



Reputación y #COVID19

Referenciación estratégica

Entrega #1 - Transformación de Logotipos

25 de marzo de 2020

Isabel Martínez

Referenciación Estratégica

Con frecuencia, ante los principales retos y desafíos organizacionales, a los consultores nos preguntan *¿qué están haciendo los demás?*

Con este ejercicio, de entregas periódicas de informes temáticos cortos y específicos, queremos aportar contenidos que sumen y agreguen valor a las personas que hoy tienen el inmenso reto de proteger la reputación de sus empresas o entidades, en medio de la coyuntura mundial de #COVID19.



Estamos ante una crisis mundial sin precedentes. El Coronavirus no solo tendrá enormes impactos en nuestra salud y economía; también en la Reputación de empresas, gobernantes, líderes, instituciones, sectores y países. Los comportamientos de la sociedad serán más exigentes y estarán influenciados por su percepción sobre la manera como cada uno actúe y comunique. Saldrán bien librados quienes de manera responsable, coherente y empática, logren tomar decisiones acertadas y oportunas, para responder a las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés.

Preservar la Confianza es el reto.
Humanismo es el llamado.
Conexión emocional es el camino.

Anny Martínez

Entrega 1 - Transformación de logotipos

para promover el distanciamiento social



ENTREGA 1- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS

- **OBJETIVO:** Promover el **distanciamiento social** para prevenir o mitigar el contagio del virus.
- **ESTRATEGIA:** Transformar los logotipos y modificar su identidad gráfica para lanzar un mensaje virtual contundente y fácilmente replicable.



ENTREGA 1- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS

- #COVID 19 ha generado una oleada mundial de Empatía Corporativa expresada de diversas maneras y múltiples estrategias.
 - Importantes y reconocidas empresas optaron por la estrategia de modificar sus logotipos para concientizar sobre el “distanciamiento social”
 - A primera vista, la transformación de logotipos han sido en general bien recibida por los consumidores y la sociedad.
 - Las empresas a nivel mundial, sin excepción, están trabajando en función de lograr balance entre mantener su operación y aportar a la sociedad.
 - En línea con las empresas, varias entidades y organizaciones se han sumado a la tendencia.
 - Son diversas las estrategias de comunicación que las compañías a nivel mundial han utilizado para mostrarse solidarias
 - La mayoría de estas empresas han acompañado su cambio de logotipo, con campañas publicitarias de concientización ciudadana.
- Reflexión:** COVID19 nos está llevando a asimilar la coyuntura, por medio diferentes etapas de conciencia, entendimiento y actuación. En una primera etapa, el cambio de logo es un mensaje impactante y valorado. Pero debe estar acompañado de acciones claras. Su “buzz marketing” perderá coherencia si este cambio no está acompañado por decisiones y actuaciones.

RESPUESTAS- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS

Linked **in**

Linked **out**



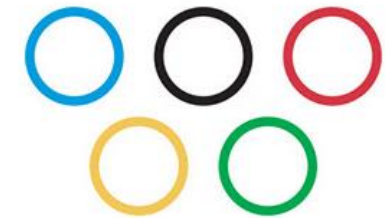
RESPUESTAS- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS

UNITED 

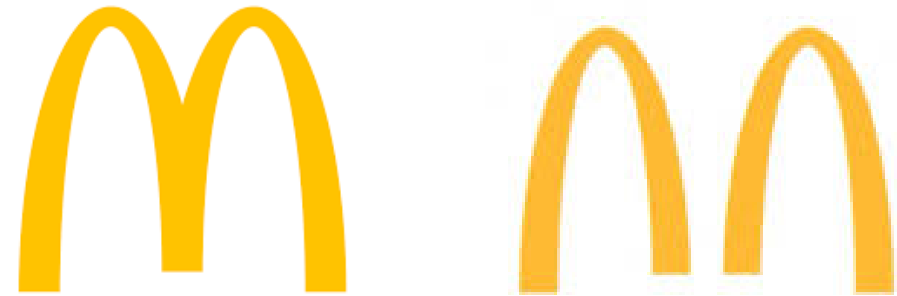
DIVIDED 

GOOD YEAR 

BAD YEAR 



RESPUESTAS- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS



RESPUESTAS- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS



RESPUESTAS- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS



Coca-Cola®

Hoy, estar separados es la mejor manera de estar juntos.

RESPUESTAS- TRANSFORMACIÓN DE LOGOTIPOS



MANTENGAMOS LA
DISTANCIA.



PARA ESTAR
MÁS UNIDOS.

#THE200CHALLENGE

- La Agencia española de publicidad Shackleton ha puesto en marcha [#The200Challenge](#)
- Invita a empresas, organizaciones e instituciones a modificar temporalmente sus logotipos aumentando la distancia entre las letras.
- #The200Challenge está basado en la distancia mínima de 200cm (2 metros) a respetar en espacios públicos
- El objetivo es recordar la importancia de aumentar el espacio entre las personas, siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias para evitar el contagio por COVID-19.

Antes

shackleton

part of **Accenture** Interactive

Ahora

s h a c k l e t o n

part of **Accenture** Interactive



GRACIAS

Ana Isabel Martinez M



+57 3104265752



anaisabelmtzm@gmail.com



Ana Isabel Martinez M