

PROYECTO EMPRESARIAL.

FASE IV. ELECCIÓN DE NOMBRE Y LOGOTIPO.

1) EL NOMBRE: NAMING

Una vez que elegida la idea hay que darle un nombre ¿cómo puedes encontrar el adecuado? El nombre debería dar a la gente una idea de la naturaleza de tu empresa y proyectar la imagen que quieres tener. Los nombres pueden ser simples, sofisticados y hasta graciosos. Selecciona un nombre lo más corto posible, se recuerda mejor.

El nombre de la empresa es su tarjeta de presentación, tu sello distintivo y, por tanto, debe reunir una serie de características específicas; entre otras: Descriptivo, Original, Atractivo, Claro y simple, Significativo, Agradable.

Por lo tanto, llega el momento de pensar qué nombre vamos a poner a nuestra empresa, ya que una empresa no es solo su nombre, pero su nombre dice mucho de ella. Comenzamos con el siguiente video (Fans, no clientes)

<https://www.youtube.com/watch?v=KfprZg2OEe4>

Por esto seguiremos un proceso cuidadoso hasta llegar a él, de forma que evitemos situaciones como estas.

<http://namingparaemprendedores.blogspot.com.es/2012/10/de-verdad-es-tan-importante-elegir-un.html>

Observa las siguientes marcas y piensa qué error cometieron al elegirlos:

a) Knorr:



b) Empresa de construcción (C.A.E.)



Para ello seguiremos [estas indicaciones](#), en las que encontraréis algunas pistas y técnicas para coger nuevas ideas para buscar un nombre:

Apellidos: Nombres que son representantes de los nombres de familia formal, apellidos, o etiquetas históricas. (Gillette, Siemens, Dell, Ford).

Nombres funcionales: los nombres funcionales son meramente descriptivos de lo que una empresa o producto. (Pizza Hut, General Motors).

Inventar nombres: los que se basan en raíces griegas y latinas, y las construcciones poéticas que se basan en el ritmo y la la experiencia de decirlas. (Xerox, Oreo, Wii, Kodak).

Nombre experiencial: los nombres de experienciales ofrecen una conexión directa con la realidad o una metáfora de ésta. (Explorer, El Hotel de la Risa, JerteXtrem).

Derivación: Se añade un prefijo o sufijo a una palabra ya existente. Ejemplo: Vueling, Globalia, Aqualia, etc.

Composición: Uniendo dos palabras del mismo o distinto idioma. Ejemplo: Facebook, Youtube, HipotecaFácil, etc.

Descontextualización: Utilizar una palabra genérica o nombre propio sin una relación directa con nuestros productos. Ejemplo: Apple, Windows, Lotus, Fuji, etc.

Siglas y acrónimos: Puedes utilizar iniciales o letras de distintas palabras. Ejemplo: BMW. INTEL, BBC, etc

También tendréis en [cuenta estos factores](#). FACTORES que nos ayudarán a acertar lo máximo posible:

Largo del nombre

Una sola palabra, o dos como máximo. Con la menor cantidad de sílabas.

Lectura y Pronunciación (Sonido)

Debe ser fácil de leer e interpretar. La pronunciación varía en diferentes idiomas y culturas, por lo tanto, cuantas más culturas se tengan en cuenta en el naming, mejor.

Pregnancia

El nombre de la marca debe ser fácil de recordar. La mente tiene un período de interés variable, que en la mayoría de los casos no llega a dos segundos.

Significado y asociación cultural

Dependiendo del público receptor, el naming se realiza considerando diferentes aspectos propios de cada región, buscando un valor positivo en cada una de ellas. Hay palabras que dependiendo de donde se usen pueden tener un significado u otro. Si tu mercado llega a diferentes fronteras deberás tenerlo en cuenta. A la hora de valorar el significado cultural no solo debes medirlo desde la perspectiva del territorio de actuación, cuida también que no suponga algo negativo desde la visión de género, razas, religiones,... un pequeño error puede hacer que pierdas una gran cartera de clientes.

Sugestión

Además de lo obvio (relativo al producto o servicio en cuestión) debe de sugerir algo relativo a la cuestión psicológica y emotiva del ser humano. Este aspecto es muy importante, hace referencia a los valores de nuestros productos y cómo conectan con nuestros clientes, a la experiencia que generamos cuando alguien utiliza nuestros servicios o entra en nuestra tienda. ¿Qué quieres transmitir? Calidad, cercanía, profesionalidad, lujo, accesibilidad, sostenibilidad,... Son valores que pueden aparecer en tus productos, y en caso de no aparecer deben ser intuitivos por tu cliente.

Creatividad

Esto es lo que dotará al nombre de una personalidad propia. Dale un toque humano, original y personal. Inspírate en los nombres de otros productos o empresas que te gustan, aunque no sean del mismo sector que tu proyecto.

Legalidad

Asegúrate que tu increíblemente-super-original marca no exista ya. Lo más sencillo es mirar en internet. O consultar en la Oficina Española de Patentes y Marcas. Suena duro, pero no te preocupes, es más fácil de lo que piensas.

TAREAS: En vuestro archivo de proyecto.

I. Búsqueda del nombre:

- En primer lugar cada miembro del grupo de forma individual generará durante cinco minutos el máximo de nombres que se le ocurran.
- Durante los cinco minutos siguientes se compartirán con el grupo.
- Después y durante otros cinco minutos el grupo generará nuevos nombres.
- En los cinco minutos siguientes el grupo elegirá de entre todos los anteriores los cinco que más les gusten.
- Otros cinco minutos para elaborar esta tabla de evaluación a las ideas:

Naming propuesto	¿fácil de recordar? <u>Pregnancia</u>	¿Se diferencia de otras marcas del sector?	¿Podrá conectar con el cliente?	¿Se perciben los valores que nos interesan?	Puntuación total
<u>Naming 1</u>	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
<u>Naming 2</u>	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
<u>Naming 3</u>	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
<u>Naming 4</u>	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	
<u>Naming 5</u>	0 a 10	0 a 10	0 a 10	0 a 10	

- Escribir los cinco nombres en un folio y el resto de los grupos pasarán a ver y señalar cuál de las opciones les gusta más, señalándola con una cruz.
- Seleccionar el nombre.

II. Justificación del nombre elegido:

En vuestro documento del Proyecto justificaréis el nombre elegido. Algunas pautas que podéis incluir:

- Por su significado.
- Porque resulta llamativo.
- Porque está relacionado con el producto.
- Porque es el nombre del propietario.
- Otros motivos (especificalos)

2) EL LOGO

El **logotipo**, símbolo gráfico representativo de la empresa, es el emblema de la empresa. Buscad un logo que se asocie al nombre de la empresa que habéis escogido y justificad el diseño, el color, los detalles...

Como el nombre, el logo debe ser diseñado cuidadosamente para que proyecte la imagen que quieres que tu empresa tenga. Su diseño puede perseguir distintos objetivos:

- representar el producto o servicio que se va a comercializar
- resultar atractivo
- fácil de recordar
- otras razones

Comenzamos con el siguiente cortometraje que recibió un Oscar en 2010 (Logorama)
<http://tu.tv/videos/llogorama-completo-en-espanol>

En el siguiente enlace podéis leer algunas historias de logotipos:

<http://namingparaemprendedores.blogspot.com.es/2012/10/historias-de-logos.html>

Algunas sugerencias prácticas para pensar en vuestro logo:

- Debe partir de los valores y mensajes de tu marca.
- No uséis nunca más de 3 colores.
- La simplicidad es la clave, a veces nos complicamos demasiado.
- Escoged una fuente tipográfica que pueda leer incluso tu abuela.
- No uséis efectos especiales (degradados, sombras, reflejos y destellos de luz).
- El logo debe tener alguna conexión con lo que representa.
- Mirad los de la competencia para que el vuestro sea único en su entorno, sector,...
- Podéis añadir elementos de tu trabajo (entornos, herramientas, iniciales,...)
- Confirmad que el logotipo resulta atractivo al menos para 3 o más personas distintas.

TAREA en el documento de vuestro Proyecto:

- I. Diseñar un logotipo para vuestra empresa.
- II. Pegar el logotipo en el documento.

Herramientas a utilizar: además de vuestra creatividad, lápiz, papel, rotuladores,... o alguna herramienta online. Podéis utilizar Word, Paint o alguna imagen de internet.

http://www.vistaprint.es/disenio-de-logotipos/anadir-texto.aspx?tabJump=8&logo_id=39789877&pf_id=088&rd=2

<https://www.logaster.com/>

<http://www.logoease.com/LogoSamples.aspx>

En este enlace encontraréis imágenes gratis.

<http://www.wylio.com/>

Además, también podéis leer algunos consejos más en el siguiente enlace:

<http://es.fuelyourcreativity.com/20-reglas-para-crear-un-logotipo/>

Si os gustan los logos y queréis poner a prueba vuestros conocimientos, aquí encontraréis JUEGOS DE LOGOS:

<http://deivizg.eresmas.com/juegos2.htm>

También podéis comprobar cuánto sabéis de logos descargando alguna aplicación Logos Quiz para Android.

ENLACES DE INTERÉS para este apartado:

<http://iniciafp.es/?s=marca&x=0&y=0>

<http://namingparaemprendedores.blogspot.com.es/>