

Proyecto N° PI-A-11-22-23

## **LA EFECTIVIDAD DE LAS ESTRATEGIAS DE MARCA EN EMPRESAS VENEZOLANAS**

**Investigador(a): Cova, Luis**

**Fecha de presentación: 9/1/2023**

**Facultad de adscripción: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**

### **Resumen:**

En Venezuela, los conceptos de estrategia de marca, conocidos en la disciplina de mercadeo como Branding, fueron formalmente introducidos a principios de los años 2000, siendo aplicadas por empresas venezolanas y transnacionales con operaciones nacionales. El Branding se aplicó tanto para marcas corporativas, de comercio (retail) y de bienes (productos y servicios). El objetivo general de este proyecto es determinar cómo la incorporación de las técnicas de Branding ha aportado a los objetivos de negocios de empresas venezolanas. Se realizará el estudio con una investigación mixta: en lo cualitativo, a través de la revisión documental de publicaciones académicas y de investigación, revisando las comunicaciones de las empresas seleccionadas, principalmente digitales, y con entrevistas a profundidad con actores claves que tienen incidencia en el desempeño de la marca. Para el cuantitativo se llevará a cabo con una investigación de campo, encuestando a los consumidores de la principal oferta comercial de la empresa bajo las marcas seleccionadas. Se espera que los resultados demuestren la efectividad que tienen las técnicas de branding en el logro de los objetivos comerciales de las empresas y establezca lineamientos prácticos de uso para su mayor aplicabilidad.

**Palabras clave: Branding, Empresas venezolanas, Objetivos de negocios**