



Nota de Prensa

AENOR lanza su nueva estrategia de marca basada en su mayor atributo: la confianza

- Contribuir a “la transformación de la sociedad creando confianza entre organizaciones y personas” es el propósito que rige la nueva Estrategia de Marca.
- En el ámbito gráfico, destaca una identidad verbal más actual y rotunda pero que mantiene los rasgos más identificables de AENOR.
- Este proyecto de transformación estratégica se inició en 2017 con el objetivo de reforzar el posicionamiento del cliente en el centro de cada una las acciones de la organización.

12 de octubre de 2019. [AENOR](#) ha lanzado su nueva estrategia de marca como una apuesta para reforzar su esencia enfocada en la creación de confianza en la sociedad, así como la definición de sus valores y personalidad, todo ello expresado mediante un nuevo sistema visual renovado y moderno.

La nueva estrategia de marca se inició en 2017 con un objetivo principal: poner al cliente en el centro de cada una las acciones de la entidad y reforzar la propuesta de valor diferencial que aprecian sus grupos de interés, caracterizado por el rigor profesional, alto conocimiento técnico, calidad de servicio y proximidad al cliente. Y es que, según un estudio realizado en abril de 2018 por la consultora Kantar, más del 70 % de los consumidores relacionan AENOR con calidad e identificación de las cosas bien hechas, un reconocimiento que se eleva al 100 % en el caso del público profesional.

Para **Jesús Gómez-Salomé, director de Marca y Comunicación** “AENOR crece como organización, estructurando una Estrategia de Marca completa y adaptada a sus necesidades. La Marca es una de nuestras aportaciones de valor más apreciadas, tanto en el ámbito B2B como en el B2C y ahora damos un importante paso para cuidarla profesionalmente y a largo plazo. En el proceso de creación de la Estrategia, sobre todo hemos preguntado mucho: a los distintos actores del ecosistema AENOR, agentes del mercado y organizaciones no certificadas o certificadas por otras entidades. Un proceso en el que todo AENOR se ha implicado sin reservas. El resultado está a la altura del inmenso y diverso talento que ha participado”.



La confianza, evoluciona y eleva su papel protagonista. El alto reconocimiento actual de la Marca AENOR recomendaba una evolución; no un cambio radical. El resultado es una identidad gráfica actualizada con un nuevo logo y la creación de un lema que le acompaña: “Confía”, un potente y apelativo mensaje asociado a uno de los valores más apreciados por la sociedad en la actualidad, y que pone de manifiesto la seguridad y rotundidad con la que se desempeña el trabajo en AENOR.

Para la definición del nuevo logotipo, se optó por mantener algunos de sus elementos característicos: la palabra AENOR conserva el color negro, que aporta rigor, confianza y asegura su visibilidad. Asimismo, incorpora algunos de los rasgos más identificativos de AENOR y que constituyen uno de los elementos más visibles por los que se reconoce e identifica a la marca como el peso central de la Marca N.

Personalidad y competencias

El profundo trabajo realizado arranca también en la cultura de la empresa, por eso se han revisado y actualizado las competencias clave y personalidad de la Entidad. Las competencias clave construyen una declaración de intenciones de toda la compañía que la guía en su día a día: Enfocados al cliente, Construimos el futuro, Actuamos con integridad, Potenciamos el conocimiento y Ponemos pasión. Sobre los atributos de personalidad que caracterizan el actuar de los profesionales de AENOR, se han definido en Confiable, Siempre alerta, Cercano, Líder, Altamente cualificado y Ágil.

Sobre AENOR

AENOR es una entidad de servicios profesionales que identifica y ayuda a corregir las brechas de competitividad de las empresas, sectores y del tejido económico en general. Lo consigue generando confianza en las capacidades de las organizaciones mediante servicios de evaluación de la conformidad (certificación, inspección y ensayos), formación e información.

AENOR es la entidad líder en certificación en España. Más de 80.000 centros de trabajo en el mundo tienen alguno de los certificados de AENOR en campos como la Gestión de la Calidad, Sostenibilidad, Seguridad y Salud en el Trabajo, Digitalización o *Compliance*.

Entre las ventajas competitivas diferenciales de AENOR se encuentran el reconocimiento de marca más elevado entre las empresas (B2B) y los consumidores (B2C); contar con personal propio, lo que le permite gestionar el conocimiento acumulado en beneficio de sus clientes; innovar en la resolución de nuevas brechas de competitividad gracias a su proximidad con las fuentes de conocimiento; y su capilaridad geográfica y sectorial.

AENOR es una entidad global, que ya desarrolla operaciones en 90 países. En España dispone de 20 sedes en todas las Comunidades Autónomas con auditores propios.

Para más información

AENOR

Eduardo Cicuéndez Polo

Responsable de Marca y Relaciones con medios

Tel.: 681 35 53 04

ecicendez@aenor.com

Síguenos en:

