



PATRICIA PHELPS
LA CARA ALTRUISTA
DE LOS CISNEROS

EMPRESAS
LOS PREMIOS DE UNA
SANA GOBERNANZA

DECLARACION FISCAL
COMO MERECEER UNA
DEVOLUCION EN 2008

EXPANSIÓN

UN MAÍZ, DOS MUNDOS

Un mercado al alza
permitirá competir
a Arnoldo Godoy
con Ron Gray.
Lástima, hasta la ley
está en su contra.



ARNOLDO GODOY,
AGRICULTOR, SINALOA, MÉXICO.

RON GRAY,
AGRICULTOR, ILLINOIS, EU.

>959

FEBRERO 19, 2007
www.expansion.com.mx

\$49 M.N.



FORTUNE EL NUEVO SOCIO INDIO DE WAL-MART

CON LAS EXPECTATIVAS EN UN PUNTO INMEJORABLE, PARECE FACTIBLE ALCANZAR EN POCO TIEMPO LA PENETRACIÓN DE MERCADO QUE HA LOGRADO ESTA INDUSTRIA EN OTRAS NACIONES.



desperdiciar la información" afirma Barroso.

En un mercado tan exigente y competido, los clientes, que cada vez recurren con mayor insistencia a estos servicios, demandan un retorno de inversión tangible y claro. Para poder medirlo hoy se estudian las variables del marketing a través de modelos econométricos que indiquen cuáles son las tendencias de la ventas y cómo se están modificando. Sin embargo, como puntualiza Barroso, ninguna comunicación de marca será efectiva si no va acompañada de esfuerzos paralelos en las ventas y la calidad final de los productos o servicios.

"Nosotros tenemos historias muy interesantes de clientes pequeños que se han hecho grandes porque desde un principio buscaron hacer un *branding* correcto", explica Lili. Para continuar repitiendo estas historias de éxito, añade, "el sec-

tor debe invertir más en la investigación. Hoy tenemos grandes oportunidades de seguir creciendo, siempre y cuando se haga una revaloración de nuestro trabajo. Ha sido difícil ganar el mercado, pero hoy ofrecemos excelentes resultados. Si seguimos integrando esfuerzos y tomando decisiones en conjunto en beneficio de las marcas, tendremos mejores oportunidades".

Con las expectativas en un punto inmejorable, parece factible alcanzar en poco tiempo la penetración de mercado que ha logrado esta industria en otras naciones. Es por ello que a lo largo de estas páginas se presentan algunas de las empresas que se dedican al *branding* desde diferentes perspectivas. Todas ellas son un claro ejemplo de los alcances y profesionalismo que se pueden lograr con un trabajo constante, mucha preparación y gran talento. *

CENTRAL
DE MEDIOS

TELEVISIÓN

AGENCIA DE
PUBLICIDAD

INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS

OUTDOORS

DISEÑO

SIGNI

Estrategias en Branding Corporativo

Un producto requiere de un *branding* estratégico porque es el motor del posicionamiento de los consumidores actuales y potenciales. No obstante, las empresas también necesitan un corporativo que las coloque favorablemente entre accionistas, empleados, consumidores o público en general. Para lograrlo se necesita un especialista en comunicación: Signi.

Fundado en 1980, Signi es uno de los despachos de diseño con mayor trayectoria en México y su propuesta se enfoca en desarrollar soluciones de comunicación bajo una perspectiva estratégica. Su objetivo es fortalecer los vínculos de las empresas con sus audiencias a través de una "voz corporativa" clara y consistente que refleje su personalidad y facilite la comunicación efectiva de sus mensajes.

Entre las cuentas que maneja está Cemex, para quien desarrolló la identidad corporativa y los estándares de aplicaciones en México y todas sus unidades alrededor del mundo. También participó con Vector Grupo Financiero, Onesa y Alpele, subsidiarias de Alfa Restaurantes La Mansión, entre más de cien proyectos en dicha especialidad.

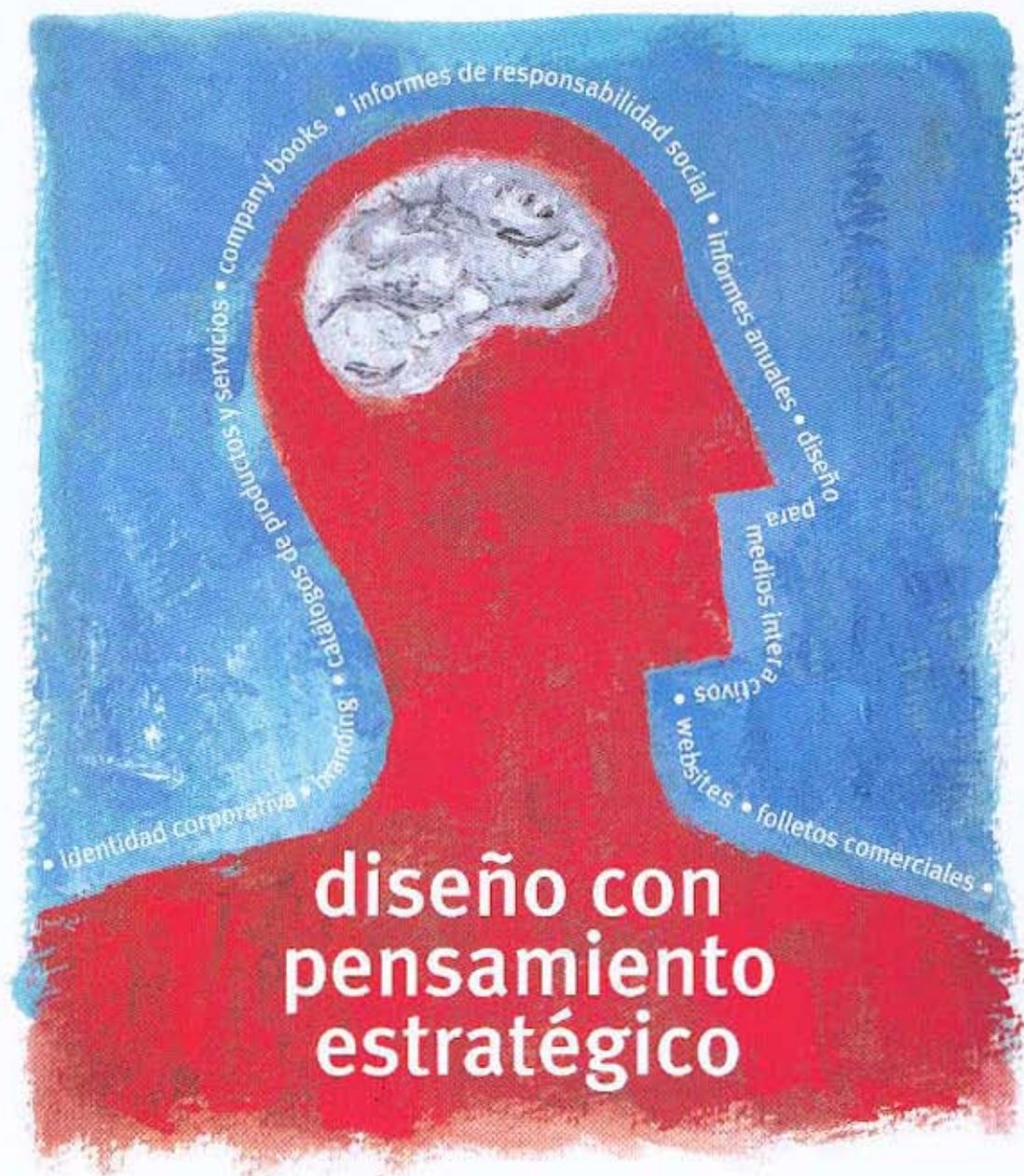
Signi es la firma líder en diseño de informes anuales para accionistas y reportes de responsabilidad social; sus clientes reúnen más del 50% del

IPC y representan casi 68% de las ventas de las empresas públicas en el país. Su portafolio incluye empresas como Alfa, América Móvil, Casas Geo, Cemex, Femsa, Televisa y Wal-Mart, entre otros. Asimismo fue de los primeros en aplicar *branding* en el sector inmobiliario y residencial y ha diseñado catálogos de productos para empresas como Sony y Altos Hornos de México.

Fundado en 1980, Signi es uno de los despachos de diseño con mayor trayectoria en México y su propuesta se enfoca en desarrollar soluciones de comunicación bajo una perspectiva estratégica.

Su trabajo ha merecido diferentes premios nacionales e internacionales. En 2006 fue reconocida como una de las "Cinco Mejores Agencias de Diseño" a nivel internacional por la Liga Americana de Profesionales en Comunicación (LACP). Gracias a su visión, ha consolidado el *branding* corporativo de sus clientes y creado una nueva perspectiva estratégica en comunicación. *

www.signi.com.mx



Sumamos nuestras mentes a las de algunas de las compañías más importantes del país en el posicionamiento de sus empresas, marcas y productos bajo un enfoque estratégico de comunicación.

Algunos de nuestros clientes: Alfa, América Móvil, Cemex, Coca-Cola Femsa, Femsa, GCC, Geo, Grupo Bimbo, Grupo Carso, Grupo Herdez, Grupo Lamosa, Kimberly-Clark, Mexichem, Su Casita, Televisa y Wal-Mart de México, entre otros.

www.signi.com.mx
info@signi.com.mx
tel. (55) 5606 4052

signi

comunicación corporativa más allá del diseño