



Universidad
Complutense
Madrid

ME
store b

I FORO EN MARCAS DE DISTRIBUIDOR

Universidad
Empresa
Administración

PRESENTACIÓN DEL FORO POR
LA PROFESORA MARÍA PUELLES
GALLO, PRESIDENTA DEL COMITÉ
ORGANIZADOR
mpuelles@ccee.ucm.es

ADD
re brands

Campus de
Somosaguas
23 de octubre
de 2008



I FORO EN MARCAS DE DISTRIBUIDOR

Mi nombre es María Puelles, y soy profesora del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de esta universidad (UCM). Les hablo como representante del equipo que ha hecho posible que hoy estemos en este Primer Foro Internacional sobre MDD.



En primer lugar querría dar las gracias a nuestro Decano, D. Luís Perdices que no dudó un momento en venir a presentar este FORO cuando se lo propuse.

En función de un imprevisto de última hora y muy en contra de su voluntad el profesor Perdices no ha podido acudir y delega en forma plena su representación en el Vicedecano Profesor Jesús García de Madariaga.

El profesor García de Madariaga tiene el uso de la palabra.

.....

Muchas gracias Vicedecano sus palabras y aliento a esta iniciativa.



Quería agradecer también a esta Facultad y a la UCM en general el hacer posible esta iniciativa que pretende profundizar en el fenómeno de las MDD, de lo que suponen y de sus retos, con la ayuda de grandes expertos en el tema que aquí están reunidos.

En lo que respecta a la UCM, hace ya veinte años que un profesor de este Departamento, el Catedrático J.A.Puelles, comenzó a estudiar las primeras MDD que surgían en el mercado. Con el tiempo, estas MDD han ido creciendo en número e importancia dentro del panorama comercial mundial y, como es lógico, el número de interesados en el tema, dentro y fuera de la Universidad.



No podemos obviar su profundo impacto en el mercado, y no sólo para los que crean, gestionan e investigan las marcas. Día tras día, los medios de comunicación nos ofrecen noticias sobre lo que denominan las Marcas Blancas, aludiendo a sus orígenes. Hace tres meses, una reportera de una conocida cadena de TV vino a entrevistarnos sobre la importancia de esas Marcas en estos momentos de crisis.

He de decir que, lo que realmente quería era que afirmara ante la cámara que:

- El consumidor podía ahorrarse un 40% en su compra si la basaba en las MDD
- Las MF sucumbirían sin remedio ante el empuje de estas MDD.



Me ganó el talante docente y comencé a explicarle porqué aquello no podía afirmarse tal como lo planteaba, que había numerosas formas de expresión de las MDD y no todas basadas en el precio más bajo, que la calidad y la adecuación a los consumidores...

Tampoco, le dije, podía afirmarse que las MF estuvieran condenadas a desaparecer, ahogadas por las MDD, sino que todos tendrían que comprender este fenómeno y buscar las estrategias más adecuadas para seguir creciendo y mejorando.

Tras esto, puede comprenderse porqué estoy segura de que los quince segundos que salí en el telediario se los debo al encantador vestido que llevaba aquel día...



He contado esta anécdota para afirmar a continuación que nos encontramos ante el reto de comprender realmente este fenómeno, de intentar explicarlo y de prever los escenarios futuros que pueden suponer tanto retos como oportunidades para todos los actores implicados: Fabricantes, Distribuidores, Consumidores y, como no, Administración Pública.

Todos los presentes nos damos cuenta de la importancia de estas marcas, y por eso estamos aquí.



Quiero dar las gracias a todos los ponentes: académicos, fabricantes, distribuidores, a los de la Administración Pública y a esta élite que compone el público asistente, procedente también de estos ámbitos. Su presencia corrobora el gran interés económico y social del tema.

No quería dejar pasar la oportunidad de resaltar la labor de dos vocales del Comité Organizador con una labor ejecutiva en el evento las Profesoras Carmen Abril, de la UCM y Victoria Labajo de ICADE, sin cuyo concurso el evento no hubiera sido posible



Espero que este Foro sea el germen de

un proyecto estable de estudio
multidisciplinar e internacional sobre las
Marcas de Distribuidor en la actualidad y
en el futuro

y que respondiendo a su denominación de I
FORO, pronto exista un II porque este
marco

Academia- Empresa- Administración

Es, sin lugar a duda, el adecuado para tratar
sobre MDD y sólo acaba de empezar .



Gracias nuevamente a todos. Es el momento de dar la palabra a los ponentes académicos, Gérard Cliquet de la Universidad de Rennes, Dirk Morschett, de la Universidad de Friburgo, Jonathan Reynolds de la Said Business School de Oxford y D. Rafael Pascual Camino, portavoz del grupo GUIA–MDD de la UCM, que han tenido la amabilidad de venir a ponernos al día de la realidad de las MDD en sus respectivos países.