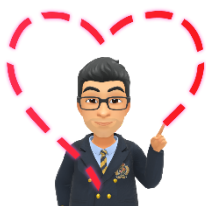


RECURSO N.º 01

La marca emprendedora

¿Qué es la marca emprendedora?



Una marca emprendedora es mucho más que un nombre o un símbolo. Es la identidad visual y emocional que representa a un producto, servicio o emprendimiento. A través de su marca, un emprendimiento comunica sus valores, propósito y personalidad, buscando conectar con sus clientes y diferenciarse de la competencia.

Es el conjunto de elementos visuales, verbales y emocionales que identifican a un emprendimiento. Incluye el nombre, el mensaje, la identidad gráfica y los valores que transmite. Una marca bien construida ayuda a generar confianza, recordación y fidelidad.

¿Qué es la representación gráfica de la marca?

La identidad visual de una marca se expresa mediante símbolos gráficos que permiten que el público la reconozca fácilmente. Estos símbolos pueden presentarse en diferentes formatos:

1. Logotipo

Es la representación gráfica del nombre de la marca a través de letras o tipografía única. No incluye imágenes ni símbolos, solo texto estilizado. Ejemplo:



2. Isotipo

Es el símbolo o ícono que representa a la marca sin necesidad de palabras. Debe ser lo suficientemente fuerte como para que se asocie con la marca de forma independiente. Ejemplo:



3. Imagotipo

Es la combinación del logotipo (nombre) y el isotipo (símbolo), pero ambos pueden funcionar juntos o por separado. Ejemplo:



4. Isologo

Es la unión del nombre y el símbolo en una sola unidad gráfica que no puede separarse. Ejemplo:



5. Colores

Los colores influyen directamente en las emociones y percepciones de los consumidores. Elegir una paleta de colores adecuada puede reforzar la identidad de la marca y transmitir su personalidad.

Cada color comunica sensaciones distintas:

- Azul: confianza, seguridad, tecnología, tranquilidad. Muy usado por marcas de salud, educación y tecnología.
- Rojo: energía, pasión, urgencia, acción. Ideal para llamar la atención o expresar fuerza.
- Verde: naturaleza, salud, sostenibilidad, frescura. Se asocia a lo ecológico o saludable.
- Amarillo: alegría, juventud, entusiasmo, creatividad. Estimula la atención y la mente.
- Naranja: dinamismo, cercanía, entusiasmo. Se usa para marcas innovadoras o alegres.
- Negro: elegancia, poder, lujo, formalidad. Aporta autoridad y estilo.
- Morado: creatividad, espiritualidad, misterio. Útil para lo artístico o diferenciador.

6. Tipografía

La tipografía es el estilo de letra que usa tu marca. También comunica emociones y debe ser coherente con la personalidad del emprendimiento.

Tipos principales:

- Serif (con terminaciones): tradicional, seria, profesional. Ej: Times New Roman, Georgia.
- Sans Serif (sin terminaciones): moderna, clara, accesible. Ej: Arial, Helvetica, Montserrat.
- Manuscrita o script: creativa, cálida, personal. Ej: Pacifico, Great Vibes.
- Tecnológica / geométrica: futurista, precisa, limpia. Ej: Orbitron, Roboto.

7. Formas

Las formas también influyen en cómo percibimos una marca. Las figuras básicas comunican ideas distintas:

- Círculos / óvalos: unidad, protección, comunidad, movimiento.
- Cuadrados / rectángulos: orden, estructura, estabilidad, fuerza.
- Triángulos: dirección, dinamismo, acción, crecimiento.
- Líneas curvas: suavidad, flexibilidad, creatividad.
- Líneas rectas / diagonales: energía, precisión, poder.

8. Iconografía (Símbolos/Imágenes):

- Relevancia: El icono debe ser relevante para su propuesta de valor y fácil de entender.
- Originalidad: Busquen un símbolo único que los diferencie de la competencia.
- Simplicidad: Un icono sencillo es más fácil de recordar y reconocer.