

FORO DE MARCAS RENOMBRADAS

# LOS INTANGIBLES, EL 85% DEL VALOR DE UNA EMPRESA

La jornada CRE100DO pone de relieve la importancia de la marca en el desarrollo de las compañías

**Redacción.** CRE100DO, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, Actiu y de la Asociación de la Empresa Familiar de Alicante han analizado, junto a empresarios y expertos, el papel de la marca en la estrategia empresarial en la jornada 'La marca, un activo en la agenda del CEO', que se ha celebrado en el Parque Tecnológico Actiu.

Carlos Mira, director de CRE100DO, ha explicado que «la confianza generada por una marca y la relevancia que puede dar a una empresa es cada vez mayor». De hecho, según se ha puesto de manifiesto en la jornada, los intangibles suponen hoy en día el 85% del valor de una compañía. Por su parte, Ignacio Osborne, presidente del Foro de

Marcas Renombradas Españolas y del Grupo Osborne, inauguró la jornada asegurando que «la marca ayuda a las empresas del middle market a crecer. Es un elemento de diferenciador». «Las nuevas tecnologías han hecho que el consumidor pida cada vez más y quiera saber qué hay detrás de una marca, qué cultura tiene la empresa y cómo trata a las personas. Y eso ayuda, porque antes solo estaban los que tenían grandes presupuestos de publicidad».

El evento también ha contado con la presencia de Francisco Gómez, presidente de la Empresa Familiar de Alicante, y Vicente Berbegal, presidente de Actiu Berbegal.

Carlos Puig, presidente de Branward, ha asegurado que «hoy en día si no eres una marca, eres una mercancía. Es decir, tendrás que competir por precio», y ha continuado recordando que «a los consumidores no les importaría que desaparecieran el 75% de las marcas con las que interactúan a diario. Lo bueno es estar entre



Los ponentes contestan a las preguntas del público durante la jornada celebrada en Alicante. LP

el 25% que sí importan». Para ello, ha destacado que los cuatro retos que tienen por delante las empresas son «generar confianza, apostar por la cocreación, construir comunidad y crear contenido».

Por su parte, Carolina Pina, socia de Garrigues, ha expuesto las claves legales para proteger los intangibles en entornos cada vez más convulsos. «Tenemos que adaptarnos a las nuevas tecnologías, que son disruptivas. Tal es así que el producto interior bru-

to generado por nuevas tecnologías como big data, cloud computing... va a ser superior al PIB de China», ha afirmado. Por ello, «hay que diferenciarse y proteger los intangibles, y eso se hace a través de los registros».

Además, para finalizar la jornada, Ignacio Osborne, presidente de Grupo Osborne; Soledad Berbegal, directora de Comunicación y Estrategia de Actiu; Yolanda Tomás, CEO de Istobal; José Miguel Navarro, vicepresidente

de Gioseppo; y Pablo López, director general adjunto del Foro de Marcas han estado debatiendo sobre cómo la marca está ayudando a crecer a sus respectivas empresas.

En un mundo que, además de incierto y complejo, es global e hipercompetitivo, en el que a veces lo más difícil es lograr diferenciarse se expusieron cuáles son las principales fuentes de diferenciación y las principales ventajas competitivas de las compañías.

## BANKIA Y VALENCIA BASKET

### ACUERDO DE COLABORACIÓN POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO

**Redacción.** Bankia y el Valencia Basket Club han presentado en la pista Víctor Luengo de L'Alqueria del Basket la renovación por una temporada más del acuerdo que les une para transmitir a los jóvenes de la Comunitat Valenciana los valores del deporte y de la Cultura del Esfuerzo a través del apoyo de la entidad bancaria al deporte base y a la cantera del club que se desarrolla en L'Alqueria del Basket.

La relación entre estas dos entidades comenzó en la temporada 2014-2015, por lo que este programa inicia su quinta campaña con novedades como el proyecto 'Tu cole a L'Alqueria', que se une a otras iniciativas ya conocidas como el 'Triple Solidario' o la 'Tarjeta Bankia-VBC'.

En la rueda de prensa han participado el director corporativo de la Territorial de Bankia en Valencia y Castellón, Jaime Casas; la directora corporativa de Marca de Bankia, Silvia Bajo, y el consejero delegado del Valencia Basket, Paco Raga.

Ambas partes han realizado un balance positivo de los cuatro primeros años de vinculación y han hecho públicas algunas de

las novedades para esta quinta temporada de colaboración.

Además, en representación de Bankia, Jaime Casas y Silvia Bajo han realizado la entrega simbólica de un cheque por valor de 30.000 euros a Paco Raga. Con la aportación económica de Bankia se han realizado una docena de clínicas en los que se ha formado a más de 1.100 entrenadores.

Por su parte, Paco Raga le ha entregado a Casas y Bajo una camiseta conmemorativa de este acto con la leyenda 'Bankia 2014-2019', a la que ha seguido una foto de grupo con los representantes de Bankia, L'Alqueria del Basket y Valencia Basket, acompañados por los equipos alevín rojo femenino y alevín azul masculino de la cantera taronja.

El director corporativo de la Territorial de Bankia en Valencia y Castellón ha destacado que «Bankia quería estar cerca de la cantera, de sus entrenadores, de los jóvenes que se esfuerzan cada día en sus estudios y en el deporte y, por supuesto, de este club que poco a poco se ha convertido en un referente nacional e internacional».

## SALÓN DE LA FRANQUICIA

### IDEAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN SIF

Más de 200 enseñanzas internacionales y nacionales en Feria Valencia del 25 al 27 de octubre

**Redacción.** SIF, la Feria Internacional de la Franquicia, abre sus puertas con una oferta comercial de más de 200 enseñanzas, nacionales e internacionales, que ofrecerán del 25 al 27 de octubre en Feria Valencia oportunidades de negocio de todos los sectores económicos y ajustadas a todos los presupuestos.

La presencia en esta edición de marcas en expansión que cuentan con un alto reconocimiento, hace que las previsiones de negocio sean muy positivas. En concreto, ya han confirmado su participación marcas como Carlos Conde Peluqueros, Boss hoteles, La Colada, Alvatós, Telelavo, Fast Fuel o Ganamos Reciclando, entre otras muchas.

Uno de los sectores con mayor crecimiento en la muestra son las enseñanzas especializadas en el sector inmobiliario con la presencia de Century 21, Primer Grupo Inmobiliario y Outlet de Viviendas, en-

tre otras. Y como viene siendo habitual, las enseñanzas de alimentación y restauración son siempre las más numerosas. Tortilla's, Crepe Delicious, Goofretti, aperitivos la Real, Waffle Bubble, o las ya conocida tendencia de las food truck como El Kiosco, entre otras muchas, son las opciones de negocio de este sector. Asimismo, Suma Supermercados, Eroski, Carrefour Express y como novedad en esta edición, Japan Market, son solo algunas de las enseñanzas especializadas en alimentación que vuelven a SIF a mostrar su modelo de negocio.

Además, y como novedad en esta edición, se llevará a cabo durante los tres días de feria el Retail Future, un evento pionero en la Comunitat Valenciana organizado por el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana y la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo y que tiene como objetivo facilitar la digitalización de las pequeñas empresas del sector comercial.

Las conferencias versarán en torno a la transformación digital, la tienda on-line, los medios de pago, el e-commerce, el marketing digital, experiencia de cliente en el entorno digital, los marketplaces, ayudas, aspectos financieros, el big data, realidad aumentada, soluciones logísticas, Smart cities, la monitorización, entre otros asuntos.



Público asistente a la edición anterior del SIF. LP