

# PROGRAMA JORNADA ONLINE

## “El Poder de la Marca para la Internacionalización”

17 de abril de 2020

**08:45 h Inicio de las Conexiones a la Plataforma de Videoconferencia ZOOM**

**09:00 h Bienvenida y Presentación de los Ponentes**

D. Manuel Álvarez Fernández  
Director del Área de Internacional, Turismo y Formación  
Cámara de Comercio de Cádiz

**09:05 h El Poder de la Marca para la Internacionalización**

- La dimensión cultural de la marca y aspectos críticos:  
Relato e identidad (verbal y visual)
- Ventajas y potencialidades de la marca en el proceso de internacionalización:  
Un cante de ida y vuelta
- Claves para el viaje: análisis previo, estudio de tendencias, la importancia del diseño y detección de oportunidades de posicionamiento
- Actores y procesos: la gestión del diseño y el branding para internacionalización
- La marca vive: cómo observar la marca implantada y vigilar su salud

**12:00 h Fin de la Jornada**



## PONENTES

### Rosa Muñoz

Consultora de marca para la internacionalización en ohayō. Es especialista en tendencias en diseño de producto agroalimentario, producto de hábitat y artesanía. Puso en marcha el Observatorio de Tendencias de Surgenia y dirigió la realización de los informes Gastrotendencias (2010) y Habitendencias (2012) sobre estilos de vida, diseño de producto, estrategias de comunicación y conceptos de distribución para los sectores agroalimentario y hábitat. Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercados. Máster en Gestión Internacional de la empresa. Destaca su trabajo como Técnico de Comercio Internacional en el departamento de Hábitat de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio y dentro del equipo de Marketing y Ventas de Fagor América (EEUU). Actualmente también ejerce como profesora de japonés y cultura japonesa en la Universidad de Córdoba. Su vocación internacional y su capacidad de conexión con otras culturas se refleja en sus colaboraciones con iniciativas diversas de difusión de la cultura extranjera como son sus artículos sobre arquitectura para la Revista Eikyō.



### Ignacio Collado

Es consultor y comisario de marca y de proyectos culturales. Posee una amplia trayectoria que va ligando diferentes aspectos de la cultura y la comunicación visual, sumando la experiencia en proyectos de diseño: editorial, digital, audiovisual, identidad y marca, la participación en la creación de eventos y comisariados artísticos, y el asesoramiento en imagen de empresa.

Esta perspectiva provee a Ignacio de unos recursos y una visión que sincroniza con el nuevo paradigma, según la cual, la marca necesita de un relato consciente capaz de concretarse en una cultura propia, que armonice e integre a sus diferentes actores, e implemente otras formas de relación y participación. Visión que reúne con la experiencia en investigación de tendencias, gestión del diseño y proyectos internacionales de Rosa Muñoz para edificar juntos la consultora ohayō. Previo a este encuentro Ignacio fundó en 2002 junto con Pablo Gallego "estudio é", un estudio de diseño gráfico y comunicación visual con proyección nacional, una trayectoria de más de 12 años y amplio reconocimiento. La experiencia acumulada anteriormente en Arketipo Multimedia, Televisión Municipal de Córdoba y la Filmoteca de Andalucía han sentado algunas de las bases de este perfil.

