

### Objetivo. ¿Por qué usar esta herramienta?

Algunas de las tareas más relevantes y que más visibilidad tienen en la implementación de tu proyecto de cara al exterior, son aquellas relacionadas con el branding de tu iniciativa, es decir, como proyectas tu imagen e identidad de marca.

A través del branding instalarás en el imaginario de tus clientes la promesa que acompaña a tu iniciativa y a partir de la cual vertebrarás tu estrategia de negocio. Comenzar a trabajar sobre el branding aplicado a tu proyecto es el objetivo de esta herramienta.

Para ello proponemos centrar el foco del trabajo en cuatro elementos fundamentales en el desarrollo de una marca: la identidad de marca, el naming, la identidad gráfica y la presencia en entornos digitales.

### Cómo se utiliza

Para que trabajes sobre el branding corporativo de tu iniciativa de emprendimiento social hemos organizado las tareas a desarrollar en cuatro bloques que describimos a continuación.

- 1. Identidad de marca.** Antes de empezar a trabajar sobre el branding corporativo de tu iniciativa, debes definir los pilares sobre los que construirás tu identidad. Para ello, te proponemos que defines la misión, visión y valores que quieres que sean asociados a tu marca.
  - » **Misión.** Describe el propósito general de tu iniciativa, tu objetivo a largo plazo. ¿Por qué estás desarrollando esta iniciativa?
  - » **Visión.** Detalla la imagen de futuro de tu proyecto, tus aspiraciones. ¿Cuáles son tus metas a medio y largo plazo?
  - » **Valores.** Especifica los principios éticos de tu iniciativa. ¿Con qué valores te gustaría que relacionasen a tu proyecto? ¿qué valores hacen único a tu proyecto?
- 2. Naming.** En este bloque el objetivo es que determines el nombre de marca que asociarás a tu iniciativa. Este nombre debe ser corto, fácil de pronunciar y fácil de recordar. Escribe las diferentes propuestas que se te ocurran y valora si cumplen estas condiciones. Sería un punto a favor importante para el naming de tu proyecto si el nombre no está previamente registrado, con lo que podrás usarlo con total libertad, y el dominio está disponible. Introduce esto en el análisis.

Concluye seleccionando de entre las propuestas que cumplen las condiciones anteriores, aquella que te parezca que identifica mejor la misión, visión y valores de tu iniciativa.

- 3. Identidad gráfica.** Aquí trabajarás sobre la imagen que te gustaría que tu iniciativa proyectase de cara al exterior. Para hacerlo, te centrarás en tres elementos:
  - » **Logotipo.** Dibuja el logotipo que te parezca apropiado para representar a tu iniciativa, incluyendo el nombre de marca que definiste en un bloque anterior. Inspírate revisando en Internet los logotipos de empresas o proyectos que operan en tu mismo ámbito de intervención.  
Si no tienes competencias en diseño no te preocupes, ese trabajo será un valioso punto de partida para que un diseñador construya la imagen final. Eso sí, para la creación final del logo, contrata a un profesional del diseño ([xn--diseadores-w9a.extremaduraempresarial.es](http://xn--diseadores-w9a.extremaduraempresarial.es)).
  - » **Tipografía.** Accede a Goggle Fonts ([fonts.google.com](http://fonts.google.com)) y selecciona 3 tipografías que valores que son apropiadas y coherentes con los valores que quieres transmitir. Anota sus nombres.
  - » **Paleta de colores.** Busca los colores que consideras que conectan mejor con el concepto de marca que persigues para tu iniciativa y anota sus códigos. Selecciona entre 3 y 6 colores representativos.

Puedes ayudarte de herramientas web como **materialpalette.com** que facilitarán mucho esta tarea.

- 4. Presencia digital.** En este último bloque te proponemos que valores de qué forma y con qué herramientas quieres mostrar tu iniciativa en los distintos entornos digitales.

Enfócate inicialmente en dos elementos: web y redes sociales.

- » **Web.** Se trata de que reflexiones sobre el tipo de web que necesitas en tu proyecto.
  - **Tipo de web.** ¿Necesitas una **web corporativa**, una **plataforma de eCommerce** desde la que puedas vender directamente tus productos o el modelo más apropiado es un **membership site**, al que tus usuarios se suscriben para poder acceder a tus servicios?
  - **Desarrollo tecnológico.** En cualquier de los casos anteriores, la programación del sitio web ¿la implementarás tú o contratarás a alguna persona profesional? En este último caso, ¿qué presupuesto tienes para ello?
- » **Redes sociales.** Determina las redes sociales en las que quieres que tu iniciativa esté presente y describe los objetivos que te gustaría obtener de cada una de ellas. ¿Gestionarás tú estas redes sociales o contratarás un servicio externo de social media management?

### Claves importantes para el uso de la herramienta

Te recomendamos que, aunque el trabajo que desarrolles a través de esta herramienta sea muy importante, te asesores por profesionales que te ayuden a construir una imagen sólida y coherente de tu iniciativa.

Comparte el proceso creativo. Pregunta y pide opinión a otras personas y valora el feedback que te aportan. Muchas veces nuestro propio contexto de obviedad nos impide ver elementos que son evidentes para otros.

Investiga en Internet como otras iniciativas sociales y empresariales han resuelto sus identidades e intenta averiguar el porqué de las decisiones que han tomado; este conocimiento puede ayudarte a orientar tu trabajo. Crea un moodboard de tu iniciativa.

## Herramienta 23. Branding corporativo

### Identidad de marca

Define los pilares sobre los que construirás tu marca. Estos pilares son la **misión**, la **visión** y los **valores** de tu iniciativa.

#### Misión de la marca

Propósito general de la iniciativa. Objetivo a largo plazo. ¿Por qué estás desarrollando la iniciativa?

#### Visión de la marca

Aspiraciones de tu iniciativa. Imagen del futuro. ¿Cuáles son tus metas a medio y largo plazo?

#### Valores de la marca

Principios éticos de tu iniciativa. ¿Con qué valores quieres que te identifiquen? ¿Qué valores hacen único a tu proyecto?

  

### Naming

Trabaja sobre el nombre de marca de tu iniciativa.

Haz propuestas, valora los ítems indicados y selecciona el que prefieras de entre los que cumplen todas las condiciones.

#### Propuestas de nombre

  
  

#### ¿Es corto?

Sí  No

Sí  No

Sí  No

#### ¿Es fácil de pronunciar?

Sí  No

Sí  No

Sí  No

#### ¿Es fácil de recordar?

Sí  No

Sí  No

Sí  No

#### ¿Están nombre y dominio disponibles?

Sí  No

Sí  No

Sí  No

Nombre elegido

### Identidad gráfica

Trabaja sobre la identidad gráfica de tu proyecto comenzando a esbozar su logotipo y seleccionando las tipografías y la paleta de colores que usarás

#### Logotipo

Esboza el logotipo para tu iniciativa

#### Tipografías

Busca en Google Fonts y escribe el nombre de 3 tipografías que te parecen apropiadas y coherentes con tu iniciativa

  
  

#### Paleta de color

Elige entre 3 y 6 colores con los que quieras identificar tu iniciativa y escribe sus códigos

  
  

### Presencia digital

Trabaja sobre el desarrollo digital de tu iniciativa definiendo el tipo de web que usarás y las redes sociales en las que estarás presente.

#### Web

##### Tipo de web

Corporativa  eCommerce  Membership site

##### Desarrollo tecnológico

Diseño propio  Contratación externa

Coste

#### Redes sociales

Selecciona las redes sociales en las que estarás presentes y los objetivos que te gustaría obtener de cada una de ellas

LinkedIn → No  Sí  → Objetivo

Facebook → No  Sí  → Objetivo

Twitter → No  Sí  → Objetivo

Instagram → No  Sí  → Objetivo