

Creadores de marcas deportivas se reúnen en Donostia para explicar sus casos de éxito y cómo hacer negocio creando afición.

13/06/2012

Las asociamos con emociones, con percepciones, con triunfos, con deportistas famosos... Son las grandes marcas, muchas de las cuales están vinculadas al deporte. Este jueves, 14 de junio, Mondragon Unibertsitatea, la Cámara de Comercio de Gipuzkoa y la empresa AZK reunirán en el Palacio Kursaal a expertos en "Branding Deportivo" -el proceso de hacer y construir una marca-, en este caso vinculada al deporte. El evento celebra su VII Edición, y esta vez se celebrará bajo el lema "Una marca que hace afición". Así, los ponentes de la Jornada sensibilizarán a los asistentes a través de sus casos de éxito sobre la necesidad de considerar la marca como un valor estratégico clave a la hora de competir en mercados cada vez más globales y complejos.

Y es que la necesidad de diferenciación en un mundo caracterizado por el exceso de competencia y homogeneidad en la oferta de productos, bienes y servicios, obliga a las empresas a gestionar su marca, basándose en experiencias, valores, emociones, etc. que perduren en la mente de sus públicos.

El objetivo es ofrecer a los asistentes diversas experiencias concretas de cómo abordar la gestión de la marca en ámbitos y sectores diferenciados con un denominador común: generar valor para que la empresa a partir de la creación y gestión estratégica traslade una imagen de marca sólida y creíble.

Así, el evento abordará la marca desde diferentes perspectivas: la de país/territorio, que tendrá como ejemplo a Andorra y el ski; la del branding social o de causa, con el ejemplo de Peio Ruiz Cabestany tras dejar el ciclismo, o la de asociar la marca a un deporte, con el caso de la empresa Pukas y el surf.

La Jornada y los ponentes

La jornada comenzará con la presentación de la misma (9:30 horas) a cargo del rector de Mondragón Unibertsitatea, Iosu Zabala; la directora de Innovación y Conocimiento de la Cámara de Gipuzkoa, Ana Ugalde y del socio fundador de AZK Dani Miguélez.

Tras la misma (9:45-11:00) tendrá lugar la ponencia principal, con Esteve Calzada, "Cómo gestionar una marca en el mundo del deporte", donde a través de su experiencia abordará tanto las marcas personales como de equipos y las estrategias para adaptar una marca al mercado internacional. Esteve fue director general de marketing del FC Barcelona (2002-2007), y es el actual consejero delegado y fundador de la empresa Prime Time Sport, entre cuyos clientes cuentan con Messi, Eto'o o Raúl, y autor del libro "Show me the Money! Cómo conseguir dinero a través del marketing deportivo".

A las 11:30 el gerente de la oficina de Turismo de Andorra, Betim Budzaku, abordará la marca desde la perspectiva de país. Con el título "Andorra/ski: la unión de marcas hace la fuerza", explicará el cambio de posicionamiento de Andorra como destino turístico con la idea de naturaleza y deporte ahora en su epicentro. Budzaku ha sido Director Comercial y Marketing de PortAventura (2008).

A las 12:00 horas y bajo el título "Branding con causa", el exciclista Peio Ruiz Cabestany explicará su experiencia como marca propia, y su ligazón hoy en día principalmente a temas sociales como con la ONG EtiopíaUtopía.

"EL surf, un deporte en auge", centrará la ponencia de Adur Letamendia (12:30), director de comunicación de Pukas e hijo del fundador -Iñigo-, quien explicará la trayectoria de esta empresa ligada al surf desde sus



inicios.

La jornada terminará con una mesa redonda sobre el co-branding o patrocinio, en la que participarán representantes de BAT Basque Team -marca que aglutina a los mejores deportistas vascos y que se crea con el objetivo de fomentar el deporte de alto nivel en Euskadi- como el piragüista Ekaitz Saies y de la marca Ternua, con Alberto Iñurrategi como representante.