

# EL MUNDO DE LO INTANGIBLE.

La globalización y virtualización de la información junto con una nueva generación de consumidores obligan a reconsiderar enfoques y convenciones. Debido a la proliferación de blogs y redes sociales las empresas ya no controlan la información sobre sus productos o servicios. Antes de comprar un auto, ir a cenar o adquirir un electrodoméstico el consumidor consulta a otros usuarios o les comunica su experiencia, y este intercambio no puede detenerse.

Tener un “buen producto o servicio” no es suficiente hoy. El cliente ya no consume por costo – beneficio sino por la experiencia que le brinda la marca. El producto como tal ha dejado de ser importante ya que se ha “comoditizado”, y una empresa no puede diferenciarse solo con ellos.

¿Cuál cree que es la diferencia entre las empresas de tarjetas de credito? ¿Y entre las que fabrican ropa deportiva?

La distinción no está en sus productos o servicios, sino en lo que representan para nosotros. Hoy se consume de forma emocional. Es por eso que la marca se ha convertido en el activo más importante de una empresa.

## ¿Que es una marca?

Es muy común confundir “Marca” con “logotipo”. Una marca es mucho más que un logo. Es un mix de tangibles e intangibles, y esa combinación crea valor. Para construir una marca hay que empezar desde los cimientos, construyendo identidad.

La identidad está compuesta por signos que distinguen a una institución, pero los signos sólo cumplen su cometido cuando están alineados al tipo de negocio, ambiente competitivo, al contexto y la visión de la empresa. Encargar un “logotipo” de la misma forma que se compra un producto en góndola es un error.

## ¿Por que las instituciones necesitan identidad?

¿Sabe usted cual es la diferencia de los combustibles que expenden las compañías petroleras?

Seguramente no, pero si puede identificar a las compañías. Imaginemos lo difícil que sería para el consumidor poder identificar productos o servicios tan similares entre sí comercializados por diferentes compañías.

**La única forma de distinguirse es con identidad.**