



Bancolombia

Grupo Bancolombia

te. Entonces, las marcas quieren darle a conocer al consumidor que no han permanecido estáticas sino que se transformaron”, resalta Arango.

Además, analiza que en las modificaciones que han difundido últimamente las marcas hay una apuesta mayoritaria por cambiar la tendencia de lo tridimensional, los degradados y el 3D que se observó en los principios de este siglo por una en la que se minimiza el logo “y funciona muy bien en todas las aplicaciones”.

Uno de los casos que el académico exalta es el de Renault, que le presentó este año al mercado un logo más simple, tras el lanzamiento del Renault 5 eléctrico. Sin perder su tradicional rombo, la compañía asegura que la idea es tener una “mezcla entre herencia y proyección de la marca hacia el futuro”.

“La idea es muy atractiva por la forma en la que se puede usar el logo para páginas web, aplicaciones de *smartphone* o incluso en las propias pantallas del vehículo (...), en 2024 todos los autos nuevos lo tendrán”, manifiesta Gilles Vidal, director de Diseño de Renault, en un video corporativo.

ANTECEDENTES

MERCADO LIBRE CUENTA SU EXPERIENCIA

Hace un año Mercado Libre cambió su logo, el del apretón de manos. “Con el objetivo de concientizar a la población, creamos una iniciativa denominada ‘Codo a Codo hasta que llegue lo mejor’, la cual abarcó diversas acciones, entre ellas, el cambio de imagen (...) pasamos de tener el logo tradicional al saludo codo a codo” explica Andrés Lizarazo, gerente de Mercadeo. Según él, esto le ha permitido a la firma acercarse más a las personas, transmitir recomendaciones de seguridad e incluso reconocer a personal de la salud en una estrategia de conciertos privados con artistas como Sebastián Yatra o Vicentico.

Riesgos

No obstante, estos ambiciosos planes demandan todo el cuidado. “Cuando hay cambios muy radicales se genera una desvinculación con el público”, indica el profesor Vahos, de UPB.

Una versión que Arango, de U Tadeo, complementa al asegurar que los cambios deben girar en torno a modernizaciones de la identidad para mejorar y estilizar los logos principalmente, pero que en caso de que sean radicales el público puede reaccionar negativamente, un riesgo que aumenta con la presencia de las redes sociales hoy en día.

A pesar de esto las grandes firmas siguen apostándole a

encarar los nuevos retos empezando desde su imagen y se plantean las metas del corto y mediano plazo. “Lo que lleva a las marcas a hacer estos cambios es que los usuarios son mucho más exigentes. Hoy se espera una nueva relación, mayor verdad y transparencia. El mundo evoluciona cada vez más rápido y no te puedes quedar atrás”, valora Arismendi, de Bancolombia ■

EN DEFINITIVA

Los cambios que están haciendo las empresas obedecen a los nuevos planes que se fijan y que tienen que ver con sostenibilidad, principalmente. Los consumidores están atentos.

SOSTENIBILIDAD NOTICIA

Aumentan las mezclas de los biocombustibles

Gobierno expidió resolución en la cual se incrementan las mezclas de biodiésel de 10 % a 12 %. Entra en vigencia este mes.

Por ALEJANDRA ZAPATA QUINCHÍA

El Gobierno Nacional, en cabeza de los ministerios de Agricultura, Ambiente y Minas, expidió la Resolución 40111 del 9 de abril, que establece el aumento de las mezclas obligatorias de alcohol carburante hasta llegar al 10 % y de biodiésel, pasando de 10 % al 12 %, con lo que se busca mejorar la calidad de los combustibles y aportar al desarrollo sostenible.

Según explicó el ministro de Agricultura Rodolfo Zea Navarro, esta medida entra en vigor a partir de este mes en todo el territorio nacional, salvo en algunos departamentos fronterizos, en los que se implementará de manera gradual, como está explicado en la resolución.

De esta manera, el aumento se comenzará a implementar en Atlántico, Antioquia, Bolívar, Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Bogotá, Guaviare, Huila, Magdalena, Meta, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca.

Por su parte, en Amazonas, el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Chocó, Nariño y Putumayo las mezclas de B12 comenzarán a implementarse a partir de octubre de este año. Y en La Guajira, Norte de Santander, Arauca, Guanía, Vaupés, Vichada y Río de Oro (en Cesar) la aplicación de la medida será de manera gradual (a partir de abril de 2021, 2 %; octubre de 2021, 6 % y abril de 2022, 12 %).

“Con esta apuesta se concreta el compromiso con la

5 %

aumentarán en octubre de 2021 las mezclas de etanol con gasolina corriente y extra.

10 %

se incrementan las mezclas obligatorias de alcohol carburante con la resolución.

reactivación económica del sector agropecuario del país, pues da un espaldarazo a dos sectores agrícolas que generan un gran número de empleos, como son la caña de azúcar y de la palma de aceite”, expresó Zea Navarro.

En dicha normativa también se implementan mezclas de etanol con gasolina corriente y extra hasta el 10 %, que se dará de manera escalonada: 5 % a octubre de 2021 y 10 % a abril de 2022.

Finalmente, el Ministerio de Agricultura resaltó que los biocombustibles en Colombia han contribuido de forma continua a la mitigación de las externalidades ambientales asociadas a la quema de combustible fósil, en consecuencia, la materialización de un mandato de mezclas superiores a las actuales permite contribuir al mejoramiento de la calidad del aire ■

Importante



Primer aviso Empresas Públicas de Medellín E. S. P. Informa:

Que va a proceder al pago de las prestaciones sociales causadas y no percibidas por el señor **Óscar Hernando Gálvez Gómez**, fallecido el 6 de abril de 2021.

Se da este aviso en cumplimiento de lo dispuesto por el Decreto Nacional número 1104 de 1952.

Quien se crea con igual o mejor derecho, debe presentarse dentro de los treinta (30) días siguientes a la publicación de **este aviso**.

Departamento Servicios Talento Humano de EPM
Carrera 58 N° 42-125, piso 3, oficina Te Guío - Edificio EPM
Teléfono (574) 3801026
Medellín, Antioquia.

Por ti, estamos ahí