

Cómo elegir una agencia de branding (sin equivocarte)

Una guía honesta con los 10 criterios que de verdad importan al contratar branding, más un scorecard descargable para comparar agencias objetivamente.

1. Estrategia antes que estética

La agencia debe preguntarte por tu negocio, tu mercado y tus objetivos antes de enseñarte logotipos. Si la primera reunión es sobre colores y tipografías, algo falla.

¿Cuál es vuestra metodología? ¿Qué pasa antes de diseñar?

2. Casos con contexto, no solo imágenes

Un buen portfolio muestra proyectos explicados: problema, decisión estratégica, resultado. Las imágenes sin contexto solo demuestran manejo de software.

¿Podéis explicarme el porqué detrás de este proyecto?

3. Capacidad de ejecución completa

Muchas consultoras entregan un PDF de estrategia y se van. Necesitas otro proveedor para el logo, otro para la web. Cada salto es riesgo de incoherencia.

¿Diseñáis también el packaging, la web y los materiales?

4. Entregables y fases claros

Antes de firmar deberías saber qué recibirás, en qué formato, en cuántas fases y con cuántas rondas de revisión.

¿Qué incluye exactamente el presupuesto? ¿Cuántas revisiones entran?

5. Manual de marca: la protección de tu inversión

Si la agencia no entrega un manual que proteja el uso correcto, tu inversión se degradará con cada aplicación.

¿El manual incluye identidad verbal, visual y normas de aplicación?

6. Experiencia en tu sector (o en muchos)

Una agencia que ha trabajado en tu sector conoce los códigos y al comprador. Una que ha trabajado en muchos aporta frescura y evita clichés.

¿Habéis trabajado en mi sector? ¿Podéis enseñarme casos?

7. Equipo senior y accesible

Averigua quién trabajará realmente en tu proyecto. El talento que presenta la propuesta debería ser el que la ejecuta.

¿Quién estará en mi proyecto día a día?

8. Proceso documentado y plazos realistas

Una agencia con método te dará un calendario con hitos. Desconfía de quien promete un branding completo en dos semanas.

¿Cuánto tarda un proyecto como el mío?

9. Precio justo, no precio bajo

El branding barato suele salir caro: se rehace a los 2 años. Compara alcance, no solo cifra.

¿Qué incluye ese precio y qué no?

10. Química y honestidad

Vais a tomar decisiones importantes juntos. Si en la primera reunión no sientes confianza, probablemente no mejore después.

(esta no se pregunta; se siente)

Bonus: las 5 red flags que deberían hacerte huir

- No te preguntan nada sobre tu negocio antes de presupuestar.
- Todo su portfolio tiene el mismo estilo: tu marca parecerá igual.
- Prometen resultados de ventas que dependen de factores que no controlan.
- No entregan archivos fuente ni manual.
- No pueden explicar el porqué de ninguna decisión de diseño.

SCORECARD

Compara agencias objetivamente

Puntúa cada agencia del 1 al 5 en cada criterio. Suma el total al final. La comparación numérica evita que una buena presentación de ventas pese más que los fundamentos.

Criterio	Agencia A	Agencia B	Agencia C
Estrategia antes que estética	—	—	—
Casos con contexto, no solo imágenes	—	—	—
Capacidad de ejecución completa	—	—	—
Entregables y fases claros	—	—	—
Manual de marca: la protección de tu inversión	—	—	—
Experiencia en tu sector (o en muchos)	—	—	—
Equipo senior y accesible	—	—	—
Proceso documentado y plazos realistas	—	—	—
Precio justo, no precio bajo	—	—	—
Química y honestidad	—	—	—
TOTAL (sobre 50)	—	—	—

Cómo interpretar el resultado

40-50 puntos: agencia sólida en fundamentos; procede con confianza a negociar alcance y precio.

25-39 puntos: hay dudas razonables; pide referencias de clientes anteriores antes de decidir.

Menos de 25: replantéate la opción, aunque el precio o la simpatía inicial sean atractivos.

Esta guía la ha escrito Brandesign, agencia de branding en Madrid desde 2012, con más de 300 marcas construidas. La hemos escrito con la honestidad de saber que estos mismos criterios nos aplican a nosotros.