



Emilio Llopis, de Garrigós & Llopis, es el impulsor de MARKETPYM'11. MANUEL MOLINES

MARKETPYM es un congreso dirigido a los directivos y propietarios de las Pymes. Se celebrará en febrero y el objetivo es exponer a los asistentes soluciones y estrategias para crear valor de marca en las pequeñas y medianas empresas de España. El foro surge a instancias de una consultora especializada en este tipo de organizaciones empresariales, Garrigós&Llopis. Levante-EMV colabora en la jornada.

MARKETPYM' 11

Crear marca en la Pyme

JOSÉ MIGUEL VIGARA VALENCIA

■ MARKETPYM es el primer fórum de marketing y comercialización para las Pymes, que se va a celebrar en Valencia el próximo 17 de febrero en el Centro Cultural Bancaja. Es una iniciativa de Garrigós & Llopis en su apuesta por ser el referente nacional de mercadotecnia para las Pymes. Levante-EMV colabora en esta jornada de trabajo, que contará con destacados profesionales de toda España, como ponentes y como asistentes.

Tal como señala Emilio Llopis, socio director del área de márketing y comercial de Garrigós & Llopis, MARKETPYM nace con el objetivo de mostrar una serie de experiencias de éxito de empresas, que en su momento fueron Pymes, para transmitir a

otras Pymes, soluciones y estrategias que permitan a los emprendedores crear valor de marca y acertar con sus proyectos de comercialización.

Emilio Llopis considera que el primer mito que tienen que desterrar las Pymes es que crear una marca consolidada y conocida en el mercado implica un gran gasto económico. No tiene porqué implicar un dispendio excesivo para el pequeño empresario. Entre otros aspectos, señala Llopis a *El Mercantil Valenciano*, porque las nuevas tecnologías, y en particular, Internet, brindan unas oportunidades de negocio enormes, en las que invirtiendo poco dinero se pueden comercializar productos y servicios en un mercado global, al tiempo que diseñar una imagen potente de

El Congreso se celebrará el 17 de febrero en el Centro Cultural Bancaja, es gratuito y va dirigido a directivos, dueños y profesionales de Pymes

Una de las apuestas principales del foro empresarial, en el que colabora Levante-EMV, será la edición de una Guía de Branding para las Pymes

marca, con una escasa inversión. Además, este directivo valenciano, que acumula una larga experiencia en el mundo de la publicidad y el marketing, y que es docente de diversas universidades y escuelas de negocio, subraya que no hay que confundir co-

municación empresarial y de producto, comercialización o mercadotecnia, acerca de una firma y de su surtido, con publicidad.

Hay Pymes para las que invertir en publicidad puede no ser rentable pero sí hacerlo en crear una imagen de marca mediante otras herramientas como las nuevas tecnologías e Internet, el reforzamiento de la red de ventas y de distribución, o la difusión de los valores de la empresa por parte de sus empleados en la comunicación interna y externa con otros empleados, proveedores y clientes.

En este contexto teórico, MARKETPYM ofrecerá las claves de cuáles deben ser las estrategias a seguir para que la innovación de la Pyme se materialice en una marca poderosa. Este conocimiento se ilustrará con casos de éxito de empresas innovadoras que han apostado por la creación de valor de marca y han pasado de ser Pymes a grandes compañías.

En esta primera edición, se hará especial hincapié en el concepto del *branding*. En márketing se denomina *branding* al proceso de desarrollo y creación de una marca líder en el mercado, una marca, que como afirma un experto en la materia, Rob Frankel, es percibida por el consumidor como la única solución a sus problemas, necesidades o demandas en un ámbito determinado. Con independencia de su producto, si el *branding* funciona, una Pyme puede obtener un posición privilegiada y de referencia frente a sus competidores si es capaz de generar, desarrollar, potenciar y hacer crecer este activo intangible que es la marca.

Este acontecimiento empresarial liderado por Garrigós&Llopis está impulsado por líderes empresariales para líderes empresariales. En particular, se insistirá en que la innovación, para que se traduzca en una fuente de éxito empresarial sostenible, debe de estar acompañada de un proceso de creación de valor de marca.

Por eso, en MARKETPYM van a intervenir los portavoces de empresas y marcas líderes como Fermax, Tous, IVI, Zinkia y Global Premium Brands, acompañados por los expertos líderes de Interbrand y Summa. Todo ellos explicarán cómo su apuesta por la mercadotecnia y la comercialización han sido la clave de su crecimiento. MARKETPYM ofrecerá las claves de cuáles son las estrategias para que una Pyme cree marca. El congreso que se celebrará en la Fundación Bancaja, es de carácter gratuito y va dirigido especialmente a los propietarios y directores generales de las pequeñas y medianas empresas.

Una de las apuestas principales de MARKETPYM será la edición de la Guía de Branding para la Pyme, que se distribuirá gratuitamente entre los asistentes. Esta iniciativa pionera cuenta con el apoyo de la Generalitat, el Impiva, el IVEX, la Cierval, la Asociación de Marcas Renombradas Españolas y la Asociación de Marketing de España.

MARKETPYM'11

1er FÓRUM NACIONAL DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN PARA LA PYME
LA CREACIÓN DE VALOR DE MARCA EN LA PYME

VALENCIA 17 de Febrero de 2011- CENTRO CULTURAL BANCAJA

UNA INICIATIVA DE:
Garrigós & Llopis
consultores asociados
www.garrigosyllopis.com