

## Destacados profesionales nacionales e internacionales participarán en el 12º Congreso de AECOC.

**Al encuentro asistirán más  
de 700 altos directivos de  
fabricación y distribución.**

Los temas que se abordarán en esta convocatoria son:

- El Euro: definición de un nuevo marco para la empresa
- Liderando el cambio
- El consumidor y el valor de las marcas
- ECR: trabajando juntos para satisfacer al consumidor.
- Los campeones ocultos: pequeños gigantes.

### Las figuras internacionales



**JACK  
TROUT**

"El Posicionamiento es la batalla por conquistar la mente de los clientes"  
"Si usted no es el número uno, cree una categoría en la que pueda ser el número uno"  
"La sencillez es la sofisticación suprema"

Jack Trout, experto en marketing estratégico, ha revolucionado con sus teorías las prácticas competitivas del mercado. Ha sido un adelantado. En un mundo saturado de ofertas, ha visto antes que nace que "lo más importante es resolver la problemática de competir eficazmente".



**DAVID  
AAKER**

"La marca es un activo estratégico y la principal fuente de ventaja competitiva"  
"Las marcas son la base de una ventaja sostenible para la mayoría de organizaciones"

David Aaker es un maestro, un gran conocedor del poder de las marcas y la publicidad en la estrategia empresarial. Profesor de Marketing en la Haas School of Business de la Universidad de California en Berkeley y consultor de empresas en Estados Unidos, Europa y Japón, es además autor de varios libros de gran divulgación, entre los que destacan "Gestión por valor de la marca" y "Cómo construir marcas exitosas".



**GEORGES  
CHETOCHINE**

"Estamos entrando en una era de grandes conflictos para la distribución"  
"Dentro de 5 o 7 años los hipermercados tendrán inmensos problemas"

Georges Chetochine es uno de los más destacados especialistas europeos en estrategias de marketing y fórmulas de distribución. Director del Georges Chetochine Conseil (Francia) y presidente del Instituto Internacional de Comunicaciones, Marketing y Distribución, gracias a su experiencia como asesor, consultor y docente ha desarrollado teorías, técnicas y modelos propios de extensa aplicación en el marketing de hoy. Estas teorías las

## CONGRESO AECOC '97

### AVANCE DE PONENTES

David Aaker	Profesor de Marketing en la Universidad de Berkeley (EE.UU.)
José Azuá	Socio-consultor de Arthur Anderson y Ex-Vice Lehendakari del Gobierno Vasco.
Ignacio Aranguez	Covap
Antonio Carcedo	Presidente de MCC.
Georges Chetochine	Presidente de Georges Chetochine Conseil (Francia).
Pedro Chicharro	Director general del Banco Santander.
Eustasio Cobres	Director general de Dialco.
Jon Dufek	Presidente Kroger Supermarkets.
Esteban Ferrero	Director general de DOUWE EGBERTS.
Francisco Fernández-Mayán	Consejero delegado de Gallina Blanca y Co-presidente ECR España
Ignacio Larracedas	Director general de Johnson & Johnson
Francisco León	Merkamuebe
Antonio García de Castro	Director general de Instituto San Telmo.
Antonio Moneris	Vicepresidente de AECOC y consejero de Henkel.
José Luis Nledo	Profesor de IESE
Fernando Redés	Consejero delegado Media Planning.
Jaime Rodríguez	Director General de EUROMADI
Juan Roig	Presidente de AECOC y presidente de MERCADONA.
Juan A. Santoyo	Consejero de Pryca.
Ramón Tamames	Catedrático Jean Monnet de la Unión Europea.
Gian Franco Santoni	Director general de NUTREXPA
Ávaro Jaboadá	Director general de Superdipto
Jack Trout	Presidente de Trout & Partners.
Juan L. Viarueva	Covap
Tom Wyner	Presidente ejecutivo de J. Sansbury (G.B.)