

## Tema 6. Estrategia de construcción

### Introducción

La presencia de las marcas además de estar en muchos lugares de forma física el alcance que tienen en el mundo virtual llámense redes o páginas fijas, logran que los clientes estén constantemente interactuando con ellas. La conceptualización de la marca debe de ser un tema prioritario para poder conseguir una buena imagen y una buena representación de la empresa ante los ojos del consumidor

La gran mayoría de las marcas con las que interactuamos consiguen que nosotros reaccionemos dando una respuesta positiva o negativa y esa respuesta depende de lo que esas marcas nos transmiten y aquí es donde el llamado branding participa con una labor importantísima de lograr una imagen impecable ante los ojos de los clientes.



#### Ahora te toca a ti

Te invitamos a realizar una actividad al finalizar esta lectura, la cual encontrarás después del cierre.

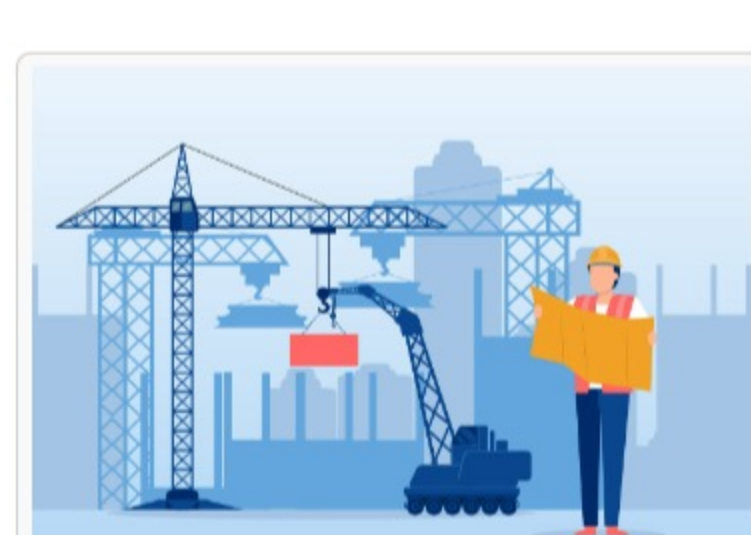
### Explicación

#### Construyendo una marca

Según Roldán (2020), "La marca es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una compañía y los diferencia de los de la competencia."

#### Branding

Según el sitio Citysem, (2020), el branding es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo. Es la gestión global de todos los elementos tangibles e intangibles que rodean a la marca con el fin de construir y transmitir una promesa que será clave.



Desde el momento en el que vemos el nombre y logo de una marca, las personas comenzamos a emitir un juicio de valor, a veces hasta de forma inconsciente. Para Citysem, (2020), eso que es muy importante que, al momento de crear una marca, se tenga en cuenta y se analice muy detalladamente todo lo que se busca representar al público, no sólo a través de imagen, sino a través de todos los elementos que la conforman.

¿Qué es la conceptualización de marca? Para el grupo Endor (2020), Una de las primeras tareas, al empezar un negocio es analizar el proyecto y crear un nombre que sea atractivo y que logre obtener un buen impacto.

Según grupo Endor (2020), La conceptualización de la marca comienza justamente desde ese momento, pues es ahí cuando se busca definir qué es lo que se quiere transmitir con el nombre. Para saber cómo crear un concepto de marca, se debe tener en cuenta que se trata de tomar toda la información que se encuentra detrás de la empresa, es decir, sus antecedentes, filosofía, valores, misión y objetivos y unificarla de manera que quede una idea central.

La idea debe poder comunicar un mensaje de forma simple y directa, así como ser capaz de provocar una emoción en el público. La manera en que lo hagas será tu punto de partida para diferenciarte de la competencia.

No importa qué tan bueno sea tu producto o servicio, si no logras hacer sentir algo en el consumidor, Endor (2020) ya que será muy difícil destacar y conectar con la audiencia. El primer paso para crear esta idea es conocer realmente quién eres. ¿Y cuál el mejor lugar para mirar? Dentro de la misma empresa.

Por ello, según grupo Endor (2020), debes hacer una introspectiva, siendo completamente honesto y auténtico para identificar qué es lo que tienes para ofrecer, cuáles son tus fortalezas y debilidades, quién es tu audiencia y qué te hace diferente. Una vez que tengas clara esta información, podrás comenzar a desarrollar el concepto de marca, tomando en cuenta ciertos elementos.

Elementos de la conceptualización de marca:

- Nombre

Como ya mencionamos al principio, es esencial crear un nombre que sea llamativo y que esté alineado a la naturaleza del negocio. Debe ser un nombre único y fácil de recordar, que además pueda cautivar y representar el carácter de la marca. Es recomendable empezar por analizar a la competencia para evitar caer en similitudes que confundan al consumidor.

Por ejemplo, hablando de su marca principal que es Construrama, esta ya es una marca registrada, así como ustedes ya cuentan con los derechos sobre la marca, al ser socios comerciales no tendrían impedimento legal en utilizarla con fines de lucro siempre y cuando toquen base con la empresa. Así mismo, hay que tener muy en cuenta que el uso indebido de marcas que no estén registradas o que no cuenten con los derechos de uso podrían traer consecuencias legales en el futuro.

- Lenguaje.

El lenguaje consiste en el tono de voz y el tipo de mensaje usado que dará lugar a la creación de personalidad de la marca.

Para desarrollar el lenguaje de la marca adecuadamente, se debe considerar a la audiencia a la que nos vamos a dirigir, por ejemplo, el tono que se usa para dirigirse a jóvenes no sería el mismo que se usaría para adultos mayores. Por eso es muy importante definir cuál es el mercado, cuáles son sus intereses y cuál es la mejor manera de captar su atención. Con base en esto, se irá formando la personalidad de la marca, que deberá ser uniforme en todos los medios de comunicación usados.



- Eslogan.

Una vez teniendo claro el lenguaje, crear el eslogan será una tarea mucho más sencilla. Se trata de un elemento crucial dentro del concepto de marca, pues en unas cuantas palabras se busca encapsular los atributos y esencia del negocio.

- Diseño visual.

En este punto, como ya se cuenta con lo que vamos a decir, ahora es el momento de decidir cómo se va a mostrar. Lo ideal es analizar todos los elementos que conforman a la marca y empezar a imaginar cuál es la mejor manera de plasmarlos visualmente, tomando en cuenta el color, la tipografía y el estilo que mejor representan las características y personalidad de la marca.



Lineamientos de marca claros y sencillos de aplicar.

Todo uso de marca debe de tener un reglamento y, como se mencionó antes, lineamientos basados en lo que las empresas definen como manual de identidad, ahí vienen todas las especificaciones de uso de la marca en cuestión que se tienen que respetar, más aún en caso de franquicias o asociaciones de modelos de negocios que comparten identidad; es importante no tratar de pasar por encima de la imagen y del prestigio de la marca en cuestión. Un prestigio se va forjando con el tiempo y es el resultado de años y años de una reputación ganada, como para mancharla solo por no saber exactamente qué tipo de letra, eslogan, colores, o publicidad e imagen emplear, lo que ridicularizaría o pondría en riesgo la imagen de nuestro negocio.

### Cierre

Desarrollar un buen concepto de marca es primordial para todo negocio, pues se trata de construir la base sobre la cual la marca se levantará y es la dirección comunicativa y visual que debemos adoptar para conectar con la audiencia. La mejor forma de crear una conceptualización de marca es pensando fuera de la caja. No te quedes directamente en lo que haces, trasciende hacia los sentimientos que causas y las memorias que dejas. Construye algo que de verdad deje marca.

### Actividad

#### Actividad 6

Estrategias de construcción

#### Objetivo de la actividad

Analizar y comprender los pasos para construir y llevar una marca exitosa y cómo respetar sus lineamientos para los casos de franquicias y licencias.

#### Instrucciones

Responde adecuadamente las siguientes preguntas:

1. Menciona qué es una marca.
2. Menciona los elementos que componen y conceptualizan a la marca.
3. Menciona cuáles son los lineamientos de marca, claros y sencillos de aplicar.

### Referencias bibliográficas

- Roldán, P., (2020). *Conceptualización de una Marca*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/marca.html#:~:text=La%20marca%20es%20el%20identificador,que%20los%20consumidores%20lo%20reconozcan>
- Citysem (2020), ¿Qué es el Branding?, recuperado de <https://citysem.es/que-es/branding/#:~:text=El%20Branding%20es%20el%20proceso%20de%20definici%C3%B3n%20y%20de%20posicionamiento%20que%20se%20llevar%C3%A1%20a%20cabo>
- Grupo Endor, (2020), La Conceptualización de la Marca, ¡porqué es tan importante? <https://www.grupoendor.com/conceptualizacion-de-marca-por-que-es-tan-importante/>

### Para saber más

Los siguientes enlaces son externos a la Universidad Tecnológico de Milenio, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

#### Lecturas

- Trinas. (2018). *¿Qué es un MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA? [ Y por qué es importante ]* [Archivo de video] Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=\\_\\_PzBTxSIPI](https://www.youtube.com/watch?v=__PzBTxSIPI)

### Checkpoints

Asegúrate de:

- Comprender las funciones e importancia de la construcción y el uso de la marca.
- Saber las diferentes formas de establecer el branding.
- Entender la importancia de respetar el manual de identidad.

"Tecnológico de Milenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio".

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO DE MILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO DE MILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO DE MILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educativo y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.