

¿CUÁNTO CREES QUE VALE TU

MARCA?



Es muy común ver a directores de pymes y empresas en crecimiento pagando muy poco o nada por su 'logotipo', realizando contrataciones por plataformas como *Fiver*, *99designs*, *Freelancer*, etc. o en los sitios de impresión, en Bogotá por ejemplo en los Barrios Ricaurte, Estrada y 7 de Agosto.

Sin embargo, esta práctica termina siendo una jugada en contra, lo que implica más inconvenientes a futuro en la empresa, como gastos en rediseños, tiempo perdido en reprocesos y puede que incluso llegue a afectar en temas legales, por derechos de propiedad intelectual o plagio de identidades.

K M D
A G E N C Y



En un mercado empresarial como el de Colombia en el que según cifras de la *ANDI*, *Fenalco* y *Fedesarrollo* casi el 90% de las empresas son Pymes y muchas de ellas en gran medida son empresas familiares, comunicación organizacional pasan a un segundo plano frente a temas financieros, comerciales y legales.

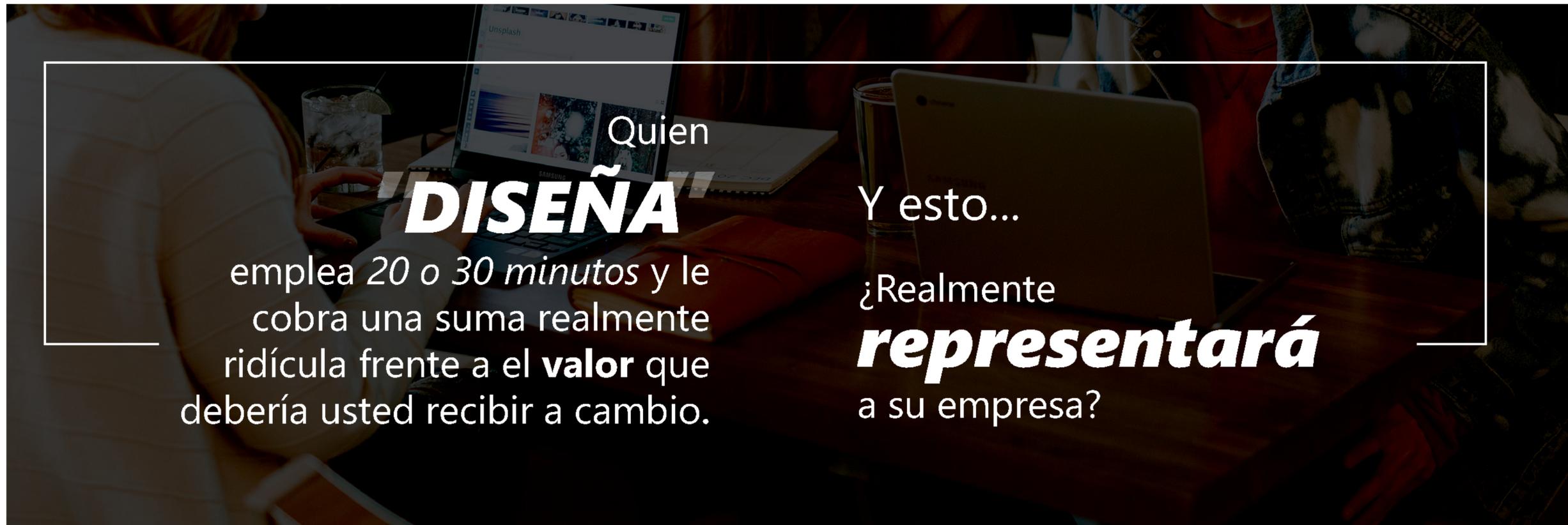
Pymes y empresas en crecimiento, buscando economías y soluciones inmediatas a la identidad corporativa terminan haciendo su identificador visual (LOGO), junto con su papelería corporativa en las plataformas y barrios antes mencionados.

90%

de las empresas
son *Pymes*

Incluso he visto algunos casos, en los que el impresor por realizar el negocio de impresión de las tarjetas, les *regala* el "LOGO" o un Re-diseño de identidad corporativa bajo la promesa de que recibirán un trabajo integral e inmediato...

¡Gran Trampa! En los 30 minutos que su impresor se toma para hacer el "LOGO", realmente **no va a lograr** hacer un análisis del mercado e identificar los competidores con los que usted se enfrentará, es más, un signo que él produzca en 20 minutos.



Quien
DISEÑA
emplea *20 o 30 minutos* y le cobra una suma realmente ridícula frente a el **valor** que debería usted recibir a cambio.

Y esto...
¿Realmente
representará
a su empresa?

¿Por qué esta práctica *no* es recomendada?,

¿Por qué deberías *invertir* más dinero en el proceso de diseño de la marca gráfica?

Si alguno de los aspectos arriba mencionados te es familiar, estos son 4 puntos que te ayudarán a comprenderlo con mayor profundidad:



01

Para diseñar tu marca, hay que conocer tu empresa.

En el tiempo correspondiente a “de una vez” -*algunos minutos o incluso un par de horas*-, es improbable que el diseñador conozca las características de tu empresa, lo que quieres proyectar a tus clientes y competencia cuando vean tu tarjeta de presentación, tu membrete o tu firma de mail.

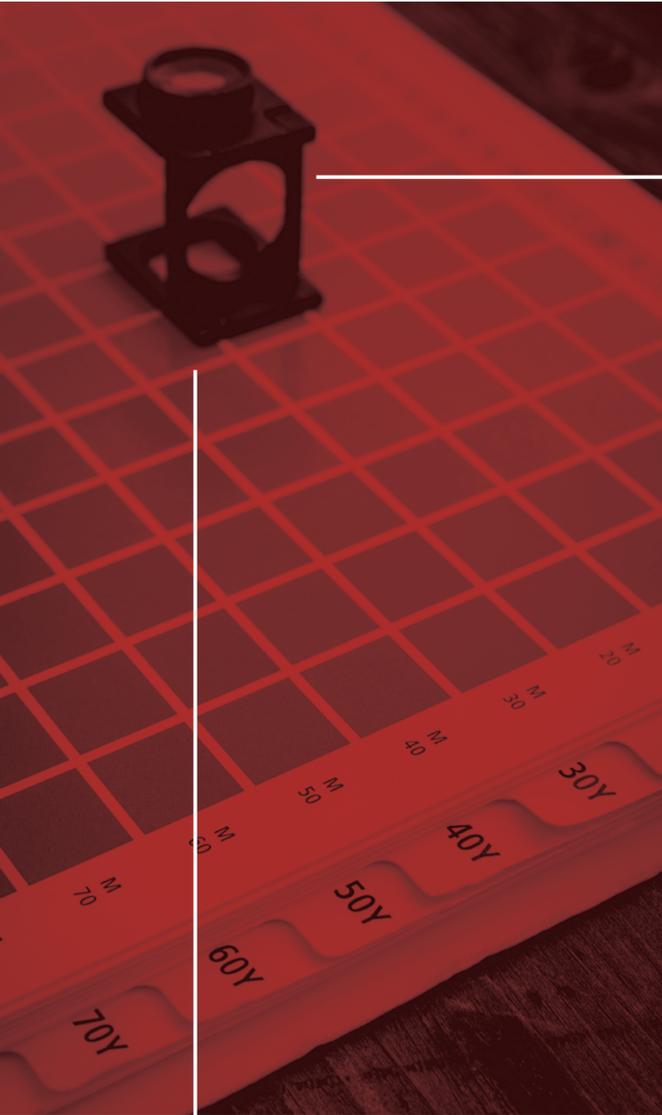
Para lograr un excelente resultado **se requiere de tiempo** para conocerte a ti, a tu empresa, lo que hacen, lo que planean,

lo que proponen, visitarte y conocer tu entorno de trabajo, empleados y colaboradores, así como el ambiente laboral, producción y venta.

La pertinencia de la marca gráfica depende en muchas ocasiones de ello.

¿Quieres vestirte con ropa que otro te puso a su gusto, sin siquiera saber quién eres?

Tú y tu empresa le importan al buen diseñador.



Quien diseña el 'logo de \$ 10 USD' lo hace tan rápido como pueda porque hay muchas personas esperando ese proceso, uno tras otro; seguro este diseñador operativo no tiene tiempo de preguntarte mucho y diseña decenas de marcas por día, muchas de ellas *réplicas de otras marcas* del mercado.

A este personaje no le interesa si te va bien o no, no hay por qué. Regularmente cuando vuelves, es por la impresión, no por el diseño.

Cuando trabajas con un equipo de diseño o una agencia dedicada a conocerte y a proyectar tu imagen empresarial, se preocupan porque te vaya bien, pues si esto sucede le llamarás de nuevo para diseñar tus

letreros, catálogo, y tu sitio web. Ellos son tu aliado, pues si a ti te va bien, a la agencia también.

02

03

Necesitas reglas claras para reproducir tu marca

Con un 'logo' hecho "de una vez" vas a tu suerte, así que cuando necesites más tarjetas, plegables o portada de Facebook, ¿qué harás? ¿de dónde sacas el modelo?, ¿cómo se llama el color, el tipo de letra?, ¿cuál es el tamaño mínimo?. No lo sabrás porque nunca te lo contaron, tal vez ni te recuerden a ti ni a tu marca. En conclusión **¡nunca les importaste!**

Cuando encargas tu identidad visual o marca gráfica a un diseñador profesional o a una agencia recibirás archivos editables, archivo de tipos de letra, te explicarán las *razones funcionales* para tu marca gráfica, las posibilidades

comerciales, sus bondades; te entregará datos de colores basado en la psicología del color y especificaciones técnicas. Te asesorarán por que en el diseño y gestión de las marcas cobra mucha importancia la *parte funcional* y no solamente se tiene en cuenta la parte estética.

Además, dependiendo del contrato, hará un manual en el que consignará las reglas de juego para que tu marca sea siempre la misma, lo que beneficiará notablemente tu reputación empresarial así el diseñador o la agencia ya no trabajen contigo.



04 Invierte en tu reputación

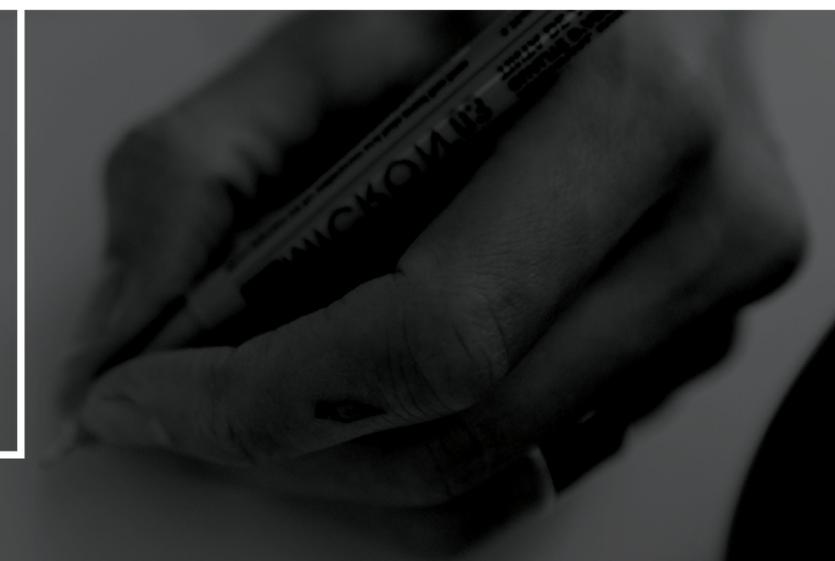
La identidad corporativa representa un factor de éxito para cualquier empresa sin importar cual sea su naturaleza, sector objetivo o core de negocio, sin embargo, muchas empresas no están bien informadas o desconocen la importancia de una identidad corporativa sólida y cometen errores a la hora de desarrollar o contratar servicios que finalmente terminan por no tener el impacto esperado.

Una identidad corporativa no solo debe enfocarse en aquello que las empresas logran transmitir a sus clientes través de diferentes medios, sino también de que el equipo que pertenece a esta empresa asuma como propios los valores y la

personalidad de la marca, hecho que es muy difícil si la marca fue desarrollada en tiempo record y sin la investigación y análisis pertinente.

Teniendo en cuenta lo anterior, un proceso profesional de diseño implica una mayor inversión,

no solo en dinero, también en tiempo y otros recursos, pero a mediano plazo te evitará perder tiempo y dolores de cabeza en la producción de señales, catálogos, página web, impresos y piezas para tus redes sociales.



También facilitará el *reconocimiento de tu empresa* por parte de tu público de un modo profesional, concreto y contundente en eventos como ruedas de negocios e intercambios comerciales. Una identidad visual organizada y pertinente mostrará una empresa seria y asertiva.

Seguir este proceso de manera juiciosa y estructurada

permitirá validar y visibilizar de manera progresiva y permanente las políticas y organización empresarial que tú propones al mercado, fortalecerá tu reputación y abrirá espacios comerciales, permitiendo así, obtener también un retorno de la inversión (ROI) más rápido del que pensarías.

THINK
OUTSIDE
THE BOX

¿Te gustaría conocer más de la *gestión y diseño de tu **identidad corporativa?***

CONTÁCTANOS;
queremos asesorarte.

