

Especial / Especializaciones para ejecutivos



El marketing busca acercar los productos y marcas a los mercados objetivos, el branding se encarga de las estrategias que permiten crear una marca o producto. / Foto Istock.

Marca, más que recordación

Pensamiento estratégico, creatividad, prospectiva y visión empresarial son algunas de las competencias que el mundo exige hoy en el manejo de la marca de una empresa. En el país se ofrecen dos programas en gerencia de marca, uno en comunicación estratégica de marca en entornos digitales y otro en comunicación de marca.

■ Hoy en día las marcas juegan un rol definitivo, no solo en términos económicos sino en temas de responsabilidad social y formas de conectar con las personas", afirma Juan Carlos Ortiz, presidente creativo DDB Américas, una de las agencias de publicidad más grandes en el mundo y para quien una especialización en gerencia de marca resulta innovadora.

En Colombia, de acuerdo con el Sistema de Informa-

ción de la Educación Superior (Snies), dos universidades ofrecen especializaciones en Gerencia de Marca: la Universidad de La Sabana en Bogotá y la Universidad de Medellín.

"Si algo ha evolucionado dentro del mercadeo es el tema de branding. De ahí nace nuestra especialización, porque si bien en los posgrados de gerencia de Mercadeo incluyen su estudio en algunos módulos, no alcanza a ser ni un ocho por ciento en el currículo. Por eso, nos decidimos a ofrecerla, para responder a las tendencias del mercado", explica Julio Arturo Barrero, director de Programas Posgrados en el Área Comercial y de Servicio de La Sabana.

Razones similares llevaron a la Universidad de Medellín a ofrecer el posgrado. Para la institución educativa abrir una especialización en Gerencia de Marca es pensar en la formación de ese grupo estratégico que desarrollará marcas y ofertas que van más allá de la razón porque conectan, incluso, con la parte emocional del

cliente y con otros grupos de interés de la organización.

"La gestión de marcas exige concentración, dedicación y mucho análisis estratégico. Para muchos el branding hace parte del mercadeo, pero para quienes trabajamos la gestión de marcas, entendemos la relación al revés: el marketing hace parte del branding. Es la parte tangible, visible, "táctica". Mientras el marketing habla de estrategias para acercar los productos y marcas a los mercados objetivo, el branding se encarga de las estrategias que permiten crear esa marca o

producto, además de conectar con todos los grupos de interés de la organización", asegura Luisa Fernanda Montalvo, coordinadora de Posgrados de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín.

Yes que según los expertos y académicos, actualmente en el mundo existen dos grandes tendencias entorno a la marca. La primera es crear experiencias de exclusividad en torno a ellas, como el caso de Mercedes-Benz; y la segunda, busca acercar la marca a todo tipo de consumidor para así tener un mayor alcance. "Por eso, es que

los directores de marca están llegando a la gerencia general, porque la marca es la que entiende la cadena, desde la creación del producto hasta su situación financiera", afirma Barrero.

Es así como profesionales de todas las áreas han llegado hasta las aulas de La Sabana, pero en especial aquellos que se desempeñan en mercadeo, publicidad y medios, o como comunicadores, emprendedores o empresarios jóvenes que quieren adquirir las herramientas para construirla bajo los estándares del mundo moderno.

Perfiles similares llegan a la Universidad de Medellín, buscando, asegura Montalvo, fortalecer y aprender herramientas en liderazgo, en procesos creativos, administrativos y comunicacionales para estar en capacidad de utilizar recursos y estrategias de proyección frente a los cambios de su medio. "Nuestros egresados están en capacidad de generar puentes entre la organización, los clientes, los mercados y la misma competencia", explica la coordinadora.

Una de las diferencias entre las dos especializaciones es el Observatorio de Marca que tiene La Sabana en Bogotá. "Es una herramienta de evaluación de desempeño de algunas categorías de bienes y servicios alrededor de tres criterios: los montos presupuestales destinados para la estrategia que tocan la rentabilidad del producto; los efectos de la estrategia, en términos de ventas y participación de mercado; y los resultados de la estrategia en relación con el posicionamiento esperado y el top of mind del reconocimiento y el recuerdo de marca", explica Jaime Torres, profesor de la especialización.

COMUNICACIÓN DE MARCA

En la lista del Snies se muestran otros dos posgrados relacionados con la marca, que entienden la comunicación como una fortaleza en la construcción y el posicionamiento de una marca. Se trata de los programas que ofertan las universidades Autónoma de Occidente y Medellín: la especialización en Comunicación Estratégica de Marca en Entornos Digitales y la maestría en Comunicación de Marca, respectivamente.

La Autónoma de Occidente ofrece una especialización para profesionales interesados en el relacionamiento con los distintos públicos, a través de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y, a partir de un concepto unificador de marca. Además, para quienes estén interesados en conocer las dinámicas de las plataformas digitales y su aplicación, y demuestren una predisposición para la reflexión tecnológica y social del fenómeno digital.

Por su parte, la maestría virtual de la Universidad de Medellín ofrece a sus egresados una visión estratégica de la comunicación y de gestión de la información, que les permita intervenir en procesos de planeación, creación y desarrollo de estrategias de comunicación de marca en todo tipo de organización social, cultural, educativa, de productos o servicios, pública o privada.

HAY QUE CREAR UN LAZO ENTRE LA ORGANIZACIÓN, LOS CLIENTES, LOS MERCADOS Y LA MISMA COMPETENCIA.

CONOCIMIENTO DEL ENTORNO COMPETITIVO

La labor del ejecutivo en las compañías tiene hoy implicaciones cada vez más gerenciales que operativas, por lo que determinar el potencial de un mercado, evaluar el entorno y lo que esto conlleva, como conocer la penetración esperada

de un producto, continúan siendo aristas claves dentro del marketing. La Especialización en Inteligencia de Mercados de la Universidad de Los Andes enseña las habilidades, herramientas y el conocimiento para llevar a

cabo una investigación de mercados útil en una estrategia de mercadeo y pone a disposición del estudiante las tecnologías de la información que se requieren. Este programa está orientado para profesionales con al menos un año de

experiencia laboral, quienes estén proyectados en crecer en su carrera de mercadeo a través de la mejora de las competencias en marketing que generen valor y desemboquen en un desarrollo innovador y sostenible de la organización.