

II jornada sobre marca e imagen organizada por Mondragon Unibertsitatea

05/08/2007

Mondragon Unibertsitatea celebra la **II Jornada sobre Gestión de Marca e Imagen** en la que expertos internacionales del sector analizarán la importancia de la marca para empresas y organizaciones en un claro contexto de internacionalización. El Kursaal de Donostia acoge desde las 09.15 horas de la mañana del jueves 14 el encuentro, coorganizado por **AZK Taldea** y con la colaboración de la **Cámara de Gipuzkoa**, en el que participarán como ponentes el gurú de la comunicación y la marca, **Wally Olins**, y el vicepresidente de ventas y marketing para Europa de KODAK, **Stéphane Liévain**, entre otros.

Tal y como señalan los expertos sobre el tema, la diferenciación es un aspecto fundamental hoy en día, debido tanto al exceso de capacidad productiva como al predominio de una oferta excesivamente homogénea que estandariza productos y servicios. Así las cosas, Mondragon Unibertsitatea ha decidido poner en marcha por segundo año consecutivo una jornada donde especialistas en la materia trasladarán a los ponentes lo que encierra el concepto de marca y lo que la marca puede suponer en la evolución e imagen de la empresa, algo que harán a través de la exposición de casos prácticos y de la explicación de las tendencias del mercado.

Esta segunda edición de la jornada **“Branding Aquí y Ahora”** aborda el valor de la marca en contextos internacionales. En opinión de los expertos existe una fuerte correlación entre los resultados financieros y la reputación corporativa. Aun más, a su juicio, la marca es uno de los pocos activos estratégicos que permiten el desarrollo de ventajas competitivas a largo plazo. **“La importancia de este activo aumenta en entornos cada vez más globales”**, señala en este sentido el gurú de la comunicación Wally Olins.

Expertos internacionales

La jornada dará comienzo a las 9,15 horas con la presentación de las tres instituciones colaboradoras. A ella asistirán el Rector de Mondragon Unibertsitatea, Iosu Zabala, Ane Ugalde de la Cámara de Guipúzcoa, y el director de AZK Taldea, Juanjo Brizuela.

Tras una breve introducción, a las 09.30horas, el actual presidente de Saffron y responsable del branding de marcas como Orange, Repsol, Prudential, Renault, Volkswagen, Vueling, Yoigo o Bankinter, y uno de los principales gurús de la comunicación y la marca a nivel internacional, Wally Olins hablará sobre “Branding: ¿Por qué hemos de creer en el branding?” donde abordará el valor competitivo de la marca, la globalización y la identidad del branding y cómo repercute en el mercado.

El responsable de KODAK en Europa, Stéphane Liévain, es otro de los ponentes destacados de la jornada. Liévain hablará sobre “La actualización de la marca histórica a nivel mundial”, en una ponencia en la que tratará aspectos como la reforma que ha experimentado KODAK y cómo hacer posible mantener la identidad de marca y actualizarse a la vez.

Posteriormente a su ponencia tendrá lugar una mesa redonda en la que participarán la directora de comunicación de Grupo Condesa, Amaia Olasolo, el director general de Bilbao Metrópoli 30, Alfonso Martínez y el gerente de Orbea, Miguel Ocaña. Todos ellos debatirán sobre la gestión de la marca en entornos diferenciados.

La jornada continuará con la sesión vespertina, que dará comienzo a



imagen5

las 16:00 horas. Bajo el título "Workshop conceptual y práctico: Crossmer: El consumidor de nueva generación y sus marcas afines. Investigación y tendencias". El sociólogo Víctor Gil, de The Cocktail Analysis, hablará sobre los rasgos de este consumidor de nueva generación y de las herramientas de investigación para hacer un seguimiento de la evolución.