

## IV jornada de branding. ¿Cómo puede la marca aportar más valor en tiempos de crisis?

15/06/2009

¿Cómo puede la marca aportar más valor en estos tiempos de crisis? Reconocidos profesionales del sector del branding darán respuesta a esta cuestión en el marco de una jornada que tendrá lugar el próximos jueves, 18 de junio, en el Kursaal de Donostia-San Sebastián en la 'IV Jornada de Branding Aquí y Ahora. Nuevos tiempos, otra forma de generar valor a través de la marca'.

La sesión, organizada por la Facultad de Ciencias Empresariales de Mondragon Unibertsitatea y AZK con la colaboración de la Cámara de Guipuzkoa, APG España e Innobasque, reunirá en el centro de congresos donostiarra a expertos del sector como Joan Jiménez (Social Branding), Jordi Jiménez (BrainVentures) y David Riu (BES La Salle) y contará con la participación de la Directora de Márketing de Tekniker- IK4, Itziar Cenoz, y la Directora de Promoción y Dinamización de Eusko Label, Alazne Uribarri.

Con esta jornada se pretende sensibilizar al mundo empresarial respecto de la necesidad de considerar la marca como un activo estratégico clave a la hora de competir en mercados cada vez más globales y trasladar a los asistentes diversas metodologías para abordar la gestión de la marca con el fin de generar valor para el cliente y la empresa.

Para ello, "reflexionaremos sobre los factores considerados como críticos para una óptima gestión de la marca en mercados cada vez menos tradicionales y más complejos", explican los organizadores de la Jornada.

### Ponencias, mesa redonda y taller

La jornada arrancará a las 9.30 de la mañana de la mano del rector de Mondragon Unibertsitatea, Iosu Zabala, el director de AZK, Juanjo Brizuela, y la Directora General del área de Promoción y Comunicación de Innobasque, Pilar Kaltzada.

El director del departamento de empresa y tecnología de BES La Salle y coautor del libro 'El nuevo Brand Management', David Riu, hablará sobre 'El reto de construir marca día a día'. A las 12.00 horas el socio fundador de BrainVentures, Jordi Giménez, hablará sobre 'La innovación en femenino'.

Sobre las 13.00horas se celebrará una mesa redonda en la que se debatirá sobre la 'Gestión de las marcas vascas en entornos diferenciados'. La sesión contará con la participación de la Directora de Márketing de Tekniker- IK4, Itziar Cenoz, como representante del ámbito industrial; y la Directora de Promoción y Dinamización de Eusko Label, Alazne Uribarri, que aportará su visión desde el ámbito de consumo.

Ya por la tarde, a partir de las 16.00 horas, se organizará un taller práctico bajo el título 'Tu marca eres tú' guiado por Joan Jiménez, de Social Branding, con el que concluirá la Jornada.



### Los ponentes

Joan Jimenez, Social Branding

Explorador del Branding, y de la comunicación 2.0 y creativo multidisciplinar, es autor de varias obras, como el e-libro sobre 2.0 "Cómo cocinar tu marca", "21 posturas para hacer el amor con tus clientes" o "Brandland, la fábula del nuevo mundo", del proyecto +brandguide, "la guía de marcas y personas que las lideran", de +brandworkmeeting, junto a Toni Mascaró y Marta Carballo y de Spoonch, "La marca de una actitud".

### **David Riu, director del departamento de empresa y tecnología de BES La Salle**

Es director del departamento de empresa y tecnología de BES La Salle. Doctor en administración y dirección de empresas por ESADE y formado en innovación y estrategia en el MIT Sloan.

Pertenece a numerosas asociaciones e institutos como experto en marcas, y es revisor en congresos académicos sobre esta materia.

Ha escrito y publicado tanto a nivel académico como profesional en medios nacionales e internacionales.

Profesionalmente siempre ha estado vinculado a las marcas como consultor de su planificación estratégica y comunicación para clientes de grupos de comunicación. Es coautor del reciente libro 'El nuevo 'brand management' publicado por Gestión 2000.

### **Jordi Gimenez, Socio fundador de BrainVentures**

Licenciado en Económicas, Empresariales e ITM.

Ha trabajado en casi todos los campos relacionados con el marketing. Su formación de base lo llevó a trabajar en investigación estratégica durante 10 años en diferentes consultoras, como leemas PRM internacional y Hamiltom IE.

Se introdujo en el mundo de la planificación estratégica publicitaria en Vinizius Y&R, donde durante cuatro años fue responsable de la estrategia de más de 20 cuentas, entre ellas Nocilla, LU, Bacardi, Alfa Romeo, Eecoembes, La Piara Solano, San Miguel, Bocadella, Casa Tarradellas, La Sirena, ABC, Avecrem, Nocilla Actimel, etc.

Hace un año fundó junto con Antonio Moneris y un grupo de planners el taller de Estrategia BrainVentures. Desde entonces ha dirigido proyectos de branding, innovación y gestión del conocimiento para compañías como Gallina Blanca, Schweppes, Panrico Donuts, Altadis y dentro de Euskadi para Seguros Lagunaro e IF perfumerías.

Ha sido consultor de nuevas empresas y emprendedores del programa Innova de la UPC y profesor de marketing en diferentes universidades públicas y privadas en Barcelona.

### **Alazne Urbarri del Olmo, Directora de Promoción y Dinamización de EUSKO LABEL**

Comencé a trabajar para Eusko Label hace 17 años, desde su inicio (1992). Primero como Consejo Regulador del Label Vasco de Calidad Alimentaria y posteriormente como Fundación Kalitatea, la entidad se creó y evolucionó con el principal objetivo de promocionar los productos agroalimentarios de calidad del País Vasco.

Desde entonces, he participado en su gestación y he ocupado diferentes puestos con diversas responsabilidades.

En la actualidad dirijo una de las dos áreas con las que cuenta. Tengo en mi equipo a 9 profesionales que se ocupan de la dinamización de subsectores agrícolas, ganaderos y pesqueros, la formación e información de los consumidores, la promoción de las ventas de los productos con nuestras marcas, la imagen corporativa y la comunicación interna y externa de la entidad.

Junto con el Dr. General del área de control, RRHH, jurídico y financiero gestionamos un presupuesto público de alrededor de 6 millones de euros anuales.

### **Itziar Cenoz, Responsable de Marketing del grupo IK4**

Itziar Cenoz es licenciada en C.C. Económicas y Empresariales por la

Universidad de Deusto y master en Executive Education por ESADE.

Últimamente ha trabajado como responsable de Márketing y Comunicación en Irizar S. Coop. Desde 2007 es la responsable de Marketing de Tekniker-IK4 y miembro de su consejo de dirección.

Itziar ha sido la encargada de poner en marcha el proceso de Marketing Estratégico en Tekniker-IK4, incidiendo específicamente en las decisiones de posicionamiento y promoción de la marca, la definición e implantación de la estrategia de comunicación y la gestión de las relaciones con las agencias y medios de comunicación.