

Inicio | Empresariales | Noticias empresariales

ENTRE TODOS

## Se desarrolló en Universidad ORT un evento sobre la importancia de fortalecer la marca país

Liberoff, Píriz y Moré disertaron sobre cómo se desarrollan profesionalmente contribuyendo a la gestión de la marca más importante de los uruguayos.

09.03.2018 12:38

Me gusta 0



El pasado 1º de marzo, en el marco del próximo comienzo de las carreras de Comunicación Corporativa, Publicidad y Marketing, Audiovisual, Periodismo y Contenidos Digitales, tres profesionales protagonistas compartieron en la Facultad de Comunicación y Diseño de Universidad ORT Uruguay su visión y experiencia en lo que refiere a la estrategia de comunicación que construye la marca país.

Benjamín Liberoff, subsecretario de Turismo; Mariana Píriz, Presidenta de GroupM y Burson-Marsteller Uruguay y Álvaro Moré, presidente de Young & Rubicam, Wunderman y Grey, disertaron sobre el desafío que supone la gestión de la marca más especial para los uruguayos: Uruguay Natural.

La marca país incluye nuestros productos y servicios, las bellezas naturales y a todos los uruguayos. Es esencial para atraer nuevos negocios, mantener los actuales y promover el turismo y las inversiones, construyendo así identidad en un mundo globalizado.

Alvaro Moré comenzó la exposición explicando que "una marca es un producto más una historia que nos ayuda a posicionarnos y diferenciarnos". En esta línea, Benjamín Liberoff sostuvo que la construcción de dicha historia no puede quedar librada al azar, siendo fundamental gerenciar la marca.

"Muchos dicen que éramos como una hoja en blanco, eso tenía virtudes y defectos. Nos conocían poco, pero escribíamos lo que nosotros queríamos; por el contrario, hay países que tienen que remontar asociaciones muy negativas", destacó el subsecretario de Turismo sobre los inicios del desafío. A esto, Mariana Píriz agregó que "teníamos una cantidad de posibilidades y una herencia que podíamos explotar".

Los oradores contaron que para potenciar la marca país fue necesario definir un concepto que nos identificara y determinar qué es lo que el país tiene para ofrecer en un mundo tan competitivo. En este sentido, puntualizaron que Uruguay es armonía, espíritu y calidad de vida.

Píriz resaltó que se trabaja día a día -auditando información, manejando crisis, gestionando prensa, desarrollando eventos y definiendo mensajes- para reducir la brecha entre la imagen que proyecta, o pretende proyectar la marca, y la imagen que reciben las audiencias.

Por su lado, Moré destacó que utilizan las últimas tecnologías en creatividad dinámica, compra programática y publicidad nativa, para las diferentes campañas que produce. "Los valores de siempre de la publicidad, la estrategia y la creatividad, siguen vigentes. Sin embargo, ahora se hacen con un apoyo muy grande de la tecnología; principalmente, del big data y la inteligencia artificial".

La gestión estratégica de la comunicación establecida para la construcción de la marca país resulta una práctica imprescindible y un desafío para los profesionales involucrados, así como un espacio de creatividad e innovación. De todas formas, y en palabras de Píriz, es importante tener conciencia que "la marca país la construimos todos".

Me gusta 0

## MÁS DE NOTICIAS EMPRESARIALES



WTC Montevideo Free Zone inaugura sala de lactancia



Las Piedras Shopping baja sus precios en un "Finde descuentos"



Enjoy Punta del Este recibe marzo con una amplia agenda de actividades



Itaú adhiere a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres de ONU



Universidad ORT Uruguay fue admitida para incorporarse a una iniciativa de Naciones Unidas

## MÁS NOTICIAS



LAMENTABLE

Funcionario de la IM está muy grave tras caer de un camión de la Intendencia



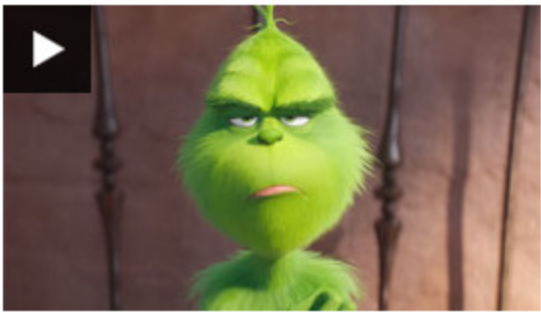
SE ACABÓ LO QUE SE DABA

Perspectiva de Meteorología para los próximos diez días: el domingo llueve y baja la temperatura



QUIÉN VIGILA A QUIEN VIGILA

Interior analiza circunstancias de la muerte del policía asesinado



NINGÚN "JO, JO, JO"

El Grinch vuelve al cine para intentar robarse la Navidad (otra vez)



MAL RECUERDO

Netflix prepara una serie documental sobre los ataques en París del #13N



I LOVE YOU JON

Jon Favreau estará detrás de una serie de TV de acción real de "Star Wars"



SE DICE DE MI

Cavani confesó a su entorno que quiere dejar el PSG, según informa la prensa parisina



LEVANTAR CABEZA

Rampla: "Nos merecíamos esta alegría", dijo el "Mago" Olivera, autor de uno de los goles



EN ESTUDIO

Carmen Pi: "Está buenísimo que nos den visibilidad, pero, muchachos, que no sea solo en marzo"