



SECCIONES

EL TIEMPO

SUSCRÍBETE X \$900 1ER MES

INICIAR SESIÓN

★ MIS NOTICIAS

República de Colombia

Bogotá, lunes 30 de Enero de 1911

Oficinas: Calle 10, número 116 A., acera norte. Parque de Santander.

Ajuar de correos: 78.
Por telégrafo: TIEMPOAdministrador:
SAMUEL DELGADO

Se edita en la imprenta de GACETA REPUBLICANA.

EL TIEMPO

DIARIO DE LA MAÑANA

TRES CENTAVOS

Condiciones

Suscripción, 40 números.....	\$ 1-00
Remitidos, columna.....	10-00
Número suelto.....	0-03
Número atrasado.....	0-05
Anuncios (tipo ordinario), palabra.....	0-01
Centímetro lineal.....	0-05
Gacetilla, palabra.....	0-02

PAGOS ANTICIPADOS

Serie I

Director: ALFONSO VILLEGAS RESTREPO

N.º 1

"EL TIEMPO"

Venciendo resistencias de poderosa entidad, —precisamente los intereses creados por la interminable y aguda contienda de dos bandos políticos, empeñados en odiarse y negarse fuego y agua— ha surgido por crisis necesaria el Partido republicano, cuyas ideas sostendrá este diario.

Si algunos de los elementos

nales, ni menos para válvula de escape a palabrejas podridas.

Por lo demás, ajenos al más leve compromiso, gozamos de bastante independencia para someter nuestras acciones e intenciones al Tribunal Supremo de nuestra propia conciencia.

Y así, aunque es muy cierto que profesamos adhesión honrada a la Administración presente, lejos es-

pre ejecutorias de simpatía y de merecimientos para las almas selectas. Más tarde llegó a comprender, en vista de nuestro pasado de sangre, que se compromete la existencia misma de la Patria con el predominio exclusivo de un bando político sobre el otro; que los partidos nuestros deben entrar por sendas amplísimas de civilización y de tolerancia; que es forzoso acomodar nuestros procedimientos de gobierno al espíritu de la época, y entonces se alistó en la Unión Republicana. En ella

car la visión lívida y siniestra de la horca de Venta Quemada para el Dr. Gómez Gchoa, únicamente porque se ha separado de la Concentración,

LUIS ZEA URIBE

Se encuentra

en la capital la familia del Sr. Dr. Carlos E. Restrepo, Presidente de

á tan distinguidos

Los años, aliados de las marcas



El Tiempo nació en 1911 y hoy es el diario de mayor circulación en el país. **FOTO:** Archivo CEET

El Tiempo, Manuelita, Avianca, Carvajal, Corona y Postobón, entre otras, se mantienen vigentes.

RELACIONADOS: [MARCAS](#) | [RETOS](#) | [TRANSFORMACIÓN](#)

SR

REDACCIÓN MÁS CONTENIDO

30 de septiembre 2021, 12:00 A. M.



Guardar



Reportar



Portada

U nas nacieron finalizando el siglo XIX, otras iniciando o transcurrido parte del siglo XX. Han sobrevivido a guerras, bajos niveles de confianza del consumidor, crisis económicas y hasta la pandemia que aún impacta al mundo.

Temas relacionados

MARCAS 12:00 A. M.

Profetas en su propia tierra



ACADEMIA 12:00 A. M.

La educación en Colombia también está ligada a sellos tradicionales





Reciba noticias de EL TIEMPO desde Google News

Se trata de marcas que se han parado firmes ante la competencia, no solo la de sus coterráneas, sino las que llegan del exterior. Se han adaptado a las circunstancias y a los retos que les imponen el tiempo, la innovación y la tecnología, entre otras circunstancias, y hoy siguen gozando de buen nombre y del cariño de los colombianos.

“La marca es un activo intangible fundamental en la estrategia del negocio, porque la marca es mucho más que un nombre y un logotipo registrado ante la Superintendencia de Industria y Comercio”, dijo Fernando Gastelbondo, presidente de Compassbranding, empresa especializada en valoración de marcas.

Marcas como Avianca, Manuelita, Banco de Bogotá, Postobón, Corona, El Tiempo, Carvajal, JGB o Carulla, a las que se suman otras más ‘jóvenes’ como Alpina o la Chokolatina Jet, siguen, no solo en el corazón de los colombianos, sino unas de ellas en las góndolas de grandes superficies, tan vigentes y renovadas como si hubieran nacido ayer.

Para Jaime García, director de Clientes de Kantar Worldpanel, en el contexto de consumo masivo, estas marcas están en la decisión de compra de los colombianos y han desarrollado una capacidad para generar un hábito de consumo.

“Para que una marca se mantenga en el tiempo, debe suplir una necesidad real bajo el contexto de la categoría de acuerdo con su uso, momento de consumo y contexto competitivo. Son marcas que deben cumplir las expectativas de los consumidores y que los compradores estén dispuestos a pagar por ellas”, dijo García.

Gastelbondo explica que las marcas líderes, recogen la esencia de los valores únicos que representan los productos y servicios para los clientes. Cuando se habla de valores, no solo se refiere a aspectos utilitarios como por ejemplo calmar la sed, sino emocionales como la amistad o la celebración.

“En nuestro estudio sobre las marcas colombianas más valiosas vemos que el ranking está liderado por marcas que tienen una gran tradición. Y la tradición es una variable clave en algo que denominamos fortaleza de marca. Marcas de bancos como Banco de



Bogotá o Bancolombia que en su origen era Banco de Colombia, Carvajal, Carulla y El Tiempo tienen más de 100 años”, explica.

Las más antiguas

Dentro de las marcas más antiguas de Colombia está Manuelita, del sector de alimentos. Nació en 1864 de la mano de Santiago Martín Eder, uno de los industriales más reconocidos del siglo XIX en Colombia. Él adquirió dos fincas en Palmira, Valle del Cauca. Tenía cultivos de caña de azúcar, así como un trapiche que era impulsado por tracción animal, pero muy pronto fue reemplazado por tracción hidráulica, lo cual le permitió producir más azúcar cada día.

Con el paso de los años fue creciendo y contó con más maquinaria que le permitió crecer, expandirse, diversificar productos, llegar a mercados externos y hoy mantenerse en el mercado como uno de los ingenios más importantes del país.

En el sector financiero, y con 150 años en el país, está el Banco de Bogotá, que surgió en 1870 como la primera institución financiera creada en Colombia. Superó una situación difícil del Gobierno en 1876, así como la Guerra de los Mil Días y, fue el pionero en abrir sucursales en distintas ciudades. Hoy se ubica como uno de los bancos más grandes del país por tamaño de activos.

Otra de las marcas más antiguas es Avianca, que si bien hoy está prácticamente en manos extranjeras, sigue estando vigente en el mercado colombiano y en el de América Latina y es una de las aerolíneas más importantes de las que operan en el país. Nació en Barranquilla con el nombre de Sociedad Colombo Alemana de Transporte Aéreo (Scadta), pero más adelante adoptó el de Avianca.

Por otro lado, está Corona, una compañía de origen antioqueño que nació en 1881 como Compañía Cerámica Antioqueña, que se dedicaba a la producción de loza y vidrio. En sus primeros 50 años cambió tres veces de manos y finalmente quedó en manos de la familia Echavarría Olózaga, y se empezó a consolidar y a expandirse hasta ser la Organización Corona que hoy es.

Los medios de comunicación también hacen parte de las marcas más antiguas y vigentes. Está El Tiempo, que nació en 1911 y hoy es el diario de mayor circulación en el país, y aunque ha transformado su imagen a lo largo de los años, sigue en el corazón del país. Hoy copa también la esfera digital, ampliando su cobertura a más



lectores.

Una marca del retail que tiene más de 100 años de historia en el país, es Carulla. Nació en 1905 de la mano de Jorge Carulla, un inmigrante español que estableció la empresa en Barranquilla, pero luego trasladó toda la operación a Bogotá. Si bien en el 2006 Carulla fue adquirida por Almacenes Éxito, propiedad del Grupo Casino de Francia, la marca Carulla sigue vigente en el mercado colombiano.

Carvajal también está en la baraja de las marcas apreciadas. Se trata de una empresa caleña, familiar, que nació en 1904 como Imprenta Comercial, dedicada a la producción de folletos, libros y periódicos. Creó el primer directorio telefónico de Colombia en 1950 con la empresa Publicar. La compañía fue creciendo y en la mitad de la década de los 90 se convirtió en una holding que integró 30 unidades de negocio.

Hoy es una multinacional. Postobón es otra de las marcas con más de un siglo de existencia. También nació en 1904, pero en Antioquia, de la sociedad que integraron Gabriel Posada, propietario de una droguería, y Valerio Tobón, quien trabajaba en esa droguería. Crearon la sociedad Posada&Tobón, que es hoy una de las empresas representativas del sector de bebidas, que poco a poco fue creciendo y creando nuevos productos que satisfacen la demanda de los colombianos.



Corona en sus 50 años cambió tres veces de manos y finalmente quedó en las de la familia Echavarría Olózaga, y se empezó a consolidar y a expandirse hasta ser la Organización Corona que hoy es.

 Foto: Archivo CEET