

Gabriel Olamendi

¿QUÉ ES UNA MARCA?

Todo el mundo habla de Marcas. Por un lado, los productores. Por otro, los consumidores.

Pero, ¿qué es una Marca?. ¿O qué se entiende cuando nos referimos a ese distintivo que diferencia a un producto de otro?.

La definición más completa sería: "Una Marca es una denominación verbal, distintivo gráfico o una combinación de ambos elementos, cuyo objetivo es ser diferenciada en el mercado".

Por lo tanto, la Marca puede ser Nominativa (sustitución de un nombre común por uno propio), Gráfica o Mixta.

Elementos de una Marca

Una Marca se compone de los siguientes elementos. No necesariamente tienen que concurrir siempre juntos, como se ha dicho previamente.

1.- Componente verbal

- a) *Logotipo*: Configuración estética y artística del nombre de la Empresa o del producto. Es el **tipo de letra** que deseamos ver siempre impreso.
- b) *Anagrama*: Es la **abreviación o deformación** de un nombre o frase que designa una actividad cualquiera por medio de siglas.

2.- Componente icónica

Es cualquier **objeto, animal o diseño gráfico** que sirve para identificar una Empresa o producto.

3.- Componente cromática

Es un **color** que identifica a una Empresa o producto.

Así como el componente verbal y el icónico son registrables, ningún tipo de color puede ser propiedad de ninguna Empresa o producto.

4.- Componente psicológica

Las **emociones** contribuyen sensiblemente a consolidar las dos dimensiones de la estatura de la marca: conocimiento y estima, constituyendo una distinguida plataforma para el valor del producto.

La emoción afecta a la memoria. Las marcas de colonias y perfumes utilizan ampliamente esta estrategia.