



Panel de expertos – Reestructuración de la cartera de marcas

Estimado Sr./Sra.

En el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid estamos realizando un trabajo sobre la reestructuración de la cartera de marcas en el **marco de una tesis doctoral**. Más en particular, la tesis versará sobre una decisión que habitualmente hay que tomar en tal proceso de reestructuración: **la eliminación de una marca**.

Entendemos por **eliminación de una marca** el **cese de la comercialización de esa marca por parte de la empresa**. Tal cese puede ocurrir por múltiples causas y tomar formas muy diferentes. En el formulario que se adjunta con esta carta se incluyen algunos escenarios habituales de eliminación, junto con información adicional aclaratoria.

En este proyecto de investigación, cuyo interés está avalado por el Foro de Marcas Renombradas Españolas y por Interbrand (véase en el reverso las cartas de apoyo de estas entidades), tratamos de conocer, tanto las circunstancias que conducen a la adopción de este tipo de decisión, como los resultados de la empresa tras la eliminación de la marca. Actualmente estamos en la fase de planteamiento de un modelo teórico, en el que anticipamos posibles causas y resultados. No obstante, su validez sólo puede ser establecida con información de empresas que hayan pasado por esta situación, de ahí que nos pongamos en contacto con usted.

Con objeto de avanzar en la validación empírica del modelo planteado hemos decidido crear un panel de expertos. Para formar parte de él sólo hay dos requisitos: 1) manifestamos su voluntad de participar y 2) que en su empresa se haya dado en los últimos años algún caso de eliminación de una marca o se esté produciendo en este momento. Si ésta es su situación, rellene la hoja adjunta y envíenosla utilizando el sobre que le remitimos. También puede acceder al formulario y completarlo online en: <http://www.emp.uva.es/marca/>. **Su trabajo en la siguiente fase consistirá en cumplimentar un cuestionario breve (unos 15 minutos), que le remitiremos sólo si usted nos confirma su deseo de participar en este panel.**

Como contraprestación a su participación, y una vez adentrados en la fase de análisis de los resultados, nos comprometemos a enviarle:

- Un **resumen ejecutivo con los resultados más relevantes de la investigación**.
- Una copia de la **tesis doctoral**.
- Una **invitación¹ a un curso o jornada** sobre protocolos de actuación para llevar a cabo una eliminación de marca exitosa.
- Un **certificado emitido desde la Universidad de Valladolid** para que pueda incorporarlo en su memoria anual o en sus acciones de comunicación como prueba de sus actividades de RSC (responsabilidad social corporativa).

Transcurridos unos días desde la recepción de esta carta, nos pondremos en contacto telefónico con usted para confirmar si está interesado en colaborar en nuestra investigación y aclarar alguna duda si se le ha planteado.

Muchas gracias. Atentamente.

Víctor Temprano García (vtemprano@eco.uva.es)
Doctorando e Investigador del Área de Comercialización e Inv. de Mercados
Facultad de CC.EE. y Empresariales.
Avda. Valle Esgueva, nº 6, 47011 Valladolid.
Teléfonos: 983 185948 – 653 831686

Ana I. Rodríguez Escudero (ana@eco.uva.es)
Catedrática de Comercialización e Inv. de Mercados
Facultad de CC.EE. y Empresariales.
Avda. Valle Esgueva, nº 6, 47011 Valladolid
Teléfono: 983 184394

¹ Para usted o para el miembro de la empresa que usted designe.

Madrid, 27 de abril de 2015

Estimado Director:

Con esta breve carta el Foro de Marcas Renombradas Españolas quiere mostrar su apoyo la investigación que está realizando la Universidad de Valladolid sobre la reestructuración de la cartera de marcas, más en particular, sobre la decisión de eliminación de marca que ocurre con frecuencia como parte de esta reestructuración.

El tema es de gran relevancia en un contexto de mercado donde el *branding* tiene una importancia creciente, como también la tiene la demostración de la contribución que una marca aporta al valor de la empresa. Por ello, esperamos que la investigación se plasme en un trabajo de utilidad, obviamente académica –por el contexto en el que se realiza–, pero especialmente empresarial dada la falta de conocimiento sobre la materia y la cada vez mayor frecuencia con la que acae esta decisión.

Agradeciendo de antemano su colaboración, le saluda



Fdo. Miguel Otero Toranzo

Director General

Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE)

Interbrand

Creating and managing
brand value™

C/ Luchana 23, 4 ª P.
28010 Madrid
España

T + 34 91 789 30 00
F + 34 91 789 30 49
www.interbrand.com
www.brandchannel.com

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 de 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