

# Metamarca, Software para comparación de marcas

Metamarca, Software to compare brands

**Luz Patricia Rave Herrera**  
raveluzpa@gmail.com

**Santiago Restrepo Vélez**  
guacil61@gmail.com

**Juan Felipe Osorio Betancur**  
xjuanfex@gmail.com

Universidad Pontificia Bolivariana  
Medellín - Colombia

.....  
Fecha de recepción: Junio 30 de 2012

Fecha de aceptación: Julio 30 de 2012

## Palabras clave

Componentes gráficos; diseño gráfico; marca gráfica.

## Keywords

Graphic components; graphic design; brand identity.

*Nota: este documento acompaña una demostración presentada en el evento.*

## Resumen

Metamarca es una herramienta de compilación de datos, desarrollada para realizar análisis comparativos de los componentes gráficos en la identidad corporativa de marcas. Es un proyecto del grupo de investigación en diseño gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana que realiza investigaciones sobre identidad y marca. La herramienta facilita la transferencia de información obtenida sobre empresas locales a los cursos de pregrado y postgrado de la facultad, y en un nivel básico a empresas del contexto local. El desarrollo de esta metodología es el resultado de proyectos previos de investigación realizados por el grupo con apoyo de profesionales de diversas disciplinas, basados en el estudio de la identidad corporativa de pymes que operan en el contexto de comercialización de la ciudad de Medellín.

## Abstract

Metamarca is a tool for data compilation, which has been created to process and merge findings of graphic components in the corporate image of local enterprises. This is an extended project for brand identity research, developed by the research group for graphic design of the Universidad Pontificia Bolivariana. The tool facilitates the access of data obtained from local ventures to undergraduate and graduate students in the faculty, and support local enterprises to detect critical points of their corporate image in an overall view. This methodology has resulted from prior research projects developed by the research group with support of specialists from different professional fields; the investigation is based on brand identity in SMEs that operates in commercial activities in Medellin.

---

## **I. Contexto**

Metamarca es un proyecto de investigación académica financiado por la Universidad Pontificia Bolivariana, que resulta del análisis de experiencias de las diversas necesidades que surgen en la relación del diseñador gráfico con la creación de marca e identidad gráfica, necesidades que se detectan en las clases de la Facultad y en el comienzo de la vida laboral de los diseñadores, a través de las prácticas. Por una parte, los diseñadores gráficos se enfrentan con la responsabilidad de crear y rediseñar marcas en una ciudad saturada de información gráfica y con un constante surgimiento de empresas; por otra, los docentes tienen la obligación de actualizarse en marcas permanentemente, para que sus cursos sean eficientes y favorezcan la asociación de los estudiantes de lo teórico con la aplicación de diseño en la vida laboral.

La propuesta del grupo de investigación fue establecer una metodología de análisis con una aplicación sencilla, bajo parámetros de diseño gráfico en marcas definidos para ser evaluados en igualdad en diferentes empresas y así detectar patrones, con una herramienta en Excel de opciones simples de manejo, que permitan que un estudiante, docente, investigador o empresario la usen y así obtengan y vean la información de manera clara y sencilla.

Para este proyecto se eligió trabajar con Pymes de Medellín, en particular en empresas que, por su tamaño y tiempo en el mercado, destinan menores presupuestos en procesos complejos de consultoría de marca, pero que por sus características organizacionales pueden implementar cambios más rápidamente y que resultan, en gran medida, una alternativa de trabajo para los diseñadores gráficos, permitiéndoles realizar modificaciones que favorezcan la construcción integral de la identidad corporativa.

### **A) Objetivo**

Desarrollar instrumentos prácticos para la transferencia de la producción teórica de los grupos de investigación al pregrado y postgrado, y analizar sistemáticamente algunas variables que inciden en la identidad corporativa de marcas de Pymes del contexto local, que se caractericen por diversidad de comportamientos en su identidad corporativa.

### **B) Conceptualización**

Por medio de mesas de estudio y sesiones del grupo, se determinó una estructura teórica para crear el software, los niveles y las variables de información que podría comparar quien la usara, su articulación, sus divisiones y las relaciones entre marca y empresa; se verificaron los aspectos a evaluar sobre la imagen y su relevancia para las empresas en sesiones de trabajo interdisciplinario y se articuló todo en un lenguaje sencillo. En asocio con un ingeniero de sistemas, se creó la encuesta de trabajo para uso de toda la comunidad académica y el generador de gráficas; luego de la creación, se puso en marcha un proceso de compilación de datos de diversas empresas, con estudiantes de pregrado y posgrado en talleres de campo.

### C) Utilidad

Mediante el uso del software en diferentes comunidades y proyectos se hicieron visibles diversos resultados sobre sus aplicaciones y futuras fases del trabajo. Se fue consolidando un banco de información, resultado del trabajo de campo de estudiantes y docentes, que se convirtió en el valor agregado del proyecto; en consecuencia, adicional a la obtención de los datos comparativos, se logró reconocer patrones e información superior a la prevista en la fase de creación.

Como resultado del proceso, se define que la utilidad del software Metamarca es que, a través suyo, un diseñador:

- » Puede encontrar en las gráficas espacios vacíos o mínimos que le indican lo que la empresa debe empezar a corregir o reestructurar.
- » Puede encontrar alternativas de intervención en los espacios vacíos a través de la lectura de la competencia.
- » Puede analizar, a través de la comparación, cuáles son las diferencias de una empresa frente a su competencia, tanto positivas como negativas y así: definir dónde puede operar y modificar acciones de diseño de la identidad gráfica corporativa.

Todo ello, apoyado en la información del software; adicionalmente las gráficas son un respaldo de a sus decisiones frente a un cliente o empresario.

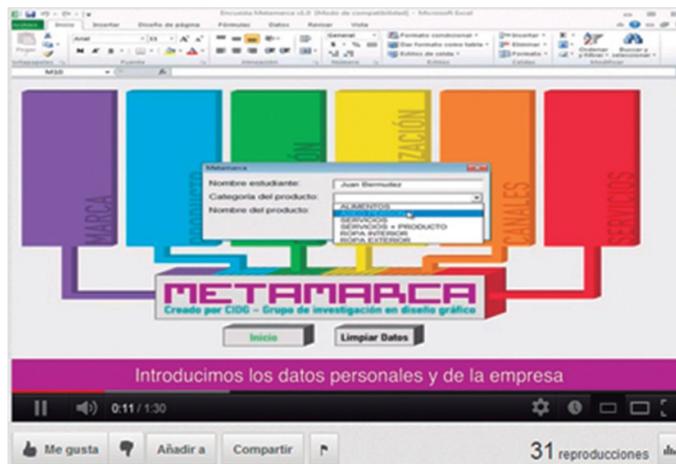
## II. Video

Una breve demostración de la herramienta aparece en <http://www.youtube.com/watch?v=dsQXJBtKjM&feature=youtu.be> (Video 1).

## III. Requerimientos para la demostración:

2 pc con Excel y sonido. (El software, solo corre en plataforma pc, no corre en plataforma MAC)

.....



Video 1. Demostración de la herramienta

## Conclusiones

---

La herramienta Metamarca permite coleccionar información del contexto local y facilita a los docentes explicar la implementación de este tipo de contenidos en las asignaturas relacionadas con identidad gráfica y marca, de una manera sencilla, tanto en pregrado como en postgrado.

Los resultados facilitan a los estudiantes la argumentación de decisiones en la implementación de la identidad de marca en empresas pequeñas. Frente a los empresarios se muestran más seguros, al tener un conocimiento de la competencia y contar con información en gráficas para defender sus propuestas.

Se encontró como el resultado más importante del ejercicio de construcción de Metamarca, que el desarrollo del software permite integrar y articular información teórica en un lenguaje común para una comunidad académica diversa, mejora y acelera los procesos de análisis al interior de las clases y motiva a los estudiantes a involucrarse con los ejercicios de investigación. *ST*

## ***Currículum vitae***

### **Luz Patricia Rave Herrera**

Diseñadora gráfica de la Universidad Pontificia Bolivariana, especialista en Gestión estratégica de diseño de la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Coordinadora académica de la especialización en diseño estratégico e innovación UPB. Profesora Asociada Universidad Pontificia Bolivariana.

### **Santiago Restrepo Vélez**

Licenciado en filosofía y letras de la universidad Pontificia Bolivariana. Magister y especialista en estética de la universidad nacional de Colombia. Actualmente adelanta estudios de doctorado en filosofía en la universidad Pontificia Bolivariana (Sede Medellín). Autor del libro El Carácter Débil de lo Público, un encuentro reflexivo con la ciudad y el espacio público 2008. Profesor Asociado Universidad Pontificia Bolivariana.

### **Juan Felipe Osorio Betancur**

Diseñador visual de la Universidad de Caldas, Manizales. Especialista en Diseño estratégico e innovación de la Universidad Pontificia Bolivariana, Profesor asistente.