

CCS realizó Taller Creación de Valor de Marca

Las marcas construyen valor económico para las empresas, porque son las que gatillan la preferencia y lealtad de los clientes y consumidores”.



Hoy en día uno de los principales activos de las empresas son sus marcas, las que cuando están bien gestionadas puede agregar mucho valor a la compañía y a sus dueños.

Durante el taller realizado por la CCS “Creación de Valor de Marca”, Luis Hernán Bustos, ingeniero comercial y socio de la consultora B2O explicó que las marcas tienen valor y construyen valor económico para la empresa, porque son las que de alguna manera gatillan la preferencia y lealtad de los clientes y consumidores.

“La marca al ser la que gatilla la preferencia permite generar la venta y un valor económico instantáneo de corto plazo, y la lealtad es lo que permite sostener la venta en el tiempo, y por lo tanto, permite proyectar flujos en el tiempo y hacia el futuro. Si no existiera lealtad, la venta de hoy no sería predictor de la venta futura”.

Para construir valor en la marca Luis Hernán Bustos sostiene que existen tres dimensiones o ejes que se deben cumplir: ser relevante, existir diferenciación y conocimiento profundo de la marca, que permita establecer su prominencia

Durante el taller también expuso Constanza Daniels, gerente Inmune Empleadores, filial de Grupo Alto que se especializa en proteger el fraude en el sistema de salud.

Daniels comenta que si bien todas las unidades de negocios de Alto siguen con el logo y sello de la empresa, Inmune tuvo que desenmarcarse del grupo porque su objetivo es promover el buen uso de las licencias médicas y ayudar a reducir el