

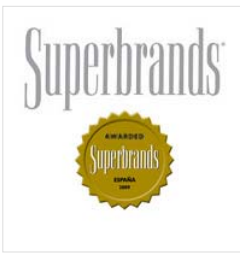


Última hora Yahoo! Publisher Network se despide de Europa

Noticia | Branding

## Superbrand 2009: Los expertos valorarán las grandes marcas españolas

Publicado 27-01-2009 por Redacción



**Increase Sales**  
Increase Your Sales Up to 20%!  
Get Your Online Store Profitable Today  
Partners.Winbuyjer.com

**¿Busca Trabajo?**  
Trabaje desde su casa. Ingresos extras, tiempo completo o parcial  
[www.trabajajortucuenta.com](http://www.trabajajortucuenta.com)



Más de 1500 marcas registradas en España serán, a partir de ahora, evaluadas por un consejo de expertos que forman la organización Superbrand

El consejo esta compuesto por expertos independientes y voluntarios, verdaderas autoridades en el panorama de las marcas que operan en España. Los miembros del consejo provienen de marcas reconocidas, agencias vinculadas a las distintas disciplinas del marketing y de las principales universidades y escuelas de negocios españolas.

En cada país un Consejo de expertos locales es elegido para evaluar cuales son las marcas mas destacables de cada país. Los miembros del consejo lo forman especialistas provenientes de marcas reconocidas, agencias vinculadas a las distintas disciplinas del marketing, y miembros de las principales universidades y escuelas de negocios españolas. Su conocimiento del panorama empresarial local garantiza que sólo las marcas más excepcionales sean reconocidas como Superbrands.

Ramiro Lahera, Director de Marketing y Patrocinios Madrid 2016; Rubén Espinosa, Director de Marketing Metrovacesa; Clara Bartra, Directora de Marketing Corporativo Gallina Blanca Star; Laurence Fontinoy, Directora Marketing Google; Paulino Moraleda, Director de Marketing Bwin Spain; Jesús Encinar, Fundador y Presidente Idealista.com; Juan Ramón Silva, Director General de Área de

Marketing Acciona; Marta Colomer, Directora de Marketing Nutrexpá; Pilar García Miranda, Presidente Draft FCB; Jacobo Benbuñán, Presidente Saffron; Fernando Prado, Socio Director General Reputation Institute; Teresa Serra, Directora de Área Marketing Instituto de Empresa; Julián Villanueva, Director de Área de Marketing IESE; José María Cubillo, Director de Área de Marketing ESIC; Juan Miguel Frade, Presidente My Brand; Pedro Merino, CEO Initiative Media; Frank Martínez, CEO Profero; André Stalman, Director General of Cato Partners Europe; Alberto Delgado, Presidente Roatan y Miguel Espirito-Santo Figueira, Director de la División Internacional R&C son los diferentes miembros que forman este consejo de profesionales en nuestro país.

Las marcas elegidas podrán utilizar el sello de Superbrands en su material de marketing. El sello Superbrands certifica la excelencia de la marca y ha tenido una gran acogida en todos los países tanto por parte de las marcas como de los consumidores.

Las marcas elegidas como Superbrands serán invitadas al gran evento de presentación de Superbrands 2009. A nivel internacional estos eventos han sido reconocidos como 'los Oscars de Branding'. El evento ofrece una oportunidad insuperable de 'networking' para los profesionales de marketing.

### Acerca de Superbrand

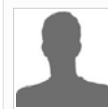
Presente en más de 80 países, [Superbrands](http://www.superbrands.com) es la principal autoridad mundial independiente en el campo del 'branding' y el Marketing de Marcas.

Superbrands cumple una importante labor en el sector empresarial, ya que identifica, evalúa y premia las marcas más prestigiosas de cada país con el fin de promover excelencia en la disciplina del branding.

Para una marca ser una Superbrand es un símbolo de reconocimiento a su éxito en el mercado. Además fortalece el posicionamiento y añade valor a la marca con respecto a su competencia como elemento diferenciador.

Desde sus comienzos en Londres en 1994, Superbrands ha lanzado programas en los principales mercados internacionales organizando eventos de presentación en todo el mundo, publicando más de 200 libros como el "[Libro de las Grandes marcas](#)" y casos de más de 10000 marcas que han hecho de Superbrands la principal autoridad independiente en "branding" en todo el mundo.

Tags de este contenido: [marcas](#), [marketing](#), [branding](#), [premio](#), [eventos](#), ...



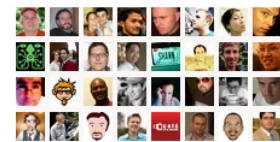
Autor del contenido

**Redacción**  
(España)

[Ver el perfil de este usuario](#)

PUBLICIDAD

**PuroMarketing**  
siguenos en  
**twitter**



[twitter.com/puromarketing](http://twitter.com/puromarketing)

### Otros titulares

Opinión [Publicidad](#) / [Branding](#)

#### MERCADONA: No es Oro todo lo que reluce

Publicado por [Redacción](#) | [Comenta esta noticia](#)

No es ningún secreto comentar a estas alturas que el éxito comercial de Mercadona en los últimos años se debe a...

Artículo [Publicidad](#) / [Branding](#)

#### Las Mejores Marcas Minoristas de EEUU 2009

Publicado por [Redacción](#) | [Comenta esta noticia](#)

El estudio de Interbrand destaca las 50 principales marcas minoristas estadounidenses, situando a Walmart en la cabeza del ranking, seguida por...

Artículo [Publicidad](#) / [Branding](#)

#### Yokoso Japón: Apuntes de Branding

Publicado por [Redacción](#) | [Comenta esta noticia](#)

Nada más desembarcar en el aeropuerto de Tokio lo primero que atrajo mi atención fueron los enormes letreros de la campaña...

Artículo [Publicidad](#) / [Branding](#)

#### Interbrand presenta el ranking de las mejores marcas de lujo

Publicado por [Redacción](#) | [Comenta esta noticia](#)

El informe de la consultora de marcas Interbrand estudia cómo las principales enseñanzas del complejo sector del lujo crean valor de...

Compártelo:

Imprimir Documento pdf Recomendar este artículo

## Comentarios

No existen comentarios

## Publicar comentario

Nombre o Alias

Email. No será publicado ( Requerido )

Url Website

Inserta aquí tu comentario

 **CA2BP** CÓDIGO

Los artículos publicados no expresan la opinión de <http://www.puomarketing.com> sino la de sus autores. Los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido y/o autoría. Se permite la reproducción total o parcial del material, siempre que se cite claramente el nombre de la fuente (<http://www.puomarketing.com>), el nombre del autor, el título del artículo y la URL (<http://www.puomarketing.com/>), tanto en medios impresos como en medios digitales. En el caso de reproducciones totales en medios digitales, todos los créditos deberán figurar tanto en el encabezado como en el pie del texto reproducido. En ningún caso deberá incluirse el signo © (Copyright).

[Conceptos del Marketing](#)  
[Foro de Marketing](#)  
[Negocios y Empresas](#)

[Diccionario Marketing](#)  
[Libros y Publicaciones](#)  
[Publicidad](#)

[Directorio Marketing](#)  
[Marketing](#)  
[Tecnología](#)



[Estrategia](#)  
[Marketing Digital](#)  
[Videos](#)

[Eventos](#)  
[Medios](#)

**Recursos** [Foro](#) [Directorio](#) [Comunidad](#) [Encuestas](#)

publicidad PERIÓDICOS ONLINE **openflavor** Factoría de Periódicos Digitales  
 La solución para crear su propio medio de comunicación

**a plus**  
 FIELD MARKETING

[Cartas al Director](#) [Quiénes somos](#) [Contacto](#) [Publicidad](#)  [RSS](#)  [netvibes](#) Puro Marketing en: [Ya](#) [Yahoo](#) [AOL](#) [Exalead](#) [Altavista](#) [MSN](#) [searchmash](#) [Google](#) [alltheweb](#)

Puro Marketing Diario digital sobre Marketing y Publicidad en Español - Todos los derechos reservados Powered by [Openflavor](#) Periódicos Online © 2008 [Legal](#) [Privacidad](#) [Ayuda](#)

Pla  
 lik  
 th  
 big g



**Win 8**  
 PARTNER PROGRAM

partners.win  
 Anuncios