



**DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA
TIENDA ON LINE “ARENA” PARA EL AÑO 2022**

**INFORME DE TESIS PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

Autor: Stalin Bladimir Beltrán Malla

Director: Lic. Jessica Nicole Cevallos Villamarin Mg.

LOJA – ECUADOR

2022

CERTIFICACIÓN

Lic. Mgs.

Jessica Nicole Cevallos Villamarin

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “LOS ANDES”

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, previo a la obtener el título de Tecnóloga en Comunicación Audiovisual, cuyo tema es: **DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA TIENDA ON LINE “ARENA” PARA EL AÑO 2022**, ha sido realizado bajo conducción, control y supervisión, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, agosto de 2022

Lic. Jessica Nicole Cevallos Villamarin Mgs.

DIRECTOR

AUTORÍA

Yo, **STALIN BLADIMIR BELTRAN MALLA**, declaro ser el autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes” y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes”, la publicación de mi tesis en el Repositorio – Biblioteca Virtual.

.....

STALIN BLADIMIR BELTRAN MALLA
AUTOR

DEDICATORIA

Expresamente dedico este trabajo investigativo a mis padres por su apoyo emocional y económico, por estar siempre a mi lado cuidándome y motivándome para culminar esta etapa de estudio para una vida profesional.

A mis hermanos que son el motor de mi vida y me han brindado su apoyo y cariño.

AUTOR

Stalin Bladimir Beltrán Malla

AGRADECIMIENTO

En primera instancia quiero plasmar mi agradecimiento profundo a Dios, que gracias a su infinita misericordia estamos culminando una etapa de vida, nos ha brindado salud, trabajo y vida.

Aprovecho también esta oportunidad para plasmar mi agradecimiento infinito y profundo a mi padrino Oswaldo Minga, quien durante todos los ciclos me brindó su apoyo económico y moral en los estudios y así pude culminar esta etapa de estudio.

A nuestra rectora Mgs. Mariel Minga, por la oportunidad de formación académica y todo su apoyo y amistad brindados durante todos estos años.

A mis docentes que con su enseñanza lograron inculcar en cada uno de nosotros valores y conocimientos sobre el área de formación.

A mis compañeros que a lo largo de estos seis ciclos de estudios llegaron a convertirse en grandes amigos.

AUTOR

Stalin Bladimir Beltrán Malla

INDICE

TABLA DE CONTENIDO

<i>CERTIFICACIÓN</i>	2
<i>AUTORÍA</i>	3
<i>DEDICATORIA</i>	4
<i>AGRADECIMIENTO</i>	5
<i>INDICE</i>	6
<i>CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN</i>	7
<i>CAPÍTULO II – METODOLOGÍA</i>	8
MÉTODOS	8
TECNICAS	9
POBLACION.....	9
<i>CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA ENTREVISTA</i>	11
<i>CAPÍTULO IV – DESARROLLO DE LA PROPUESTA</i>	12
CREACIÓN DEL LOGO	12
CREACIÓN DEL SLOGAN.....	19
MANUAL DE MARCA	20
CREAR PLANTILLAS.....	23
CREAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	25
<i>CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	27
<i>CONCLUSIONES</i>	28
<i>RECOMENDACIONES</i>	28
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	29
<i>ANEXOS</i>	31
Anexo 1: Guion de entrevista	31
Anexo 2: Anteproyecto	32
Anexo 3: Fotografías	50

CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN

La tienda “Arena Shop”, se creó en el año 2018 y era una tienda física, a partir de la pandemia se transformó en una tienda on line con un objetivo primordial *“Impulsar el espíritu empresarial de la mujer”*. El apoyar a esta idea de negocio con el afán de que se visualice ante el público su fin se pretendió mejorar la imagen corporativa de este negocio.

En este proyecto audiovisual, se contó expresamente con la colaboración de su propietaria quién aprobó las creaciones realizadas con sus debidos ajustes.

Conscientes que la publicidad tiene la facultad de mejorar las condiciones de vida de las personas, empresas y comunidad, impulsando el desarrollo económico desde cualquier ámbito se presenta un logo y diseños creativos para impulsar la imagen de este emprendimiento.

Como mecanismo de información se utilizó la técnica de la entrevista para la recolección de información acerca de las expectativas de la propietaria y lo que desea del presente proyecto visual.

Para la construcción del logo y plantillas se ejecutaron tres fases importantes que conlleva un bosquejo, diseño y aprobación, logrando así cumplir con las expectativas planteadas por la dueña.

Finalmente, este material servirá para promocionar la imagen corporativa del proyecto de la Tienda on line Arena en las diversas plataformas digitales y espacios desde donde se pueda promocionar a nivel local, nacional e internacional.

CAPÍTULO II – METODOLOGÍA

MÉTODOS

METODO INDUCTIVO

El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. (Sanchez J. C., 2018)

El método inductivo permitió la formulación, análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

METODO DESCRIPTIVO

El método descriptivo implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación, se lo utiliza para recoger, utilizar, resumir, presentar, analizar los resultados de las observaciones (Leon, 2018).

Se utilizó para la descripción de los resultados obtenidos de la investigación.

METODO ANALITICO

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. (Elizondo, 2020)

Se lo utilizó para realizar el análisis entre forma teórica y práctica del proyecto y luego para crear una síntesis de las conclusiones y recomendaciones al realizar el informe final de la investigación.

METODO SINTETICO

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. (Mialaret, 2021)

Con este método se pudo unir todos los elementos en un todo, utilizando las ciencias experimentales para extraer las leyes generalizadoras.

TECNICAS

La técnica que se implementó para la realización de la investigación es la entrevista que se utilizó para determinar si la propietaria estaba de acuerdo en la propuesta para crear una imagen corporativa para el negocio On line Arena.

ENTREVISTA

Es un método de recolección de información oral, consiste en un diálogo de carácter planificado entre el investigador y los sujetos que son fuentes de información la entrevista. (Torres, 2019)

Se elaboró una entrevista dirigida a la dueña de la tienda on line ya que es muy importante conocer la situación actual que está atravesando la empresa.

POBLACION

Para el desarrollo de la investigación se tomó en consideración el tipo de población finita ya que se entrevistó únicamente a la dueña de la tienda, quien es la responsable de determinar los cambios y aprobación del logo, slogan que se propuso.

De la misma manera es quien dio la aprobación del uso de los colores y más diseños que se utilizó en esta propuesta de investigación.

PROCEDIMIENTO

- Crear un logo con su manual de marca
- Crear un slogan
- Crear plantillas
- Crear estrategias de comunicación

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

P1.- ¿Cuántos años tiene de creada su empresa?

R1.- La empresa fue creada en el año 2018, por lo cual hasta la fecha lleva 4 años en el mercado

P2.- ¿Cuenta con un logo, slogan que identifiquen a la empresa?

R2.- Realmente solo ideas que no permiten que se identifique la empresa

P3.- ¿Cuáles son los diferentes colores que identifican su empresa?

R3.- El amarillo, blanco y el negro

P4.- ¿Cuáles son los productos y servicios que brinda y ofrece su empresa?

R4.- Son variados productos que se venden en línea desde prendas de vestir hasta cosméticos.

P5.- ¿Qué considera que es más importante, publicitar los productos que vende o el modelo de negocio que maneja la empresa?

R5.- Quiero promover el modelo de negocio para que muchas mujeres tengan una fuente de ingresos.

CAPÍTULO IV – DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Para el desarrollo de la propuesta se debe seguir minuciosamente los pasos establecidos en el procedimiento que son: un logo con su manual de marca, Crear un slogan, Crear plantillas, Crear estrategias de comunicación, pasos indispensables para que se dé cumplimiento estricto al desarrollo de la imagen y marca.

CREACIÓN DEL LOGO

DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Para proseguir con la creación del logo primeramente se toma en consideración la filosofía empresarial como: la misión, visión y valores de la empresa que será de base fundamental para tener una imaginación de lo que se desea crear.

HISTORIA

La tienda “Arena Shop”, fue creada en el año 2018 por la Sra Viviana Herrera una mujer que se ha venido adentrando en el mundo del emprendedor, la tienda “Arena Shop” surgió de la necesidad de invertir en un negocio diferente que se identifique a la mujer Lojana, el cual ofrezca productos de toda índole en especial para la mujer.

A raíz a partir de la pandemia suscitado en el 2020 esta tienda se transformó en una tienda on line con un objetivo primordial de *“Impulsar el espíritu empresarial de la mujer” y su economía.*

MISIÓN

Somos una tienda on line que ofrece prendas de vestir y demás productos de bazar impulsando el espíritu empresarial de la mujer.

VISIÓN

Convertirnos en una tienda online que lidere las ventas a nivel local y nacional que satisfaga las necesidades de todo el público y que permita generar ingresos a la mujer.

Valores de la empresa: Los principios básicos que guían a nuestra tienda online son:

Aprender a vender: caracterizada por en primer lugar por conocer a nuestros clientes, escuchando sus necesidades, respondiendo sus dudas e inquietudes y brindando la mejor información sobre las características de nuestros productos ofertados.

Aprender a servir: capacitándonos constantemente para mejorar las habilidades de ventas y servicio al cliente a través de los diferentes medios online, garantizando de tal manera el mejor de los servicios a nuestros clientes.

Aprender a emprender, puesto que cada vez es más complicada la posibilidad de acceder a un empleo y por otra parte en cualquier espacio geográfico se requiere de personas emprendedoras, capaces de competir y adaptarse a los retos de una sociedad altamente productiva.

Imagen Corporativa

Razón social:

ArenaShop

LOGO ANTES

Anteriormente la fundación Arena Shop tenía un logo simple el cual fue modificado acorde a los gustos de la propietaria, tomando en consideración los colores que caracterizan una empresa como tal.

PRIMER LOGO:



Como se puede observar el primer logo esta compuesta por un perfil de una mujer y una hojas que flotan por el viento, su fondo es blanco y esta compuesto por el nombre de la tienda que es de color negro.

PROPUESTAS



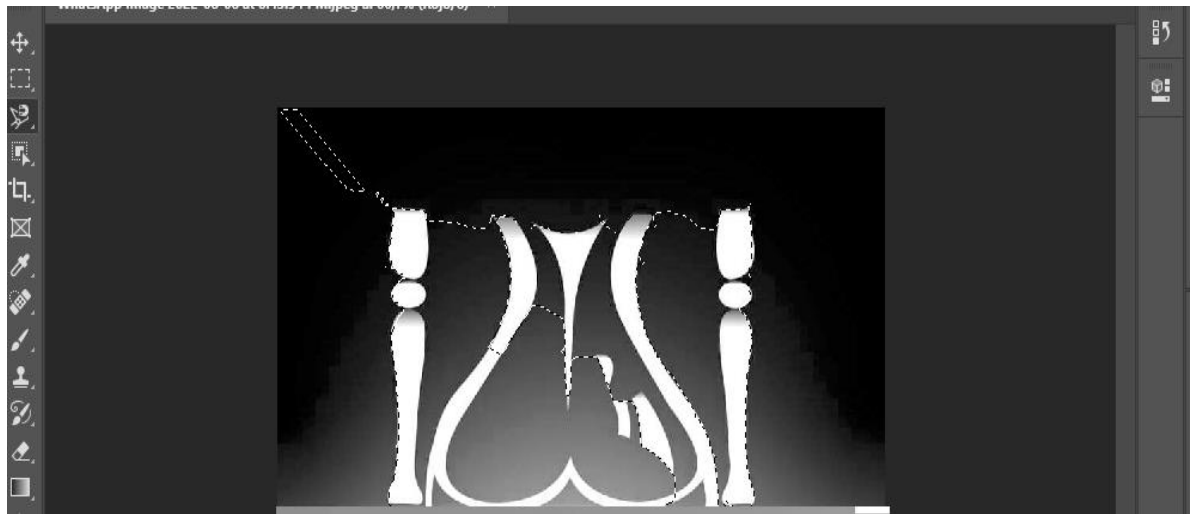
Se planteó dos diseños que contienen un reloj de arena, la silueta de perfume y el nombre arena como características similares, en uno de ellos el signo de dólares que hace referencia a la idea de negocio. No fue aceptado por la propietaria en cuanto indica que los colores son muy llamativos y los diseños muy lineales y que le gustaría visualizar algo femenino puesto que se identifica con la mujer.

A partir de estas sugerencias se trabajo una selección de colores presentando diseño en combinación de colores, así en cada gráfico se identificó lo más agradable para la dueña y las sugerencias propuestas considerando las paletas de colores, su simbología y su combinación.



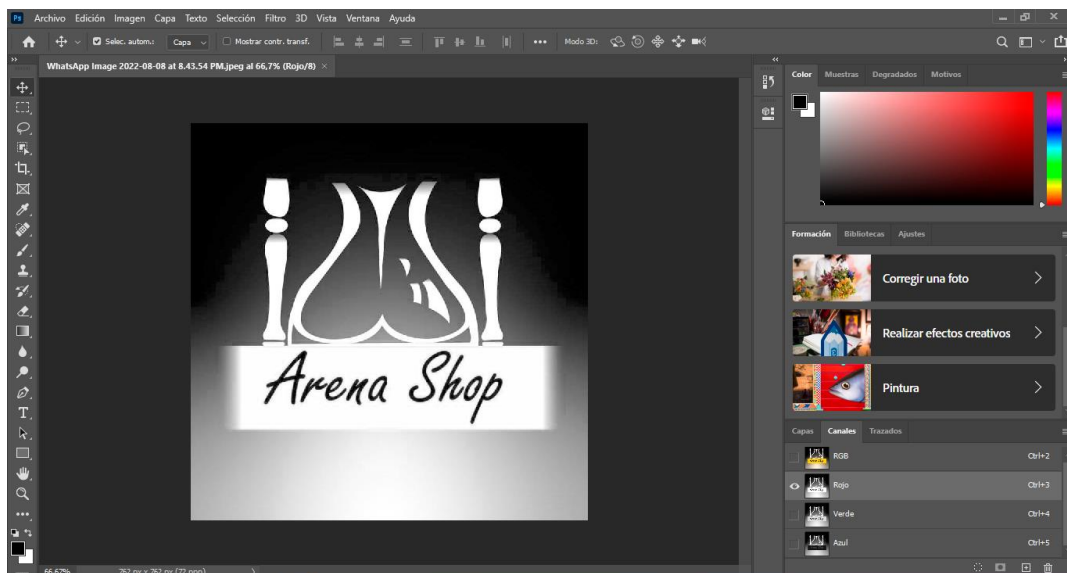
DISEÑO FINAL: MUJER EN RELOJ DE ARENA

PRIMERA PLANTILLA



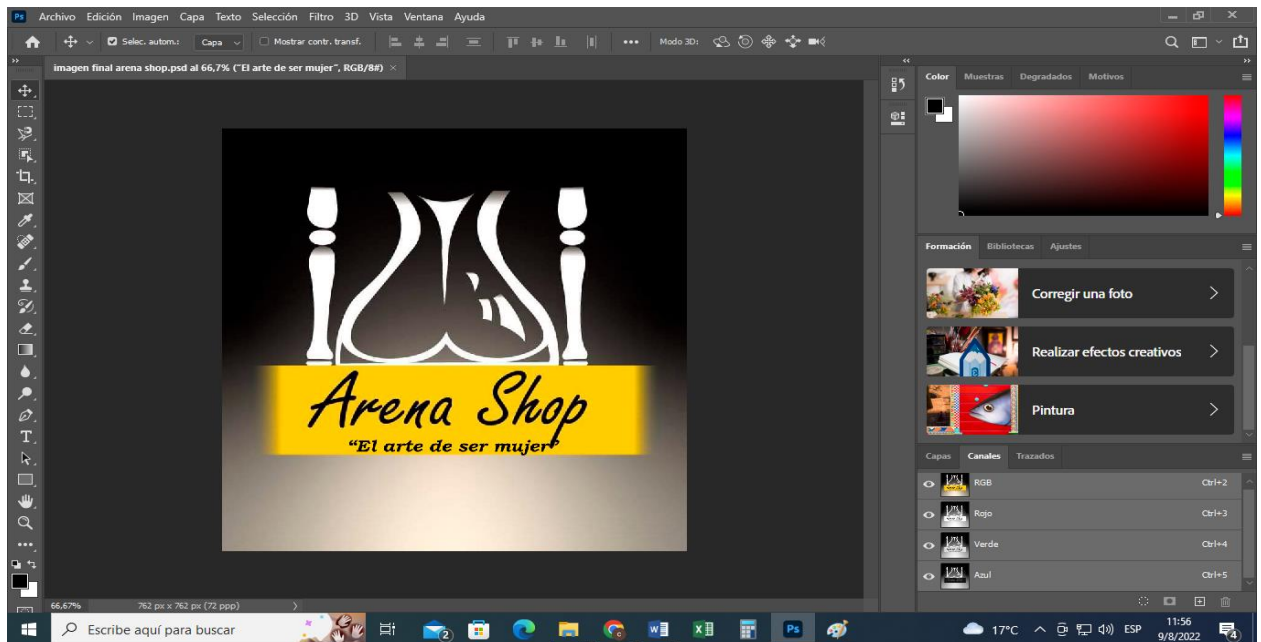
En la primera plantilla podemos observar, como se fue elaborando cada una de las fases de la imagen.

SEGUNDA PLANTILLA



Segunda plantilla se visualiza la representación de la imagen y su nombre completo.

TERCERA PLANTILLA



La última plantilla se visualiza ya el logo culminado conjuntamente con su nombre y slogan

LOGO ACTUAL



EL logo que se presenta está compuesto por tres colores determinantes que son:

COLOR AMARILLO: se relaciona directamente con emociones como el optimismo, la felicidad, el brillo y la alegría, que caracterizan a la personalidad de la mujer. Es muy efectivo para atraer la atención.

COLOR NEGRO: El negro se asocia con la elegancia, la seriedad, y el misterio. Es un buen color para dar la imagen de exclusividad y calidad.

COLOR BLANCO: El blanco significa pureza, bondad, limpieza, higiene, simplicidad.

Tipografía

Arena Shop

CREACIÓN DEL SLOGAN

Se realizaron las siguientes proposiciones:

“Emprende y prospera”

“Más que un emprendimiento”

“Seduca con el producto”

“El arte de ser mujer”

El slogan está compuesto por cinco palabras precisas que identifican a la mujer como un arte que Dios creo, acentuando también el poder de lucha, constancia y perseverancia que identifican a la mujer en la actualidad.

“El arte de ser mujer”


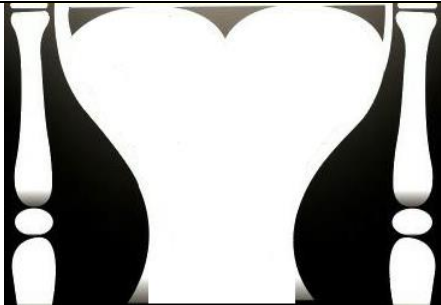
MANUAL DE MARCA

EMPRESA: ArenaShop

Colores de MARCA

Color	Presentación	Código
Amarillo		FFC72E
Negro		#000000
Blanco		#FFFFFF

Formas de la MARCA

Forma	Presentación
	Forma de silueta de una mujer
	Reloj de arena

Tipografía de la MARCA

Forma	Presentación
<i>Arena Shop</i>	Freestyle Script Negrita 72 <i>Abcdefghi</i> <i>Jklmnopqr</i> <i>Stuvwxyz</i> <i>0123456789</i>
<i>El arte de ser mujer</i>	Bookman Old Style Negrita 12 abcdEfghiJklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Uso de la MARCA

Forma	Presentación
Perfil de página web	
Perfil de whatsapp	
Otras Creaciones	<p>Respetando el logo, se recomienda para bordados invertir los colores negro a blanco sólo en las imágenes.</p> 

CREAR PLANTILLAS

Videos

Se recomienda videos cortos no mas de 30 segundos que al final muestren el logo de la empresa, o parte de él.



Diseño de portada

Arena Shop

SI HOY ES TU
CUMPLEAÑOS

50%
Descuento

0967267203

EN TODOS LOS
ARTÍCULOS

A birthday cake with lit candles. The cake is round and brown, with colorful sprinkles. There are seven lit candles on top: one yellow, one white, one blue and white striped, one pink and white striped, one blue and white striped, one pink and white striped, and one white. The flames are bright orange and yellow.

CREAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Estrategia 1: Crear un formulario de Google para la suscripción de socios.

17:20 19%

Con el fin de velar por tu economía, Arena Shop te da la oportunidad de ser parte de sus sistemas de trabajo, tu eliges cual de ellos acorde a tu comodidad.

Suscríbete con tan solo \$5, podrás emprender y ahorrar con Arena Shop

Sistema a crédito (Gana 10 a 20 %)
Llevas 2 productos semanales (total 8 al mes)
Aplica sólo productos de baja gama
Los pagas luego de 30 días a partir del envío
Debes ir acumulando credibilidad y se aumentará la entrega de productos

Sistema con descuento (GANA 30%)
Llevas el monto mínimo de \$50 en los productos que tu quieras a costo de mayorista
Puedes hacer dos cambios durante su vigencia por el mismo monto (válido por un mes)

Sistema de vendedora (GANA 25%)
Lleva una maleta semanal con 20 productos de 2 líneas
Tienes 15 días para devolver los productos no vendidos
Al mes se entregan 2 maletas.
Paga a los 30 días de haber llevado la maleta.
Venta mínima 5 productos

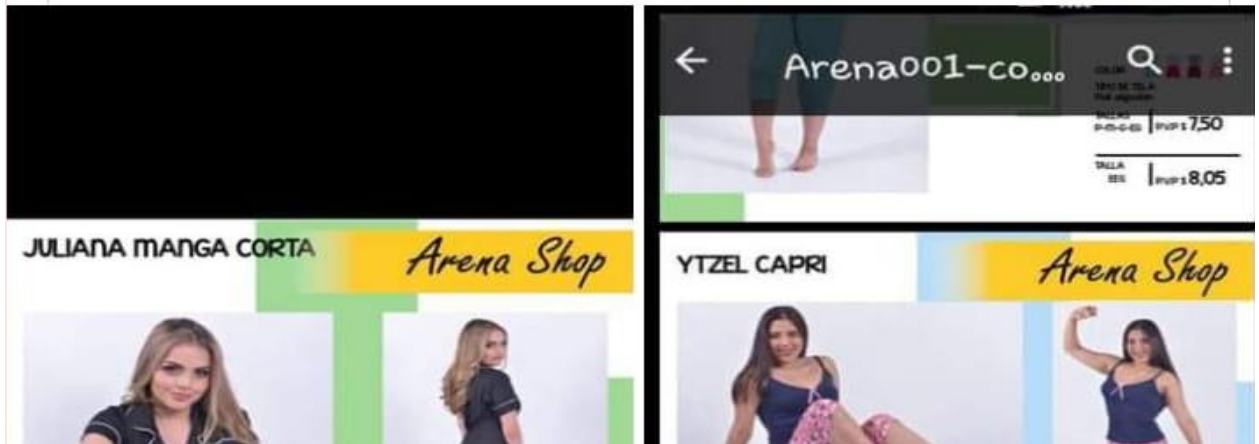
Página 1 de 5

Siguiente **Borrar formulario**

Estrategia 2: Publicitar a través de Facebook las revistas o el número de contacto.

Pide catálogo 👉

https://bit.ly/promociones_arena_julio



Direcciona al whatsapp



CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La Tienda On line ArenaShop lleva 4 años en el mercado está dirigida para que las mujeres puedan emprender en un sistema de venta por catálogo y sólo requieren suscribirse, sin embargo, no es conocida.
- El diseño de marca es una herramienta adecuada para la promoción y publicidad de cualquier tipo de negocio, ésta debe ser muy atinente más aún cuando se trata de satisfacer gustos y preferencias de los clientes.
- El manejo de la marca dependerá de quienes hagan uso de ella en la promoción y difusión de la tienda, su sistema o sus productos siempre y cuando conserve los colores planteados en el presente proyecto.
- Existen múltiples herramientas de diseño, en este caso se utilizó los programas del paquete de adobe ilustrador y su utilización requiere de conocimientos técnicos, pero sobre todo del buen gusto y criterio profesional para plantear propuestas.

RECOMENDACIONES

- Motivar a los emprendedores, dueños de negocio o personas de empresa a realizar un diseño de marca para sus negocios con el afán de que se mejore y/o renueve la práctica

del diseño en todas sus manifestaciones.

- A los docentes de la carrera incrementar y renovar los recursos didácticos existentes de acuerdo a los avances tecnológicos, para estar actualizados y elaborar de manera creativa diseños de toda índole, implementando actividades de refuerzo de conocimiento motivadoras para el aprendizaje de esta rama.

- A la dueña de la tienda on line utilizar el logo, slogan, plantillas y demás estrategias planteadas en todas las publicaciones para que posicione la marca en el mercado local, y nacional si así lo desea, pues la interactividad despierta el interés de usuarios y de clientes ya que facilita la comunicación entre ellos.

BIBLIOGRAFÍA

Pérez Porto, J., & Ana , G. (26 de enero de 2021). Obtenido de Definición de Vídeo.:
<https://conceptodefinicion.de/video/>

- Arias, E. R. (3 de junio de 2021). *Método histórico*. Obtenido de Economipedia.com : <https://economipedia.com/definiciones/metodo-historico.html>
- Arias, J. L. (s.f.). *José L. Arias - Asesor de tesis*. Recuperado el 16 de Marzo de 2022, de José L. Arias - Asesor de tesis: <https://www.facebook.com/ariasgonzalesjoseluis>
- Concepto Definicion*. (26 de Enero de 2021). Recuperado el 10 de Marzo de 2022, de Concepto Definicion: <https://conceptodefinicion.de/video/>
- Duarte, G. (octubre de 2008). Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/video.php>
- Duarte, G. (Octubre de 2008). *Definición ABC*. Recuperado el 10 de Marzo de 2022, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/video.php>
- editorial, E. (15 de agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/encuesta/>.
- Editorial, E. (05 de Marzo de 2021). *Lifeder*. Recuperado el 13 de Marzo de 2022, de Lifeder: <https://www.lifeder.com/expresiones-culturales/>
- Elizondo, A. (2020). *Metodología de la investigacion contable* (Vol. Tercera Edicion). Mexico: Thomson.
- Equipo editorial. (15 de agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/encuesta/>.
- Escamilla, M. D. (2009). Metodología de Investigación. En E. y. Ávila, *Metodología de la Investigación*. Mexico: CENGAGE Learning. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercado_tecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES40.pdf
- Espinel, S. (s.f.). *produccionaudiovisual*. Obtenido de produccionaudiovisual: <https://produccionaudiovisual.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>
- Espinoza, S., & Abbate, E. (2005). *La producción de vídeo en el aula*. Buenos Aires: Ediciones Colihue SRL.
- Flores, A. (21 de diciembre de 2021). *¿Qué es la producción audiovisual? Descubre cómo se realizan tus películas favoritas*. Obtenido de <https://www.crehana.com/ec/blog/video/que-es-produccion-audiovisual/>
- Fraccolli, B. (5 de marzo de 2021). *Expresiones culturales-editorial, Equipo*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/expresiones-culturales/>
- Gentile Pappalardo, M. (24 de diciembre de 2019). Obtenido de Manifestaciones culturales: origen, características, tipos, ejemplos.: <https://www.lifeder.com/manifestaciones-culturales/>.
- Imaginario, A. (22 de enero de 2021). *"Arte"*. En: *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/arte/>

- Leon, I. H. (2018). *Paradigmas y metodos de investigacion en tiempos de cambio*. Venezuela : El Nacional .
- Ley a. (s.f.). Recuperado el 11 de Marzo de 2022, de Ley Organica de Cultura: https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf
- Marin, M. G. (2022). *Treintaycinco*. Obtenido de Treintaycinco: <https://35mm.es/que-es-escaleta-guion/>
- Mialaret, G. (2021). *Psicologia de la educacion*. Madrid.
- Miranda, R. R. (octubre de 2019). *ELABORACIÓN DE DOS VIDEOS EDUCATIVOS E INFORMATIVOS*. Obtenido de <http://www.fadcom.espol.edu.ec/sites/edcom.espol.edu.ec/files/proyecto44.pdf>
- Monografias Plus+. (s.f.). Recuperado el 14 de Marzo de 2022, de Monografias Plus+: <https://www.monografias.com/docs/Definicion-De-Arte-y-Cultura-F3KWSJVFJ8GNZ>
- Morales, E. (2018). *Metodos Estadisticos para medir, describir y controlar la variabilidad*. Madrid: Universidad Cantabria.
- Mosterín, J. (29 de noviembre de 2009). *Ecured*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Cultura>
- Pardo, A. (14 de mayo de 2014). *Fundamentos de Producción y Gestión de Proyectos Audiovisuales*. Obtenido de <http://www.fadcom.espol.edu.ec/sites/edcom.espol.edu.ec/files/proyecto44.pdf>
- Porto, J. P. (23 de enero de 2008). *Significados.com*. Obtenido de Entrevista: <https://www.significados.com>
- s.f. (22 de marzo de 2022). *Ley Organica de Cultura*. Obtenido de https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf
- Sanchez, J. C. (2018). *Metodologia de a investigacion cientifica y tecnologica* . Madrid : Diaz de Santo .
- Torres, M. (2019). Metodos de Recoleccion de datos para una investigacion. *Boletin Electronico*

ANEXOS

Anexo 1: Guion de entrevista

P1.- ¿Cuántos años tiene de creada su empresa?

P2.- ¿Cuenta con un logo, slogan que identifiquen a la empresa?

P3.- ¿Cuáles son los diferentes colores que identifican su empresa?

P4.- ¿Cuáles son los productos y servicios que brinda y ofrece su empresa?

P5.- ¿Qué considera que es más importante, publicitar los productos que vende o el modelo de negocio que maneja la empresa?

Anexo 2: Anteproyecto



Instituto Superior Tecnológico Los Andes

DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA TIENDA ON LINE

“ARENA” PARA EL AÑO 2022

Autor: Stalin Beltran Malla

**ANTEPROYECTO PREVIO A
LA OBTENCION DEL TITULO
DE TECNOLGO EN
COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL.**

LOJA – ECUADOR

2022

TEMA

DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA TIENDA ONLINE “ARENA” PARA EL AÑO 2022

PROBLEMATIZACIÓN

La imagen o logo, los colores, formas, frases y demás características visuales son aquellos que los caracteriza a cada una organización, identificándola de sus competidores y permitiéndole a los consumidores la asimilen en su mente.

A partir de la pandemia muchas organizaciones se transformaron para brindar su servicio de manera online realizando los procesos de promoción y venta valiéndose de los medios basados en internet. Así mismo, el marketing de las organizaciones se basó en el uso de estos medios, permitiendo la creación de empresas para el manejo de marca e incluso la creación de una marca y la posterior publicación desde la propia empresa.

En el Ecuador las empresas coinciden en la necesidad de mejorar la imagen corporativa, buscando una comunicación estratégica que resguarden sus objetivos institucionales, tratando de tener un alto grado de competitividad dentro de un mercado globalizado que mejore su posicionamiento en la mente del consumidor.

Es necesario implementar la imagen corporativa que permite a la organización innovar y mejorar la perspectiva del público, proporcionando a la empresa la posibilidad de darse a conocer y por lo tanto promocionar su marca y por ende su servicio y/o producto en el mercado.

En la ciudad de Loja existen instituciones dedicadas a crear imagen corporativa a otras empresas nacientes y las que ya están desarrolladas siendo importante resaltar que por medio de la incorporación de una imagen corporativa se puede facilitar los procesos de publicidad en cualquier tipo de organización.

En la ciudad de Loja a partir de la pandemia se crearon modelos de negocio en línea que permitía desde llevar alimentos, medicina o cualquier pedido a los hogares que lo solicitaban, siendo éste un modelo a seguir por otras empresas. Es así que, en esta ciudad se crea la tienda en línea “Arena” que es un modelo de negocio para apoyar a mujeres y lo hace casi todo de manera virtual. Se pretende desarrollar una imagen corporativa para dar a conocer el modelo de negocio de dicha tienda y que le permita darse a conocer como una forma de negocio y los diferentes productos que tiene para ofrecer.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Desarrollar la imagen corporativa para la tienda on line “Arena” para el año 2022

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un logo para la tienda on line “Arena” que represente el modelo de negocio que desarrolla.
- Diseñar tres modelos de plantillas que le permita realizar publicidad en medios digitales
- Elaborar un manual de marca para que sea considerado en las futuras publicaciones.

ALCANCE

Se propondrá una imagen corporativa para la tienda on line para que la dueña del negocio tome la determinación de aplicarlas.

Este trabajo se enfocará directamente al logo, marca, slogan y diseño de platillas para promover el modelo de negocio de esta tienda on line.

Esta investigación cumplirá con los lineamientos de la imagen corporativa y del instituto en cuanto a investigación.

Las estrategias no serán desarrolladas, serán planteadas y dependerá de la dueña su aplicación o ejecución para incrementar sus ingresos y segmentarse efectivamente en el mercado.

Esta investigación será realizada durante 3 meses y con los recursos disponibles por parte del autor.

SUMARIO

IMAGEN CORPORATIVA

QUE ES: La imagen corporativa se puede entender como todo lo que le rodea a la empresa, los productos o servicios que ofrezca una entidad, permiten el primer acercamiento con los clientes, por lo que la imagen empresarial dependerá de las expectativas que el consumidor tenga con relación al servicio que le brinde la entidad.

Pintado y Sánchez definen a la imagen corporativa como “una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cumulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo (Imagen Corporativa, 2013)

Por ende, la imagen de una empresa va a ser única para cada persona, debido que esta se encuentra inmersa a la vinculación que haya tenido con la misma a través de diversos canales, como referencias de amigos o familiares, experiencias personales con la empresa, al igual que personas reconocidas asociados a la marca, todo esto influirá en la percepción de la imagen de una entidad.

La imagen de la empresa se la relaciona comúnmente con la calidad de los productos y/o servicios que ofrezcan, asimismo con los precios altos o bajos. Es usual que las personas asocien los precios más elevados con una buena imagen empresarial. Sin embargo, todo dependerá de cómo trabaje una compañía en la percepción ideal y real de la imagen.

Una adecuada gestión de la imagen corporativa, genera confianza, permite la diferenciación y liderazgo en el mercado, promueve la identificación de clientes internos y externos con la empresa, conduce a la aceptación y valoración de los productos y/o servicios y fortalece a largo plazo las relaciones con los clientes, socios, bancos, industria, etc. (Pintado, 2020)

PARA QUE SIRVE: La imagen corporativa tiene como objetivo fundamental lograr que la marca se refleje claramente en los intereses de su público objetivo. El cliente potencial debe pensar que sus pensamientos y los de la empresa están alineados. El fin de la imagen de marca es que el usuario se sienta identificado con nosotros y ganarnos su confianza.

Las empresas necesitan conversiones, son la forma en la que generan ingresos y estos pueden formar parte de los beneficios. Para conseguirlos, se debe de generar confianza. Una imagen de marca que genere confianza será un arma tremendamente poderosa (Capriotti, 2019).

IMPORTANCIA: La imagen corporativa es fundamental para que una empresa se posicione dentro del mercado, sin embargo, para obtener una buena imagen corporativa es necesario que el punto de partida se base en la realidad de la empresa “es inútil intentar obtener una imagen que no refleja lo que la empresa es. Esa realidad debe proyectarse de forma global teniendo en cuenta todo lo que la compañía hace” (Sanchez, 2013)

La imagen de una empresa debe tener armonía con lo que dice y con lo que hace, de esta manera se potenciará una imagen fuerte y consistente.

La importancia de la imagen corporativa radica en que las personas establezcan una diferencia entre una empresa y otra, por lo que esta imagen ayudará a que una organización ocupe un espacio en la mente de los públicos. “La imagen de la empresa

está constituida por la suma de asociaciones, de carácter tanto afectivo como racional, que surgen en la mente de un individuo al evocar el nombre de la empresa” (Perez, 2014)

PASOS PARA DESARROLLAR UNA IMAGEN CORPORATIVA

El manual de identidad corporativa es clave para guiarte a la hora de tomar una decisión en tu empresa, para el desarrollo de la imagen corporativa se toma en consideración 5 pasos muy importantes como son:

1. Define la misión, visión y valores de la empresa

La misión, visión y valores de tu empresa conforman la filosofía corporativa. ¿Qué quiere decir esto? Que necesitas definir qué hace tu empresa, cómo lo haces y a dónde quieres llegar.

Es necesario que tus empleados lo tengan siempre en cuenta a la hora de establecer tus acciones de marketing. Y, además, puede convertirse en una herramienta muy poderosa para tu marca

- **Misión:** Define cuál es el objeto, el propósito o la razón de ser de tu empresa. Generalmente la misión de una empresa responde a la pregunta “¿Por qué existe esta empresa?”.
- **Visión:** Define las metas que quieres alcanzar. ¿A dónde quieres llegar? ¿Dónde te ves en el futuro? Saber responder a estas preguntas te ayudará a establecer las acciones a realizar.
- **Valores:** Establece los límites, criterios y principios éticos sobre los que se basa tu empresa. ¿Qué estás dispuesto a hacer o qué no para lograr tus objetivos? Esto te permite crear tu código de conducta y las pautas de comportamiento de tu empresa.

2. Crea tu Imagen Corporativa

La imagen corporativa engloba los elementos gráficos, visuales y audiovisuales que identifican a una empresa.

La imagen corporativa es lo mismo que imagen de marca de una empresa. Es decir, la percepción que tienen los usuarios de tu negocio. ¿Qué le transmite tu web, tus productos o tu tienda física a tus clientes? Eso es la imagen corporativa o imagen de marca.

Los principales factores que influyen en la imagen de marca de tu empresa son:

- **Nombre comercial:** elige un buen nombre para tu empresa. Dedícale todo el tiempo que sea necesario, te acompañará durante muchos años. También el nombre de tu dominio es fundamental para transmitir una buena imagen.
- **Logo:** recuerda que el logotipo de la empresa estará en todas partes y conforma una pieza clave de la identidad visual de una empresa. Recuerda que tiene que ser un diseño gráfico corporativo que se adapte a canales online y offline, además de a múltiples plataformas. Todo el tiempo que le dediques al diseño del logotipo, créeme que no será en balde.
- **Eslogan:** aunque ya no es algo tan común en todas las empresas, encontrar un mensaje breve que sepa representar la filosofía de tu empresa es todo un reto.
- **Tipografía y colores:** a la hora de crear cualquier tipo de contenido o material de tu empresa.

3. Establece un plan de Comunicación

¿Cómo quieres comunicarte con tus clientes? ¿Eres una empresa cercana y que trata a sus clientes como amigos? ¿O prefieres transmitir una imagen mucho más formal? Elijas lo que elijas, sé consistente y haz que perdure en el tiempo.

4. Se consistente a tu identidad de empresa

Cada empresa tiene una identidad corporativa, no mejor ni peor que otra. Pero lo que sí que debes intentar es que la estrategia gire en torno a ella.

Cambiar la identidad corporativa de tu empresa, a veces, es incluso hasta necesario para adaptarse al mercado, pero es algo que requiere mucho tiempo y una estrategia muy sólida y perfectamente planeada.

5. Cuida tu reputación online

Una buena identidad digital nos va a ayudar a ser percibidos como una marca más prestigiosa o de mayor reputación.

Los mundos online y offline pueden estar estrechamente relacionados, aunque a veces se traten como caminos completamente separados. La reputación online se ha convertido en una de las mayores preocupaciones para cualquier empresa.

Este término hace referencia a la percepción o imagen que tu público objetivo tiene de tu empresa en Internet. Eso sí, no debes confundirlo con la imagen de tu marca.

Esta identidad digital o reputación online está muy ligada a cómo te comportas tú en el mundo online. Los principales factores que influyen en ello son:

- **Página web:** es tu escaparate 24/7 en Internet. Cuida su diseño, el contenido que publicas, añade opiniones o reseñas de clientes... Todo esfuerzo es poco para mostrar tu mejor cara. ¿Todavía no tienes una? Entonces debes de ponerle una solución cuanto antes. Por ejemplo, con el Creador de páginas web de GoDaddy puedes crear una web de

aspecto muy profesional en menos de una hora. Además, también puedes crear un blog para atraer clientes o potenciales clientes a tu página.

- **Redes sociales:** no es nada raro que, antes de realizar la contratación de un servicio online o bien comprar un producto, acudamos a las redes sociales a ver qué opinan los demás usuarios de estas marcas. O bien, simplemente lanzamos la pregunta en Twitter. Una mala reputación online echará a tus clientes para atrás y lo que es peor, si no le pones solución cuanto antes, esta percepción que tienen de ti es muy probable que vaya a peor. Así que, aprovecha las redes sociales como canal de comunicación para humanizar tu marca y acercarte mucho más a tus clientes y no olvides analizar cuidadosamente todo lo que dicen de ti.
- **Foros, blogs o plataformas de terceros:** existen muchas páginas de opiniones en las que los usuarios comentan su experiencia con las empresas. Seguramente conozcas y hayas comentado alguna vez en TripAdvisor o TrustPilot. O, sin ir más lejos, ¿nunca has puesto una reseña de alguna empresa en Google? Todas estas valoraciones cuentan ¡y mucho! Así que analiza bien qué es lo que dicen de ti e intenta mejorar de cada comentario que leas. (Acebeiro, 2021)

TIENDA ON LINE ARENA

Historia

Este negocio nació en el año 2014 como una idea de negocio para la venta de productos varios para la mujer. Idea de una mujer como un modelo de reventa de productos. Se inició con un capital de 4 mil dólares con un espacio tipo bodega para el almacenamiento

y distribución de los productos. Su punto de operación era en la ciudad de Guayaquil desde donde se realizaban los envíos a nivel nacional.

Información general

Ubicación: Actualmente opera desde la ciudad de Loja desde el barrio época.

Número de socias: cuenta con un total de 10 socias en la actualidad.

Productos y servicios

En esta tienda se vende: gafas, pantalones, perfumes, artículos de belleza, carteras, ropa casual y deportiva.

Modelo de negocio

Esta tienda registra socias para trabajar como comisionistas sin y con inversión, maneja un sistema de negocio para ayudar a mujeres en la economía de su hogar.

METODOLOGIA

METODO INDUCTIVO

El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. (Sanchez J. C., 2018)

El método inductivo permitirá la formulación, análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

METODO DESCRIPTIVO

El método descriptivo implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación, se lo utiliza para recoger, utilizar, resumir, presentar, analizar los resultados de las observaciones (Leon, 2018)

METODO ANALITICO

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. (Elizondo, 2020)

Se lo utilizara para realizar el análisis entre forma teórica y práctica del proyecto y luego para crear una síntesis de las conclusiones y recomendaciones al realizar el informe final de la investigación.

METODO SINTETICO

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. (Mialaret, 2021)

Con este método se podrán unir todos los elementos en un todo, utilizando las ciencias experimentales para extraer las leyes generalizadoras.

METODO ESTADISTICO

EL método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de la hipótesis general de la investigación.

Las características que adoptan los procedimientos propios del método estadístico dependen del diseño de investigación seleccionado para la comprobación de la consecuencia verificable en cuestión. (Morales, 2018)

TECNICAS

La técnica que se van implementar para la realización de la investigación es la entrevista

Entrevistas: Es un método de recolección de información oral, consiste en un diálogo de carácter planificado entre el investigador y los sujetos que son fuentes de información la entrevista. (Torres, 2019)

Se elaborará una entrevista dirigida a la dueña de la tienda on line ya que es muy importante conocer la situación actual que está atravesando la empresa.

POBLACION

Para el desarrollo de la investigación se tomó en consideración el tipo de población finita ya que se entrevistará únicamente a la dueña de la tienda.

PROCEDIMIENTO

- Crear un logo con su manual de marca
- Crear un slogan
- Crear plantillas
- Crear estrategias de comunicación

Para el desarrollo de la imagen corporativa se toma en consideración 5 pasos muy importantes como son:

1. Define la misión, visión y valores de la empresa

La misión, visión y valores de tu empresa conforman la filosofía corporativa.

¿Qué quiere decir esto? Que necesitas definir qué hace tu empresa, cómo lo haces y a dónde quieres llegar.

- **Misión:** Define cuál es el objeto, el propósito o la razón de ser de tu empresa.
Generalmente la misión de una empresa responde a la pregunta “¿Por qué existe esta empresa?”.
- **Visión:** Define las metas que quieres alcanzar. ¿A dónde quieres llegar?
¿Dónde te ves en el futuro? Saber responder a estas preguntas te ayudará a establecer las acciones a realizar.
- **Valores:** Establece los límites, criterios y principios éticos sobre los que se basa tu empresa. ¿Qué estás dispuesto a hacer o qué no para lograr tus objetivos?

2. Crea tu Imagen Corporativa

La imagen corporativa es lo mismo que imagen de marca de una empresa. Es decir, la percepción que tienen los usuarios de tu negocio. ¿Qué le transmite tu web, tus productos o tu tienda física a tus clientes? Eso es la imagen corporativa o imagen de marca.

Los principales factores que influyen en la imagen de marca de tu empresa son:

- **Nombre comercial:** elige un buen nombre para tu empresa.
- **Logo:** recuerda que el logotipo de la empresa estará en todas partes y conforma una pieza clave de la identidad visual de una empresa.
- **Eslogan:** encontrar un mensaje breve que sepa representar la filosofía de tu empresa es todo un reto.
- **Tipografía y colores:** a la hora de crear cualquier tipo de contenido o material de tu empresa.

3. Establece un plan de Comunicación

¿Cómo quieres comunicarte con tus clientes? ¿Eres una empresa cercana y que trata a sus clientes como amigos?

4. Se consistente a tu identidad de empresa

Cada empresa tiene una identidad corporativa, no mejor ni peor que otra. Pero lo que sí que debes intentar es que la estrategia gire en torno a ella.

5. Cuida tu reputación online

Una buena identidad digital nos va a ayudar a ser percibidos como una marca más prestigiosa o de mayor reputación.

Este término hace referencia a la percepción o imagen que tu público objetivo tiene de tu empresa en Internet.

Esta identidad digital o reputación online está muy ligada a cómo te comportas tú en el mundo online. Los principales factores que influyen en ello son:

- **Página web:** es tu escaparate 24/7 en Internet. Cuida su diseño, el contenido que publicas, añade opiniones o reseñas de clientes.
- **Redes sociales:** no es nada raro que, antes de realizar la contratación de un servicio online o bien comprar un producto, acudamos a las redes sociales a ver qué opinan los demás usuarios de estas marcas. O bien, simplemente lanzamos la pregunta en Twitter
- **Foros, blogs o plataformas de terceros:** existen muchas páginas de opiniones en las que los usuarios comentan su experiencia con las empresas. Seguramente conozcas y hayas comentado alguna vez en TripAdvisor o TrustPilot. O, sin ir más lejos, ¿nunca has puesto una reseña de alguna empresa en Google? .

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Selección del tema	x																							
2. Presentación del tema		x																						
3. Elaboración del anteproyecto			x	x																				
4. Presentación del anteproyecto					x																			
5. Desarrollo de Instrumentos						x																		
6. Elaboración del Informe Final							x	x	x															
7. Presentación de los borradores de la tesis										x	x	x	x	x										
8. Presentación original de la tesis														x										
9. Disertación privada															x									
10. Incorporación																x	x	X						
11. Presentación original de la tesis																			x					
12. Disertación privada																				x				
13. Incorporación																					x			

RECURSO Y PRESUPUESTO

Recursos Humanos

Dueña de la Empresa Sra. Sayra Torres

Investigador Stalin Beltran

Director de Tesis Por designar

Recursos Materiales

Resma de papel

Lápiz y esfero

Material de oficina

Recursos tecnológicos

Programas de edición

Pc portátil

Càmara

Internet

Presupuesto			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resmas de papel	1	3.50	3.50
Lápiz	2	0.30	0.60
Esferos	2	0.35	0.70
Perforadora	1	2.00	2.00
Grapadora	1	1.50	1.50
Total, Materiales			8.30
Recursos Tecnológicos			

Portátil Sony	1	700	700
Impresora Epson	1	250	250
Celular	1	200	200
Cámara Fotográfica	1	600	600
Programas de Edición	1	100	100
Internet	1	25	25
Total, Recursos Tecnológicos			\$1.875
Gastos Personales			
Alimentación			30
Transporte			25
Total, Gastos Personales			\$55

RESUMEN	
Recursos Materiales	\$ 8.30
Recursos Tecnológicos	\$ 1.875
Gastos Personales	\$ 55
Valor del Presupuesto	\$ 1.938,30

El financiamiento para la elaboración y ejecución del trabajo de investigación, serán asumidos por el investigador.

Anexo 3: Fotografías



