



PASOS PARA CREAR UNA  
**MARCA PERSONAL**

*que Enamore*

*Academia*  
para emprendedoras

MARIELYS AVILA



Mi nombre es Marielys Ávila, soy fundadora de la Academia para Emprendedoras en Línea donde mi misión es ayudar a mujeres profesionales y trabajadoras independientes que quieran trabajar prestando sus servicios en línea con un negocio sólido, ayudarlas con su visibilidad y posicionamiento como expertas por medio la creación de un buen branding y retos estratégicos. También soy madre, y con mi negocio en línea he podido cumplir mi rol de madre y ser una emprendedora exitosa al mismo tiempo.

Soy coach de negocio y marketing en línea, a pesar de que tengo muchos años trabajando por internet, exactamente 17, y he tenido mucho éxito, puedo decir que a diario necesito actualizarme para mantenerme al día de todo lo que encierra emprender en línea, porque la verdad es que son gigantes los avances que se dan diariamente, ese mundo es increíble y fantástico.

Me he formado y he trabajado con los mejores coaches del mundo, como por ejemplo los mejores de Estados Unidos, Canadá, España, Holanda, entre otros países. Primero debo decir que me gusta dar lo mejor de mí a mi audiencia, porque es imprescindible si quieres crear un buen nombre. Además, en el ciber espacio todo cambia muy rápido y tú debes aprender a cambiar, actualizarte e innovar continuamente y no de vez en cuando como se suele creer.

Después de muchos años de experiencia como emprendedora, me decidí a trabajar bajo mi propio nombre: Marielys Ávila y hacerme una marca personal, un Branding, lo que a muchos les parecía una locura, pero que yo estaba decidida a hacer, la verdad ser terca es algo que nos diferencia a las emprendedoras de las no emprendedoras, así lo digo yo siempre, sin ánimos de ofender a nadie.

Desde el principio este proyecto me enamoró, me apasionó todo lo que tiene que ver con el coaching de negocio y marketing online, las posibilidades de llegarle a una audiencia tan grande y sin límites, y todas las oportunidades que te ofrece el internet.

Créeme esto era muy grande para mí, ya que jamás lo había hecho, estaba sin contactos en países de habla hispana, sin conocer gente influyente que viviera en



esos países, y en ese momento solo había hecho un par de cursos por internet, así que me estaba tirando al agua, porque iba a comenzar de 0.

Mis primeros resultados exitosos los pude ver a los 10 días de haber comenzado con mi nuevo proyecto "Marielys Ávila", cuando monetiqué por primera vez con una inversión mínima, un logro que todos queremos. En ese momento se creó como una adicción para mí: NO por ganar más dinero, porque estaba consciente de que eso sería el resultado de mi trabajo y mi conexión con los clientes, sino por hacerlo cada vez mejor y mejor, así ayudar con mi KNOW HOW a más y más personas alrededor del mundo, porque había descubierto mi nueva misión de vida.

Han sido muchas horas de trabajo arduo, con mucha pasión y recompensa impagable, al ver a mis clientas felices y con resultados increíbles.

En la actualidad he logrado unos 30.000 seguidores en las redes, más de 10.000 suscriptores en mi lista de e-mail marketing, he salido en revistas, periódicos, tv, etc., y todo esto gracias a la visibilidad que tengo. No voy a mentirles, ha sido una inversión grande de tiempo, energía y dinero, pero ha valido la pena.

¿Que si fue rápido? ¡NO! Los niños no nacen caminando, y para mí un negocio es como un niño. Las semillas tampoco crecen en un día para convertirse en árboles. Por eso, como he dicho, es importante que entiendas la necesidad de invertir tiempo, energía y dinero. Los resultados siempre valdrán la pena.

Al trabajar con los mejores coaches del mundo, he aprendido a pisar firme y ¿qué quiero decir con esto? Que al principio cometí muchos errores porque no tenía quién fuera conmigo, juntas de la mano, hasta que descubrí que el éxito no se logra sola, que con un o una coach todo sería más rápido y la razón es simple: un coach ya ha pasado por lo mismo que yo, así que ya ha descubierto el camino para ayudar a otros.

Y sí, eso es parte de mi éxito en este momento: haberme dejado guiar y no creer que podía hacer todo sola, gracias a eso no he pegado brincos de ranas por mucho tiempo.

Y aquí te presento esta guía, que es compacta, donde encontrarás los pasos básicos para montar una marca personal que enamore.

Si quieres tener acceso a más información, te invito a unirte al Club Exclusivo de la Academia para Emprendedoras

*Si quieres tener acceso a más información, te invito a unirte completamente gratis al Club Exclusivo de Academia para Emprendedoras*





Da click sobre las imágenes y ve directamente a cada paso

**PASO #1: Conoce qué es una Marca Personal o Branding**

PÁGINA 5

**PASO #2: Ten Claridad y Define qué Quieres Transmitir**

PÁGINA 8

**PASO #3: Elementos para Crear tu Imagen Visual**

PÁGINA 10

**PASO #4: Tu Logo - Tu Esencia**

PÁGINA 14

**PASO #5: Usa los Colores Adecuados para tu Logo**

PÁGINA 18

**PASO #6: La Paleta de Colores**

PÁGINA 21

**PASO #7: Manual de Identidad Visual**

PÁGINA 23

**PASO #8: Confía en los Expertos**

PÁGINA 26



## PASO #1:

# Conoce qué es una Marca Personal o Branding

Academia  
para emprendedoras

Al final de los 90, cuando creé mi primer emprendimiento online, después de haber trabajado siempre con negocios físicos, tuve que ver y aprender sobre la marca personal o branding en línea. Bueno realmente sobre el branding, porque siempre estudié en inglés y en holandés, en ese tiempo ya era muy importante tenerlo, o una marca personal.

En realidad branding es igual a una marca, así que no se vayan a dejar confundir.

Lo que sí deben tener muy claro es que tu branding o tu marca personal es el principio de un buen emprendimiento que te abrirá muchas puertas o no.

¿Estás lista para despegar en este viaje?

Mientras estaba haciendo esta guía y la quería validar, por primera vez me di cuenta que muchas mujeres que están incursionando en este mundo del emprendimiento en línea tienen la idea que una marca personal se refiere solo y exclusivamente a su logo, pero tu logo no es tu marca personal o tu branding, para eso necesitas muchos más ingredientes que te ayuden a crear una marca sólida y reconocida en tu nicho.

Así que yo te voy a ayudar a descubrir en esta corta y muy compacta guía los aspectos más importantes, porque el branding y la marca personal es un tema extenso del que podríamos hablar días y días.

Con esta pequeña guía no pretendo pasarle a nadie por encima pues yo no soy diseñadora gráfica, lo que sí sé y te lo puedo asegurar es cómo crear una marca sólida aún sin saber diseñar, eso se lo dejo a los expertos.

*He creado diferentes marcas exitosas para mí misma y he ayudado a mis clientas a hacer lo mismo, tanto para negocios físicos como para negocios en línea*



Te hablo desde la experiencia, a mí me hubiese gustado tener esta guía al final de los 90, por eso la estoy haciendo especialmente para ti, para ayudarte, aunque debo decir que ese primer negocio que tuve en internet llamado *S-au pair intermediate* fue un éxito rotundo, reconocido internacionalmente y seguro que tú quieres lo mismo para tu branding, ¿verdad?

Este fue el logo de mi primer negocio en internet:



Un diseñador gráfico no puede plasmar algo en papel cuando tú misma no sabes qué es lo que quieres, y esto es lo que normalmente pasa. Después te molestan porque eso no es lo que querías, pero si tú no lo tienes claro, no lo has visualizado, no tienes ejemplos de lo que quieres, porque solo está en tu cabeza, te digo, nena, si no está en papel no existe y eso es muy difícil.

Si te sientes así, te cuento que para eso justamente es esta guía, para que antes de comenzar a crear algo, que después no te va a gustar, tengas esa claridad que es necesaria cuando comienzas el camino hacia un emprendimiento en línea o físico

### *Cómo crear tu Marca Personal*



Para lograr un buen branding/marca personal necesitas tener muy en claro, lo siguiente:



¿Qué quieres transmitir?

---

---

---

---

¿Cuál es la esencia de tu marca?

---

---

---

¿A quién quieres llegarle con tu servicio/producto?

---

---

---

¿Quiénes son tus modelos a seguir? (No te copies de nadie)

---

---

---

¿Qué transmiten los colores?

---

---

---

Entra a mi Clase Magistral  
y descubre mucho más sobre



Cómo crear tu  
Marca Personal

Pincha Aquí

## PASO #2:

# Ten Claridad y Define qué Quieres Transmitir

Academia  
para emprendedoras

Cuando se habla de marca, se habla de identidad visual de tu negocio.

Un negocio, sueño, servicio o producto sin identidad visual es débil. Y la debilidad no es algo que debas permitirte para tener éxito.

Por lo tanto, es importante tener claridad, pues es una fortaleza que debes procurar. Para ello debes conocer los tips que llevarán a tenerla y definir qué quieres transmitir. Voy a enumerarte tres que debes memorizar si quieres una marca sólida:

- ☆ *Imagina dónde quieres estar o a dónde quieres llegar*
- ☆ *Sé específica y no temas visionar lo mejor para ti y tu marca*
- ☆ *Escucha tu deseo ardiente, lo que quieres transmitir debe estar en armonía con lo que realmente deseas*

Tener claridad te permite tener un enfoque efectivo.

*Con claridad, podrás enfocarte de una manera efectiva y lograr resultados positivos*

Cuando piensas en tu negocio, qué es lo que esperas alcanzar, cuáles son las metas que quieres ir consiguiendo, estás definiendo lo que quieres transmitir.

¿Quieres tener clientes ideales que compren tus productos y/o servicios sin poner excusas por los precios?

Entonces debes tener claridad.

Sin claridad no sabes qué quieres, a dónde vas.

Si no defines qué es lo que quieres transmitir no atraerás clientes ideales, sino problemáticos. Muchas personas comienzan sus marcas personales sin definir antes lo que desean transmitir y por eso terminan en quejas y lamentos.





Por eso debes ordenar tus ideas, soñar, definir. Tener claridad y enfoque en lo que deseas. Escribir qué es lo que vas a hacer con tu negocio, cuál es el efecto que quieres lograr.

Una mujer con claridad es poderosa, lo puede lograr todo, porque sabe a dónde va y qué es lo que quiere.

Antes de continuar con el siguiente paso para crear tu marca personal, responde estas preguntas:



¿Dónde quieres estar y/o hacia dónde quieres ir con tu marca personal?

---

---

---

---

¿Cuál es el deseo ardiente que tienes y cómo puedes lograrlo con tu marca personal?

---

---

---

¿Cómo te imaginas dentro de 6 meses/1 año/3 años/etc.?

---

---

---

---

---

---

---

---

Entra a mi Clase Magistral  
y descubre mucho más sobre

## PASO #3:

# Elementos para Crear tu Imagen Visual

Academia  
para emprendedoras



Para que una marca personal sea efectiva, debe mostrar coherencia entre su imagen y lo que quiere transmitir.

Si quieres atraer clientes con poder adquisitivo, tu imagen debe inspirar sensaciones de poder, de satisfacción, de comodidad.

Para que los clientes se identifiquen con cómo se muestra tu marca debes alcanzar la coherencia entre lo que deseas y lo que muestras.

Así que establece una buena imagen para tu marca personal.

*La coherencia entre tu imagen y lo que quieres transmitir atraerá tu cliente ideal. Recuerda que una marca personal es más que un hobby*

La imagen es fundamental para tu marca personal, ya que permite que los clientes potenciales tengan o no una conexión contigo, con tu negocio, con tus productos y/o servicios.

Al establecer una idea clara de tu imagen estarás lista para que tu marca impacte a tus clientes potenciales y llegue a tu cliente ideal.

Recuerda que tu imagen no es solo el logo, también son los colores que escoges para identificarte y que utilizarás para anuncios en las redes, la construcción de tu blog o web, la presentación de tus servicios, y todo el aspecto formal de la marca.

Se puede decir que tu imagen e identidad es la suma de los atributos de tus productos y servicios, de tu emprendimiento, de tu misma personalidad.

## El significado detrás de las formas



### ☆ El círculo:

Esta forma representa la globalización, la evolución (porque el círculo gira sobre su mismo eje y se mueve) movimiento, cambios. Si te quieres decidir por significados más espirituales que puedan ser usados por marcas relacionadas con el crecimiento personal, el círculo se usa para denotar el yo interno, el mundo espiritual, la unidad.

### ☆ El cuadrado:

Representa la solidez, sus cuatros lados del mismo tamaño brinda la sensación de seguridad, de estabilidad. Lo mismo ocurre con el rectángulo.

### ☆ El triángulo:

Simboliza el crecimiento, el deseo de alcanzar la cima.

Ahora bien, en el momento de definir tu imagen no siempre escogerás una de estas formas, las he mencionado como ejemplo de lo que debes tener presente al momento de determinar tu imagen. Si observas detenidamente, hay marcas que tienen sus composiciones gráficas representadas en esas formas geométricas, optando por transmitir esas sensaciones de manera subconsciente.

Sin embargo, tu imagen y tu identidad es el resultado de todos los procesos anteriores, es el nombre de tu marca, tu logo, los colores que te identifican, es el producto y/o servicio, el tono con el que te diriges a tus clientes potenciales en tus contenidos, es la suma de todos estos elementos la que te dan como resultado la imagen y la identidad que transmites.

## El significado de los colores

A continuación, con el propósito de que puedas definir el color o los colores de tu imagen e identidad con mayor precisión, quiero darte una descripción detallada de algunos colores básicos:

### ☆ Blanco:

Tiene distintos significados: imaculado, inocente, paz, pureza, refinado, esterilizado, simplicidad, entrega, honestidad. Por lo general se usa como un espacio negativo en contraste con otros colores; también es comúnmente usado en ámbitos comerciales relacionados con la salud, el cuidado y la belleza.

### ☆ Gris:

Representa autoridad, mentalidad corporativa, practicidad, respeto, estabilidad. Mayormente se usa en el logo por su tono elegante y sobrio que combina con todos los colores.

### ☆ Negro:

Como el gris, se usa en combinación con otros colores en la parte tipográfica. Representa autoridad, formalidad, misterio, secreto, seriedad, tradición, elegancia.



☆ **Marrón:**

Está asociado con la naturaleza, la tranquilidad, profundidad, la tierra; expresa un aspecto natural o áspero, también se usa para expresar simplicidad, seriedad, utilidad.

☆ **Morado, purpura, violeta:**

Se relacionan con la realeza, maneja un aura ceremonial, fantasía, justicia, misterio, nobleza, espiritualidad. Usualmente se ve en la imagen e identidad de negocio que quieren transmitir sofisticación.

☆ **Azul:**

Se usa para denotar autoridad o calma, dependiendo del matiz que se utilice. También expresa dignidad, consolidación, lealtad, poder, éxito, seguridad y confianza. Representa además innovación cuando se combina con tonos grises. O fresca y frío dependiendo del contexto en que se use porque nos recuerda el hielo.

☆ **Verde:**

Es un color que transmite la frescura natural, medio ambiente, armonía, salud, curación, dinero, naturaleza, renovación, tranquilidad. El verde es un tono que junto al azul y el rojo es muy usado en la publicidad y el diseño gráfico.

☆ **Amarillo:**

Puede representar alegría y curiosidad, por eso lo vemos como un color común en imágenes de juguetes infantiles. Puede transmitir positividad, energía y calidez por la relación directa con el Sol. Si se utiliza en su tono dorado representa riqueza, exclusividad, algo de mucho valor.

☆ **Naranja:**

Puede significar creatividad, entusiasmo, diversión, juventud. Como también atención, seguridad.

☆ **Rosado:**

Este es un color delicado, muy femenino y suave, se asocia con la tranquilidad y el romanticismo, puede usarse para transmitir delicadeza, inocencia y tranquilidad.

☆ **Rojo:**

Transmite acción, aventura, se relaciona con la sangre y el peligro, así como también es un color muy energético, activa emociones y pasiones como el amor y la fuerza. Se usa mucho a nivel de alimentos y compras.

*Pincha aquí y obtén la Membresía Gratis al Club Exclusivo de Academia para Emprendedoras*





Para tu imagen es importante que escojas una foto profesional y bien hecha donde tu audiencia y tu público objetivo te reconozca.

Hay quienes dicen que esa foto debes usarlas en tus redes sociales por un año para que así tu marca se le grabe en la mente a tu audiencia.

Yo fui una de las que hizo eso y me ha gustado el resultado, aunque no es que no puedes o no debes usar otras imágenes, siempre debe de ser en la misma onda, estilo y color.

En esas imágenes ve a la cámara, pues eso transmite la idea de que estas mirándolos a ellos.

En este momento las imágenes disruptivas están muy de moda. No es algo que te aconsejo para tu foto de entrada en el mundo virtual, pero sí las puedes usar como complemento.

Antes de continuar con el siguiente paso para crear tu marca personal, responde estas preguntas para establecer tu imagen:



¿Qué sensación quieres despertar en tus clientes potenciales?

---

---

---

---

¿Cuáles son los colores que podrían ayudarte a despertar esas sensaciones con tu marca personal?

---

---

---

---

¿Qué tipo de formas te ayudarían igualmente con esas sensaciones?

---

---

---

---

Entra a mi Clase Magistral  
y descubre mucho más sobre



Cómo crear tu  
Marca Personal

Pincha Aquí

## PASO #4:

# Tu Logo - Tu Esencia

*Academia*  
para emprendedoras

Lo que conocemos como logo actualmente es la unión entre un símbolo gráfico y el nombre de la empresa, o logotipo, que es la proyección gráfica del nombre que representa el producto de una empresa de una forma específica y fija.

En el diseño gráfico esto se conoce como Emblema, pero con el tiempo se ha derivado a un término más fácil: el Logo.

Tu Logo es la base de tu identidad visual.

Muchos logos son representados por un símbolo, que da a entender que tu negocio es único, pero no es algo que sea necesario, particularmente me gustan las cosas muy simples porque "less is more" (menos es más).

Un logo puede tener un slogan, como en mi caso "convierte tu talento en abundancia", este tipo de palabras bien formuladas transmiten un buen sentido de profesionalidad. Como lo puedes ver en el siguiente ejemplo de mis dos logos y un banner:



*Pincha aquí y obtén la Membresía Gratis al Club Exclusivo de Academia para Emprendedoras*



Si no tienes mucho dinero para gastarte en tu imagen visual, te recomiendo un logo sencillo que generalmente es más económico.

Aquí te dejo algunos ejemplos de logos simples, pero que tienen un gran nombre en el mercado.



Si quieres clientes de poder adquisitivo, entonces no te recomiendo que te hagas un logo con una aplicación del teléfono, porque estarías dañándolo todo. No tienes una segunda oportunidad de causar una buena impresión, si no sabes diseñar déjale eso a los profesionales.

Un buen logo y símbolo es totalmente necesario. Y cuando digo buen logo me refiero a uno profesional, así que busca ayuda de un experto, debes buscar la perfección.

Nunca recomiendo que te hagas tu propio logo, a menos que seas una experta en diseño.

El logo debe transmitir profesionalismo.



*Si quieres atraer a tu cliente ideal debes invertir en un logo que transmita un mensaje poderoso a ese cliente*

Puede ser que te guste diseñar, o que tengas una gran idea de un dibujo o símbolo, pero si no eres experta dale esas ideas a alguien que sí lo sea y solo así obtendrás resultados positivos y disfrutarás del éxito en tu marca personal.

Tu logo es como el rostro de tu emprendimiento y tu negocio, es lo que van a conocer en primer lugar tus clientes potenciales, ellos considerarán ese rostro familiar o no, les inspirará confianza o tal vez no, y del efecto que cause depende la conexión o el vínculo que lograrás establecer con ellos. Comúnmente es lo primero que la gente ve y lo que más recuerda.

Un logo es como un matrimonio, tienes que amarlo, debe representar la marca, el servicio y debe transmitir confianza.

Pero sobretodo debes estar enamorada de tu logo y seguir tu intuición.

Toma en cuenta estas claves que te permitirán conocer las características más resaltantes que debe presentar tu logo, de esa manera podrás evaluar que el trabajo que te ha hecho tu diseñador o diseñadora especialista en logos está a la altura de lo que se requiere para que transmita el mensaje efectivo de tu marca personal:

#### ☆ Simplicidad

El principal rasgo de los mejores logos es la simplicidad. Esta simplicidad hace que el logo sea más fácil de ver, algo que los consumidores agradecen. "Cuanto más fácil sea procesar las cosas, más nos gustan", dice Berger. Por esa razón, muchas marcas presentan elementos estéticos fáciles de digerir.

#### ☆ Consistencia de marca

Tu logo comunicará a los clientes sobre tu marca, por lo tanto, debes asegurarte de que el diseño concuerde con el mensaje de tu emprendimiento. Al momento de contratar un diseñador para su creación, debes pensar seriamente cuáles son las características claves de tu marca y cómo quieres incluirlas.

#### ☆ Hazlo memorable

Esto significa que debes crear un logo que sea fácil de recordar, lo que te ayudará a atraer clientes por recomendación. La simplicidad generalmente ayuda a hacer a los logos más memorables. Por eso, pon algo diferente o inesperado en él para que sea más fácil que sobresalga.

*[Pincha aquí y obtén la Membresía Gratis al Club Exclusivo de Academia para Emprendedoras](#)*





☆ Hazlo increíble

Este elemento es el que hace que tu logo destaque y te ayude a diferenciarte de la competencia.

Antes de continuar con el siguiente paso para crear tu marca personal, responde estas preguntas para el diseño de tu logo:



¿Cuál es la idea original que tienes para el diseño de tu logo?

---

---

---

---

¿Cuáles son las características de tu marca y cómo puedes incluirlas en tu logo?

---

---

---

---

---

---

¿Qué elemento le daría originalidad a tu logo para que se diferencie de la competencia?

---

---

---

---

---

Entra a mi Clase Magistral  
y descubre mucho más sobre



Cómo crear tu  
Marca Personal

Pincha Aquí

## PASO #5:

# Usa los Colores Adecuados para tu Logo

*Academia*  
para emprendedoras

Los colores adecuados brindarán la sensación más efectiva en tu público y también causarán atracción hacia el público, sin embargo, igualmente pueden producir rechazo si no son los adecuados, no es lo mismo usar colores para presentar una marca de belleza y los colores para presentar una marca de ventas de autos.

*No se trata de colores que te hagan sentir más cómoda o más o menos femenina, se trata de esos que lleguen a la mente de tus clientes*

Recuerda que debes vender sin vender, venderle a la mente. Para eso necesitas que tu logo cause un impacto en el cliente y se sienta cómodo comprándote porque tus colores le transmiten seguridad, o la sensación que están buscando para sentirse bien y solucionar sus problemas con tus productos y servicios.

Los colores brillantes y audaces pueden captar la atención del público, pero también podría parecer temerario; los tonos apagados exudan sofisticación, pero podrían ser pasados por alto. Cada color tiene una implicación diferente y puede aportar matices, ten en cuenta lo que significa cada uno para asegurarte de que no transmites un mensaje equivocado:

- ☆ *Rojo: enérgico, sexy, audaz*
- ☆ *Naranja: creativo, amable, joven*
- ☆ *Amarillo: soleado, optimista*
- ☆ *Verde: orgánico, crecimiento*
- ☆ *Azul: profesional, tranquilo, digno de confianza*
- ☆ *Púrpura: espiritual, sabio, evocador*



- ☆ Negro: creíble y potente
- ☆ Blanco: simple, limpio, puro
- ☆ Rosa: divertida y coqueta
- ☆ Marrón: rural, histórico y constante

Aunque en este paso te estoy hablando de los colores del logo, también quiero darte una idea de la tipología.

A la hora de considerar el tipo de letra para el texto, asegúrate de evitar fuentes raras, utiliza el espacio negativo y modifica a tu gusto fuentes ya creadas. Páginas como Font Squirrel o HypeForType te serán de gran ayuda.

Algunas marcas incluso se reconocen por sus fuentes personalizadas, como es el caso de Coca-Cola. Cuando todo lo demás falla: utiliza una Helvetica, como ya la han usado muchas marcas populares, como Nars, Target, Crate & Barrel, American Apparel y JCPenney.

Es importante contar con una combinación equilibrada, sencilla y especial, quieres que tu logo sea interesante, pero no que alguien tenga que sentarse y analizarlo para saber de qué se trata, debe ser legible a primera vista porque si al principio no memorizan tu símbolo, o tus colores, **sí deben recordar el nombre.**

Por esa razón, es que debes optar no solo por un nombre fácil de recordar sino también por unas tipografías que sean sencillas de leer con un vistazo.

Te pongo ejemplos de algunas tipografías que se pueden leer a simple vista:

**Brodway**

Century Gothic

Calisto MT

*Monotype Corsiva*

Lucida Sans

Footlight MT Light



También tienes ejemplos de fuentes decorativas, siempre tomando en cuenta que deben ser legibles a simple vista:

*Brush Script M7*      *Mistral*

Antes de continuar con el siguiente paso para crear tu marca personal, responde estas preguntas para los colores y tipografía de tu logo:



¿Qué mensaje/sensación quieres transmitir con tu logo?

---

---

---

---

Según la descripción de los colores, ¿cuál es el color que más se adapta al mensaje/sensación que quieres transmitir?

---

---

¿La combinación de los colores que deseas para tu logo es equilibrada, sencilla y especial?

---

---

---

---

---

---

Entra a mi Clase Magistral  
y descubre mucho más sobre



Cómo crear tu  
Marca Personal

Pincha Aquí



## PASO #6:

# La Paleta de Colores

Academia  
para emprendedoras

El color puede ser la elección más importante cuando se trata de tu branding o marca, te permitirá que sea vea linda y sobre todo atractiva para tus clientes potenciales.

La elección de un color no adecuado, puede destruir tu trabajo antes de comenzar. Por eso he decidido dedicarle un tema aparte a la paleta de colores.

Existen dos tipos de paleta de colores que debes tomar en cuenta para tu marca:

- ☆ La paleta de colores oficiales.
- ☆ La paleta de colores adicionales o secundaria.

La paleta de colores oficiales son aquellos que componen tu Logo. Sirven para identificarte a primera vista.

El color puede llegar a ser tan distintivo para el reconocimiento que algunas marcas registran los tonos de colores específicos, como Ferrari.

Te pongo un ejemplo de una paleta de colores oficial del gigante de internet:



*Pincha aquí y obtén la Membresía Gratis al Club Exclusivo de Academia para Emprendedoras*



Es importante tener una paleta oficial porque aunque tu logo sea muy colorido y llamativo, se harán versiones en positivo y negativo para los distintos medios u ocasiones donde el original no combine con los fondos.

También, puedes usar como estrategia de proyección de imagen uno o tus colores oficiales de fondo y tu logo en blanco o negro. Te pongo un ejemplo de ello:



La paleta de Colores Secundaria sirve para determinar qué colores harán resaltar tu logo. En el mundo de la publicidad es importante saber utilizar los tonos y gamas cromáticas para proyectar mejor una imagen.

Un logo de color azul posiblemente no resalte lo suficiente en una campaña donde su principal color sea otro tono de azul dentro de la misma gama tonal, por lo tanto, establecer una paleta secundaria te permite manejar tus campañas con una base sólida de colores que sabes que harán resaltar tu imagen.

Esta es la paleta de colores que complementan, tu logo y tu marca, la que la hacen resaltar y ser atractiva a la vista, permitiéndote adaptarte a los cambios del mercado.

La paleta de colores auxiliares se diseña una vez escogidos los colores oficiales, y partiendo de ellos y de las necesidades de tu marca, se seleccionan los secundarios.

Para realizar la selección de esta paleta debes tener a la mano las distintas paletas de tonos relacionados a cada color que desees usar, así puedes comparar qué tono es el que mejor se complementa con tu imagen. Te dejo una paleta sencilla que te puede dar una buena base para comenzar.



## PASO #7:

# Manual de Identidad Visual

Academia  
para emprendedoras

La mayoría, no todas, de las nuevas emprendedoras, a excepción de mis clientas VIP, o las que han comprado el curso de Tu negocio en línea en 45 días: <http://www.marielysavila.nl/si> no saben lo que significa un manual de identidad visual, tampoco entienden la importancia del mismo.

Créeme si no fuera porque Coca-Cola tiene un manual de identidad visual, viéramos diferentes tonos del color rojo y tipografías en todas sus publicidades, o Facebook tuviera distintos colores derivados del azul y cada página tuviera otro tono.

Es absurdo pensar que si las grandes empresas utilizan un manual de identidad visual, tú no tendrías por qué hacerlo. Quizás pienses "sí, pero yo estoy comenzando, yo no necesito eso". Cariño, justamente porque estás comenzando tu imagen debe ser perfecta y sagrada, ya lo dije arriba: no tendrás una segunda oportunidad de causar una buena impresión.

Eso de comenzar a emprender de manera poco profesional y pegando brincos de rana no debería ser una opción, porque al final tus resultados no serán los esperados. Siempre debes mostrar un alto nivel en todo lo que hagas.

*Hay mucha competencia y muchos expertos que brindan servicios de primera, para marcar la diferencia tu imagen debe ser única y de primera, la mediocridad cuesta caro, muy caro*



Si has llegado hasta aquí es porque estás consciente de que tu identidad visual o tu imagen visual es más que solo el logo, ya sabes que está compuesta de estos elementos:

- ☆ Logo
- ☆ Paleta Oficial
- ☆ Paleta auxiliar
- ☆ Tipografía
- ☆ Imagen

Pero entonces, ¿qué es un manual de identidad visual?

Es un documento donde se ha recopilado los principales elementos gráficos de tu branding/marca personal con la explicación de cómo se debe usar visualmente en tu negocio en línea u offline. Toda esta información está arreglada y ordenada en un solo lugar.

### Ventajas de un manual de identidad visual:

- ☆ Tienes toda la información en un mismo lugar
- ☆ Te garantizará consistencia en cuanto a los colores, tipografías etc., esto es primordial para crear un buen branding
- ☆ Ahorro de tiempo

### ¿Dónde se usa el manual en un negocio de servicios online?

Simple: en todo y para todo:

- ☆ Anuncios
- ☆ Banners de Facebook
- ☆ Catálogos
- ☆ Website
- ☆ Papelería como tarjetería
- ☆ Banners de email marketing
- ☆ Quotes
- ☆ Redes sociales
- ☆ Publicidad en general
- ☆ Infografías
- ☆ Aplicaciones de teléfonos
- ☆ Invitaciones

### Ejemplo de banners de Redes Sociales



### Ejemplo de Cabecera de email



### Ejemplo de Tarjeta de Presentación



¿Te gustaría complementar esta guía con una clase magistral con los 5 pasos para crear tu marca personal, donde te explico paso a paso cómo podrás crear una marca sólida en el mercado con pocos recursos?

Entra a mi Clase Magistral  
y descubre mucho más sobre

**Cómo crear tu  
Marca Personal**

[Pincha Aquí](#)



## PASO #8:

# Confía en los Expertos

Academia  
para emprendedoras

Es cierto que tu marca te pertenece, es tuya. Sin embargo, para tener éxito no puedes o no debes actuar caprichosamente. Debes investigar, documentarte, conocer, aprender.

En esta guía te he dado pasos para crear una marca personal que enamore, y he basado los pasos en mi experiencia.

Es muy importante que escuches a los expertos. Ellos te darán el mejor resultado, porque saben qué es lo que necesitas implementar para que tu marca personal cause el efecto coherente a tu visión y logres atraer los clientes que necesitas para poder cumplir tus metas.

*Hay cosas que hay que dejarla en manos de los expertos, para asegurar el éxito de tu marca*

No quiere decir que vas a dejar que otros te digan qué hacer, sino que recibirás orientación.

No se trata de perder el control sobre tu marca, se trata de buscar asesoramiento para no dar saltos de rana.

Hay errores que no debes cometer, y que si eres nueva en esto no conoces cómo evitarlos.

La voz de alguien con experiencia te guía, te ayuda a comprender los secretos para dar pasos efectivos.

La asesoría te permite llegar más rápido a tu meta, implementar estrategias que te darán resultados extraordinarios.

*Pincha aquí y obtén la Membresía Gratis al Club Exclusivo de Academia para Emprendedoras*



Puedes optar por actuar con terquedad sin escuchar a nadie y vas a lamentarlo en pérdidas financieras y de tiempo. Pero con la ayuda de alguien con experiencia podrás ahorrarte errores, y obtener aprendizaje de una forma más positiva.

### ÚLTIMAS PREGUNTAS PARA REFLEXIONAR:

- ☆ ¿Por qué quieres desarrollar tu marca personal?
- ☆ ¿Dónde quieres estar de aquí a unos años?
- ☆ ¿Para quién será tu marca personal?
- ☆ ¿Cuáles son los objetivos que persigues creando tu marca personal?
- ☆ ¿A qué territorios de marca quieres que te asocien?
- ☆ ¿Cuál será el mensaje que tu marca personal transmita?
- ☆ ¿Cuál será el tono de tu marca personal?

Entra a mi Clase Magistral  
y descubre mucho más sobre



Cómo crear tu  
Marca Personal

Pincha Aquí