



Potencia el crecimiento del negocio

Objetivo: Ayudar a tomar decisiones de negocio

63% de los consumidores **COMPRAN MARCAS** que se basan en sus **VALORES**¹

El **40%** de las compañías va a contratar a otras **EMPRESAS QUE SÍ SEAN SOSTENIBLES**²

82% de la población mundial **NO TIENE UN PROPÓSITO** en su vida³

Tu comportamiento define tus valores, en lo que crees, en tus principios y en lo que piensas. Todo, absolutamente todo, te define como empresa y marca. **Todo es cultura.** Incorpora sentido a tu marca con la creación de significados, define tus valores y defiende en lo que crees.

La marca es una dirección, y branding, es el conjunto de acciones que realizamos para que signifiquemos algo para alguien. En definitiva, que seamos **relevantes, diferenciales y preferentes para alguien.**

La marca potencia el crecimiento del negocio porque nos ayuda a tomar decisiones en las inversiones de la empresa.

Referencias:

1. Edelman Trust Barometer. 2. Dircomfidencial. 3. Lord Michael Hastings, responsable global de Responsabilidad Corporativa de KPMG.

¿En qué te puedo ayudar?

Si tienes claro lo que aportas (propuesta de valor) a tus clientes, a tus consumidores, a las personas, al mundo en general) y lo que quieres (propósito), entonces tienes una cultura de tu organización definida y clara.

La integración del **propósito, la sostenibilidad y la cultura** de tu organización **proporciona una ventaja competitiva**. La suma de todo ello y filtrándolo a través de la marca, ayuda a llegar a las personas de una manera más efectiva.

Plan de cultura organizacional

Todas las empresas tienen cultura. Fomenta las creencias, valores y principios para que puedan ser compartidos por tu comunidad y tener una meta en común.

FORTALECE LA IDENTIDAD CORPORATIVA ENTRE LOS CLIENTES, LA MARCA Y EL EQUIPO DE TRABAJADORES.

Comunicación de la sostenibilidad

La sostenibilidad es algo sistémico y transversal que tiene su impacto en la reputación del negocio. Comunicar la sostenibilidad es entender a la empresa desde el rol didáctico para inspirar y concienciar.

DEFINE TU VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD MÁS ALLÁ DE LA NORMATIVA Y GENERA UN VALOR COMPARTIDO.

Comunicación del propósito

Redefine el porqué de tu empresa más allá del beneficio. Impulsa tu negocio con un propósito con impacto positivo. Conecta tu propuesta de valor con tu propósito.

POTENCIA UN DIFERENCIADOR COMPETITIVO. ALINEARSE EN LA DIRECCIÓN DE LO QUE ESPERAN LOS STAKEHOLDERS.