

Fecha: Jueves 19 de Abril de 2007	Medio: Sumas y restas	Sección: Data de Empresas
Página: -	Tipo de Medio: Newsletter	Formato: Comunicado



Topbrands desembarca en Uruguay

19/04/2007 Superbrands International encomendó a Topbrands Argentina, la tarea de concentrar las operaciones de Uruguay que se suman a Guatemala, Honduras y Costa Rica, lanzados en agosto de 2006. Para ello, Topbrands Argentina ha designado a Lucía Reyes como representante de sus operaciones en Uruguay. Reyes se ha desempeñado como Coordinadora de Publicidad para The Economist en Uruguay desde el año 2000 y cuenta con una amplia experiencia en branding. "Topbrands Uruguay nos representa un nuevo desafío, pero apostamos al desarrollo del branding en todo Iationamérica y esperamos seguir aprendiendo de mercados internacionales" agregó Horacio Filgueira, Presidente de The Topbrands Council Argentina y responsable de las operaciones para Guatemala, Honduras, Costa Rica y Uruguay. Superbrands, es una organización de origen británico que promueve la disciplina del "branding" en más de 50 países y ha reconocido a más de 7.000 marcas otorgándoles el status de "topbrand". En agosto de 2004 Superbrands Internacional inició sus acciones en Argentina y designó a World Press, representante en Argentina, Uruguay y Chile de: The Economist, The New York Times, Le Monde y Financial Times, entre otros medios internacionales, para desarrollar Topbrands. World Press convocó al publicista Horacio Filgueira, quien trabajó en Leo Burnett y McCann Erickson y regresó de Guatemala donde condujo la filial de DDB, para presidir el The Topbrands Council. Razones vinculadas al registro de marcas hicieron que en el mercado nacional la calificadora lleve el nombre de Topbrands en lugar de Superbrands, al igual que en Italia y España. En noviembre de 2005 se presentó el Volumen I de "El Libro de las Grandes Marcas" en la Argentina.