

Nota de prensa

21 de marzo de 2013

PLANETA MARCA

La forma sencilla de saber por qué las marcas pueden ser el activo más valioso de su empresa. Y qué hacer para que, de verdad, lo sean.

Tras más de treinta años en publicidad y consultoría de marcas, **Ignacio Ochoa** autor del segundo libro publicado por **Pearson** ("Esto tiene buena pinta" 2012) **Planeta Marca**, nos cuenta, *"He tenido la fortuna de trabajar, en periodos de diferente duración, para prestigiosas empresas y marcas de distintos sectores de la industria. En unos casos de manera personal, constante, diaria, y en otros desde la supervisión de trabajos de estrategia de marca, de marketing y publicitaria o comercial; en muchas ocasiones, de ambas formas.*

*De todas he aprendido lecciones muy importantes y por ello les estoy muy agradecido; de alguna manera me encuentro en deuda. Para equilibrar un poco la situación, dedico este libro a todos estos **Planeta Marca**, unos corporativos, otros comerciales".*

Entender adecuadamente la importancia de una marca obliga a que el emprendedor, el empresario o cada empleado gestione adecuadamente la marca de su empresa o de sus productos.

Planeta Marca, equipara al mundo de la Empresa y su Nombre con el mundo de los planetas, en especial con el nuestro, el planeta Tierra, contempla sus diferentes divisiones y elementos (núcleo, subsuelo, continentes, flora, fauna, etc.) y las asemeja a las diferentes secciones en que se puede dividir a una empresa y sus productos (modelo de negocio, fábrica, tiendas, envases, logos, símbolos...).

Lo de considerar a la marca como un planeta ¿nos puede ayudar a entender y gestionar el branding? Posiblemente sí. Planeta Marca nos trae un poco de aire fresco.

El autor propone un reto imaginativo, aderezado con experiencias propias, (acumuladas después de trabajar para más de 120 marcas) y otras ajenas, para comprobar cómo las marcas de todo tipo de productos y servicios, no sólo los mitos, se integran en nuestra vida acrecentando nuestra estima por ellas, su permanencia en el mercado y su valor económico.

Disponible ya en librerías.

Sobre el autor:

Ignacio Ochoa Santamaría es publicitario y consultor de marca y marketing. Estudió en Inglaterra y Estados Unidos y ha dirigido agencias multinacionales (JWT y BBDO) además de la suya propia, que fundó en Madrid en 1991 (DFVO).

Sobre Pearson:

En Pearson nos tomamos el aprendizaje como algo personal. La formación y los recursos que ofrecemos están disponibles tanto en forma de libros como en formato online, y en muy diversos idiomas, ayudando a que las personas aprendan dónde y cómo quieran.

Pearson es la compañía de servicios y contenidos educativos más grande del mundo. Nuestro portfolio incluye Penguin, Dorling Kindersley, Financial Times y nuestra empresa educativa, Pearson International. Además, contamos con sellos editoriales como Longman o Prentice Hall, que combinan sus más de 150 años de experiencia en enseñanza con las nuevas metodologías online para estudiantes.

Ofrecemos servicios de aprendizaje y evaluación en más de 60 países. Y con productos como MyLabs, estamos cambiando la forma de aprender alrededor del mundo.

Creemos en el poder del aprendizaje para abrir puertas, para cambiar vidas, para construir sociedades y ofrecer esperanza y oportunidades; porque dondequiera que florezca el aprendizaje, también lo harán las personas.

Puede encontrar más información sobre la compañía en www.pearson.es

También puedes seguirnos en [Facebook](#), [Twitter](#), [Google+](#) y [LinkedIn](#)

Para más información o solicitud de ejemplares:

Julia Ayuso Arroyo

Correo electrónico: julia.ayuso@pearson.com

Teléfono: (+34) 913 828 300