREMIOS EFFIE DE ESTE AÑO.

Sin incluir internet, la inversión en publicidad en 2016 sumó más de \$1 billón y cayó 6,5%. Además del auge de los medios digitales hay otras razones que motivaron esa caída?

Yo sé que esas son las cifras oficiales y de lo que se puede medir, pero yo no creo en esos números porque la dinámica hoy del ecosistema digital no permite que se mida lo que se hace (...). Según un estudio reciente de la compañía española la Scopen, en el caso colombiano las compañías invierten entre 2% y 3% del gasto de la compañía en publicidad.

El año pasado cayó el consumo en los hogares, ¿eso influye en que no se invierta tanto en publicidad o por el contrario es un motivador para buscar piezas creativas que aumenten el consumo?

EL PERFIL

Carlos Felipe Arango es publicista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, con estudios de posgrado de Administración y Gerencia en la escuela de extensiones de Harvard. Ha trabajado para Sancho desde hace 30 años, compañía que fue fundada por su abuelo, Arturo Arango Uribe, en 1936. Actualmente, esta empresa hace parte de uno de los holdings de comunicación más importantes de Colombia; el Grupo Sancho, al cual pertenecen otras nuevas compañías del sector.



Vanessa Pérez Díaz,
editora de Empresas; y
Carlos Felipe Arango,
socio y presidente
ejecutivo de Sancho
Bbdo.

ALEJANDRO SUÁREZ/LR

marcas deben estar en digital de alguna manera.

¿Qué categorías o medios de comunicación han sido los más afectados con el auge digital?

Los medios tradicionales en general han sido muy golpeados. Algunos se han logrado transformar y generar espacios muy relevantes porque lo importante del medio no es el medio como tal, sino la marca y lo que representa para los consumidores.

¿Cómo le fue a Sancho Bbdo en 2017 en términos de ingresos y ganancias? ¿Cómo esperan cerrar este año?

Tuvimos unas utilidades después de impuestos de \$9.800 millones el año pasado. Este año esperamos crecer 10% por lo menos. Nos hemos ganado unas cuentas importantes: desde hace un par de meses tenemos Ecopetrol. Estamos trabajando con nuevos clientes este año como Aviatur, con Arturo Calle y algunas otras.

¿En cuánto cerraron los in-

gresos del año pasado?

Según Ibope, la cifra de la agencia (billing) fue alrededor de \$800.000 millones, pero los ingresos netos nuestros fueron de \$82.000 millones.

¿Con qué clientes trabajan y cuántos más prevén sumar este año?

Tenemos 32 clientes en la agencia (billing) fue alrededor de 550 personas para trabajar con ellos. Creo que el mejor 'newbusiness' es el business con los clientes actuales.

¿Qué compañías colombianas tienen en su portafolio?

85% del total de clientes es colombiano y ahí es donde hemos construido reputación.

¿Cómo está el mercado publicitario colombiano frente al resto de países en América Latina?

La próxima semana encontrarán en el Effie Index a varias agencias colombianas peleando por alguno de los 10 primeros lugares del mundo.

JOHAN CHIQUIZA NONSOQUE
jchiquiza@larepublica.com.co

TRANSPORTE. LA AEROLÍNEA ABRIRÁ SU TERCERA BASE DE OPERACIÓN EN OCTUBRE

Viva Air moverá 3,6 millones de usuarios sumando Santa Marta



Félix Antelo, CEO de Viva Air, dijo que invirtieron US\$5.000 millones en 50 aviones.

BOGOTÁ. Tras cumplir su sexto aniversario en el país, Viva Air, anteriormente Viva Colombia, continúa reforzando su operación a nivel nacional e internacional. La aerolínea abrirá su tercera base de operaciones en Santa Marta, con la cual prevé movilizar a 1,1 millones de pasajeros en su primer año de funcionamiento.

“Este es un anuncio muy importante para Viva y también para el país y su conectividad. Con esta nueva base de operaciones esperamos abrir nuevas rutas directas como Santa Marta-San Andrés, Santa Marta-Bucaramanga y Santa Marta-Pereira o Cartago. Esperamos

transportar más de 1,1 millones de viajeros en el primer año en rutas desde y hacia Santa Marta y generar un crecimiento del mercado de más de 30%”, aclaró Félix Antelo, CEO de Viva Air.

Antelo, quien ocupa el cargo de presidente desde hace un poco más de una semana, detalló que esta tercera base entrará en operación a finales de octubre con dos aviones. De hecho, indicó que del pedido de 50 aviones nuevos que se prevén incluir en su flota a 2028, siete llegarán este año: cinco para Colombia y dos para Perú.

Gracias a su nueva estrategia de expansión en Latinoamérica, el directivo resaltó que por aho-

ra están mirando opciones para incluir un nuevo país a la lista de su portafolio. Más allá de esta proyección, indicó que lo más inmediato es que están invirtiendo en la renovación de la página web y el pase de abordaje digital.

“Desde mi gestión trabajaré en tres puntos claves: la consolidación de las aerolíneas con nuevas rutas internacionales Lima-Bogotá, Medellín-Lima. También en mejorar la experiencia de los clientes y aumentar los tiempos de respuesta”, anotó Antelo.

Con la decisión de aumentar la capacidad del equipaje a bordo de 6 kilos a 10 kilos, la

compañía por ahora prevé transportar 3,6 millones de viajeros en Colombia y 1 millón de usuarios en Perú. Esto les permitirá tener un crecimiento de 2% a 3% a nivel local y de 100% en el mercado peruano.

El alza en el transporte de pasajeros previsto para 2018 responderá a varias estrategias: fortalecimiento de la flota, reducción de los tiempos y posibles nuevos medios de pago.

Por ahora, la aerolínea ya ajusta su vuelo con una nueva estrategia a largo plazo, la cual, le permitirá crecer a nivel nacional e internacional.

KEVIN STEVEN BOHÓRQUEZ GUEVARA
kbohorquez@larepublica.com.co

COMERCIO. CADENA ABRIÓ SU QUINTO LOCAL EN EL DORADO

Juan Valdez evalúa llegar a Argentina

BOGOTÁ. Inspirados en la tendencia internacional de los beer garden alemanes y con una inversión de \$280 millones, la cadena de tiendas de café Juan Valdez abrió su octava tienda del año. Se trata de un Coffee Garden (espacio al aire libre) ubicado en el ala sur del primer piso del Aeropuerto Eldorado.

Este es el quinto local que la marca abre en esta terminal, el número 12 de los que tiene en aeropuertos locales y el 20, contando con los terminales aéreos en el exterior.

Esta inversión se suma a otras noticias que ha dado la compañía en lo corrido del año, como su aterrizaje en Nicaragua y Argentina (a través de la línea de retail) y fue la antesala para anunciar que está evaluando abrir tiendas en Argentina.

255 METROS

CUADRADOS TIENE LA NUEVA TIENDA DE LA MARCA EN EL AEROPUERTO EL DORADO.

410 TIENDAS

COMPLETÓ LA CADENA, DE LAS CUALES 282 ESTÁN EN COLOMBIA Y 128 EN EL EXTERIOR.

Así lo dio a conocer **Alejandra Londoño**, vicepresidente de mercadeo de Juan Valdez, quien explicó que hoy entre 20% y 25% de las ventas de la cadena, se concentran en los aeropuertos.

"Esta es la tienda número ocho de las que hemos abierto este año en Colombia y por fuera ya inauguramos locales en

Perú, Bolivia, Malasia y Ecuador. Creemos que estamos bien para completar la meta de las 30 tiendas en el país y 20 en el exterior y siempre estamos buscando oportunidades. Los aeropuertos son una de las puntas de lanza en nuestra estrategia de expansión", dijo **Londoño**.

Según la vocera, la apuesta que se ha hecho por mejorar la infraestructura aeroportuaria y la intención de **Opain** de marcar la diferencia en la región, han representado una gran oportunidad. También, **Hernán Méndez**, presidente de **Procafécol** (operador de Juan Valdez), dijo que "los aeropuertos son un lugar perfecto para ofrecer nuevas experiencias y una vitrina que genera valor al producto y al negocio de los caficultores colombianos".

LINA MARÍA GUEVARA BENAVIDES
lguevara@larepublica.com.co

Si es el mejor **CANDIDATO...**
es el presidente que **NECESITA**
COLOMBIA

Vote

DE LA
Calle
PRESIDENTE

CLARA LÓPEZ
VICEPRESIDENTE