

A/A del/a Director/a General:

Sirva el presente escrito para manifestar nuestro apoyo y colaboración de Interbrand en la investigación que está realizando la Universidad de Valladolid sobre la reestructuración de la cartera de marcas, más concretamente sobre la decisión de eliminación de marca dentro del proceso de transformación de la arquitectura de marcas de la compañía.

A partir de nuestra experiencia, consideramos que se trata de un tema de gran interés debido a la tendencia que hemos detectado en muchas compañías hacia una concentración de sus esfuerzos de marketing en un menor número marcas que gocen de mayor fortaleza para que puedan competir adecuadamente en mercados y economías globalizadas. La creciente presión para demostrar la rentabilidad de las inversiones de marketing también puede ser un factor impulsor de esta tendencia hacia la reestructuración de la cartera de marcas.

Creemos que esta investigación aportará nuevo conocimiento en el campo de la gestión de marcas y que puede contribuir al descubrimiento de protocolos de actuación que mejoren los procesos y los resultados de las políticas empresariales de transformación de su arquitectura de marcas. Es por ello que le animamos a Vd. o a otros miembros de su equipo a que colaboren en esta investigación participando en el panel de expertos que la Universidad de Valladolid está formando para el desarrollo de este proyecto.

Reciba un cordial saludo.

En Madrid, a 4 mayo de 2015.



**Nancy Villanueva**  
**Directora General**