

Economía

DOMINGO

EL TIEMPO • 15 DE MARZO DE 2020

@ElTiempo

CUENTAS CLARAS



MAURICIO GALINDO
Editor de Economía
@galmou

TRES COLOMBIAS MÁS EN EL PLANETA

Tras el rechazo de Rusia a un recorte en la producción de petróleo, Arabia Saudita respondió con el anuncio de elevar su producción a 12,3 millones de barriles diarios. Es un aumento de 2,5 millones de barriles. Solo ese aumento es como si aparecieran otras tres Colombias que empezaran a extraer y ofrecer crudo adicional. Esa es la guerra del petróleo que enloqueció los mercados financieros la semana que pasó.

NO SE DETIENE EL AUMENTO DE REMESAS

Los giros que envían a sus familias los trabajadores que viven en el exterior no paran de crecer, pero también es cierto que van moderando el ritmo de aumento. En el año completo terminado en enero, llegaron US\$ 6.755 millones, lo que significa un incremento de 6,3%. Esa tasa de aumento, que sigue siendo notable, viene bajando desde abril del 2018, cuando el crecimiento llegó a ser de 18,8%.

UNA VACA PARA LA DEUDA PÚBLICA EXTERNA

Si se tratara de reunir entre todos, cada habitante de Colombia le debería al resto del mundo unos \$ 5,6 millones. La deuda externa pública del país terminó el 2019 en US\$ 73.800 millones, y al dividir por el número de habitantes, la deuda por persona es de US\$ 1.480. Teniendo en cuenta que en promedio cada hogar tiene tres personas o algo más, la deuda externa pública por hogar sería de \$ 18,5 millones.

EL IMPUESTO DEL IVA EN REVERSA

Los hogares de unos 13 millones de personas recibirán una compensación por el IVA, que completará \$ 1,5 billones al año. Si el cálculo de dicha compensación corresponde a lo que esa parte de la población paga por el impuesto, significaría que esas personas —el 27% de los habitantes del país— solo pagan el 2,4% del IVA que se recauda, quizás por su bajo consumo y la informalidad del comercio que frecuentan.

'La publicidad es otra manera de contar la historia de un país'

José María Raventós, un gurú del tema, creador de memorables campañas como la del Tigre de Suramericana, sostuvo una charla con EL TIEMPO.

CARLOS GARCÍA - EL TIEMPO @carlosgarciam6

Quién lo creyera, pero hubo una vez en Colombia —inicios del siglo XX— en la que los problemas de flacidez, caída, tamaño y belleza del busto en las mujeres se 'solucionaba' en un par de meses tomando 'Píldoras Orientales', traídas en exclusiva desde París por J. Raité, su único preparador, reza un anuncio de marraz.

Eran tiempos en los que las damas acostumbraban a usar corsés importados desde Estados Unidos o Europa para lucir esbeltas y refinadas; los hombres, finos sombreros y mullidas ruanas; se promocionaban medicinas milagrosas, sin mayor control sanitario, para todo tipo de enfermedades y sin tener certeza de su efectividad; mientras que los bancos hacían gala de solidez publicando su capital: dos, tres, cuatro millones de pesos, suficientes para entonces, cuando casi cada población del país tenía una de estas entidades.

Hasta hubo uno (el Banco de Bogotá) que montó una sucursal en un moderno avión de la época para llegar hasta algunos territorios alejados de la patria, constituyéndose en la primera y única entidad financiera en el mundo en contar con aerobanco (1968).

Casos como esos, que tratan distintos momentos de la historia colombiana, desde sus albores hasta la actualidad en todos los frentes —moda, salud, belleza, medicina, finanzas, autos, seguros, bebidas— hay cientos de miles, y no precisamente en textos de historia patria, de esos que ya poco se enseñan en escuelas y colegios. Se encuentran compilados en cerca de medio centenar de libros que contienen avisos publicitarios que datan, incluso, desde 1880.

Dicha colección es fruto de la pasión de un hombre que vive y ha respirado publicidad desde el momento mismo, por allá en la década de los años 60, en el que se dio cuenta de que lo suyo era esto y no la Ingeniería mecánica, justo a un

NUESTROS CERTIFICADOS DE DEPOSITO ESTAN MEJOR QUE NUNCA EN RENTABILIDAD!

Ahora, más que nunca, nuestros Certificados de Depósito ofrecen la máxima rentabilidad a su dinero. La renovación periódica de los intereses le permite obtener rendimientos hasta del 28,07% anual efectivo. Con un mínimo de \$20.000 usted puede ingresar al mundo de los inversionistas.

SOMOS UNOS TIGRES EN MULTIPLICAR SU INVERSIÓN

Lo invitamos a obtener mayores informes en nuestras oficinas de la Corporación Financiera Suramericana, Calle 38 No. 5-82 Teléfono: 28586000 en Bogotá o en cualquiera de las oficinas de Suramericana en el país.

CORPORACION FINANCIERA SURAMERICANA

con todo el prestigio de Suramericana

¿Quién no recuerda el Tigre de Suramericana? Detrás de esa publicidad está el catalán que tiene en su colección privada más de 150.000 piezas de todo el mundo.

semestre de obtener su título universitario. José María Raventós, español de nacimiento y colombiano más que de corazón, por años se ha dedicado a esta pesquisa minuciosa, muchas veces con la complicidad y ayuda de amigos y familiares.

Con algo de modestia y mucho orgullo enfatiza que su colección (de avisos publicitarios) supera las 150.000 piezas de todo el mundo; claro, muchas de estas tienen su inconfundible sello personal.

"La Universidad Bolivariana de Medellín creó el Museo Nacional de la Publicidad, solo tienen unos pocos avisos, muchos de estos tomados de los libros que he editado", comenta, como queriendo dejar en claro que lo que viene haciendo desde hace más de cinco décadas se constituye hoy en un legado que quiere dejar para las generaciones actuales y venideras, nada más que eso.

Catalán en Cartagena

Llegó a Colombia en 1952 con apenas 12 años, cuando su familia huía de las inclemencias propias

de la guerra civil española, por aquel entonces.

"Aún vestía de pantalón corto y recuerdo que llegamos a Cartagena en plena fiesta nacional (20 de Julio), pero no lo sabía. Lo tengo muy presente porque era un día entre semana y cuando le pregunté a un moreno alto —el segundo que veía en mi vida— qué celebraban, respondió algo enojado por mi ignorancia, que el día en que se había expulsado a los españoles de estas tierras, para mí asombro".

Pese a la corta edad que tenía y al tiempo que ha permanecido aquí, aún conserva ese acento inconfundible de los españoles y el desparpajo al hablar, sin medir mucho sus palabras, claro, sin ninguna mala intención.

Nuestro encuentro se da en el norte de Bogotá, en una tradicional panadería de donas, ubicada en la carrera 15 con calle 97.

De inmediato deja en claro que el propósito de coleccionar cuanto aviso publicitario caía en sus manos nunca fue hacer libros, idea que surgió con el tiempo cuando se dio



José María Raventós, con su labor en publicidad, ha puesto piezas claves de la historia de Colombia. FOTO: ARCHIVO

cuenta de que "esos avisos son el eje de todo y la publicidad, la única disciplina que permite conocer la historia completa de un país desde todo punto de vista". Por eso, lo primero que hizo cuando creó su agencia fue prohibirles a sus colaboradores botar a la basura las piezas que se elaboraran allí.

Sus primeros contactos con esta disciplina, como él la llama, se dieron cuando trabajaba con la familia Pacheco, dueña del Grupo Colpatria, hoy asociado con Scotiabank.

Un buen día, recuerda, siendo parte del equipo de colaboradores de la capitalizadora de dicha organiza-

ción, lo enviaron a un comité que debía definir la estrategia de la compañía para impulsar sus productos de ahorro, la cual se montó sobre la base de un par de ideas que aportó, lo cual le dio luces de que ese era el camino. La razón, "la estrategia tuvo un éxito rotundo", recuerda.

Del puma al tigre

A partir de entonces, José María no se ha desligado de la publicidad, a la cual, después de cosechar grandes éxitos, sigue vinculado de distintas maneras. Está en su ADN, como él mismo lo reconoce a medida que devela anécdota tras anécdota o describe cómo se hicieron muchas de esas campañas que no solo revitalizaron las ventas y las imágenes de grandes compañías, sino que aún permanecen en la mente de cientos y siguen siendo referente en algunas aulas universitarias.

Ha hecho de todo en este campo y con casi todos los anunciantes posibles del país, no solo aviosos. Creó premios, promovió congresos, encuentros, festivales, fundó la revista P&M, iniciativas que le valieron sendos reconocimientos, pero no tantos como los 155 premios que hay en su 'egoteca', producto de sus aciertos.

Mucho de esto se gestó en las oficinas de Puma Publicidad, su agencia. Creada en 1968 y en donde se idearon esas grandes y recordadas campañas, como la que le dio vida al famoso Tigre de Suramericana, a inicios de los años 70, o el eslogan de 'Colombiana, la Nuestra', dos de las que están más cerca de su corazón por el impacto alcanzado hasta hoy.

Como estas, hay cientos más que darían para copiar páginas enteras, porque su creación está llena de experiencias, anécdotas, horas y días enteros de trabajo sobre el papel.

"Eran tiempos en los que los creativos nos reuníamos con los presidentes de las compañías, quienes estaban muy involucrados con sus marcas, cuando las empresas tenían una sola agencia que les manejaba todo, no como ahora que tienen una para cada cosa, lo que hace que se pierda, muchas veces, esa unidad de criterio esencial en la publicidad", dice con algo de nostalgia.

Vivir la publicidad

¿Es difícil en estos tiempos de revolución tecnológica hacer buena publicidad? le pregunto tratando de hallar explicación a la poca presencia hoy de los anunciantes, sobre todo, en los medios impresos.

"La publicidad no se pierde, está metida ahí, siempre estará presente en cualquier canal de difusión, la gente todavía usa el papel y le cree al papel. Es algo que los jóvenes no conocen bien porque no leen, pero son los que más influyen", dice.

Sostiene que siempre buscó que la publicidad fuera efectiva, que la gente tuviera recordación de marcas... "no era vender un aviso y ya, era vivirlo".

Algo que no sucede con frecuencia hoy, lo que lleva a que las personas no recuerden las campañas que se hacen, dice al tiempo que me reta a recordar una reciente... La verdad, no se me vino a la mente ninguna.

SUBASTA MAQUINARIA, EXCEDENTES IND. Y MINEROS

JUEVES 19 MARZO 9:30 Hrs.

Av. Circunvalar # 6 - 901 Bodega 1 Módulo 2, Centro Empresarial Molécula - Cempyre, Barranquilla

RUBASTA PRESENCIAL Y ON LINE: WWW.ONNET.CL onNet

11 Unidades. Camionetas MAZDA BT-50 Diésel (2014) Desde \$ 15.000.000

30.000 Kgs. Maq. Industrial WATERPILLAR, INGERSOLL RAND, LIEBHERR, DOOSAN, Etc.

SUSPENDIDO

Exhibición: Los días 12, 13, 16, 17 y 18 de Marzo en Albania (Cerrejón) - La Guajira, Barranquilla en Bodega CGR, Lebrija - Santander, Puerto Libertador - Córdoba

Pago Contado (Arras solo cheque de gerencia o transferencia bancaria). Comisión desde 8,5% + IVA

CGR www.cgrcolombia.com

Teléfono: +57 301 4332782 Email: cgr@cgrcolombia.com

SEKO FUERTE

IMPOTENCIA SEXUAL. DISFUNCION ERÉCTIL - ESTABILIZACIÓN PRECOZ. Incapacidad de lograr o mantener la erección y controlar la eyaculación el tiempo suficiente para que la pareja logre el orgasmo. Hombres con disfunción eréctil o que a su vez tengan diabetes, hipertensión, arterial, o que se hallen sometido a cirugía de la próstata.

MODERNOS TRATAMIENTOS MÉDICOS. TRATAMIENTOS EFECTIVOS CON SUSTENTO CIENTÍFICO. TRATAMIENTOS REALMENTE EFECTIVOS. SIN INTOXICACIONES.

www.clinicamasculina.com.co atendiendo a la salud sexual masculina desde 1.989

3153938445 - 6348515 CRA 15 No. 93 - 79 CONS. 521 BOGOTÁ