

DICIEMBRE:

MIRAR EL MUNDO ES LO QUE NOS HACE PERSONAS

Cuarta semana: Sé algo más que una *marca*

Lo que uno tiene por sí mismo, lo que le acompaña en la soledad sin que nadie se le pueda dar o quitar, es mucho más importante que todo lo que posee o lo que es a los ojos de otros. Arthur Schopenhauer.

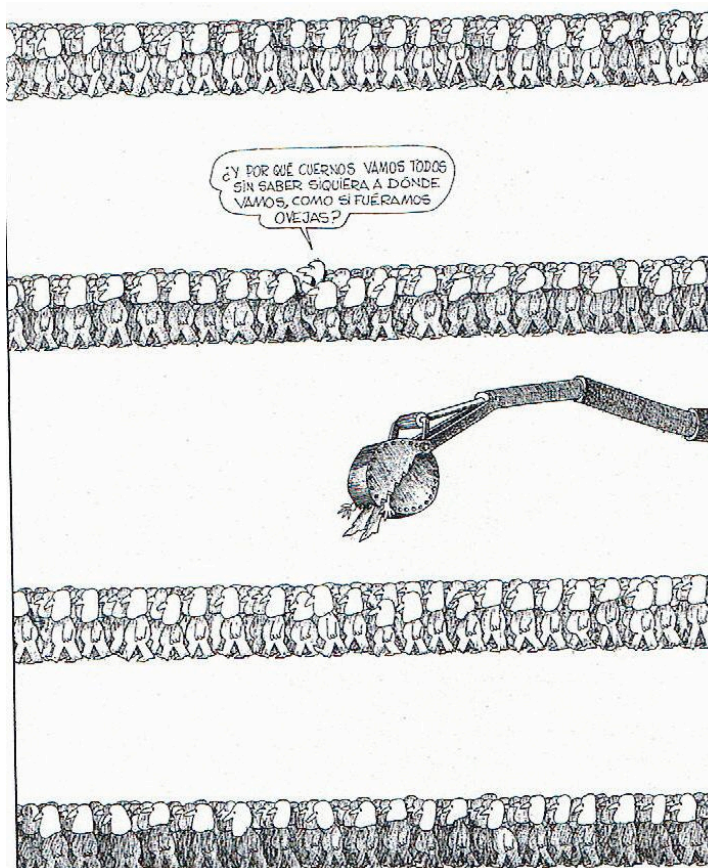
Breve explicación para el profesor: una imagen vale más que mil palabras, desde luego. Pero a menudo nos quedamos en la imagen, en lo que aparentamos ser. La adolescencia es la apasionada búsqueda de una identidad que nos separe del resto. Esta *diferenciación*, en la era de la moda, es, para colmo, una *imposición*, una nueva regla social que nos pesa más que ayuda.

Branding: El Poder de la Marca

Diferenciarse es hoy cada vez más difícil, ya que la calidad y los costes de los productos son similares. Por ello, la clave de los negocios está en el **branding**, es decir, en el poder de la marca como elemento diferenciador.

Para Tom Peters, declarado "gurú de gurús" por The Economist y Fortune, lo que constituye la diferenciación parte precisamente de los intangibles de una empresa: el valor, la credibilidad y la singularidad de una marca.

Peters nos demuestra que la marca es lo que nos define y que esta es mucho más que el marketing o los logotipos. Tiene que ver con la pasión, con la historia que queramos contar, con la causa que motiva nuestra empresa. Las historias y experiencias serán más importantes en el futuro que los productos, según Peters, porque la capacidad de transmitir emoción es lo más importante en un mundo controlado por la tecnología.



Temas para el diálogo. ¿Qué te parece el texto del principio, el de Schopenhauer? Si preguntas a compañeros/as nadie se deja llevar por nadie (amigos, publicidad, modas...) ¿Es cierto que nadie se deja llevar? Es más fácil aparentar que ser, ¿por qué? ¿Qué crees que significa ser auténtico?