

Colemancbx

From the Selected Works of Maria Moreno

Winter February 13, 2017

Cómo crear una marca corporativa global

Maria Moreno, *Colemancbx*



This work is licensed under a [Creative Commons CC BY International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Available at: <https://works.bepress.com/branding-corporativo/8/>

Cómo crear una marca corporativa global: principales dudas

Una **imagen corporativa de empresa dice mucho de la misma** y es en ella en la que se basarán los clientes para sacar conclusiones de su reputación.

Cuando una **marca corporativa es sólida**, se respalda y avala con la fiabilidad, confianza y credibilidad que ejerce su actividad en el mercado. Para que ésta verdaderamente funcione, debe ser reflejo de transparencia y profesionalidad en todo momento.

Internacionalizar una empresa es un paso importante:

Está claro que uno de los pasos más interesantes para los proyectos, ya puestos en marcha, es internacionalizar su mercado. Traspasar las fronteras **abre muchas puertas y otorga un mayor valor de marca**.

Hacia dónde va el proyecto:

Un proyecto, antes de ser internacional o global, debe saber exactamente a qué mercado tiene pensado dirigirse y a qué países quiere servir.

Análisis de ventajas y desventajas:

Según qué servicios o productos ofrezca el proyecto, se debe analizar las diferentes ventajas y desventajas sobre ellos, su comercialización, los envíos si se requieren, gastos e impuestos.

Comercialización:

El método que se utilice para la venta de los productos y servicios de una marca corporativa, depende también de **la estrategia de branding española utilizada** a diario, de si es un proyecto *on line* o físico y si contará con equipo de distribución o no. Un punto importante a este respecto, es quién tomará las decisiones de todo en general.

Infraestructura:

Hay que entender los conceptos importar y exportar antes de comenzar a internacionalizar. Quien toma las decisiones debe saber cuándo le conviene hacer a él mismo una importación, por ejemplo, o si en cambio puede o le interesa más contar con un suministro o cadena de distribución/importación.

Recursos económicos:

Salir al mercado global no es igual a quedarse en el territorio local, por lo que se debe tener en cuenta que se requiere de la disposición de unos recursos económicos mínimos para afrontar los trámites.