

# La importancia de enamorarse con tu marca



Cuando Luis Osuna Vidaurri, director de la línea de restaurantes de Grupo Panamá, acudió a las puertas del estudio creativo Ancla, lo hizo con la urgencia y desespero por solicitar un importante favor: rescatar uno de sus restaurantes de la obsolescencia.

Cayenna, un restaurante de renombre en el estado de Sinaloa, se caracterizaba por su gastronomía internacional dirigida a un mercado de nivel socioeconómico alto. Elegante y de prestigio, antaño se había posicionado entre los mejores de su giro, pero Osuna Vidaurri no alcanzaba a lograr lo que visualizaba.

Vidaurri, de una personalidad extrovertida y un extenso conocimiento de la *bonne cuisine*, siempre se caracterizó por ser un hombre que disfrutaba de grandes compañías y del buen comer. Estas dos características, que había logrado transmitir a sus negocios, sentaban las bases de su carrera en la industria de los restaurantes y le habían premiado con años de trayectoria y reconocimiento nacional. Pero Vidaurri notaba que Cayenna se ubicaba cada vez más lejos de atraer grandes grupos, y se volvía cada vez menos concurrido. Fue entonces que, con la ayuda de Ancla Studio, logró regresarle viveza y energía a través de su re-estructuración.

Alejandro "Chino" De La Garza, EXATEC de la Licenciatura en Mercadotecnia (LEM) y director creativo de Ancla Studio, aceptó la tarea sin titubear, y tras realizar un profundo estudio de mercado, ideó un concepto completamente diferente al que Luis Osuna manejaba con Cayenna.

Una de las técnicas que el equipo de Ancla utiliza para el diseño de una marca es describirla como si se tratara de una persona. El nuevo Cayenna representaba al "tío joven de Los Hamptons que disfruta ser anfitrión de cenas y reuniones con muchos invitados".

"Lo único que tuvimos que hacer fue describir a Luis Osuna. El cliente se quiere ver proyectado en lo que produce", compartió. "Cayenna se estaba volviendo aburrido y solitario: eso *no* es Luis Osuna".

El nuevo concepto presentado a Osuna planteaba un Cayenna joven, que apoyaba la convivencia; fresco y relajado. Cuando el director de Grupo Panamá recibió el proyecto y se pudo ver reflejado en él, no lo pensó dos veces y le abrió las puertas al "Chino" y a su estudio para hacer todos los cambios necesarios para su materialización.



/>>

Tras meses de trabajo, finalmente el proyecto estaba terminado, y el éxito se vio reflejado en los medios de comunicación y en la satisfacción de los clientes. De La Garza comenta que mucho de ello se debe a que Osuna volvía a estar enamorado de su marca, algo que considera una clave importante para el éxito.

"No se trata de vender un producto, sino una historia; una experiencia. Para ello hay que estar convencido de lo que vendes, enamorarte de tu marca para que los demás puedan enamorarse también", confiesa De La Garza, algo que ha sabido plasmar no sólo en las empresas que acuden a su estudio, sino en su propio negocio.

Convencido de que la esencia de la marca comienza desde el núcleo de la compañía, De La Garza se esmera en construir experiencias no sólo para sus clientes, sino también para sus colaboradores. Trabajando en campañas y proyectos que los inspiren a dar lo mejor de sí, De La Garza opina que un detalle sencillo que haga *clic* con los demás es importante para crear unión.

"El mundo es muy negativo por sí solo. Hay que aportar algo positivo aunque sea pequeño. De poquito en poquito se trasciende", cuenta ante alumnos de licenciatura del Tecnológico de Monterrey, después de compartir uno de los videos que produce para sus colaboradores en los

que relata breves anécdotas de motivación.



/>>

De La Garza le atribuye el posicionamiento de su estudio a estas pequeñas acciones que generan un cambio grande en las personas con las que trabaja y para las que trabaja, confiando en su frase favorita: "Venimos a pasarla bien".

Ahora una de las más importantes agencias publicitarias en Sinaloa, el siguiente paso para Ancla Studio es abrir oficinas en la Ciudad de México, con la esperanza de arriesgarse para "pasar al siguiente nivel".

Su participación como Líder Empresarial de LMC el pasado jueves 25 de enero fue aclamada por los asistentes, alumnos de diversas carreras y personal administrativo.



/>>

"Ha sido uno de los mejores exponentes que hemos tenido en el campus", opinó Paty Aldana, directora de PrepaTec.

Jorge Arturo León, alumno de sexto semestre de Licenciatura en Negocios Internacionales (LIN), agradeció al Tec por invitar a De La Garza a compartir su experiencia: "No reparamos nunca en la magnitud de lo bien que nos prepara el Tec hasta que lo vemos a través de los logros de los que ahora son EXATECs. Es muy interesante ver que están logrando cosas grandes", añadió.