

Fase 1: ADN de Impacto (El Núcleo)

Esta sección identifica el propósito, impacto y diferenciación de la organización.

Tiempo estimado: 15–20 minutos.

Identidad y Origen

👉 Nombre de la organización:

👉 Año de fundación / Sector:

👉 Historia y Motivación: *¿Qué historia o problema real motivó la creación de la marca?*

Identificación de Problemas (El "Dolor" del Negocio)

👉 ¿Qué es lo que tu marca actual no está logrando hacer por el negocio hoy?

- Más allá de la estética, ¿cuál es el desafío de negocio más crítico que este proyecto debe resolver?

Tiempos y Proyección de Crecimiento (La "Ruta" de la Empresa)

- ¿Dónde planean que esté la organización en los próximos 2 años y cómo este proyecto debería adaptarse a ese crecimiento para no quedar obsoleto en el corto plazo?

Agregar una nota *(comentario final Backup)*

Fase 2: Conexión y Audiencia

Definición del público objetivo y su percepción actual.

Tiempo estimado: 15–20 minutos.

Identidad y Origen

- Perfil del Target: *Edad, género, estilo de vida y nivel socioeconómico.*

- Mercados: Local Nacional Internacional

Percepción actual

- ¿Qué piensan hoy de su marca?

- ¿Qué sienten cuando interactúan con ella?

Insight clave

- ¿Qué necesidad profunda (no evidente) tiene su cliente?

Conexión

- ¿Cómo quieres que se vea tu marca?

Agregar una nota (*comentario final Backup*)

Fase 3: Diferenciación y Competencia

Identificación del valor único frente al mercado.

Diferenciador Clave:

- ¿Qué los hace diferentes hoy (aunque sea un detalle pequeño)?

- ¿Cuáles son los 3 pilares o recursos que hacen que tu organización sea superior a la competencia hoy, y cuánta de esa infraestructura (equipo, tecnología, materiales) está lista para ser integrada en este nuevo proyecto?

Análisis de Competencia

- ¿Quiénes son sus competidores directos y qué marcas comunican mejor en su rubro?

Espacio de oportunidad

- ¿Qué vacío existe en el mercado que su marca puede ocupar?

Propósito de Existencia

- Nuestra organización existe para

(Responde al 'para qué' más allá de generar ingresos)

El Vacío del Mercado

- Si la marca desapareciera mañana... ¿qué perdería el mundo?

Agregar una nota *(comentario final Backup)*

Fase 4: Personalidad y Visualidad

Traducir la estrategia en identidad de marca.

Marca

- ¿En qué momentos sientes que tu empresa no coincide con lo que tu marca comunica / transmite?

Narrativa Comunicacional

- ¿Tu comunicación está pensada para un público diverso o para un perfil idealizado? ¿A quién estás dejando fuera sin darte cuenta?

- ¿Cómo adaptas tu mensaje cuando te diriges a diferentes regiones o contextos culturales? ¿Cambia algo o es el mismo discurso para todos?

Rasgos de Personalidad

🌐 Seleccione 3 rasgos que definan cómo sería la marca si fuera una persona:

- Cercana Innovadora Confiable Visionaria Inspiradora
 Técnica Disruptiva Otro: _____

Valores de Marca

🌐 Seleccione máximo 4 valores fundamentales, indica otro si fuera el caso:

- Sostenibilidad Innovación Transparencia Comunidad
 Calidad Inclusión Otro: _____

Territorio de marca

🌐 ¿En qué espacio quiere habitar la marca? (ej: lujo accesible, innovación social, tradición moderna)

Tono de voz

🌐 ¿Cómo habla la marca? (ej: directa, emocional, técnica, cercana)

Referentes Visuales

🌐 **Estilo deseado:** (Ej. Sobrio, divertido, minimalista, artesanal).

- **Aplicaciones:** ¿Dónde se verá la marca? (Redes sociales, empaques, uniformes, etc.).

- **"No-Go's":** ¿Qué elementos visuales o colores desean evitar totalmente?

Agregar una nota *(comentario final Backap)*

Fase 5: Termómetro de impacto

Esta sección transforma los datos fríos en una narrativa de crecimiento y transparencia. Demuestra que el impacto es medible y real.

Matriz de Impacto

Indique el tipo de impacto principal y explique brevemente su alcance:

🌐 Dimensiones: Ambiental Social Económico Territorial
 Innovación Otro: _____

🌐 Beneficiarios: Consumidores Productores Comunidades
 Ecosistemas Otro: _____

Indicadores de Gestión y Resultado

🌐 El "Dato Maestro": ¿Cuál es la cifra única que mejor resume el éxito de su propósito? (Ej: X toneladas de CO2 evitadas, X familias con ingresos dignos)

🌐 Trayectoria de Transformación: Desde nuestra fundación en [Año de fundación], ¿cuál ha sido el alcance acumulado en nuestro [Sector o industria]?

- Eficiencia del Impacto: Por cada producto/servicio entregado, ¿qué beneficio concreto recibe el [Beneficiario principal]?

- Conexión con el negocio: ¿Cómo este impacto genera valor económico, reputacional o competitivo?

Agregar una nota *(comentario final Backap)*

Fase 6: Síntesis final

Condensar la esencia en una sola declaración.

- Nuestra organización existe para _____, enfrentando _____, generando impacto en _____, y creando valor a través de _____.