

# Branding emocional, tendencia mundial

> *Especialista  
francés*

**PATRICIA MAYORGÀ ORDÓÑEZ**  
El Heraldo de Chihuahua

La tendencia a nivel mundial en mercadotecnia y publicidad es el branding emocional, herramienta que se concentra en llegar a las emociones para que el mensaje o la marca embone con el consumidor, explica el Pierre X. Camps, doctor en Administración de Negocios (Business Administration) y consultor para mejorar la enseñanza en GMC Education en Francia.

Durante su estancia en Chihuahua, como parte del programa líderes académicos en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey, el catedrático explicó que el branding emocional tiene un efecto directo de la marca.

Dicha herramienta es importante dentro de la mercadotecnia y publicidad porque va dirigida a un contacto íntimo con la persona, es decir, a través de internet o celular-



res -que son las medios de comunicación e información nuevos- el profesional logra que el consumidor tenga un contacto más directo con el producto o marca con el mensaje.

El branding busca que las empresas puedan llevar su marca a la

máxima expresión, por lo que la tendencia es construir una relación emocional con el consumidor en la que la compra y lealtad hacia la empresa sean inseparables. Hay quien define a dicha herramienta como un flechazo a la emoción.