

¿ZAPATERÍA LUPITA?

¿CALZADO MX?

¿PASO FIRME?

GUÍA DE NAMING

CÓMO NOMBRAR TU NEGOCIO O MARCA

Un método de 5 pasos para elegir un nombre que venda (y que sea tuyo)

1. Por qué el nombre importa (y por qué no tanto)

El nombre es la palabra que tu cliente va a repetir cuando te recomiende, buscar en Google y escribir en WhatsApp. Un buen nombre **no hace exitoso a un negocio malo**, pero un mal nombre sí le pone piedras en el camino a uno bueno: difícil de recordar, imposible de encontrar en internet, o legalmente ocupado por alguien más.

La regla de oro: un nombre 8/10 registrado y funcionando hoy vale más que el nombre “perfecto” que llevas 6 meses buscando.

Los 7 principios de un buen nombre

Principio	Pregunta de prueba
1. Corto	¿Tiene 3 sílabas o menos, o máximo 2 palabras?
2. Fácil de pronunciar	¿Un niño de 8 años lo dice bien a la primera?
3. Fácil de escribir	¿Si lo dictas por teléfono, lo escriben sin errores? (Cuidado con k/q, s/z/c, ll/y)
4. Memorable	¿Lo recuerdas al día siguiente de escucharlo una sola vez?
5. Sin candados	¿Funciona si mañana vendes otra cosa o abres en otra ciudad? (“Tacos Juárez Norte” te encierra)
6. Disponible	¿Está libre en IMPI, dominio .com/.mx y redes sociales?
7. Con buena historia	¿Puedes explicar en una frase por qué se llama así?

Prueba del teléfono descompuesto: dile el nombre a 5 personas y pídeles que se lo escriban a alguien más por WhatsApp. Si llega mal escrito, tienes un problema.

2. Las 6 rutas para crear nombres

No esperes “la inspiración”: los nombres se fabrican con método. Genera al menos 5 opciones por cada ruta antes de descartar nada.

Ruta	Cómo funciona	Ejemplos
Descriptivo	Dice literalmente qué haces. Máxima claridad, mínima diferenciación.	Interjet, Farmacias del Ahorro, Recórcholis
Evocador	Sugiere el beneficio o la emoción, sin describir el producto.	Bimbo (ternura), Alpura (pureza), Volaris
Inventado	Palabra nueva que puedes registrar fácil y llenar de significado.	Cemex, Oxxo, Kueski
Compuesto	Une dos palabras o fragmentos con significado.	Mercado Libre, Aeroméxico, Cinépolis
De fundador o lugar	Apellido, nombre propio o referencia geográfica con historia.	Grupo Carso, José Cuervo, Del Valle
Metáfora	Toma un concepto de otro mundo que representa tu promesa.	Puma (velocidad), Corona, Nido

Técnicas de lluvia de ideas

- **Lista de conceptos:** escribe 20 palabras ligadas a tu propuesta de valor (beneficio, emoción, materiales, lugar de origen) y combínalas de dos en dos.
- **Otros idiomas y raíces:** busca tus conceptos en náhuatl, purépecha, latín o italiano. Ahí viven nombres únicos y con historia local.
- **Recorta y pega:** toma sílabas de dos palabras clave y únelas (ferretería + rapidez = “Ferraz”).
- **Usa IA como generador:** pide a un asistente de IA 30 nombres por ruta, dándole tu propuesta de valor y tu cliente ideal. Tú filtras; la máquina propone.

3. El método de 5 pasos

Paso 1 — Genera en cantidad (30-50 opciones)

Usa las 6 rutas de la página anterior. En esta fase no critiques: apunta todo.

Paso 2 — Filtra con los 7 principios (quédate con 5-8)

Pasa cada opción por la tabla de principios. Elimina sin piedad lo difícil de pronunciar, escribir o recordar.

Paso 3 — Verifica disponibilidad (quédate con 3)

- **Marca en México:** busca en MARCANET (marcanet.impi.gob.mx), el buscador gratuito del IMPI. Revisa que no exista una marca idéntica o muy parecida en tu misma clase de productos/servicios.
- **Dominio web:** verifica el .com y el .com.mx en cualquier registrador. Si está ocupado por un negocio activo del mismo giro, descarta.
- **Redes y WhatsApp:** busca el nombre en Facebook, Instagram y TikTok. Que el usuario esté libre o disponible con una variación mínima.
- **Google:** googlea el nombre. Si ya lo usa un negocio grande, o si significa algo ofensivo en otro país, mejor sáltalo.

Paso 4 — Pruébalo con clientes reales, no con tu familia

Muestra tus 3 finalistas a 10 personas de tu mercado y pregunta: ¿qué crees que vende este negocio? ¿cuál recuerdas al final de la conversación? ¿cuál te da más confianza para comprar? El que gana en recuerdo y confianza, gana.

Paso 5 — Decide y protege

- Registra la marca ante el IMPI (el trámite se hace en línea; protege por 10 años renovables).
- Compra el dominio (aunque no hagas web todavía: cuesta poco y te asegura el nombre).
- Aparta los usuarios en redes el mismo día, aunque no publiques aún.

4. Errores que vemos todas las semanas

- **Enamorarse antes de verificar:** imprimir lonas y tarjetas sin revisar el IMPI. Cambiar de nombre después cuesta 10 veces más.
- **Nombres genéricos imposibles de encontrar:** “La Bodeguita”, “Estética Unisex”. En Google compites contra miles iguales.
- **Siglas sin significado:** “GMR Soluciones Integrales” no le dice nada a nadie ni se recuerda.
- **Ortografía “creativa” que confunde:** Kasa, Xpress, D'Lupita: cada variante rara es un cliente que no te encuentra.
- **Copiar al famoso:** parecerse a una marca conocida invita a una demanda, no a sus clientes.

5. Tabla de decisión: califica tus finalistas

Califica cada finalista del 1 al 5 en cada criterio y suma. Úsala también con las personas que te ayuden a decidir.

Criterio	Nombre A	Nombre B	Nombre C
Corto y fácil de pronunciar			
Fácil de escribir al dictarlo			
Memorable (recuerdo al día siguiente)			
Crece conmigo (sin candados de giro o lugar)			
Disponible en IMPI			
Dominio y redes disponibles			
Confianza que genera en clientes			
TOTAL			

Un nombre no se defiende con argumentos: se defiende con el registro del IMPI y con clientes que lo repiten sin equivocarse.

¿Dudas con tu caso? Tráelo a las mentorías del **Centro Sí Emprende** y lo trabajamos juntos.