



COTIZALIA VANITATIS

el confidencial

Martes, 26 de agosto de 2008

Comunicación



PORTADA | España | Deportes | Comunicación | Opinión | Canales | Cultura | Ocio | Multimedia | Foros |

COMUNICACIÓN

El FMI se pone en manos españolas para 'dulcificar' su imagen en Latinoamérica

FMI, Llorente y Cuenca, imagen, campaña

@Redacción.- 27/08/2008

Deja tu comentario (0)

☆☆☆☆ (0/5 | 0 votos)



El FMI tiene un problema cuando se mira al espejo. Para verse mejor, pero sobre todo para que le vean mejor, el organismo internacional ha contratado su primera campaña de imagen a profesionales de la comunicación. Un encargo de categoría en el que la consultora española Llorente y Cuenca ha conseguido meter la cabeza, tras conseguir ser seleccionada para cubrir el área de actuación en toda la región latinoamericana. El contrato forma parte del concurso ganado por AMO, red internacional de comunicación estratégica y financiera, a la que pertenece la agencia española, y que también asesorará al FMI en Europa y África.



"Estamos convencidos de que nuestra red en América Latina, con siete oficinas propias y otras siete afiliadas, El economista jefe del FMI, Simon Johnson (Efe). aportará al Fondo Monetario Internacional el conocimiento local, la visión estratégica y la capacidad de implementación que una organización de estas características precisa", explica Olga Cuenca, presidenta y socia fundadora de Llorente y Cuenca. "Además, pondremos a disposición del FMI toda la experiencia que hemos acumulado con clientes regionales como Telefónica, Repsol, Microsoft".

El Fondo no ha terminado de concretar el presupuesto, pero asegura que estará entre 1 y 1,3 millones de euros. El portavoz del FMI, Masood Ahmed, afirmó ayer que "el coste está más que cubierto por los ahorros que estamos realizando" y defiende la contratación de agencias como una forma "de salir de Washington" (sede de la institución, acusada a menudo de perder el contacto con la realidad) y como un "compromiso para intentar mejorar la manera en que respondemos a las preocupaciones y críticas".

El FMI busca mejorar su reputación en muchos países en desarrollo, sobre todo en Asia, donde su imagen quedó golpeada tras la crisis financiera que sacudió a la región hace 10 años. El portavoz del organismo ha explicado a la agencia Reuters que "estamos comprometidos para intentar mejorar la manera en que respondemos a las preocupaciones y a las críticas sobre el Fondo. Reconocemos que para hacer esto tenemos que salir de Washington y (...) pensamos que la manera más efectiva es traer los conocimientos de firmas del sector privado que ya tienen una reputación global".

James L. Abernathy, presidente de AMO, añadió que "toda la red está muy complacida de poder contribuir al trabajo del equipo de relaciones externas del FMI en Washington, en su misión de extender su alcance tanto en países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo". Charles Fleming, presidente de AMO Francia, coordinará la estrategia global para el IMF, mientras que Jean Philippe Dorent, socio de Euro RSCG C&O para África, coordinará esta región. El equipo para América Latina estará dirigido por Luisa García, socia de Llorente & Cuenca y COO de América Latina.

La contratación de esta campaña coincide con el periodo de 'externalización' de las actividades emprendido por el propio FMI en nombre de la reducción de gastos. La institución depende de los fondos que aportan los países miembros, que se han reducido en 100 millones de dólares (cerca de 68 millones de euros) en el último año. Ante esta situación el FMI se ha aplicado sus propias recetas y ha ofrecido bajas incentivadas para deshacerse de 380 trabajadores, según informa la agencia Reuters.

☆☆☆☆ (0/5 | 0 votos)



RSS Delicious Technorati Fresqui Menéame Wikio

Hoy se habla de...

Amazon, Arzalluz, Atlético, Barak Obama, Broadway, Champions League, Ebook, campaña, convención demócrata

Pequeñas Tareas



Otras noticias de Comunicación

- [Londres busca utilizar a la BBC e internet para su propaganda contra Al Qaeda \(26/08/2008\)](#)
- [Elena Valenciano \(PSOE\) tilda de "repugnante" la cobertura informativa del accidente de Barajas \(25/08/2008\)](#)
- [Tras el 11-S, mil millones de árabes pasaron a ser sospechosos \(26/08/2008\)](#)
- [Los anuncios de las compañías de móviles engañan a los consumidores \(26/08/2008\)](#)
- [Los Juegos Olímpicos más vistos de la historia \(25/08/2008\)](#)

Noticias más leídas

- [Letizia no es el primer miembro de la familia real que se somete a un tratamiento estético](#)
- [Sin indicios de recuperación un año después: la crisis financiera irá a peor y durará mucho](#)
- [Un nuevo héroe ciudadano muere al ser agredido por tres jóvenes a los que había criticado por su incivismo](#)
- [El idilio entre Alonso y Ferrari toma fuerza](#)
- [Pedro Fernando: "No soy ningún mártir de la política"](#)
- [La policía no puede identificar los cadáveres de tres niños adoptados muertos en Barajas](#)
- [Piénselo dos veces antes de meterse en una cabina de rayos UVA](#)
- [Kirchner critica al Banco de España por su](#)