

**CREACIÓN DE EMPRESA TENIENDO EN CUENTA EL VALOR DE MARCA
DESDE LA GERENCIA**



**ANDRÉS FELIPE MENESES RENDON
CÓDIGO D5200689**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Especialista en Alta Gerencia

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2017**

**CREACIÓN DE EMPRESA TENIENDO EN CUENTA EL VALOR DE MARCA
DESDE LA GERENCIA**



**ANDRÉS FELIPE MENESES RENDON
CÓDIGO D5200689**

Directora del trabajo
KAROLINA GONZALEZ GUERRERO

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2017**

Resumen

Esta investigación aborda el emprendimiento en creación de empresa teniendo en cuenta el valor de marca desde la gerencia. Como sabemos la alta gerencia está compuesta por cierta cantidad de personas las cuales tienen la responsabilidad de administrar una empresa u organización a través de políticas operacionales que interactúan dentro de esta misma, es importante saber que el liderazgo está acompañado de la responsabilidad pues todo gerente debe tener un liderazgo dentro de la empresa así como existen algunos tipos de liderazgo que se debe conocer; el líder debe asignar ciertos tipos de tareas a sus empleados para desarrollar el interés de trabajo de la empresa, por consiguiente es importante abordar que el diseño o construcción de marca también forma parte de la contracción de empresa. Para finalizar es importante recalcar que todo gerente debe conocer y saber sobre las habilidades que tiene frente a la administración y construcción de su propia empresa.

Palabras clave

Marca, liderazgo, empresa, valor de marca, posicionamiento.

Abstract

This research deals with entrepreneurship creation of taking into account the value of brand from the management. As we know senior management is composed by a certain amount of people who have the responsibility of managing a company or organization through operational policies that interact within this same, it is important to know that the leadership is accompanied by responsibility because all managers must have leadership within companies as well as some types of leadership that should know; the leader must assign certain types of tasks to their employees to develop interest in the company, therefore it is important to address that design or brand building also forms part of the contraction of business, finally. It is important to emphasize that all managers should know and learn about the skills that has the Administration and construction of your own company.

Key words

Brand, leadership, company, value brand, positioning.

Introducción

El objetivo principal de este ensayo es dar a entender la creación de empresa teniendo en cuenta el valor de marca desde la gerencia, dentro del presente se abordara el valor de marca como principal eje; ya que crear un valor de marca hace referencia a la lealtad que esta tiene frente al valor añadido que la marca aporta a los clientes que se encuentran utilizando los servicios de la empresa, así como también se debe establecer valores específicos que se relacionan con el fortalecimiento del identificador de la empresa, en este caso la marca.

Es bien sabido que toda organización debe contar con una persona líder que sea capaz de establecer un equilibrio estable entre empresa- clientes, sin embargo, es importante aclarar que para alcanzar un equilibrio entre empresa- cliente se debe tener habilidades para crear un ámbito administrativo el cual lidere a los empleados de manera adecuada, por otro lado, es importante entender que como objetivo secundario es dar a conocer las competencias generales donde se hablara de que el éxito empresarial se adquiere a través de estrategias innovadoras para dar a conocer los productos y servicios que la empresa desea sacar al mercado, las experiencias emocionales se dan por medio del valor de marca.

Crear un valor de marca es crear estrategias innovadoras las cuales se deben enfocar sobre el verdadero valor que los productos y servicios tienen frente a la competencia, es importante que como principal razón del gerente sea el liderazgo, pues al ser un líder fortalecerá el trabajo en equipo y la creación de nuevas estrategias dentro de la empresa, también podrá crea una línea de comunicación interna adecuada.

Por otro lado, los procesos de innovación también forman parte de los modelos de negocio que los gerentes ajustan a la creación de empresa, una de las grandes actividades son las relaciones que la empresa tiene con los clientes y los proveedores pues ellos son los que comercializan y adquieren el producto.

1. Competencias Generales

Todo conocimiento forma parte de las competencias las cuales están asociadas al comportamiento, las experiencias y las capacidades emocionales, desde siempre el conocimiento ha sido una de las fuentes principales del valor de la empresa el cual permite gestionar el liderazgo a través de estrategias para llegar al éxito empresarial, por medio de modelos de negocios que incentivan a los profesionales a tener un valor agregado los cuales incentivan a pensar de manera eficiente y eficaz.

Los nuevos emprendimientos aportan un valor importante al uso de estrategias empresariales las cuales le dan un sentido de innovación a la propuesta de valor que la empresa muestra para diferenciar sus productos o servicios de la competencia, innovar constantemente la propuesta de valor garantiza que la empresa tenga una continuidad en el mercado laboral, Además es importante que estas propuestas de valor sean íntegras y sistémicas para que los grupos de trabajo sean más eficientes y concretas a la hora de conformar grupos de trabajo.

Todo líder debe crear un ambiente de emprendimiento en donde los grupos de trabajo sean unidos, como se sabe un líder debe estimular y ejecutar nuevas estrategias, pues un líder debe constituir nuevas oportunidades en equipo para fortalecer un liderazgo suficiente, las estructuras organizacionales dominan los contextos sociales y culturales donde modifican las conductas de trabajar el equipo, es aquí donde el líder debe buscar recursos rigurosos que promuevan la competencia de conocimiento en alta gerencia.

En las organizaciones formar equipos de trabajo conformados por un líder; es estructurar de forma favorable la disciplina de trabajo ejecutivo que crea una eficacia a la hora de trabajar con responsabilidad grupal e individual, así como ayuda a estructurar lazos de interés secundarios y rendimiento de trabajo, por otro lado ayuda a cambiar la mentalidad y estructura nuevos métodos de conocimientos equilibrados en liderazgo.

Según Katzenbach (1998, p.34) existe una disciplina de liderazgo ejecutivo con siete puntos esenciales las cuales son:

1. *Crear y mantener urgencia:* Crear la sensación de que es verdadera urgencia mejorar los resultados de la unidad o unidades por los cuales son responsables los líderes.
2. *Resolver las cuestiones estratégicas críticas:* Formular una estrategia corporativa clara y convincente: identificar las cuestiones críticas más urgentes y concentrar la atención en resolverlas.
3. *Exigir responsabilidad individual:* Establecer una clara responsabilidad individual para todos los ejecutivos y gerentes; recompensar o sancionar a los gerentes según sus resultados individuales.
4. *Aprovechar al máximo el tiempo ejecutivo:* Aprovechar al máximo el tiempo y la experiencia de los ejecutivos mediante organización y procesos administrativos eficientes; dar a líderes de alto potencial la responsabilidad de aumentar los números de personas y activos.
5. *Tomar individualmente las decisiones difíciles:* Hacer a los ejecutivos claramente responsables individualmente por tomar las decisiones críticas en su respectiva área, y seguir los resultados de dichas decisiones al evaluar su rendimiento.
6. *Escoger los mejores individuos para los puestos claves:* Desarrollar juicios superiores como líder al evaluar el potencial de otros por un rígido estándar de liderazgo individual y capacidad de acción.
7. *Subir periódicamente el nivel:* Buscar crecimiento de las utilidades y mejoramiento todos los años, no sólo para la compañía sino para los gerentes, ascender a las personas con base en su rendimiento individual y en su potencial.

Partiendo del análisis de la alta gerencia y su intervención del liderazgo para el desarrollo de nuevos grupos de trabajo es importante saber que a lo largo de las habilidades gerenciales existen diferentes líneas de investigación y líneas que son asociadas con las habilidades que la alta gerencia tiene, pues dentro de las organizaciones existen diferentes

niveles de competencias y habilidades que a su vez es importante que el líder gerencial asuma para desarrollar competencias en la elaboración de crear empresa a partir del valor de marca.

La gerencia es un nivel de participación y coordinación en equipos de trabajo los cuales centran su foco de atención en la planificación de políticas organizacionales en este caso para la elaboración de empresa con el fin de dar a conocer el valor de marca, sin embargo se establece que los gerentes son líderes que participan en gestiones humanas dando soluciones a los posibles problemas que se pueden presentar en el mercado laboral productivo y administrativo.

“Todas las empresas tienen que ser competitivas. Ésa es la obligación básica de las personas que las dirigen” (Valdés, 2004), el rol del gerente evoca ser líder y apropiarse de la empresa que está dirigiendo, el liderazgo es esencial en la gerencia de las organizaciones pues un gerente que lidera habilita el cumplimiento de los objetivos de la empresa y de su cargo así como permite que las ideas se desarrollen con mayor eficacia, cada aporte por parte de los empleados o los grupos de trabajo gerenciales logran poner en marcha las ideas y habilidades gerenciales propuestas por el personal de la empresa, así como son importantes enfocar los recursos y trazar metas para el buen funcionamiento de la empresa.

Un gerente emprendedor o empresario busca crear mercados y competencia para ellos, así como busca crear estrategias para el fortalecimiento de la empresa, cada estrategia que se crea es basada en la alta gerencia y en sus habilidades para conseguir nuevos clientes y nuevas ofertas empresariales que generen nuevos ingresos para la empresa que se va a crear o ya está creada, “el líder del mañana no podrá dirigir por carisma; tendrá que pensar a fondo las cosas fundamentales, de manera que los demás puedan trabajar de manera productiva” (Drucker, 2002, p. 79), los líderes corporativos deben entender que existen diferentes posiciones dentro de las empresas, puesto que una vez se inicie a trabajar de manera eficiente basado en un liderazgo gerencial, las habilidades de cumplimiento del valor de marca de la empresa que se creó tiene más posibilidades de ser una empresa de innovación que será reconocida por su trabajo y su marca. Una vez que el gerente asume el papel de líder para dirigir, crea una visión de habilidades que se rige a partir de iniciar a

direccionar, dirigir, ordenar y administrar su empresa pues las prácticas organizacionales implican una responsabilidad de control y coordinación empresarial, así como también debe habilitar las pautas de procesos de producción y organización de la empresa y de las habilidades que cada persona tiene en la empresa, así como el manejo que el gerente lidera.

El proceso de innovar básicamente es la formulación de crear estrategias que fortalezcan las habilidades gerenciales y es que cuando hablamos de fortalecimiento en habilidades gerenciales hacemos referencia al gerente de la empresa, como sabemos un gerente es una persona cuya eficacia se caracteriza por ser una persona proactiva que tiene la capacidad de manejar situaciones de alto y bajo riesgo dentro de la empresa, sin embargo, nos preguntamos que es innovar, según Valdés (2004, p.1) “El proceso de innovador tradicional es la capacidad de estructurar una idea y traducirla en un producto o servicio que tenga impacto en el mercado. Innovación es el arte de crear algo nuevo, novedoso y original.”

Todo empresa y marca nacen de una idea que se convierte en una empresa líder en el mercado, sin embargo, toda empresa debe tener un punto de equilibrio entre ser innovadora y ser creativa para iniciar un ciclo entre empresa- producto- cliente y mercado, los productos y servicios que las empresas lanzan al mercado deben ser competitivos y no obsoletos, los gerentes deben tener la habilidad de generar ingresos que permitan innovar así como es importante constantemente generar canales de ventas, revelar nuevos nichos de mercado no explorados, diseñar y elaborar modelos de negocios que sean cada vez más competitivos y producir nuevos productos y servicios, esto permite atraer nuevos clientes y crear fidelidad por la marca y la empresa, por otro lado, ser una empresa innovadora permite crear canales de comunicación con los clientes y proveedores.

Uno de los objetivos de la innovación es diferenciar la empresa de la competencia, así como también es la percepción del cliente respecto a la empresa y a sus productos, una vez la percepción de los clientes hacia los productos sean buenos la empresa y la marca tendrá un posicionamiento en la mente del consumidor, no obstante “El verdadero posicionamiento consiste en encontrar la manera de diferenciar un producto o servicio en la mente de los consumidores. Para ello es fundamental tener en cuenta que los significados

son los que perduran en el recuerdo de los seres humanos” (Valdés, 2004, p 13), lo que significa que cuando una empresa se queda en la mente de los clientes mantiene el liderazgo dentro del mercado, pues es una ventaja por ser un líder dentro de la competencia ya que esto facilita la innovación de la empresa y tener un posicionamiento estable y duradero, lo que genera nuevos ingresos y nueva producción para la empresa.

El proceso de crear ideas en empresas o proyecto facilita crear estrategias corporativas que den inicio a implementar un modelo de creación de empresa, enfrentarse a nuevos proyectos no es una tarea que se desarrolle con facilidad pero si es una tarea que se logra con dedicación y determinación, todo gerente puede aplicar su conocimiento a enfrentarse a diferentes proyectos que tengan un fin, lograr y establecer estrategias que alcancen una competitividad empresarial es un arduo trabajo que se destaca con ideas concretas y claves, un gerente tiene la capacidad de pensar y generar propuestas de modelo de negocio o empresa para su creación, existen muchos modelos que se implementan, sin embargo “Normalmente las ideas de nuevos negocios surgen de la observación atenta de la realidad intentando descubrir las tendencias de futuro que ya empiezan a apuntarse” (Ollé *et al.* 1997, p. 2)

Una oportunidad de negocio es la posibilidad de crecimiento que se relaciona con una idea donde se debe tener una visión global sobre los servicios y productos que va a distribuir, para tener un plan de negocio o de empresa es indispensable plantearse una serie de preguntas como *¿qué es imprescindible para poder crear una empresa? ¿Qué se necesita para crear una empresa? ¿Por qué quiero crear una empresa? ¿Cómo voy a crear mi empresa?* No obstante, es importante saber que todo plan de negocio debe ir entrelazado con estrategias de innovación pues estas estrategias aportan a la empresa nuevos productos y servicios que se pueden diferenciar de la competencia, por otro lado, existen contenidos que se debe tener en cuenta para crear una empresa y es necesario plantear la definición del producto o servicio (es aquí donde se inicia con la descripción del producto, los atributos que este tiene frente a los de la competencia y como se desarrollara dentro del mercado), es necesario estructurar un plan de marketing y una política comercial que este regida por objetivos comerciales y de ventas del producto, de igual manera el plan de operaciones debe dar una descripción del proceso de producción, estrategias de las

necesidades que se necesitan para el personal interno de la empresa, por otro lado es necesario un plan de organización que estructure una buena organización de las tareas del personal de la empresa, así como es de suma importancia elaborar un plan financiero pues este ayuda al balance de inversiones de la empresa.

Crear una empresa no solo es ajustar la empresa a estrategias y planes de negocio que promuevan que la empresa tenga una mayor competencia y sea reconocida en el mercado, crear una empresa implica crear una marca, una identidad que sea funcional, formal y tangible, crear una marca para una empresa no es solo tener un nombre y un símbolo, crear una marca es crear un herramienta de comunicación visual que haga parte del entorno comercial para que los productos y servicios sean distinguidos y denoten componentes funcionales en relación con la marca ya que esta es lo formal que perciben los clientes a través de sus cinco sentidos, pues entre la marca sea más percibida por los clientes tendrá un posicionamiento en el mercado, como dicho anteriormente una marca no es solo una imagen, un símbolo o tener un nombre bonito, hay que tener en cuenta que toda empresa debe tener objetivos, una misión y una visión que permita diferenciarse de otras empresas que presten los mismos servicios, es importante entender que una marca debe asegurar que los clientes la identifiquen con el producto o el servicio que está vendiendo, debe establecer una fuerte lealtad entre el valor de la marca y el cliente, así como la marca debe ser ese puente de satisfacción entre la empresa y los clientes para satisfacer sus necesidades.

Una marca dentro de la empresa promueve que los líderes gerenciales indaguen sobre las nuevas tendencias a través de modelos mentales pues la eficiencia de relacionar los nuevos paradigmas de innovación permiten crear una nueva óptica de vincular una marca con la empresa ya que todo líder gerencial sabe que toda marca acompaña la vida cotidiana de las personas, por consiguiente, es importante saber el valor de la marca, personificarla y darle sentido a la experiencia que esta puede promover a los clientes, así como también sabe que la marca influencia la vida de los clientes haciendo que el producto se vuelva tangible y las estrategias logran garantizar que los objetivos impuestos se cumplan de manera beneficiosa para la empresa.

Es necesario para la empresa y para el modelo de negocio diseñar primero las estrategias e implementar el modelo de marketing y hacer un estudio de mercado sobre la competencia, para después crear la construcción de marca, pues primero se debe identificar cuáles son las necesidades de los clientes, definir los criterios del mercado, los productos y servicios que se van a desarrollar dentro de la empresa y posteriormente iniciar toda la construcción de la imagen corporativa basada en objetivos, misión y visión que representen a la empresa.

2. Valor de Marca

Una marca no solo es una composición de signos, símbolos y nombres que están acompañadas de un identificador que representa una imagen de un empresa, organización o un sistema de negocio que se está iniciando a emprender, una marca nace de una idea conceptual o de una idea cualquiera que con el tiempo va adquiriendo un valor significativo para la empresa que está representando, toda marca debe influenciar y debe ser un medio de comunicación confiable que exprese el valor de la empresa.

“Las marcas adoptan todas las formas y tamaños, pueden ser específicas o generales, palpables o intangibles, internacionales o nacionales, caras o baratas pero, en la mayor parte de los casos, su poder no deriva de lo que son, sino de lo que expresan” (Olins, 2004, p.19).

Crear un valor de marca hace referencia a la lealtad que esta tiene frente al valor añadido que la marca aporta a los clientes que se encuentran utilizando los servicios de la empresa, así como también se debe establecer valores específicos que se relacionan con el fortalecimiento del identificador de la empresa en este caso la marca, “la lealtad de marca, el reconocimiento del nombre, calidad percibida, asociaciones de la marca adicionales a la calidad percibida, propiedades de la marca, como pueden ser patentes, marcas registradas.” (Durán, 2013, p.123). por consiguiente, es importante que toda empresa tenga un conocimiento amplio amplia en construcción de marca y en valor de marca puesto que la capacidad de entender que el valor de toda marca fortalece el reconocimiento y la fidelidad del cliente.

No obstante Keller (2008) nos dice que existe un modelo de memoria asociativa el cual se considera que una marca hace parte del conocimiento de los clientes por medio de nodos asociativos los cuales crean recuerdos que se almacenan y son fácilmente guardados fortaleciendo el valor de marca y dejando huella en la mente y creando percepciones a

través de la imagen identificadora de la marca lo que refleja los conceptos, características y objetivos que la marca representa de la empresa.

A partir del valor de marca y de los objetivos que esta tiene para representar la empresa, los beneficios de la marca se convierten en características que identifican los servicios y los productos que la empresa tiene para brindar a los clientes, cada beneficio ejerce sobre los clientes la iniciativa de adquirir los productos los cuales se caracterizan por ofrecer calidad y prestar un excelente servicio basado en la relación de la marca con la empresa.

Una propuesta de valor “hace mención a la sumatoria de todos los beneficios que se prometen a un cliente a cambio del precio cobrado. De esta forma, la propuesta de valor es una declaración explícita, clara, fácil de entender y convincente respecto al por qué los clientes debería comprar nuestros productos y no los de otros” (Ormazábal, 2016).

Toda propuesta de valor de marca debe proyectar una investigación que involucre a los clientes principalmente, identificando las necesidades principales, además es importante centrar el plan de mercadeo hacia los clientes que la empresa desea complacer pues lo que promueva el valor de marca es eliminar las frustraciones de los clientes y generar alegrías cuando ellos van a adquirir el producto, no obstante, cabe recalcar que cuando se crea un valor de marca es importante tener en cuenta los beneficios que esta tiene como sabemos el beneficio se crea a partir del valor y de los atributos que tiene los productos, los servicios y la marca, estos beneficios desempeñan en los clientes decisiones importantes a la hora de escoger los productos dentro de las góndolas, pues los clientes siempre buscan los productos de calidad y los cuales satisfagan sus necesidades.

Para finalizar cabe recalcar que existen factores que influyen en la construcción de empresa y de ahí en la construcción de marca, uno de los factores que influyen es el medio social, la sociedad está regida por los medios de comunicación que cada vez se extienden por todo lado, se estima que por día una persona ve 4.000 marcas al día entre ello publicidad visual que se impregna en la mente de las personas, los medios de comunicación muchas veces modifican el comportamiento de las personas haciendo que estas quieren

comprar cada vez más, sin embargo, el comportamiento de las personas se enfoca en satisfacer sus necesidades en adquirir el producto que más les agrada y el que la marca ejerció su valor dentro de la mente del consumidor y decide adquirirlo.

Como calcular el valor de la marca

“Una marca es la suma de todas las experiencias y asociaciones que crea en la mente de su audiencia. El objetivo de una marca es dejar una impresión duradera acerca de la naturaleza de una empresa, un producto, un servicio, un proceso o una persona.” (Pérez, 2008, p. 63)

Todo líder debe tener una visión frente al valor que la marca representa para la empresa, como se ha mencionado una marca implica calidad, seguridad y confianza, así como debe tener unos efectos económicos los cuales influyen en el valor y en las decisiones de los empresarios y de los clientes.

Si una marca tiene ciertos efectos económicos que la impulsan a que tenga un valor propio es importante saber que este valor se podría definir como una aportación monetaria que la marca le brinda a la empresa, la importancia de calcular el valor de la marca radica en ciertas categorías que se centra también en la importancia que los productos o servicios tengan frente a la competencia y que también son recibidos por los clientes. Por lo tanto, es indispensable saber calcular el valor de la marca en un nivel de modelos de utilidad los cuales le dan un valor a la marca, (Murillo, s.f, citado por Manterola s.f) expone que para conocer el cálculo de la marca es importante conocer los siguientes métodos.

Elaborar una marca no solo implica tener un identificador gráfico que exprese la esencia de la empresa, crear una marca implica que tenga un valor tangible a la hora de ser escogida por los servicios y productos que esta vende. El método de costo realiza una aproximación de los costos que se deben calcular a la hora de su creación, desde el nombre hasta el valor monetario del identificador gráfico que muestra la empresa frente a la

competencia, dentro de este método entran los factores de costo de la publicidad, diseño del identificador, entre otros gastos relacionados con el diseño del identificador.

Otro método importante es el del mercado, dentro de este se expone que las marcas se evalúan por medio de del resultado expuesto entro del mercado laboral, para finalizar el método de capitalización de renta, se vincula al flujo de valores intangibles, se considera como los flujos efectivos y flujos de comprobantes fiscales. Este método se proyecta la imagen de la marca en un crecimiento intangible en el futuro haciendo que cada vez crezca de manera eficiente, por lo cual es necesario que los estados financieros de la empresa reflejen en concreto la facturación de los servicios y productos de la empresa.

Por otro lado, es importante saber simultáneamente el valor que la marca está ofreciendo en el mercado laboral, así como también es importante saber los beneficios que esta les otorga a los clientes para tener un bien servicio dentro y fuera de la empresa, esto promueve que se genere una buena licencia para marca.

Creación de empresa a partir del valor de la marca

La creación de la marca; la parte visual de la empresa, es aumentar la lealtad de los clientes con un acto emocional. Los consumidores buscan satisfacer sus necesidades, pero no solo buscan el producto sino también la mejor calidad, en donde esta calidad se representa por la marca.

La relación emocional, la lealtad del cliente hacia la marca y la competencia de mantener la marca en el mercado actual, son claves para la creación de la empresa. El cual los puedo dejar en los principales puntos:

1. Investigar el tipo y la clase de clientes, cuáles son las necesidades que se presentan en un determinado mercado y población.
2. Entregar el valor para que la relación avance, es decir asegurar que la marca hable por sí misma al tipo de cliente que se busca; el cliente desea ver como mejora su vida o que enmiende la necesidad.
3. El diseño del nombre y del logotipo, con un papel fundamental de ayudar a diferenciar una empresa de sus competidores.
4. La calidad es uno de los elementos importantes, el cual tiene una gran oportunidad de convertir a los consumidores en clientes frecuentes.
5. La comunidad y la cultura juegan un papel importante dentro de la creación de la empresa, el cual facilita la proyección de una imagen positiva, donde la marca debe ser honesta y transparente en todos los puntos de contacto con el consumidor.
6. Una planificación indicada acerca de los aspectos comerciales, es decir un análisis del mercado, elaborar un plan de marketing, establecimiento de las redes de distribución y establecer los proveedores.
7. Elaborar un estudio económico-financiero, es decir determinar los recursos necesarios, las fuentes de financiación, el presupuesto de tesorería, la estructura financiera de la empresa y un análisis de rentabilidad de la empresa para la elaboración de la empresa.

La marca está vinculada con todas las sensaciones, percepciones y experiencias que un consumidor tiene como resultado del acercamiento con la empresa, sus productos y servicios.

La creación de la marca, es la creación de un entorno básico para el apoyo de los productos y servicios que se va a producir. Es ofrecer un valor adicional a nuestros consumidores mejorando cada vez más la relación y la fidelidad, generando en sí una comunidad de clientes propios con sentido de pertenencia; esto hace que aumente tanto el interés como el valor de la oferta, y con esto se logra ahorrar el presupuesto en medios tradicionales durante la creación de la marca en nuestra empresa.

Conclusiones

Un verdadero líder tiene un valor importante al medir los aportes de mejoramiento en el modelo de negocio que se establecen para la construcción de empresa, la influencia del liderazgo gerencial dentro de la construcción de empresa transforma y genera un impacto dentro de la empresa y por consiguiente en los empleados, como se ha dicho anteriormente la innovación forma parte de las estrategias para poder construir empresa.

Todo gerente que pretende desarrollar empresa debe expresar conjuntos de valores en los procesos de construcción de empresa, se debe entender que un gerente debe saber que no solo se deben formular estrategias para poder construir un modelo de negocio si no, que también se debe tener en cuenta la construcción de la marca corporativa, así como es importante realizar modelos de marketing y un estudio de mercados para analizar la competencia en el mercado.

Para poder entender cómo se construye una marca es necesario saber cuál es el contenido de una marca y toda la investigación que se requiere para poder tener una marca sólidas y estable, la cual llega a los clientes de forma impactante, así como hay que dar a conocer la propuesta de valor de marca ya que es esta la cual reinventa y da sentido a los productos y servicios de la empresa, sin embargo, para poder tener un valor de marca estable e innovador es necesario estar creando constantemente estrategias de marca las cuales se rigen a través de los servicios que se están ofreciendo al cliente, al igual estas estrategias permiten crear un posicionamiento y valor basado en la influencia de las necesidades del cliente.

Al comprender como se construye una empresa y todo lo que se necesita para también construir una marca lo cual es la imagen visual de esta, los gerentes tendrán más habilidades de categorizar la empresa frente a la competencia, así como todo gerente debe tener habilidades de liderazgo lo cual nos dice que es un proceso el cual influye en la toma de decisiones para apoyar a los demás trabajadores que se encuentran laborando dentro de la empresa, así como también un líder gerencial identifica grupos de trabajo los cuales

contribuyen al buen desarrollo de la empresa pues estos grupos promueven el buen trabajo y el desarrollo de fortalezas.

Para concluir, el proceso es un efecto que va acompañado de saber administrar y liderar, como hemos dicho anteriormente, los gerentes deben ser líderes y más si quieren construir empresa, el requerimiento de poder construir empresa no solo es saber líder y manejar personal, construir empresa es todo un proceso que posibilita las posibilidades de conocer nuevas habilidades y conocimientos en construcción de marca y en conocimientos de plan de mercadeo o en planes de marketing, podemos concluir que el proceso de construir una empresa está basado en el valor de marca, implica que el gerente también tenga habilidades técnicas en conocimientos de crear empresa y hacer su propio modelo de negocio, sin embargo, cada empresa u organización tiene su propio modelo de negocio.

Referencias

Drucker, P. (2002). *La gerencia en la sociedad futura*. Bogotá: Grupo editorial Norma

Katzenbach, J. (1998). *Equipos de alta gerencia. Cómo maximizar la capacidad de liderazgo tanto de los equipos como de los individuos*. Bogotá: Grupo editorial Norma

Keller, K. (2008). *Administración estratégica de la marca*. México: Pearson Educación

Manterola, R. (S.F). *Conoce el valor de tu marca*. Consultado el 10 de abril de 2017.

Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/264043>

Olins, W.(2004). *Brand. Las marcas según Wally Olins*. Madrid, España: Turner

Ollé, et al. (1997). *El plan de empresa. Cómo planificar la creación de una empresa*. Barcelona: Marcombo.

Ormazabal, C. (2016). *Revisando los conceptos de Valor y Propuesta de Valor, NaciónPM*.

Consultado el 03 de marzo de 2017. Recuperado de

<http://www.nacionpm.com/2011/06/16/concepto-de-valor-propuesta-de-valor>

Pérez, A. (2008). *Marca personal. Cómo convertirse en la opción preferente*. Madrid, España: Esic

Valdés, L. (2004). *Innovación. El arte de inventar el futuro*. Bogotá: Grupo editorial Norma