

Estudio de Caso: Creación de Marca para Firma de Consultoría Contable

Contexto

Un equipo de especialistas en contabilidad y auditoría está por lanzar una firma internacional que ofrecerá **consultoría contable, auditoría financiera y asesoría tributaria** a grandes empresas, multinacionales y corporaciones.

Esta firma busca posicionarse como un socio estratégico, confiable, innovador y técnicamente impecable, capaz de garantizar la transparencia y la solidez financiera de grandes organizaciones.

Servicios que ofrecerá la firma:

- Consultoría contable avanzada
- Auditorías internas y externas
- Asesoría tributaria y planificación fiscal
- Consultoría en cumplimiento normativo internacional
- Diagnósticos contables para procesos de expansión, fusiones o adquisiciones

Público Objetivo:

- Grandes empresas y multinacionales de banca, tecnología, energía, construcción y comercio
- Directores financieros (CFOs), gerentes generales, juntas directivas

Valores de la Marca:

- Confianza y confidencialidad
- Precisión y rigor técnico
- Respaldo profesional
- Innovación en soluciones contables
- Proyección internacional

Parte 1: Creación de los 7 Nombres (Naming)

Cada equipo debe elaborar **siete (7) nombres distintos**, uno por cada tipo de Naming, aplicando los criterios de la materia:

| Tipo de Naming | Descripción |
|------------------------|---|
| Descriptivo | Describe literal y directamente lo que hace la empresa |
| Evocativo | Sugiere emociones, valores o conceptos |
| Abstracto | Palabra inventada, sin significado literal |
| Geográfico | Hace referencia a una región, país o ciudad |
| Acrónimo/Siglas | Iniciales o abreviaturas representativas |
| Patronímico | Basado en un apellido o nombre |
| Metafórico | Usa símbolos o metáforas para comunicar solidez o liderazgo |

Requisitos obligatorios de cada nombre:

- Disponible (sin conflicto legal o de dominio)
- Memorable y fácil de pronunciar
- Relevante y alineado al sector
- Único y diferenciador
- Flexible y adaptable
- Atractivo a nivel emocional

Parte 2: Desarrollo de Tagline, Slogan y Claims

Para uno de los nombres propuestos, deben crear:

- **Un solo Tagline:** Frase conceptual, institucional y permanente
- **Un solo Slogan:** Frase creativa y emocional, pensada para campañas de posicionamiento
- **Cuatro (4) Claims:** Frases técnicas, concretas, que destaquen los beneficios funcionales

Cada frase debe estar justificada de acuerdo a su función específica

Parte 3: Ejecución Creativa (Obligatoria e Individual)

Video para redes sociales (por cada integrante):

- Debe incluir el **nombre de la marca** y el **Claim asignado** (obligatorio)
- Opcional: Slogan o Tagline
- Los videos **no deben contener texto en pantalla**
- Se permite el uso de **voz en off** como recurso de comunicación
- Estilo profesional, coherente con el sector empresarial
- Los cuatro Claims deben distribuirse entre los integrantes, sin repetirse en un mismo material

Diseño gráfico para redes sociales (por cada integrante):

- Debe contener el **nombre de la marca** y el **Claim asignado** (obligatorio)
- Opcional: Slogan o Tagline
- Diseño profesional y coherente con los valores de la marca

Reglas de Originalidad y Exclusividad

- Todos los productos finales (nombres, frases, videos y diseños) deben ser **contenido original**, creado por los estudiantes.
- No se permite el uso de material descargado de internet ni generado por inteligencia artificial.
- Los videos que contengan texto en pantalla serán anulados automáticamente.
- Si dos o más grupos presentan **nombres, slogans, taglines o claims iguales o demasiado similares**, el trabajo de esos grupos queda **anulado** con calificación **cero (0)** sin derecho a reclamo.
- Se recomienda verificar la disponibilidad de nombres y frases antes de presentarlos.

Entregables Finales

- Tabla con los 7 nombres y su justificación
- Un solo Tagline, un solo Slogan y cuatro (4) Claims, con sus respectivas explicaciones
- Video y diseño gráfico individual por cada integrante, cumpliendo todas las normas