

UNIVERSIDAD DE PALERMO

Tesis para optar
al título de Master de la Universidad de Palermo en
Dirección de Empresas

El branding

Rocío de la Piedra

Legajo: 48409

Tutor: Victoria Ciliberti

Resumen ejecutivo

Nos encontramos en un mercado con mucha oferta, en un mercado con mucha información donde el consumidor es aquella pieza fundamental que tendrá la última palabra al momento de realizar la compra.

Es en este torbellino de imágenes, productos y marcas nace la conciencia y la importancia de la diferenciación. Esta conlleva a su vez a la búsqueda de aquellos atributos que generen valor, aquellos intangibles que realmente sean estimados por el consumidor. Esta importante búsqueda llevada a la acción y siendo sostenida en el tiempo es lo que nos conduce al branding.

Esta investigación pretende demostrar al lector la importancia del valor de la marca, como se crea, cual es su eje central. Y como todo lo cualitativo debe ser también cuantitativo se presentan diferentes herramientas de medición utilizadas en distintas industrias.

Buenos Aires, Agosto 2008