1. **Datos generales**

| **Programa de formación:** | Técnico en promoción de contenidos digitales |
| --- | --- |
| **Competencia** | 26010133 Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas |
| **Resultado de aprendizaje:** | 26010133-01 Diagnosticar clientes de interés de acuerdo con el mercado objetivo de la organización. |
| **Actividad de aprendizaje:** | Estudio de caso con preguntas de Falso y Verdadero |

**Estimado aprendiz**: a continuación, encontrará un caso real que presenta el contexto de una marca. Léalo con atención y responda las preguntas de acuerdo con su criterio y lo estudiado en el componente.

**Caso de estudio: Fernando Salazar.**

<https://fernandosalazar.co/>

# Referencias

Merino, I., Maya, D., Trujillo, L. y Victoria, L. (2012). *Libro de casos de mercadeo aplicado a un contexto colombiano y latinoamericano*. Universidad ICESI*.* <http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/76567>

Fernando Salazar es un ejemplo perfecto de una marca orgullosamente colombiana. Más que ofrecer un producto, ofrece un estilo de vida que, con más de 30 años de experiencia, ha logrado representar a la perfección la evolución del arte de crear.

Empezó siendo prácticamente una sastrería, donde la gente llevaba telas o alguna idea de prenda para ser confeccionada. Sin embargo, la idea de ser una “sastrería con marca”, no funcionaba muy bien, ya que los diseños no tenían, al parecer, una identidad clara. De esta manera, se empezó a forjar un camino enfocado hacia una marca de diseñador que ya no tuviera dicho sello de sastrería. Empiezan con el nombre “Para Hombres”, muy difícil de posicionar y de que el cliente se apropiara de ella, pues al ser genérica, el mercado se podía confundir. A partir de ello, surge “Para Hombres by Fernando Salazar”, que seguía manejado el mismo estilo que representaba el nombre anterior; así, con pequeños cambios, pasan a ser “Fernando Salazar para Hombres”, y finalmente, “Fernando Salazar”, tal y como se conoce hoy. Claro está que el logo, los colores y hasta la letra del logo han tenido pequeñas modificaciones, sin embargo, después de la transición, Fernando Salazar es una marca ya consolidada, que efectivamente transmite lo que se quiere proyectar. Así, se le puso nombre y apellido a una marca que pudiera comercializarse más fácil, pues ahora no solo manejaba el estilo masculino que lo había caracterizado, sino que también, y debido a las exigencias del mercado, ofrecía prendas para mujer, con toques muy andróginos y acabados masculinos, pero sin perderse la feminidad final de la prenda.

Gracias a la transición que vivió la marca, esta pudo redefinirse. Aún cuando sigue siendo muy masculina, pero con productos femeninos (tipo Hugo Boss y Calvin Klein, pero con un concepto y una visión totalmente diferente), el cambio en su paleta de colores, por ejemplo, entre los que están el blanco, el gris y el azul oscuro, han logrado que Fernando Salazar tenga ese toque de elegancia y estatus que se quiere conseguir. De aquí que el *target* al que está dirigida se ha rejuvenecido, es decir, en un principio, cuando se trabajaba más como una sastrería, podría considerarse que se trabajaba para hombres entre 30 a 60 años, la gente se imaginaba a Fernando Salazar como un “señor viejo”, por así decirlo; pero ahora, Fernando Salazar diseña enfocado en la personalidad de hombres de 25 a 40 años. Este nuevo *target*, tiene precisamente ese concepto de “adulto joven”, con el que la marca se siente identificada, pues así se tiene un concepto más claro de diseño y caracteriza lo que es Fernando Salazar hoy en día.

Pueden identificarse como atributos del producto:

* Apropiación por la marca.
* Costura con acabados perfectos, concepto claro y diseño contemporáneo.
* Prendas con personalidad propia.
* Prendas cómodas, perfectas, excelente calidad, ajuste, comodidad, diseño y exclusividad.
* Cada prenda es única, más aún cuando es hecha a medida.
* Materiales de muy alto valor.
* Atención personalizada que genera la necesidad de compra.

Fernando Salazar ha logrado posicionarse mediante la incursión en redes sociales tales como Twitter y un FanPage en Facebook que muestra a la comunidad lo que tiene para ofrecer, quiénes son y qué hacen, complementado con información de moda, estilo, música y tecnología, todo muy coherente con el estilo de vida propuesto por la marca.

En medios masivos, son reconocidos porque visten a personalidades como el actor Marlon Moreno y otros artistas, añadiendo a esta estrategia actividades alternativas (BTL), como patrocinios en torneos de golf, consiguiendo que cada vez sean más las personas que se visten orgullosamente de Fernando Salazar.

En el mediano y largo plazo, Fernando Salazar prospecta construir una marca orgullosamente colombiana, con una visión internacional; la gente que quiera imaginarse cómo es la marca o cuál es su personalidad, puede claramente visualizar cómo la define el mismo Fernando Salazar: “un hombre de 35 años, aproximadamente, exitoso, empresario joven, con una vida social activa y dinámica, consciente de su entorno y del medio ambiente”.

Lea con atención cada enunciado y marque con una X si lo considera Falso o Verdadero

1.De acuerdo con el texto y teniendo en cuenta lo estudiado en el componente formativo, los atributos como costura con acabados perfectos y diseño contemporáneo son parte de los atributos tangibles de un producto, porque son aquellos que, por su material o técnica, hacen que el producto sea apto para determinadas funciones y usos.

1. Falso.
2. Verdadero.

2. Puede decirse que la premisa de Fernando Salazar relacionada con la información de moda, estilo, música y tecnología, todo muy coherente con el estilo de vida propuesto por la marca que ofrece a través de sus canales digitales, hace parte de su propuesta comercial porque hace parte del conjunto de beneficios que se construyen alrededor de su producto y se le ofrece al cliente.

1. Falso
2. Verdadero

3. Los deseos son influenciados por la sociedad en la que se vive, y se materializan en objetos que los satisfacen, es decir, los productos. En ese sentido, y en relación con el caso de Fernando Salazar, se puede decir que su producto es el resultado del deseo de sus clientes por sentirse bien, tener buena apariencia y buena imagen.

1. Falso
2. Verdadero

4. Los atributos del servicio son la filosofía o principios fundamentales que soportan el proceso de interacción entre el prestador de servicio con el cliente y se consolidan sobre la base de la confianza y la ética. En este caso, Fernando Salazar cumple con el atributo del servicio “atención personalizada que genera la necesidad de compra”.

1. Falso
2. Verdadero

5. De acuerdo con el ciclo de vida del producto, se puede decir que el producto “Fernando Salazar”, como una marca que cambió para reposicionarse, se encuentra en una etapa de crecimiento, pues está diversificando el producto con el fin de atraer más y nuevos clientes.

1. Falso.
2. Verdadero.

6. Teniendo en cuenta que el diagnóstico es una herramienta empresarial que ayuda a conocer el estado actual de un proceso, resulta pertinente que en el caso de “Fernando Salazar” se aplique un diagnóstico integral, para conocer las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas.

1. Falso
2. Verdadero

7. Cuando se lee: “el *target* al que está dirigida se ha rejuvenecido, primero se trabajaba más como una sastrería para hombres entre 30 a 60 años, pero ahora se diseña enfocados en la personalidad de hombres de 25 a 40 años”, son datos que pueden ser resultado de un análisis de una investigación cualitativa.

1. Falso
2. Verdadero

8. Fernando Salazar ha logrado posicionarse mediante la incursión en redes sociales tales como Twitter y un FanPage en Facebook. Para saber su nivel de posicionamiento, puede aplicarse una investigación cuantitativa mediante entrevista no estructurada.

1. Falso
2. Verdadero

**Realimentación:**

**Correcto**: ¡Felicitaciones! Se evidencia un adecuado nivel de apropiación y entendimiento de los conceptos desarrollados en el componente.

**Incorrecto**: Se sugiere una nueva revisión del material, con el fin de apropiar los conceptos desarrollados y una nueva presentación de esta actividad didáctica.