

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE SALUD PÚBLICA CARRERA DE GASTRONOMÍA

Análisis Estratégico de Marca Personal: Mikly – Cocinando con amor

Jhon Michael Sánchez Poma

Escuela de gastronomía, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

GASLP20: Marketing Gastronómico

Giovanny Haro Sosa

9 de abril de 2025

Índice

1. Introducción	3
2. Desarrollo.....	3
2.1. Mi historia y el origen de Mikly	3
2.2. Lo que representa para mí cocinar con amor	4
2.3. Mi logo, mis colores y mi identidad visual.....	4
2.4. ¿Cómo construyo una marca auténtica?	5
2.5. Mi propuesta de valor: emociones servidas en cada plato	5
2.6. Mikly y el marketing mix	5
2.7. Mi propósito social como marca.....	6
2.8. Mi presencia en redes sociales	6
2.9. Mis sueños con Mikly	6
3. Conclusión	7
4. Anexos	7

1. Introducción

En el mundo actual, donde los consumidores valoran cada vez más lo auténtico, lo emocional y lo personal, las marcas que logran conectar profundamente con las personas no son necesariamente las más grandes, sino las más humanas. Mikly – Cocinando con amor no es una marca cualquiera: es una marca personal, una extensión real y emotiva de mí, Michael, y lleva en su nombre un homenaje a mi fiel compañera, mi perrita Khloe.

Esta unión sentimental da origen a Mikly, un proyecto que nace del corazón y que encuentra en la cocina su forma de expresión más pura. A través de su logo elegante, su eslogan sincero y su propuesta cargada de cariño, Mikly ofrece mucho más que comida: ofrece momentos, memorias, experiencias y emociones.

Este análisis tiene como propósito mostrar los elementos que hacen única a mi marca personal: su identidad visual, el mensaje emocional que transmite, su historia de origen y cómo la integro dentro de las estrategias del marketing. Mikly representa un modelo auténtico de emprendimiento con alma, propósito y visión.

2. Desarrollo

2.1. Mi historia y el origen de Mikly

Mikly nació de una combinación muy personal: la unión de mi nombre, Michael, y el de mi perrita Khloe. Quise que esa fusión reflejara lo más importante para mí: el amor, la compañía, la lealtad y la inspiración que recibo cada día. Esta marca es un tributo a nuestra relación y a los

momentos que compartimos, convertidos en una propuesta que puede llegar al corazón de los demás a través de la cocina.

No surgió como una idea de negocio fría. Surgió del deseo de compartir una parte de mí con el mundo. Mikly es una historia que se sirve en plato.

2.2. Lo que representa para mí cocinar con amor

Cocinar con amor no es una frase de adorno. Para mí, significa poner intención en cada ingrediente, pensar en quién lo va a disfrutar y cuidar cada detalle como si lo estuviera preparando para alguien que amo. Cuando cocino, no solo estoy alimentando: estoy dando algo de mí.

Por eso, elegí el eslogan "Cocinando con amor". Porque eso es exactamente lo que hago. Y porque quiero que quien reciba mis platos, lo sienta.

2.3. Mi logo, mis colores y mi identidad visual

Mi logo tiene un gorro de chef en la parte superior, que representa mi compromiso con la cocina como arte y profesión. Abajo, un tenedor y una cuchara cruzados expresan mi deseo de compartir, de servir, de dar con generosidad.

Usé el color dorado porque transmite lo que yo quiero ofrecer: calidez, valor, cariño y excelencia. Es un color que no solo se ve bien, sino que comunica que lo que hago tiene propósito y corazón. Además, elegí una tipografía moderna y cercana, porque quiero que Mikly se vea profesional pero también accesible, real y humana.

2.4. ¿Cómo construyo una marca auténtica?

Lo que hace auténtica a Mikly es que soy yo. No está basada en tendencias ni en lo que funciona para otros. Es mi historia, mi forma de ver la cocina y mi manera de dar amor. Cada receta lleva mi toque personal, mi energía y mi historia. Y eso no se puede copiar.

La gente conecta con personas, no con productos. Por eso construyo mi marca mostrando quién soy.

2.5. Mi propuesta de valor: emociones servidas en cada plato

Lo que me diferencia no es solo el sabor, sino la experiencia. Mis clientes no reciben un plato, reciben un momento, una emoción, un gesto. Quiero que sientan que hay alguien del otro lado que cocinó pensando en ellos.

Ofrezco comida con historia, recetas con alma y atención en los detalles. Eso es lo que hace especial a Mikly.

2.6. Mikly y el marketing mix

Producto: Mi producto no es solo comida. Es una experiencia sensorial y emocional. Cada plato tiene historia, intención y cariño.

Precio: No compito por ser el más barato. Mis precios reflejan el valor emocional y la calidad del trabajo que hay detrás.

Plaza: Trabajo desde mi cocina, participo en ferias, hago entregas personalizadas y me muevo por redes. Mikly vive donde yo vivo.

Promoción: Uso redes sociales para contar mi historia, compartir recetas, mostrar a Khloe y conectar con la gente. La gente sigue a quien le transmite algo real.

2.7. Mi propósito social como marca

Quiero que Mikly también sea una marca con conciencia. Me encantaría donar parte de lo que gano a refugios de animales, como forma de agradecer todo lo que Khloe me ha dado. También me interesa cuidar el medio ambiente con empaques responsables y llevar talleres de cocina a quienes más lo necesitan.

Sé que una marca personal también puede generar un cambio, y quiero que la mía lo haga.

2.8. Mi presencia en redes sociales

En Instagram y TikTok, muestro lo que soy: recetas reales, momentos con Khloe, reflexiones mientras cocino. Uso un lenguaje cercano, imágenes cálidas y contenido que inspire.

No busco solo likes. Busco construir comunidad. Que quien me siga, se sienta parte de lo que hago.

2.9. Mis sueños con Mikly

Sueño con tener mi propia línea de productos caseros: galletas, postres, mermeladas. Me encantaría lanzar un recetario con historias detrás de cada plato, tener un canal de cocina o un podcast donde hable de comida y emociones.

También quiero enseñar, compartir y crecer con mi comunidad. Mikly puede llegar lejos, y siempre será fiel a lo que soy.

3. Conclusión

Mikly – Cocinando con amor no es solo una marca. Es mi historia hecha proyecto. Es la unión de mi nombre con el de Khloe, mi compañera de vida. Es mi forma de cocinar, de comunicar y de entregar emociones.

Con cada plato que preparo, estoy compartiendo una parte de mí. Mi logo, mi eslogan y mi presencia reflejan eso: calidez, cariño, verdad. Y eso es lo que quiero seguir construyendo.

No busco ser una marca perfecta. Busco ser una marca honesta, cercana y humana. Porque al final, cocinar con amor es lo que me define. Y eso es lo que quiero seguir ofreciendo, un plato a la vez.

4. Anexos

