



*Mtro. Ramón Matos
Tax Advisor
Docente Grado, Maestrías, UASD
Ram Consultores & Asociados, SRL
Audit – Taxes - Accounting*

El Branding como herramienta Corporativa.

El *Branding* es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo. Es la gestión global de todos los elementos tangibles e intangibles que rodean a la marca con el fin de construir y transmitir una promesa que será clave.

Entre éstos se incluyen la imagen corporativa, los colores empresariales, la identidad corporativa y las normas de estilo empleadas en la comunicación general de la empresa. Todas estas acciones influyen y determinan el Valor de Marca, logrando su carácter distintivo, relevante y sostenible en el tiempo. El objetivo de desarrollar un *branding* acertado será extender la marca en el mercado, posicionarla como un referente y ubicarla en la mente de los consumidores de forma directa o indirecta.

El **branding corporativo** es la forma en que una marca se define, con el objetivo de ser reconocida por el público en base a unos conceptos o ideas. Para ello, utiliza los eslóganes u otros materiales publicitarios.

Branding corporativo: Aspectos esenciales. De los aspectos que van a tener protagonismo en la gestión del branding corporativo, los factores que van a determinar nuestra imagen de empresa son:

- Símbolos y signos: identidad corporativa, logos e identificadores, tipografía
- Elementos y espacios físicos y virtuales: stands, puntos de venta, web corporativa, en definitiva, el aspecto externo de nuestra empresa.
- Elementos y recursos humanos: conducta del personal, su trato y formas de actuación, el tipo de relaciones establecidas o incluso su aspecto.
- Productos y servicios ofertados: embalaje y etiquetado, envase, precio, también las formas de venta off y online.
- Comunicación a nivel externo e interno: campañas publicitarias, políticas de patrocinio o relaciones con los medios de comunicación; pero también las revistas de empresa, intranets, chats corporativos, etc.

El branding está compuesto por cinco elementos:

1. Naming, o creación de un nombre
2. Identidad corporativa
3. Posicionamiento
4. Lealtad de marca
5. Arquitectura de marca

¿Por qué es importante el Branding?

Para saber primero que es el branding, tenemos que comprender lo que significa la marca de una organización. La marca es lo que nos distingue de la competencia. Se debe de comprender, que la marca es algo más que un simple nombre, es el sello, un símbolo identificativo y el espíritu de la empresa. A través de la marca, los usuarios perciben una imagen válida en términos de calidad, fiabilidad y unicidad. ***Un equipo construye un negocio una cultura construye un equipo Marcelo Ghio.***

