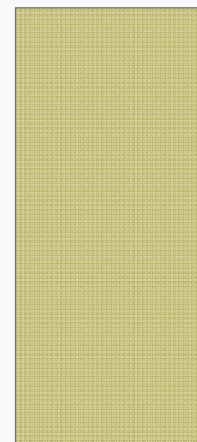


**“BRANDING” DE PRODUCTOS
AGROPECUARIOS
(EXPECTATIVA Y APLICACIÓN EN SANTA CRUZ)**

LIC. DIEGO RODRÍGUEZ SUAREZ



BRANDING - DEFINICION

Anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca (en inglés, brand equity) mediante la administración estratégica del conjunto total de activos vinculados en forma directa o indirecta al nombre y/o símbolo (logotipo) que identifican a la marca influyendo en el valor de la marca, tanto para el cliente como para la empresa propietaria de la marca.

MARCA

Los Bienes o Servicios de un Vendedor o grupo de Vendedores para diferenciarlos de sus competidores.



Marca



Marca

BRANDING O EQUIDAD DE MARCA

- Es el valor agregado añadido a los productos y servicios. Este valor se puede reflejar en la forma en que los consumidores piensan, sienten y actúan con respecto a la marca, así como los precios, la cuota de mercado y la rentabilidad que comanda la marca de la empresa.
- Es un activo intangible importante que tiene valor psicológico y financiero a la empresa

OBJETIVO DEL BRANDING

1. Bienes
2. Servicios
3. Tecnologia
4. Pais, Region, Area



FUNCION

Productos
y
Servicios

① Garantia



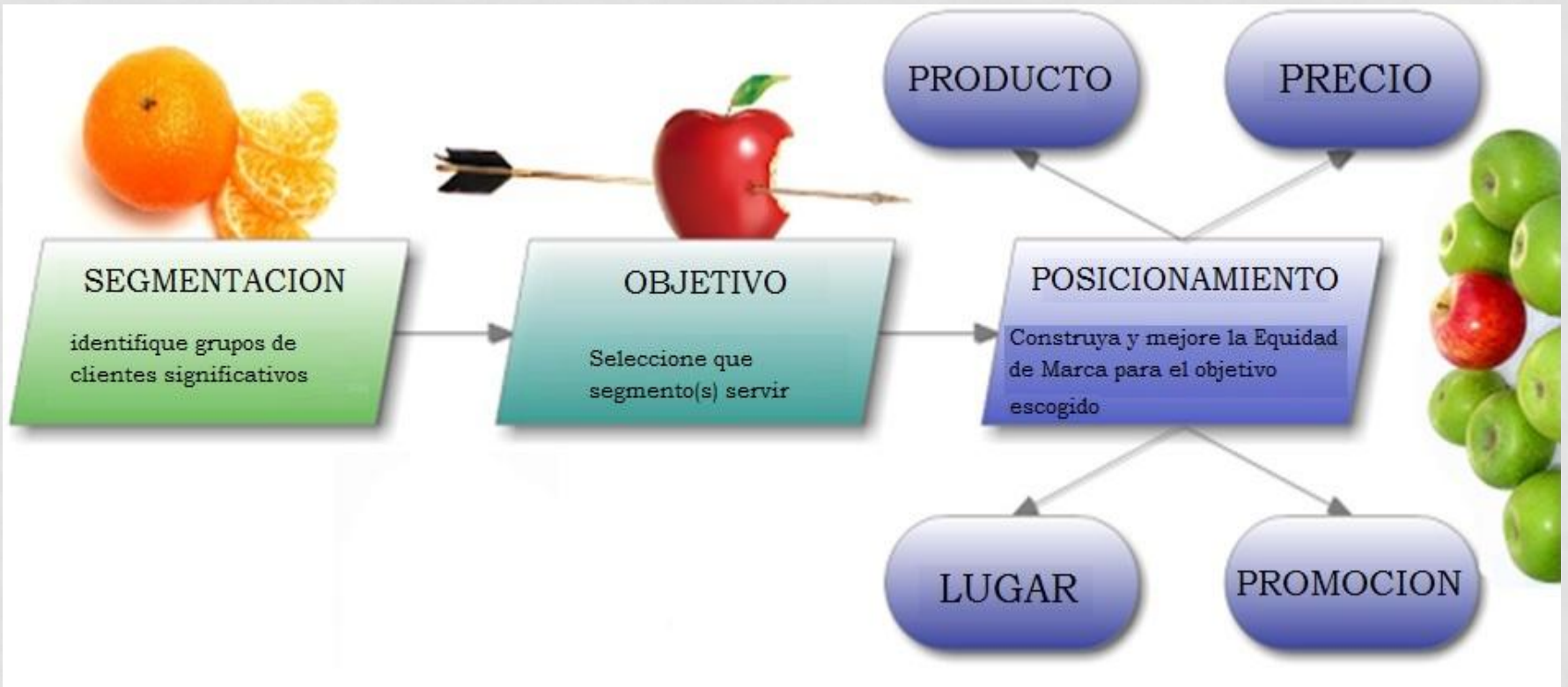
② Distincion



③ Recordar



BRANDING



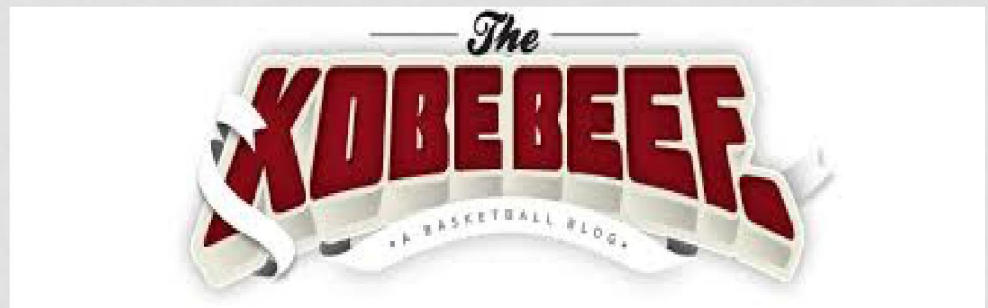
BRANDING DE LUGAR EN FRANCIA

- Francia comenzó a considerar el establecimiento de *appellation d'origine contrôlée* (AOC) Modelo de sistema de certificación Europeo del Branding del Lugar o Regional, que luego se expandió a toda Europa.
- AOC es la certificación Francesa otorgado a lugares geográficos del país donde se producen vinos, quesos, mantequillas y otros productos agrícolas, bajo el auspicio del gobierno.

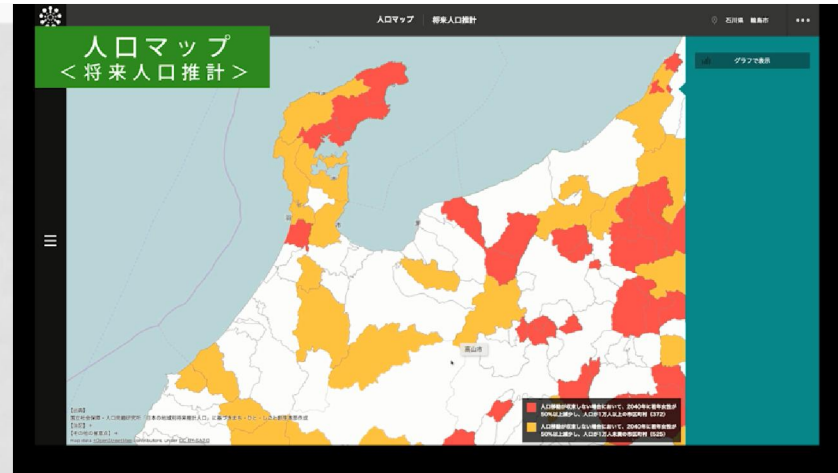


BRANDING DE LUGAR EN JAPON

- Todas las Gobernaciones en Japon establecieron su Branding Regional promoviendo el lugar a diferentes grupos de metas.
 - para incrementar las ventajas competitivas
 - para incrementar el valor de los bienes y servicios de la region



POLITICA DE REVITALIZACION REGIONAL



○ Sistema Analítico de la Provision de la Sociedad Económica (RESAS)



EJEMPLOS

ESTACIONES AL LADO DE LA CARRETERA

baños, lugar de descanso, información de la región: turística, recreacional, etc

venta de productos locales: frutas, verduras, comidas, artesanías, etc



SHIKUWASA



Tartaleta Morada de Camote



Tenugui (tohallas de mano) hechas a mano por los pescadores

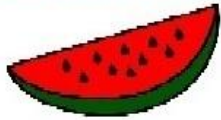


SANTA CRUZ

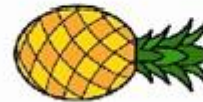


SANTA CRUZ

LOS NEGROS



Guarayos



OKINAWA



VALLEGRANDE



SANTA CRUZ



SANTA CRUZ



SANTA CRUZ



MIRA TU NEGOCIO DESDE DIFERENTES ANGULOS



MUCHAS GRACIAS