***Brief* para el diseño de marca**

**Objetivo:** Desarrollar los componentes identificadores de la marca que se constituyan en su lenguaje visual. La marca debe tener: un **nombre**, un **logotipo** y otros elementos gráficos y simbólicos que puedan apoyar a transmitir su mensaje.

**1. Descripción de los aspectos significativos del producto.** Ventajas competitivas y aspectos diferenciadores en el mercado.

El producto es un chocolate en barra casero que se vende en tiendas de barrio. Se ha desplazado adecuadamente en los últimos dos años y ya tiene cierto prestigio y clientes asiduos. Las encuestas mostraron que la gente lo prefiere por su bajo contenido calórico. Cabe mencionar que el chocolate es endulzado con miel de maguey y además se encontró que el sabor a canela es algo que lo distingue. Sin embargo la gente lo consume por recomendación y a veces tiene dificultad en encontrarlo ya que se distribuye al granel sin ningún elemento identificador. En general la gente compra entre 50g y 250g lo que constituye entre una y cinco tablillas. Su precio es muy competitivo.

**2. Segmento.** Descripción de los consumidores actuales y los potenciales. Hábitos y actitudes de consumo.

Se encontró que la mayoría de los consumidores son amas de casa que lo compran para preparar bebidas calientes en casa, sin embargo se detectó a niños entre 8 y 12 años que solicitan una barra para consumo como golosina. Las amas de casa que lo consumen son personas preocupadas por su salud y bienestar y reconocen el valor de los ingredientes naturales, el proceso artesanal y el bajo contenido calórico que han corroborado en el consumo cotidiano. Se detectó en muchos casos a consumidores que prefirieron otro producto debido a la falta de información y empaque adecuado. La venta al granel no les transmite higiene y les genera desconfianza. Sin embargo una vez que la gente prueba el producto, regresa por él.

**3. Requerimientos**

**Pragmáticos / Funcionales**

Debe diseñarse un empaque que contenga el producto, lo proteja y lo transporte adecuadamente. Debe considerarse que la gente puede consumir una sola tablilla o hasta cinco tablillas, por lo que se deben considerar todas las opciones de exhibición empaque y venta. La distribución en “tienditas” implica que a veces el empaque debe usarse también como exhibidor al menudeo. Es importante que los empaques sean de bajo costo de producción y no presenten dificultades al transporte. Se debe priorizar el uso de materiales reciclados o reciclables o incluso los naturales.

Se requiere un espacio para el código de barras y un código QR. Por ley deben aparecer todos los ingredientes y la dirección del productor y sus datos legales. Debe haber una tabla de datos nutricionales y una sugerencia de uso.

**Semánticos / Simbólicos**

Todos los elementos de la marca, **nombre**, **logotipo**, **símbolos** **gráficos**, **colores**, **texturas**, **tipografía** y otras **imn deliciosa a bajo costo.ue te puede proporcionar un momento agradable proveyendote abla en tu mismo idioma y te apoya en tu ecoágenes**, deben evocar y transmitir las siguientes ideas:

• **Chocolate** mexicano.

• **Natural**, puro.

• **Artesanal**, hecho en casa.

• **Sano**, bajo en calorías, sin azúcar (endulzado con miel de maguey)

• **Confiable**, la confianza que da la tradición casera.

• **De bajo costo** pero de **buena calidad.**

**• Alternativo.** Se debe trabajar con la necesidad del consumidor de ser diferente, de diferenciarse de los demás por no consumir las marcas que todo mundo conoce.

**Personalidad de la marca**

Se trata de alguien que te consiente que te entiende y que se preocupa por tu salud y por el medio ambiente. Te habla en tu mismo idioma y te apoya en tu economía, es alguien protector que te puede proporcionar un momento agradable proveyéndote de energía deliciosa y nutritiva.