

Nota de prensa

“Las compañías tienen como objetivo hacer un mundo mejor y debemos trabajar para que los consumidores, la sociedad, estén al centro”

- **21 de octubre de 2021**
- **Webinar Desayuno CEDE ‘El futuro lo escriben las marcas meaningful’ con Carmen Fernández de Alarcón, CEO de Havas España**
- **Miguel López-Quesada, presidente de la Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM), ha presentado el Webinar. La moderación ha ido a cargo de Pilar Girón, presidenta de International Women’s Forum Spain**

Carmen Fernández de Alarcón, CEO de Havas España, ha sido la ponente invitada en el Webinar Desayuno CEDE de este 21 de octubre organizado por la Fundación CEDE-Confederación Española de Directivos y Ejecutivos. Con el título **‘El futuro lo escriben las marcas meaningful’**, el Webinar ha transcurrido de 9h a 10h.

Miguel López-Quesada ha agradecido poder participar en el Desayuno CEDE, ha presentado a la ponente y ha destacado que fue seleccionada en 2019 como una de las 100 mujeres líderes de España en la categoría de Alta Dirección.

Carmen Fernández de Alarcón ha centrado su discurso en el estudio ‘Meaningful Brands’, que explora cómo las marcas ayudan a mejorar tangiblemente la vida de las personas. El estudio se realizó durante el tercer trimestre de 2020. Ha empezado su discurso exponiendo que **“ser Meaningful es más importante que nunca”**, ya que los consumidores esperan más valor a largo plazo de las marcas. Por otro lado, ha detallado que **“el complicado contexto social y cultural acrecentado en 2020, ha impactado significativamente las prioridades de los consumidores y su comportamiento”**.

A continuación, ha comentado los datos más relevantes que ha podido extraer del estudio, entre ellos, **“el 73% de los consumidores piensa que las marcas deben actuar**

por el bien de la sociedad y el planeta”, también ha afirmado que los consumidores no solo esperan ese comportamiento, sino que también están dispuestos a pagar más.

La CEO de Havas España ha proseguido su discurso explicando que el 71% de los consumidores cree que las marcas no cumplen con las expectativas de la sociedad. Esta desconfianza en las marcas hace que hoy en día estemos en **‘The Age of Cynicism’**. Por otro lado, ha expuesto que en los países más emergentes y menos maduros, la desconfianza es menor, mientras que en los países más maduros, esta desconfianza es mucho mayor.

A continuación, ha planteado la gran pregunta del encuentro: **¿Cómo podemos construir una marca meaningful que sea realmente relevante para los consumidores?** Según ha explicado, la respuesta está en tres pilares: **los beneficios personales, los beneficios funcionales y los beneficios colectivos**.

La ponente también ha destacado la importancia de conectar con las personas y la sociedad, ha afirmado que **“el 77% de los consumidores espera que las marcas sean responsables en tiempos de crisis”**. Por otro lado, ha destacado que **“ser meaningful te retorna en el negocio”** y ha afirmado que **las marcas comprometidas con la sociedad superan al mercado bursátil en 10 años**.

Finalmente, la ponente ha cerrado su discurso lanzando un mensaje claro: **“las compañías tienen como objetivo hacer un mundo mejor y debemos trabajar para que los consumidores, la sociedad, estén al centro”**.

En el turno de preguntas, la ponente ha destacado que el momento actual que estamos viviendo es clave para las marcas meaningful, **“deben demostrar que no solo dicen, sino que también hacen”**, ha afirmado. También ha declarado que, gracias a la **Inteligencia Artificial**, se pueden entender mejor las dinámicas culturales que definen el futuro y entender mejor al consumidor. Finalmente, ha declarado que **“la mejor manera de crear valor a largo plazo es cumpliendo con las expectativas que tiene el consumidor y tener una estrategia y una comunicación que impacten”**.

Pilar Girón ha moderado las preguntas y ha clausurado la sesión agradeciendo el discurso de Carmen Fernández de Alarcón y a todos los asistentes.

El Desayuno ha sido posible gracias a la colaboración de Suez y a la colaboración tecnológica de Deloitte.

Sobre la Fundación CEDE-Confederación Española de Directivos y Ejecutivos

La Fundación CEDE, presidida por Isidro Fainé, integra a 37 asociaciones que representan a más de 155.000 directivos. Contribuimos a la creación de espacios para compartir, dialogar y reflexionar sobre temas que puedan interesar a los empresarios y directivos de este país.

Para más información:

Martina Rendé - M.- 633.971.294 - mrende@directivoscede.com