



Cuaderno de Trabajo

**Módulo de Consolidación
del Emprendimiento Nivel II:**

Construcción de Marca



Cuaderno de trabajo

Módulo de Consolidación del Emprendimiento (Nivel II):

Construcción de Marca

Noviembre, 2025

MÓDULO DE CONSOLIDACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NIVEL II: Construcción de Marca

Editor:

Aldeas Infantiles SOS Perú

Dirección Legal:

Calle Ricardo Angulo N° 744, Urb. Corpac
San Isidro – Lima – Perú

ELABORACIÓN DE CONTENIDOS:

Antonio Ricardo Herrera Cabanillas
Rafael Quispe Gutierrez

REVISADO POR:

Natalí Cárdenas Gavilán
Diana Lucero Matta Figueroa
Juan Adrian Arturo Medina Mallma
Janela Milagros Nuñez Vilcamichi
Deshanira Aylinn Robles Matos

APROBADO POR:

Nancy Martínez Pacheco
Jhony Noa Baldeón

DISEÑO, DIAGRAMACIÓN E ILUSTRACIONES:

Roger Román De la Cruz

REVISIÓN DE ESTILO:

Diego Carbajal Alarcón

IDIOMA ORIGINAL:

Español

Primera edición, noviembre 2025

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N. °202515331

La publicación de este material ha sido posible gracias al financiamiento de Cummins y Scotiabank, en el marco de los proyectos “YouthCan!: BUILDING UP AND ACHIEVING EMPLOYABILITY” y “Familias con futuro: Empleabilidad y emprendimiento para el fortalecimiento familiar”.

Esta publicación no puede ser reproducida totalmente ni en parte, por ningún medio sea electrónico, digital, mecánico, fotocopiado, microfilmación, por registro u otros métodos, sin autorización expresa de los responsables de la edición.

PRESENTACIÓN

¡Te damos la bienvenida a este cuaderno de trabajo sobre **Construcción de Marca!**

¿Qué encontrarás en este cuaderno?

Este material ha sido elaborado para acompañarte en un paso decisivo de la consolidación de tu negocio: definir una identidad de marca clara y elaborar una estrategia que te permita destacar frente a la competencia. Aquí encontrarás información práctica y actividades diseñadas para que logres una conexión auténtica con tu público objetivo y fortalezcas el posicionamiento de tu emprendimiento en el mercado.

Para ello, desarrollarás:

- **Actividad 1:** Identidad de marca.
- **Actividad 2:** Estrategia de posicionamiento de marca.

Estas actividades están pensadas para que reflexiones sobre cómo quieres que tu negocio sea percibido y avances en pasos concretos hacia la construcción de una marca sólida y reconocida.

¿Cómo usar este cuaderno de trabajo?

Este cuadernillo está diseñado para que avances a tu propio ritmo. No necesitas dominar todos los conceptos de inmediato; lo importante es que cada ejercicio te ayude a reflexionar y a dar pasos prácticos hacia una mejor definición de tu marca.

Para guiar tu aprendizaje, cada tema se organiza en tres momentos:

- **Reflexionemos:** para conectar tu experiencia con el tema y plantearte preguntas clave.
- **Conceptos Básicos:** para conocer los fundamentos y herramientas de branding que amplíen tu comprensión.
- **Aplica lo Aprendido:** con ejercicios prácticos que te permitirán aterrizar los conocimientos en tu propio negocio.

Completar con dedicación cada actividad será una inversión en tu futuro, pues te permitirá consolidar tu marca y generar un vínculo duradero con tus clientes.

¡Es momento de pasar a la acción y llevar tu emprendimiento a una nueva etapa!



Sesión: CONSTRUCCIÓN DE MARCA

Actividad 1. Identidad de marca para tu emprendimiento

¡Dale a tu negocio una identidad única y memorable!

En esta actividad aprenderás a crear una identidad de marca sólida que hará que tu emprendimiento se destaque entre la competencia. Desde elegir un nombre atractivo, hasta diseñar un logo llamativo y crear un eslogan pegajoso, esta actividad te guiará en la construcción de una marca que tus clientes recordarán.



¿Qué haremos en esta actividad?

- 1. Exploraremos los conceptos básicos** de la identidad de marca, entendiendo por qué cada componente es crucial para la construcción de una marca fuerte y consistente.
- 2. Aplicarás lo que has aprendido** creando o mejorando los componentes clave de la identidad de tu emprendimiento, asegurando que refleje la personalidad y valores de tu negocio.

Esta actividad es esencial para establecer una marca que no solo sea atractiva, sino también coherente y fácil de recordar para tus clientes.

Conceptos básicos

1. Nombre del negocio



- **¿Qué es?:** es la denominación única que distingue a tu negocio de los demás y facilita su identificación. Es la primera impresión que los clientes tendrán de tu marca y la forma en que la recordarán.
- **¿Por qué es importante?:** un nombre memorable y fácil de pronunciar ayuda a que tu negocio sea reconocible y los clientes lo tengan presente frente a otros. Refleja la esencia de tu marca y puede captar la atención del público objetivo.
- **¿Cómo encontrarlo?:** piensa en palabras clave que describan tu producto o servicio. Asegúrate de que sea fácil de recordar y que comunique claramente lo que ofreces.

Frutos
Frescos



Ejemplo:

- Para un negocio de jugos naturales, un nombre como "Frutos Frescos" transmite frescura y calidad, lo cual atrae a clientes interesados en productos saludables.

2. Logo



- **¿Qué es?:** es un símbolo gráfico o imagen que representa visualmente tu negocio. Es la "cara" de tu marca y ayuda a los clientes a identificarla rápidamente.
- **¿Por qué es importante?:** un buen logo facilita el reconocimiento de marca. Un diseño simple y memorable permite que los clientes identifiquen tu negocio de manera inmediata.
- **¿Cómo diseñarlo?:** piensa en imágenes o íconos que representen la esencia de tu negocio y asegúrate de que sea sencillo, pero impactante.



Ejemplo:

- Para "Frutos Frescos", un logo que combine un ícono de una fruta con colores naturales que reflejen frescura, como un mango o una manzana, puede transmitir el mensaje correcto.



3. Colores

- **¿Qué son?:** son las tonalidades que utilizarás en todos los materiales promocionales de tu negocio, desde el logo hasta los carteles. Ayudan a crear una identidad visual coherente y atractiva.
- **¿Por qué es importante?:** los colores reflejan la personalidad de tu marca y permiten crear una impresión visual uniforme. Una elección adecuada de colores puede captar la atención del cliente y generar diversas emociones.
- **¿Cómo elegirlos?:** escoge tonalidades que representen la identidad de tu negocio y combinen de manera atractiva.
- **Significado de los colores principales:**
 - Rojo:** representa energía, pasión, y acción. Es un color que atrae la atención y puede estimular la emoción y el apetito.
 - Azul:** transmite calma, confianza y seguridad. Es un color asociado con la profesionalidad y la fiabilidad.
 - Verde:** asociado con la naturaleza, frescura, y salud. Es un color que sugiere equilibrio y tranquilidad.
 - Amarillo:** evoca alegría, optimismo y energía. Es un color que capta la atención y puede transmitir una sensación de felicidad.
 - Naranja:** simboliza creatividad, entusiasmo, y éxito. Es un color cálido que puede llamar la atención de manera amigable.



Ejemplo:

- Para "Frutos Frescos", colores como el verde y el naranja transmiten frescura y naturalidad.

4. Eslogan



- **¿Qué es?:** es una frase corta y pegajosa que describe lo especial de tu negocio. Es como un mensaje rápido que le dice a la gente por qué deberían elegir tu producto.
- **¿Por qué es importante?:** un buen eslogan ayuda a los clientes a recordar tu negocio y entender rápidamente qué lo hace especial. Debe ser algo fácil de decir y que cause una buena impresión.

10



Sabor natural en cada sorbo

Ejemplo:

- Para "Frutos Frescos", un eslogan como "Sabor natural en cada sorbo" comunica el valor de ofrecer jugos frescos y naturales.

Ejercicio 1:



Aplica lo aprendido: ¡Desarrolla tu identidad de marca!

Objetivo:

Crear o mejorar los componentes clave de la identidad de marca de tu emprendimiento, asegurando que tu negocio tenga un nombre, logo, colores, fuente y eslogan que sean memorables y representativos.

1. Nombre del negocio

— Instrucciones:

- **Paso 1:** piensa en palabras que describan tu producto o servicio y cómo quieres que los clientes lo recuerden.
- **Paso 2:** elige un nombre único, fácil de recordar y que represente bien lo que ofreces.

Posibles nombres

2. Diseño del logo

— Instrucciones:

- **Paso 1:** piensa en una imagen o símbolo que represente tu negocio de manera visual.
- **Paso 2:** dibuja un boceto simple o describe cómo te gustaría que se vea tu logo.

Descripción del logo	Boceto o idea

3. Selección de colores

— **Instrucciones:**

- **Paso 1:** elige dos colores que reflejen la personalidad de tu marca (p. ej.: colores frescos y vibrantes para una limonada).

Color principal	Color secundario

12

4. Creación del eslogan

— **Instrucciones:**

- **Paso 1:** piensa en una frase corta que describa lo que hace especial a tu negocio.
- **Paso 2:** asegúrate de que sea fácil de recordar y que comunique claramente el valor de tu producto o servicio.

Posibles eslóganes

Ejercicio 2:

 **Reflexión final:**

1. ¿Cómo crees que tu identidad de marca ayudará a tu emprendimiento a destacar entre la competencia?
2. ¿Cuál de los componentes (nombre, logo, colores, eslogan) consideras que es más importante para conectar con tus clientes y por qué?

Actividad 2. Estrategia de posicionamiento de marca para tu emprendimiento

¡Destaca tu negocio en el mercado con una estrategia de posicionamiento sólida! En esta actividad, aprenderás a definir y estructurar la manera en que tu marca se posicionará en la mente de tus clientes, diferenciándote de la competencia y atrayendo a tu público objetivo.



¿Qué haremos en esta actividad?

- 1. Exploraremos los conceptos básicos** del posicionamiento de marca, comprendiendo la importancia de la propuesta de valor, la segmentación de mercado y la diferenciación.
- 2. Aplicarás lo que has aprendido** desarrollando una estrategia clara y efectiva que resalte lo que hace único a tu negocio y cómo puedes atraer a los clientes ideales para tu producto o servicio.

Esta actividad es clave para asegurar que tu marca sea la opción preferida por los clientes, logrando un lugar destacado en un mercado competitivo.

13

Conceptos básicos



1. Propuesta de valor

- **¿Qué es?:** es la promesa única que hace tu negocio a los clientes, destacando por qué tu producto o servicio es especial y por qué deberían elegirlo en lugar de otras opciones disponibles. Es decir: definir cuál es el motivo para comprarte a ti y no a otro emprendedor.
- **¿Por qué es importante?:** la propuesta de valor comunica de forma clara los beneficios únicos de tu negocio, lo que ayuda a atraer a los clientes y a diferenciarse de la competencia.



Ejemplo:

- Si tienes un negocio de productos naturales de belleza, tu propuesta de valor podría ser "Belleza que cuida el planeta". Esto resalta que tu producto es ecológico y apela a clientes interesados en opciones sostenibles.



2. Segmentación de mercado

- **¿Qué es?:** este proceso identifica y define al grupo específico de clientes al que deseas dirigirte. Esto permite personalizar los mensajes y las estrategias de marketing para llegar de manera más efectiva a quienes están más interesados en tu oferta.
- **¿Por qué es importante?:** permite enfocar tus esfuerzos de marketing en un grupo de clientes específico que tiene mayor probabilidad de comprar tu producto o servicio, optimizando los recursos y aumentando el impacto.



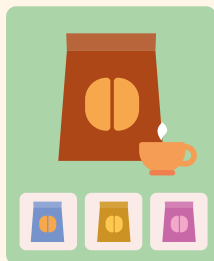
Ejemplo:

- Un negocio de alimentos saludables podría segmentarse hacia jóvenes adultos urbanos interesados en bienestar y fitness, orientando su comunicación a temas como nutrición y bienestar.



3. Diferenciación

- **¿Qué es?:** es el conjunto de características únicas que distinguen a tu negocio de otros en el mercado. Este aspecto hace que los clientes opten por tu producto o servicio antes que la competencia.
- **¿Por qué es importante?:** una fuerte diferenciación ayuda a los clientes a recordar tu marca y a asociarla con algo específico y valioso, lo cual facilita la fidelización.



Ejemplo:

- Un negocio de café podría diferenciarse utilizando granos de origen local y prácticas sostenibles, destacando que, además de ofrecer un buen café, contribuye a la economía local y al medio ambiente.

15

Registro de marca en Perú:

Es fundamental para proteger la identidad de tu negocio y garantizar el uso exclusivo de tu nombre, logo o identidad visual. En Perú, este proceso se realiza a través de INDECOPI y sigue estos pasos:

1. **Búsqueda de disponibilidad:** verifica que el nombre de tu marca no esté registrado previamente en el portal de INDECOPI.
2. **Presentación de la solicitud:** llena el formulario con el diseño o nombre de tu marca, categoría de productos o servicios y datos del solicitante.
3. **Pago de la tasa registral:** realiza el pago correspondiente.
4. **Evaluación y publicación:** INDECOPI revisará tu solicitud y, si no hay objeciones, aprobará el registro.
5. **Certificación:** una vez aprobado, recibirás un certificado que garantiza la protección legal de tu marca por diez años renovables.

Ejercicio 3:



Aplica lo aprendido: Desarrolla tu estrategia de posicionamiento

Objetivo:

Definir y estructurar la estrategia de posicionamiento de tu emprendimiento para destacar en el mercado y atraer a tu público objetivo.

— Instrucciones:

- **Paso 1:** revisa los conceptos clave de la propuesta de valor, segmentación de mercado y diferenciación.
- **Paso 2:** completa la siguiente tabla con la información de tu propio emprendimiento.
- **Paso 3:** reflexiona sobre cómo esta estrategia ayudará a posicionarte mejor frente a la competencia.
 - **Propuesta de valor:** describe cómo se destaca tu negocio y qué beneficios únicos ofreces a tus clientes.
 - **Segmento de mercado:** define el grupo específico de clientes a los que te dirigirás (p. ej.: familias jóvenes, estudiantes, etc.).
 - **Diferenciación:** especifica lo que hace a tu negocio único en comparación con la competencia (p. ej.: calidad, servicio, innovación, etc.).

16

Color principal	Descripción
Propuesta de valor	
Segmento de mercado	
Diferenciación	

Ejercicio 4:

Reflexión final:

1. ¿Cómo crees que esta estrategia de posicionamiento ayudará a diferenciarte de la competencia?
2. ¿Cuál de los elementos de posicionamiento (propuesta de valor, segmentación de mercado, diferenciación) consideras más importante para fidelizar a tus clientes?





www.aldeasinfantiles.org.pe

