

# Marcas para PyMES y emprendedores

Nuestro estudio enfoca su actividad en el desarrollo de marcas y programas de comunicación para empresas. Nos diferenciamos por concebir este trabajo de manera estratégica y planificada. Ayudamos a los emprendimientos a lograr una mayor competitividad y a maximizar su rentabilidad comunicando lo que los diferencia de sus competidores, buscando construir imagen y posicionamiento en el mercado.

El nacimiento de cualquier emprendimiento está acompañado por un nombre. Generalmente es en lo que primero se piensa, porque el proyecto necesita identificarse, y ese nombre se va a traducir luego en un logotipo y/o símbolo, y también tendrá un color que lo va a identificar. Pero muchas veces, estos elementos básicos de identidad son resueltos de manera "provisoria" por la urgencia del inicio del proyecto, o encargando el trabajo a personal no especializado.

El beneficio de contar con el asesoramiento de un estudio de diseño especializado radica en que al concebir este trabajo de manera estratégica, contemplando la realidad de la empresa, sus objetivos comerciales y sus diferencias respecto de la competencia, se obtenga como resultado una marca que represente, en una síntesis, la identidad y la singularidad de la empresa.

La marca, pensada estratégicamente, además de identificar a la empresa, es un recurso básico para potenciar lo que se quiere decir. Tiene la capacidad de avalar las

comunicaciones. Pero es necesario sistematizarlas alrededor de un eje central, la identidad de la empresa. La marca es sinónimo de garantía, le brinda confianza y seguridad al cliente, es el compromiso de constancia en la calidad.

Es un elemento que acumula valor. Valor que nace de la relación del público con la empresa a partir de la experiencia de consumo de sus productos o la contratación de sus servicios, como así también de la recepción de sus comunicaciones. La marca absorbe todos los valores que el público deposita sobre ella dando lugar a lo que se llama "imagen de marca". Por esta razón se dice que es "el activo más importante de la empresa".

**Muchas veces se cree que las marcas son privativas de las grandes empresas, esto se debe a que se desprecia de la importancia y de la fuerza de las marcas en las pequeñas empresas. Al no ser consideradas como un activo que toma valor día a día y capitaliza las inversiones, se presinde de la inversión en una gestión estratégica de marca.**

Ya no podemos pensar solamente en tener un logo. La imagen de un emprendimiento se construye a diario a partir de la interacción del público con el sistema de comunicaciones de la empresa, y es sobre una buena marca donde se capitaliza ese reconocimiento. Hay muchos ejemplos de pequeñas empresas que crecieron gracias a la gestión de buenas marcas, obteniendo una imagen positiva frente a sus clientes. Perduraron en el tiempo y muchas de ellas no hubieran podido diversificarse sin el aval de un primer proyecto sostenido por una buena marca. Una buena gestión de marca avala cada acción que la empresa realiza.

**D'D.**