

Valor y marca: la batalla entre el corto plazo y el largo plazo

OPINIÓN

Hugo Paz Pastor
GERENTE GENERAL
STRATEGA
CONSULTORÍA



Hoy en día, es común escuchar la palabra “branding” o gestión de marca en sus distintos enfoques. Sin embargo, son pocos los que realmente comprenden la esencia de gestionar una marca, orientando de mala manera sus esfuerzos al aspecto publicitario o de di-

seño. Gestionar una marca va mucho más allá: se trata de identificar valores, procesos y atributos que nos hagan distintos y únicos, generando a través de ellos “una propuesta de valor” percibida por el cliente.

Philip Kotler conceptualiza la marca como “la promesa de proporcionar, de forma sostenible a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios”.

El gran problema es que normalmente la visión de

“La gestión de marca es un aspecto fundamental y necesario para posicionarse como una empresa de alcance global”.

corto plazo (ganar más dinero o hacer el menor esfuerzo) le gana la batalla a la visión de largo plazo (cultivar la marca y la propuesta de valor), y, por tanto, la gestión de marca se desvanece.

A continuación mencionamos algunos beneficios de

una adecuada gestión de marca:

-Incremento significativo del valor de la compañía.

-La compañía se vuelve más atractiva para los stakeholders.

-Una marca reconocida es uno de los mayores incentivos

de permanencia para los colaboradores de una empresa.

-Una buena marca atrae a más clientes y, por tanto, genera más ventas.

No se trata de elegir entre el corto y el largo plazo. Se trata de generar el equilibrio necesario para hacer sostenible el modelo de negocio. Cuatro pasos claves a tomar en cuenta en este proceso son:

-Definir claramente el modelo de negocio y la propuesta de valor.

-Alinear la estrategia de

gestión de marca con la estrategia de negocio.

-Ser coherentes entre lo que se planifica y lo que se ejecuta.

-Convertir a los colaboradores en los promotores de la marca.

Sin duda es un trabajo complejo y de largo aliento. Apesar de ello, la gestión de marca es un aspecto fundamental y necesario para una empresa que quiere dejar de tener alcance local, para posicionarse como una empresa de alcance global.

PLANES

El Quinde abrirá sus puertas en Talara con al menos 30 marcas

—Firmas serían las que ya operan en sus otros malls del país. También negocian con varias tiendas ancla y evalúan ingreso de un home center. Abriría en segundo semestre del 2015.

VANESSA OCHOA FATTORINI
vochoa@diariogestion.com.pe

JOSIMAR CÓNDOR JIMÉNEZ
josimar.condor@diariogestion.com.pe

El Grupo Ekimed sigue trabajando para incursionar en más ciudades del norte del país, y aunque su proyecto El Quinde Shopping Plaza Talara todavía requiere de licencias para su ejecución, la compañía ya negocia el ingreso de 30 marcas a este nuevo mall.

Enrique Melián, gerente general del grupo, dijo que las firmas interesadas son las que ya operan en sus otros centros comerciales y sostuvo que la propuesta en Talara tendrá un fuerte componente de entretenimiento con salas de cine. “Hemos tocado las puertas a las marcas que



Inversión. Mall demandaría US\$ 10 mlls. y abriría como power center.

EN CORTO

Planes en Ica. El Grupo Ekimed proyecta la construcción de un segundo nivel en El Quinde de Ica, proyecto que se concretaría en el 2016. Actualmente este mall estaría en un proceso de consolidación con una ocupación casi plena, a la espera de recibir algunas tiendas más.

tenemos en nuestros centros comerciales para preguntar si desean ir a Talara, y ha habido una respuesta bastante buena”, indicó.

Además, refirió que negocian con varias tiendas ancla y la coincidencia de sus planes de apertura con la inauguración del mall será determinante para decidir con cuál de ellas se llegará a un acuerdo. También se evalúa el ingreso de un home store.

El ejecutivo comentó que si bien el Grupo Ekimed dispone de tres hectáreas para el desarrollo del mall de Talara, este tendrá inicialmente un formato de power center, que incluirá un centro financiero.

“Es un centro comercial relativamente chico, pero el proyecto tiene para varias fases”, anotó, confirmando lo adelantado por **Gestión** (12.04. 2013).

Plazos

Melián estimó que El Quinde Shopping Plaza Talara abrirá en el segundo semestre del 2015; sin embargo, aclaró que la proximidad de la inauguración dependerá de diferentes factores.

En primera instancia, sostuvo que la celeridad en la entrega de las licencias será decisiva para avanzar con el proyecto y, en segundo lugar, la evolución del fenómeno de El Niño también determinaría la fecha de apertura del mall.

“El norte sufre mucho por este fenómeno. Para noviembre debería haber ya algunos efectos. Entonces, tenemos que ver lo que va a pasar”, anotó.

También se refirió al mall que opera en Cajamarca y sostuvo que aún cuentan con locales, aunque no para grandes tiendas.

MINERA

Newmont revisará opciones de desarrollo en mina Conga

El presidente y gerente general de Newmont Mining, Gary Goldberg, señaló que la empresa está haciendo una revisión completa de las opciones de desarrollo alternativo en Conga, evaluando una reducción en capital de desarrollo, especialmente en lo que corresponde al movimiento de tierra. En el Denver Gold Forum 2014 la empresa también dijo que Conga es un proyecto de alto valor y alto riesgo, y que actualmente se encuentra en etapa de prefactibilidad.

Yanacocha

De otro lado, indicó que en el segundo semestre Yanacocha tendrá una mayor producción de oro debido a que se producirán mayores leyes en la explotación del mineral. Sostuvo que en el primer semestre los costos registrados enfocados en Yanacocha llegaron a US\$ 531 millones.

La minera está explorando más áreas en Cajamarca como Chaquicocha y Quecher.

LAGUNAS NORTE

Barrick Gold producirá 610 mil oz de oro en La Libertad



Costos. Van hasta US\$680/oz.

El copresidente de la minera Barrick Gold Corporation, Jim Gowans, destacó que para este año la operación aurífera Lagunas Norte (La Libertad) produciría entre 570,000 a 610,000 onzas de oro. El directivo también precisó que los costos de producción de oro estarían en rangos de US\$ 640 a US\$ 680 por onza.

En el Denver Gold Forum (Estados Unidos), el directivo indicó que en Lagunas Norte se vienen haciendo trabajos de mejora en la productividad, así como optimización de perforación en la zona.

Gowans precisó que Lagunas Norte y otras cuatro minas auríferas representan el 60% de la producción de Barrick para este año.