



# PROYECTO FINAL

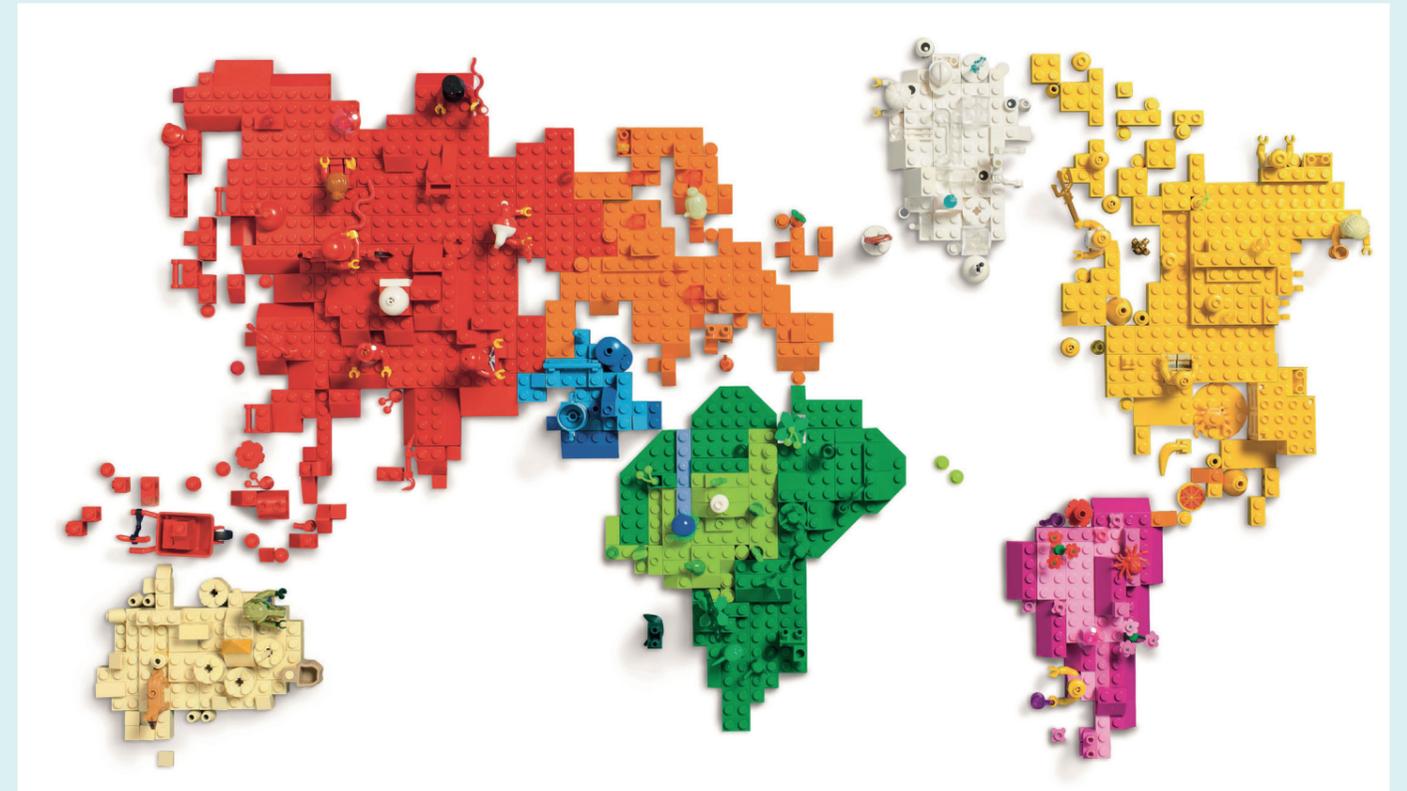
VIOLETA MARCOS

**Marca:** Se elegirá libremente la marca y el producto o servicio concreto dentro de la marcas obre la que se hará el contenido. Se realizará un análisis de la marca, con los siguientes puntos:

*BREVE HISTORIA DE LA MARCA A MODO TIMELINE*

*BRAND WHEEL*

*ANALISIS DEL TONO DE VOZ*



El nombre "LEGO" es una abreviatura de las dos palabras danesas "leg godt", que significa "jugar bien". Es su nombre y es su ideal.

En el año 1916 Ole Kirk Kristiansen se casó con Kirstine Sorensey tuvieron 4 hijos (Johannes, Karl Georg, Godtfred y Gerhardt).

El Grupo LEGO fue fundado en 1932 por Ole Kirk Kristiansen. La empresa ha pasado de padres a hijos y ahora es propiedad de Kjeld Kirk Kristiansen, nieto del fundador. Ole Kirk Kristiansen era un trabajador y hábil carpintero con su propia empresa, pero debido a los tiempos difíciles tuvo que despedir a su último trabajador. Poco después, 1924 su taller se incendia.

Su mujer murió en 1932, tuvo que pensar como sacar adelante a sus cuatro hijos. Tuvo la idea de empezar a fabricar juguetes de madera, y aunque él tuviera muchos conocimientos, las ventas iban muy lentas, uno de sus hijos, Gottfried, empezó a ayuda.

En 1934 pensó que la empresa necesita un buen nombre, una palabra corta, que se transmita el jugar bien en danés, y lego en latín significa "armar", el nombre fue bien recibido y la empresa poco a poco empezó a avanzar.

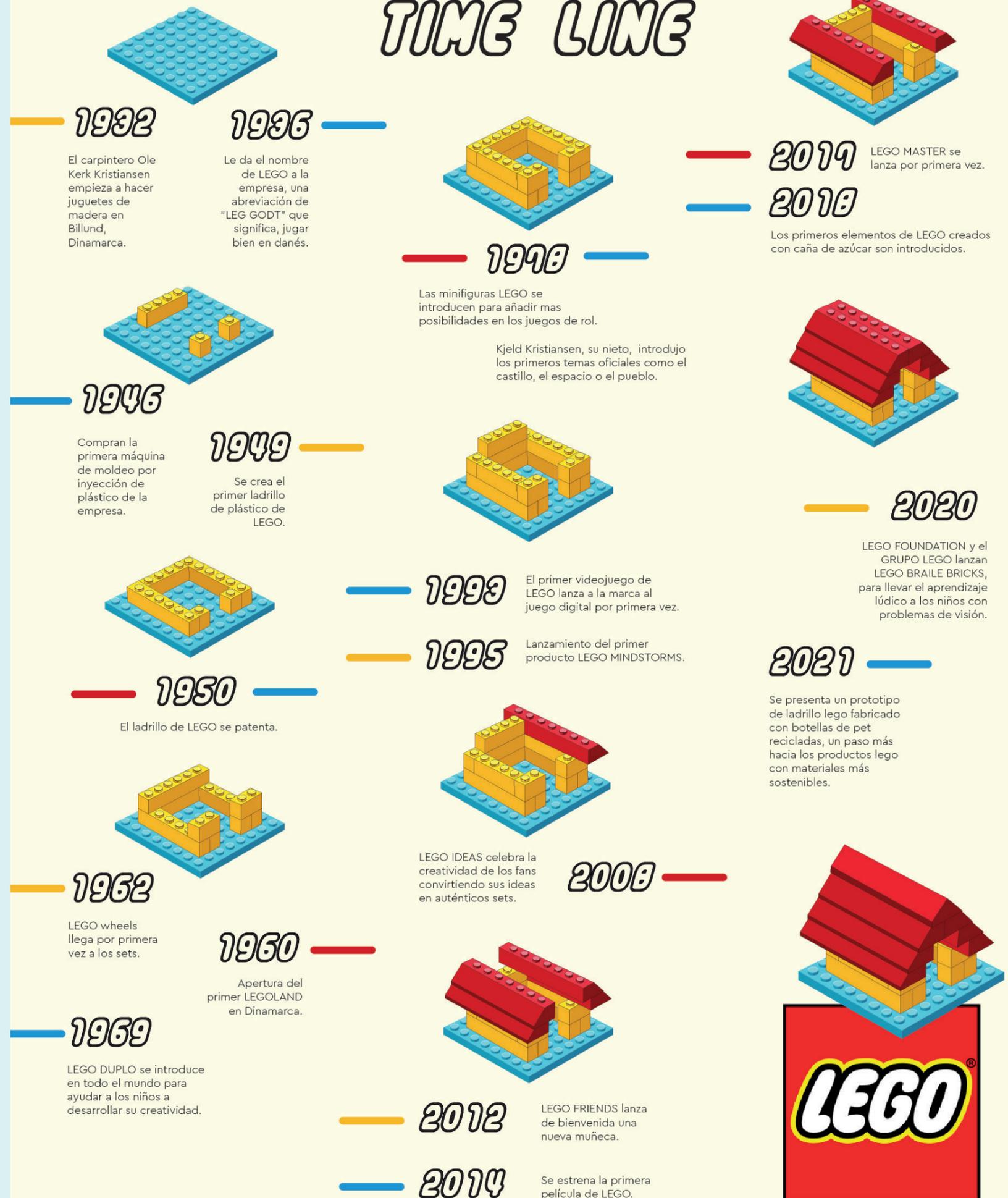
1942, su taller se incendió y crearon una nueva fábrica, funcionada sin problemas y a buscar nuevas ideas. Un día fue a Copenhague para ver una nueva máquina de moldeo de plástico y la compró. Empezaron a hacer peluches y sonajeros de plástico, pero todavía tenía los ladrillos de plástico que había recibido con la máquina. Ole decidió rediseñarlo y ponerlos en producción, y en 1949, los primeros ladrillos de plástico primitivos se comercializan con el nombre de Ladrillos de Unión Automática, el precursor del ladrillo LEGO que conocemos hoy. En otoño de 1951, el Grupo LEGO lanza al mercado un tractor Ferguson de pequeña escala fabricado en plástico. El tractor, comercializado como juego de construcción y como modelo terminado, es un gran éxito. Este éxito es una de las principales razones por las que las ventas de productos de plástico del Grupo LEGO superaron a las de madera en 1952.

Pero la empresa tuvo otro bajón y Godfrey fue por todo el país vendiendo los juguetes. En un viaje de negocios en 1954 se dieron cuenta que los juguetes no tenían ningún sistema, y querían que los juguetes tuvieran una idea y un sistema construido alrededor de ella, un sistema en el juego ya que los niños solo se les ha ofrecido soluciones ya preparadas, necesitaban algo diferente que fortaleciera su imaginación y creatividad. Ese mismo año, Lego comenzó a producir el primer sistema de juego, los niños ahora podían construir casas con ladrillos Lego. El plano de la ciudad le dio al juego un entorno urbano realista y con esto los niños aprendieron acerca la seguridad vial. Fue un gran avance y Gottfried decidió probar suerte vendiéndolo fuera de Dinamarca. El sistema de juego se volvió tan popular que lograron venderlo en muchos países.

Había un problema, aunque se construyó para hacer casa había múltiples opciones de creación, pero no se sostenía en pie, tenían que buscar la manera de que los ladrillos de Lego se pegaran entre sí. Se dio cuenta que los ladrillos tenían un mejor poder de embrague con tubos en el interior, ahora ya no eran solo ladrillos si no todo un sistema de construcción con posibilidades infinitas. Esto fue un gran avance, y ahora un niño podría ser cualquier cosa en el mundo una y otra vez, la imaginación era el límite. Por desgracia Ole nunca pudo ver como de exitoso se convirtió Lego, lo que dejo a Gottfried solo y enfrentándose a otro incendio que destruyó la mayor parte de la producción, pero eso no le detuvo. A medida que las vetas crecían también lo hacía la empresa, tuvo que pensar en el futuro y decidió no reanudar la producción de juguetes de madera y centrarse solamente en el sistema de Lego. En 1961 se construyeron muchos modelos nuevos y Lego se hizo mas fuerte en la industria del juguete.

Godfrey todavía tenía planes más grandes, ahora quería construir un aeropuerto para que fuera más fácil vender sus juguetes para todo el mundo, tres años después se abrió el aeropuerto. Los numerosos invitados y conexiones comerciales que visitaron la empresa siempre querían ver el departamento de modelos, poco a poco estaba tan lleno que era difícil para los trabajadores continuar con su trabajo, necesitaba un lugar más grande para exhibir los modelos de donde surgió la idea de una sala de exposiciones a un parque de atracciones: LEGOLAND. En Billund en 1968 se abrió y hubo seiscientos mil invitados el primer año. Lego no sería lo que es si no hubiera sido por el sentido de calidad y búsqueda de la perfección de Ole Kirk Kristiansen, sin la creencia de las infinitas posibilidades del sistema de lego de Gottfried y ahora su hijo busca llevar la idea aún más lejos, animando a los niños a explorar experiencias y expresar su propio mundo, un mundo sin límites. Solo lo mejor es suficientemente bueno porque los niños se merecen lo mejor.

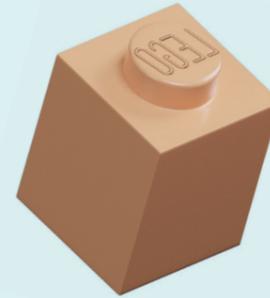
# TIME LINE



# ***BRAND*** **WHEEL**

## ***ATRIBUTOS***

FORMA BRICK  
RESISTENCIA  
ADAPTABILIDAD  
LLAMATIVO

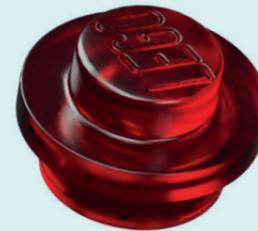


## ***VALORES***

DIVERSIÓN  
SATISFACCIÓN  
AÑORANZA  
CREATIVIDAD  
COMUNIDAD  
FAMILIA

## ***PERSONALIDAD***

DIVERTIDA  
ADAPTABLE  
CREATIVO  
COLORIDO  
CURIOSA  
AVENTURERA  
SOCIAL



## ***BENEFICIOS***

HABILIDADES MOTORAS  
ESTIMULACIÓN  
TRABAJO EN EQUIPO  
PENSAMIENTO LÓGICO  
CALIDAD



## ***ESENCIA***

CONSTRUYENDO EL MAÑANA  
CON JUEGO Y EXCELENCIA

# ANÁLISIS

## TONO DE VOZ

### PERSONIFICACIÓN.

#### ANIMAL

#### CASTOR

Son conocidos por su habilidad para construir, utilizando astutas ingenierías para construir presas y madrigueras. Los dos comparten capacidades de edificación y creación. Ambos representan la idea de construcción y creatividad, aunque en mundos completamente diferentes: uno en el juego y la imaginación, el otro en la naturaleza y la supervivencia.

#### PELICULA

#### NOCHE EN EL MUSEO

#### TOY STORY

Ambas películas exploran la creatividad y la imaginación a medida que los personajes se adentran en aventuras fuera de lo común, ofreciendo una experiencia llena de elementos fantásticos y situaciones inesperadas en entornos que, a primera vista, podrían parecer estáticos.

#### VACACIONES

#### PLAYA

La playa refleja la esencia de LEGO en su capacidad para inspirar creatividad. Permite crear construcciones únicas, con diversos elementos, desde la arena hasta las conchas y piedras. En la playa, se hacen castillos de arena y otras creaciones al igual que LEGO. Ambos entornos invitan a la imaginación.

#### MEJOR AMIGA

#### NINTENDO

LEGO, con los bloques de construcción, permite dar vida a la imaginación, mientras que Nintendo, con su enfoque en los videojuegos, ha llevado a generaciones enteras a mundos virtuales. Ambas marcas han logrado capturar la esencia de la nostalgia y creatividad, han creado productos que trascienden las barreras del tiempo y se conectan de gran manera con sus clientes.

#### COMIDA

#### GALLETAS

#### HELADO

Ofrecen una variedad de formas y colores, estimulando los sentidos. Además, al igual que LEGO, son productos por y para todas las personas de todas las edades, convirtiéndolos en placeres compartidos entre generaciones que generan una sensación de felicidad.

# ANÁLISIS

## TONO DE VOZ

### ARQUETIPO.

#### EL SABIO

El arquetipo del Sabio es responsable de estimular el aprendizaje y valorar el acto de "pensar". Una fuente de sabiduría y grandes ideas, cree que compartir el conocimiento es una excelente manera de entender el mundo y llegar a grandes lugares. Su carácter, por lo tanto, es apreciado por estar siempre pendiente de las principales tendencias, estudios y materiales que pueden mejorar su comprensión de diferentes temas.

#### EL CREADOR

El Creador es ingenioso, lleno de creatividad y no se conforma hasta que encuentra nuevos proyectos interesantes. Tiene rasgos artísticos y quiere dejar su huella en el mundo, le gusta compartir conocimientos y valora cualquier idea sin juzgarla, es especial.

Lego es un gran ejemplo de una marca creativa. Desde los bricks, es posible sumergirse en un mundo de infinitas posibilidades, trabajando con rasgos creativos y eliminando barreras.

### ADJETIVOS.

#### VERSÁTIL

**adj.** Capaz de adaptarse con facilidad y rapidez a diversas funciones.

Sin.: flexible, adaptable, acomodaticio, acomodadizo, amoldable, acomodable, polifacético, maromero.

La versatilidad de LEGO está en su capacidad para conectarse entre sí de diversas formas, permitiendo la construcción de diferentes estructuras complejas y creativas. Por ejemplo para crear edificios, vehículos, personajes o incluso mundos imaginarios, los bloques LEGO se adaptan a las visiones individuales y colectivas de los constructores.

#### CREATIVO

**adj.** Que posee o estimula la capacidad de creación, invención, etc.

LEGO tiene la capacidad para fomentar la creatividad y la imaginación. Cada pieza se puede convertir en cualquier cosa e invita a los usuarios a dar vida a sus ideas. La diversidad de formas y colores brinda infinitas posibilidades, inspirando a pensar de manera innovadora. Además, no solo se limita a las construcciones estáticas, sino que también se puede utilizar para contar historias y crear mundos imaginarios.

# COMPETENCIA

## BENCHMARK



Megablocks, propiedad de Mattel y fundada en Canadá en 1967, se posiciona como una alternativa a Lego con bloques de construcción similares pero en una escala más grande.



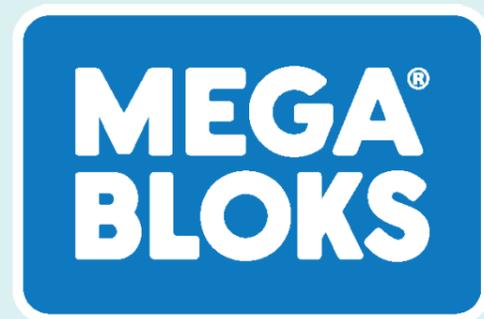
Playmobil, introducido por la empresa alemana Brandstätter en 1974, se diferencia del enfoque de construcción de Lego ya que se centra en figuras y escenarios predefinidos.



Meccano, una marca británica fundada por Frank Hornby en 1898, ha destacado en el mundo de los juguetes con sus conjuntos de construcción metálicos. Originalmente orientada hacia construcciones mecánicas.

# COMPETENCIA

## BENCHMARK



Megablocks ofrece una variedad de conjuntos temáticos adaptados a diferentes edades. La marca destaca por sus piezas más grandes, ideales para niños pequeños y construcciones con menos detalles. Aunque la complejidad de los modelos puede ser menor en comparación con Lego, Megablocks ha añadido elementos educativos en algunos productos, especialmente en líneas diseñadas para la infancia. Las colaboraciones con marcas populares, como Barbie y Halo, han conseguido el éxito de la marca.



Aunque la construcción en Playmobil es menos adaptable, algunos conjuntos más grandes pueden ofrecer estructuras complejas. La marca se destaca por su énfasis en el juego temático y narrativo, y ofrecen conjuntos temáticos que incluyen figuras y accesorios para construir escenarios específicos. Aunque su enfoque educativo es menor que en comparación con Lego y Meccano, Playmobil fomenta el juego imaginativo y narrativo.

Las colaboraciones con licencias populares, como Ghostbusters y Como entrenar a tu dragón, añaden un plus a sus productos. Tiene piezas más grandes y específicas para las figuras y escenarios, aporta una experiencia en el mundo de los juguetes de construcción.

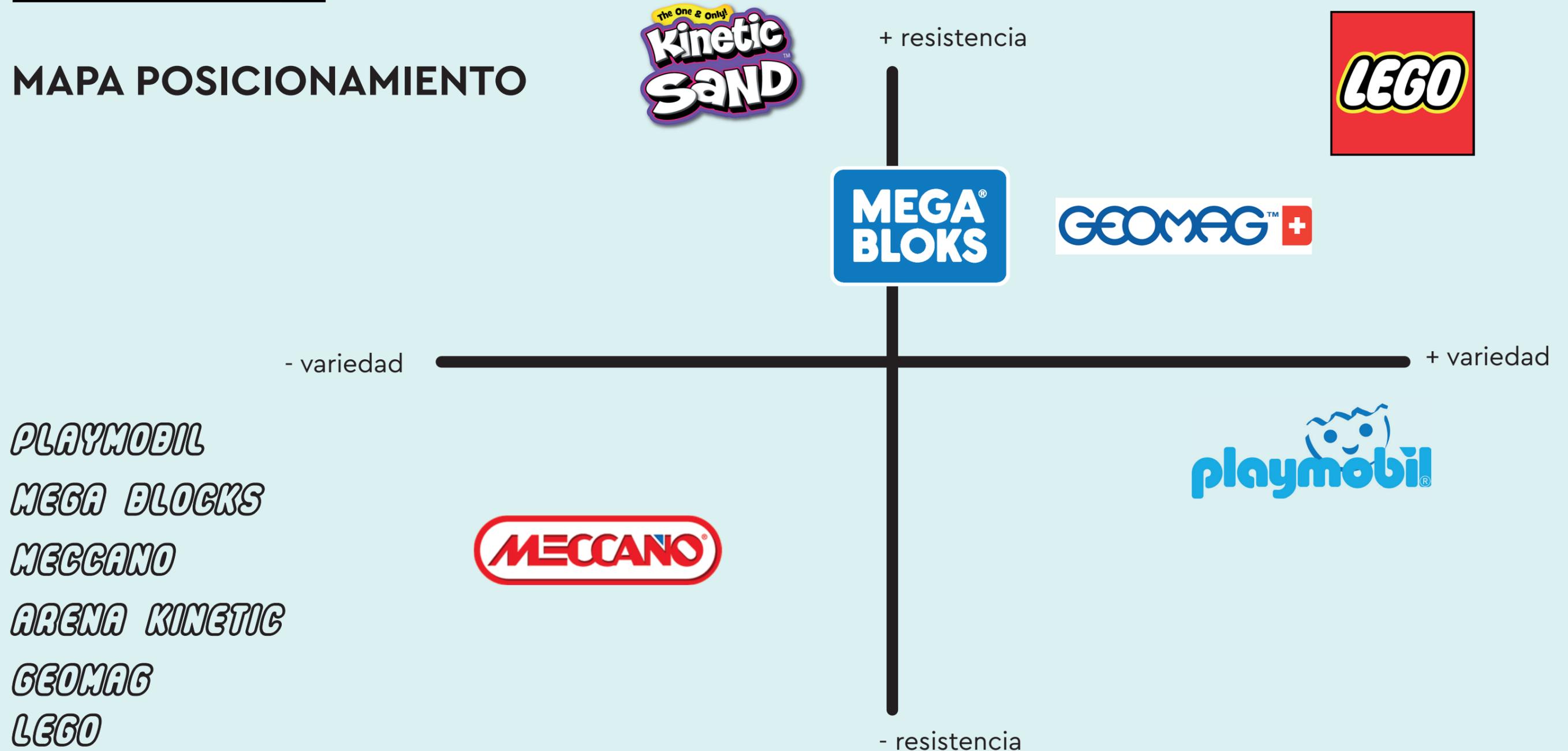


Meccano ofrece a los niños la oportunidad de construir modelos con engranajes y motores. Aunque su enfoque principal ha estado en los conjuntos metálicos, ha aumentado su oferta con colecciones como Meccano Tech, que incluye componentes electrónicos y motores. La variedad de productos va desde estructuras simples hasta modelos mucho más complejos. Con un toque educativo, Meccano Tech integra la tecnología en la construcción, ofreciendo una experiencia única y lúdica. Aunque las colaboraciones con otras marcas son menores que las de Lego, Meccano ha encontrado su lugar en el mercado gracias a la sus piezas unica de metal y su enfoque en la construcción mecánica. Su punto débil es la fragilidad de ciertas piezas.



Desde sus inicios con juguetes de madera, Lego ha cambiado la industria con la introducción de bloques de construcción de plástico. La marca destaca por su gran variedad de productos, desde sets temáticos como Lego City hasta la línea educativa Lego Education. Promueve el aprendizaje STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics). La complejidad de los sets varía para ajustarse a diferentes edades, desde modelos simples para niños hasta grandes estructuras para adolescentes y adultos. Con un enfoque educativo, Lego fomenta la creatividad y la resolución de problemas. Además, tiene colaboraciones exitosas con marcas como Star Wars y Disney, lanzando sets temáticos que atraen a diversos públicos. La calidad y versatilidad de las piezas, con diferentes tamaños y tipos, permiten construcciones detalladas y creativas.

## MAPA POSICIONAMIENTO



# PÚBLICO

## OBJETIVO

### 1º BUYER PESONA

Fernando Díaz de Villegas

35 años

Madrid

Hombre

Grado Superior Informatica

Administrador de Sistemas

Vive Solo

#### Relación con la marca:

La marca le ayuda a tener un pasatiempo, tanto a largo y corto plazo. Lego le permite la construcción de las piezas solo o en compañía, con diferentes temáticas de sus películas favoritas, también le permite editar las piezas o la creación de un modelo.

#### Necesidades:

Busca actividades estimulantes y valora el aprendizaje jugando, quiere opciones para pasar tiempo de calidad con familiares, amigos y pareja para tener mayor conexión e interacción.

Quiere juegos que permitan una libertad creativa.

Busca constantes oportunidades para aprender y mejorar sus habilidades. Quiere mantenerse mentalmente estimulado y busca opciones de ocio que le den ese equilibrio entre lo profesional y lo personal.



#### Día a Día

Se despierta, se toma un café y se pone a trabajar ya que teletrabaja. De vez en cuando se toma un descanso para fumar o comer algo. Hay días que no hay mucho trabajo y aprovecha para hacer cosas de casa o para jugar al Hogwarts Legacy en el ordenador.

Después de que termine el trabajo descansa un poco en el salón y saca a los perros, durante el paseo aprovecha para seguir entrenándolos. Al volver a casa queda un rato con sus amigos para hacer algún plan como ir a tomar algo, ir al cine o jugar a juegos de mesa, también aprovecha ese tiempo para hacer voluntariado en refugios de animales. En casa ya por la noche, aprovecha para hacerse la comida del día siguiente, vuelve a sacar a los perros, se pone una peli, juega un rato y se va a dormir.

#### Motivaciones:

Quiere sacarse una certificación para ascender de puesto, una de sus metas es viajar mucho y ya que su trabajo se lo permite vivir en diferentes países. Le gusta hacer rutas en el campo con los perros y sus amigos, también asiste a diferentes eventos de moda y tiene una preferencia por productos de calidad e imperecederos.

Tiene un gran interés en los videojuegos y siempre quiere lo último.

Le gusta investigar sobre diversos temas de actualidad.

En su tiempo libre disfruta viendo películas de ciencia ficción fantástica.

Tiene un gran interés en los animales sobre todo en los perros.

# PÚBLICO

## OBJETIVO

### 1º BUYER PERSONA

Sofía  
7 años  
Estudiante  
Vive con sus padres  
Barcelona

#### Relación con la marca:

La marca es una fuente de inspiración pero un compañero de viaje en el aprendizaje creativo y emocional de Sofía. Lego le inspira para expresar/desarrollar su imaginación, a través de la construcción puede manejar la ansiedad. Podría formar parte de la comunidad a través de eventos y competiciones locales promovidas por la marca, lo que le ofrece enriquecerse y sentirse parte de algo. Se puede desafiar a ella misma con sets más complicados mejorando sus habilidades de concentración y expresión.

**Problemas:** Problemas con la gestión de emociones y problemas de concentración. Tiene momentos de ansiedad o enfado, le cuesta concentrarse y tener muestras de interés durante mucho tiempo.



#### Día a Día

Se despierta sobre las 8:00am para ir al colegio, su madre la ayuda a vestirse, desayunan juntas y van de camino al colegio.

Tiene clase hasta las 14:00, pero en el recreo decide quedarse en la sala de juegos haciendo puzzles o jugando con otros juguetes, en ocasiones sola y en otras con algunos de sus amigos o profes.

Después de clase, come en casa y se duerme un rato la siesta, después va a su habitación y lee algunos de sus libros ilustrados y escribe algunas historias nuevas.

Su madre le recuerda que haga sus deberes, se queja pero acaba haciéndolos. Cenan y le cuenta a su madre sus nuevos cuentos. Juegan un rato al MarioKart en la tele con la Switch.

Sobre las 22:00 se va a dormir pero le gusta mucho cuando su madre le cuenta un cuento, siempre uno nuevo y así duerme mejor.

#### Necesidades:

Necesita juguetes que le ayuden a expresarse, aquellos que promuevan la concentración. Para ello, tienen que ser visualmente atractivos llevándola a un mundo inmersivo, pero a la vez tiene que ser una actividad tranquilizante y que desarrolle sus habilidades. También estaría bien que se puedan usar solo o en compañía.

# ANÁLISIS PSICOGRÁFICO A TRAVÉS DE MODELO BIG FIVE.

*APERTURA A LA EXPERIENCIA* NIVEL ALTO

Son imaginativas, tienen un amplio rango de intereses, son inventivas, curiosas. Disfrutan con el arte, la aventura y tienen ideas inusuales y variadas.

# ANÁLISIS VIDEO

Análisis del Video Stop Motion: Lego City y Nissan GTR Skyline R34, canción "Tokyo Drift"

## **Imagen:**

El uso de un fondo blanco creado con cartulinas proporciona un lienzo limpio y minimalista, centrando la atención en las cajas de Lego. Este enfoque destaca los detalles de los sets y crea un contraste que resalta los colores de las cajas y las piezas de LEGO. La elección de un fondo blanco también facilita la transición entre las diferentes escenas y momentos de construcción.

Las cajas de Lego City y la recreación del Nissan GTR Skyline R34 de la película "2 Fast 2 Furious" dan elementos visuales distintivos. La mezcla de la temática urbana de Lego City con el icónico coche aporta variedad y atractivo visual. La incorporación de adornos como árboles y semáforos en el set de Lego City añade un toque realista y contribuye a la inmersión en la escena.

La técnica de stop motion utilizada para la animación agrega un elemento único al video. El espectador aprecia el esfuerzo y la paciencia dedicados a cada fotograma, generando un mayor aprecio por el proceso de construcción de los sets.

## **Sonido:**

La elección de la canción "Tokyo Drift" de la película "Fast and Furious: Tokyo Drift" complementa la temática del video. La música intensa y enérgica agrega dinamismo a las escenas de construcción, sincronizando los movimientos de las piezas con los ritmos de la canción. La elección de una canción reconocible vincula el video a la cultura de Fast and Furious, acentuando la presencia del Nissan GTR Skyline R34 en Lego.