



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

CREACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA
POSICIONAR EN EL MERCADO LA PANADERÍA Y PASTELERÍA EL TRIGAL,
UBICADA AL NORTE DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico

Autor: **Chachalo Chachalo Víctor Hugo**

Tutor: **Msc. Pablo Trujillo**

Quito: Abril 2014

DECLARATORIA

Declaro que el presente proyecto y su realización es absolutamente original, personal y autentico. Que en su ejecución se respetaron las disposiciones y normativas vigentes para la realizacion del mismo. Los objetivos, acciones, diseños y contenidos que se encuentran en este documento son de mi completa autoria.

Chachalo Chachalo Víctor Hugo

C.I. 172132114-7

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante CHACHALO CHACHALO VÍCTOR HUGO, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la panadería y pastelería “El Trigal”, ubicada al Norte de Quito”, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 14 días del mes de Marzo del dos mil Catorce.

f) _____
C.C. N° 172132114-7
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTOS

Es mi obligación consignar mi gratitud a las personas que me ayudaron para lograr cumplir este objetivo de mi vida; especialmente a mi familia por estar siempre junto a mí en los momentos más difíciles y darme las fuerzas para seguir adelante; por inculcarme valores y principios que me han ayudado a cumplir mis metas.

A mis compañeros que han estado en las buenas y en las malas, apoyándome para seguir y cumplir con mi objetivo propuesto.

Y sobre todo al Ing. Pablo Trujillo, quien hizo posible la realización de este proyecto, gracias por todo el apoyo, paciencia y sabiduría que me brindo para desarrollar y terminar el proyecto.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

ÍNDICE GENERAL

Declaración de aprobación tutor y lector.....	I
Declaratoria de autoria del estudiante.....	II
Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual.....	III
Agradecimiento.....	V
Índice general.....	VI
Índice de tablas.....	VIII
Índice de figuras.....	VIII
Resumen ejecutivo.....	IX
Abstract.....	XIII
Introducción.....	XV
Capítulo I: Antecedentes.....	1
1.01 Situación del problema.....	1
1.02 Justificación.....	2
1.03 Antecedentes.....	3
1.04 Matriz de fuerzas T	4
Capítulo II: Análisis de Involucrados.....	6
2.01 Mapeo de los involucrados.....	6
2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.....	7
Capítulo III: Problemas y Objetivos.....	9
Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.	

3.01	Árbol de Problemas.....	9
3.02	Árbol de Objetivos.....	10
	Capítulo IV: Análisis de Alternativas.....	11
4.01	Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	11
4.01.01	Tamaño del proyecto.....	11
4.01.02	Localización del proyecto.....	12
4.01.03	Análisis ambiental.....	12
4.02	Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	12
4.03	Diagrama de estrategias	14
4.04	Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	15
4.04.01	Revisión de los criterios para los indicadores.....	15
4.04.02	Selección de indicadores.....	17
4.04.03	Medios de verificación.....	19
4.04.04	Supuestos.....	21
4.04.05	Matriz Marco Lógico (MML).....	23
	Capítulo V: La Propuesta.....	25
5.01	Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta.....	25
5.02	Descripción de la herramienta.....	34
5.03	Formulación del proceso de aplicación	35
	Capítulo VI: Aspectos Administrativos.....	73
6.01	Recursos.....	73
6.01.01	Recursos Técnicos - Tecnológicos.....	73

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

6.01.02 Recursos Humanos.....	74
6.01.03 Recursos Económicos.....	74
6.02 Presupuesto.....	74
6.03 Cronograma.....	75
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones.....	77
7.01 Conclusiones.....	76
7.02 Recomendaciones.....	78
7.03 Referencias Bibliográficas.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.- Matriz de fuerzas T	4
Tabla N° 2.- Análisis y selección con los involucrados.....	7
Tabla N° 3.- Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	12
Tabla N° 4.- Revisión de Criterios para los Indicadores.....	15
Tabla N° 5.- Selección de Indicadores.....	17
Tabla N° 6.- Medios de Verificación.....	19
Tabla N° 7.- Supuestos	21
Tabla N° 8.- Matriz Marco Lógico	23
Tabla N° 9.- Presupuesto de la realización del proyecto.....	74
Tabla N° 10.- Cronograma de actividades.....	75

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigo, ubicada al Norte de Quito.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1.- Mapeo de involucrados	10
Figura N° 2.- Árbol de problemas.....	12
Figura N° 3.- Árbol de objetivos	13
Figura N° 4.- Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	14
Figura N° 5.- Diagrama de estrategias.....	17
Figura N° 6.- Logotipo anterior.....	37
Figura N° 7.- Logotipo actual.....	38
Figura N° 8.- Logotipo full color.....	39
Figura N° 9.- Logotipo en escala de grises.....	40
Figura N° 10.- Logotipo en positivo y negativo.....	40
Figura N° 11.- Logotipo en modos de color.....	41
Figura N° 12.- Porcentaje de colores del logotipo.....	42
Figura N° 13.- Disposiciones correctas del logotipo.....	43
Figura N° 14.- Disposiciones incorrectas del logotipo.....	43
Figura N° 15.- Fondos correctos del logotipo.....	44
Figura N° 16.- Fondos incorrectos del logotipo.....	45
Figura N° 17.- Colores correctos del logotipo.....	46
Figura N° 18.- Tarjeta de presentación.....	47
Figura N° 19.- Hoja membretada.....	48
Figura N° 20.- Sobre tipo oficio.....	59

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Figura N° 21.- Sobre tipo documento.....	50
Figura N° 22.- Factura.....	51
Figura N° 23.- Nota de entrega	52
Figura N° 24.- Roll de pago	53
Figura N° 25.- Señalética.....	54
Figura N° 26.- Uniformes.....	55
Figura N° 27.- Material promocional.....	56
Figura N° 28.- Bolsas de papel.....	57
Figura N° 29.- Bolsa plasticas	58
Figura N° 30.- Fundas plásticas selladas.....	59
Figura N° 31.- Caja de pastel.....	60
Figura N° 32.- Caja de dulces.....	61
Figura N° 33.- Anuncio promocion	67
Figura N° 34.- Buzón de sugerencias.....	68
Figura N° 35.- Hoja de sugerencias.....	68
Figura N° 36.- Cupón de descuentos.....	79
Figura N° 37.- Fundas plásticas con auspiciantes.....	70
Figura N° 38.- Código QR	71
Figura N° 39.- Caja de pastas con código QR.....	72

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Resumen Ejecutivo

En la ciudad de Quito, en el Sector de la Florida se encuentra ubicado la Panadería y Pastelería El Trigal, la cual ha estado en funcionamiento desde el año 2004 brindando su variedad de productos, en la actualidad ha notado que sus ingresos han ido disminuyendo así como el número de clientes ha ido reduciendo. Esto se debe a que no cuenta con una imagen corporativa con elementos gráficos definidos que la diferencien de la competencia y llámenla atención de nuevos clientes.

Es por esta razón que los dueños del local han optado por implementar una Imagen Corporativa con el fin de llamar la atención de más clientes y mejorar sus ingresos económicos.

El presente proyecto tiene como propuesta diseñar la Imagen Corporativa del local, la cual es de suma importancia en la actualidad ya que se necesita fortalecer su imagen ante los demás y ganar más posición en el mercado, esto se lograra mediante la utilización de elementos gráficos llamativos, renovados y acordes a la actividad que esta realiza, de esta manera se espera que el local logre llamar la atención de actuales y futuros clientes.

El método utilizado para el desarrollo del proyecto fue el de Marco Lógico, con el cual logramos determinar de una manera más eficaz y clara las soluciones y estrategias que usaríamos para solventar el problema que acoge al local.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Los resultados esperados fueron óptimos ya que con el diseño de la Imagen Corporativa se logró cumplir con los objetivos planteados en un inicio, los cuales fueron incrementar el número de clientes, mejorar los ingresos económicos mediante estrategias de Marketing y a su vez posicionar al local en el mercado.

La conclusión que se podría dar es que la Imagen Corporativa es factor muy primordial para una empresa, ya que es su carta de presentación ante los clientes y el mercado, mediante está la empresa permanecerá siempre presente en la mente de los consumidores con sus productos y servicios.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Abstract

In the city of Quito, in the Sector of Florida is located the Baking The Cornfield, which has been in operation since 2004 providing its range of products , currently has noticed that their incomes have been declining and as the number of customers has been decreasing . This is because they do not have a corporate image with graphic elements defined that differentiate from the competition and call her attention of new customers.

It is for this reason that home owners have chosen to implement a corporate image in order to attract the attention of more customers and improve their income.

This projected has the given design the corporate image of the place, which is of great importance today because it needs to strengthen its image to others and gain more market position, this was achieved by using flashy graphics, renewed and consistent with the activity that is performed, so it is expected that the local achieve the attention of current and future customers.

The method used for the project was the logical framework with which we determine in a more effective and clear solutions and strategies you would use to solve the problem that the local hosts.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

The expected results were optima since the design of the corporate image it failed to meet the goals set at the beginning, which were to increase the number of customers, improve income through marketing strategies and in turn position the local to the market.

The conclusion that could be given is that the corporate image is very essential factor for a company as it is their letter to society and the market by this company will be ever present in the minds of consumers with their products and services.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto trata de la problemática de la Panadería y Pastelería “El Trigal”, la cual no contaba con una Imagen Corporativa que la represente y la haga sobresalir de la competencia, por lo cual se vio afectada en sus ingresos económicos ya que bajaron sus ventas de los productos.

Para solucionar este problema se realizara la creación de una Imagen Corporativa con la finalidad de que el local llame la atención da más clientes y de esta forma perciba mejores ingresos económicos, de igual manera se plantearan estrategias de marketing para posicionarla en el mercado.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Capítulo I: Antecedentes

1.01. Situación del problema

La Imagen Corporativa para una empresa o micro empresa es su carta de presentación al mercado y al público en general, ya que proporciona cualidades únicas y resalta los beneficios que la empresa desea reflejar; esto a su vez ayuda a que la empresa sea diferenciada de otras y quede grabada en la mente de los consumidores.

La Panadería y Pastelería el Trigal, se encuentra ubicada en el Sector la Florida, Norte del Distrito Metropolitano de Quito, es una microempresa de repostería la cual inicio en el 2004 para brindar productos particulares de la actividad a la cual pertenece.

Desde sus inicios la panadería ha contado con una Imagen Corporativa deficiente, la cual no cuenta con elementos gráficos que la hagan resaltar del resto de establecimientos y la posicionen en el mercado.

En la actualidad el establecimiento percibe bajos ingresos económicos y poca afluencia de clientes, esto se debe a que en el sector mencionado existen establecimientos aledaños dedicados a la misma actividad, los cuales poseen una imagen corporativa atractiva, una infraestructura más amplia y por lo mismo atraen la atención de más clientes.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Otro elemento que influye en sus ingresos económicos, es el poco conocimiento sobre estrategias de marketing, que ayuden a mejorar la venta de sus productos, por lo cual hay un escaso interés sobre la cultura corporativa, y esto lleva al despido de sus trabajadores e impiden su desarrollo micro empresarial.

1.02. Justificación

El presente proyecto tiene como propuesta diseñar la Imagen Corporativa, la cual es de suma importancia para la Panadería y Pastelería El Trigal, ya que en la actualidad el local se encuentra en una posición poco competitiva en el mercado, por la falta de una imagen que la haga sobresalir del resto de establecimientos aledaños.

La imagen de la Panadería y Pastelería El Trigal no contaba con elementos gráficos como son tipografías, colores y elementos distintivos que la hagan resaltar. Por lo cual era necesario aplicar un cambio inmediato para fortalecer y renovar la imagen que tiene ante la competencia y sobre todo ante sus clientes.

Por esta razón los administradores del local han optado por crear una Imagen de Identidad Corporativa renovada, fresca y llamativa, con el fin de llamar nuevamente la atención de clientes perdidos, así como la de futuros clientes; de esta manera se espera que el establecimiento pueda sobresalir de resto de la competencia y gane más posición en el mercado.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

1.03. Antecedentes (Proyectos de similar naturaleza mundial-regional)

Br. Miraldo Raquel Margarita (2011). **Diseño de Imagen Corporativa y Plan de Mercadeo para la Panadería y Pastelería Dallas, S.R.L.** Universidad Nueva Esparta. Facultad de Ciencias Administrativas. Escuela de Administración de Empresas de Diseño.

Este Proyecto de Investigación tuvo como principal objetivo desarrollar la Imagen Corporativa para la Panadería y Pastelería Dallas S.R.L, para la elaboración de la Imagen Corporativa se tomó en cuenta los elementos sobre el Diseño Gráfico que concuerden a lo requerido por la empresa y se ajusten a los servicios que esta brinda.

Al momento de la realización del proyecto la Panadería y Pastelería Dallas S.R.L. estaba bajando sus ventas considerablemente, debido a la reciente apertura de otro establecimiento con igual actividad.

El Proyecto de Investigación mencionado, sirve de gran aporte al presente trabajo, ya que demuestra la manera correcta de utilización de elementos del Diseño Gráfico al momento de la elaboración de la nueva propuesta de la Imagen Corporativa.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

1.04. Matriz de fuerzas T

Tabla N° 1

Matriz de Fuerzas T

	Análisis de fuerzas T				
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
El local pasa desapercibido y recibe bajos ingresos económicos.	Empresa no cuenta con una imagen corporativa y no está posicionada en el mercado.				La empresa está posicionada en el mercado y avanza en su desarrollo micro empresarial.
Fuerza Impulsadora	I	P.C	I	P.C	Fuerza Bloqueadora
Estar posicionada en el mercado mediante su imagen corporativa.	3	4	2	1	La imagen corporativa no funciona para posicionarla en el mercado.
Atraer la atención de más clientes.	5	4	1	2	Pérdida y desinterés de clientes.
Aumentar las ventas de los productos.	4	3	1	2	Baja demanda de productos y no se venden.
Aumentar los ingresos económicos.	4	3	3	1	Disminución de ingresos económicos.
Creación de los empaques de los productos.	5	3	2	3	Empaques de productos pocos llamativos.
Desarrollo micro empresarial.	5	4	2	1	Poco crecimiento micro empresarial.

Efectos negativos

- Los efectos negativos que se presentarían al no realizar el proyecto son los siguientes:
- Desempleo.
- Poco crecimiento micro empresarial.
- No estar posicionada en el mercado
- Cierre del local.
- Lento desarrollo del país.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Problema actual

- Los problemas por los cuales está atravesando la empresa en la actualidad son los siguientes:
- Bajos ingresos económicos.
- Pérdida de clientes.
- Pobre Imagen Corporativa.
- El local pasa desapercibido.
- Productos poco llamativos.
- Competencia frente a otras empresas con el mismo giro de negocios

Efectos positivos

- Los efectos que se presentarían con la realización del proyecto son los siguientes:
- Más fuentes de empleo.
- Desarrollo micro empresarial.
- Posicionamiento en el mercado.
- Mayor demanda de productos.
- Mayor desarrollo del país.

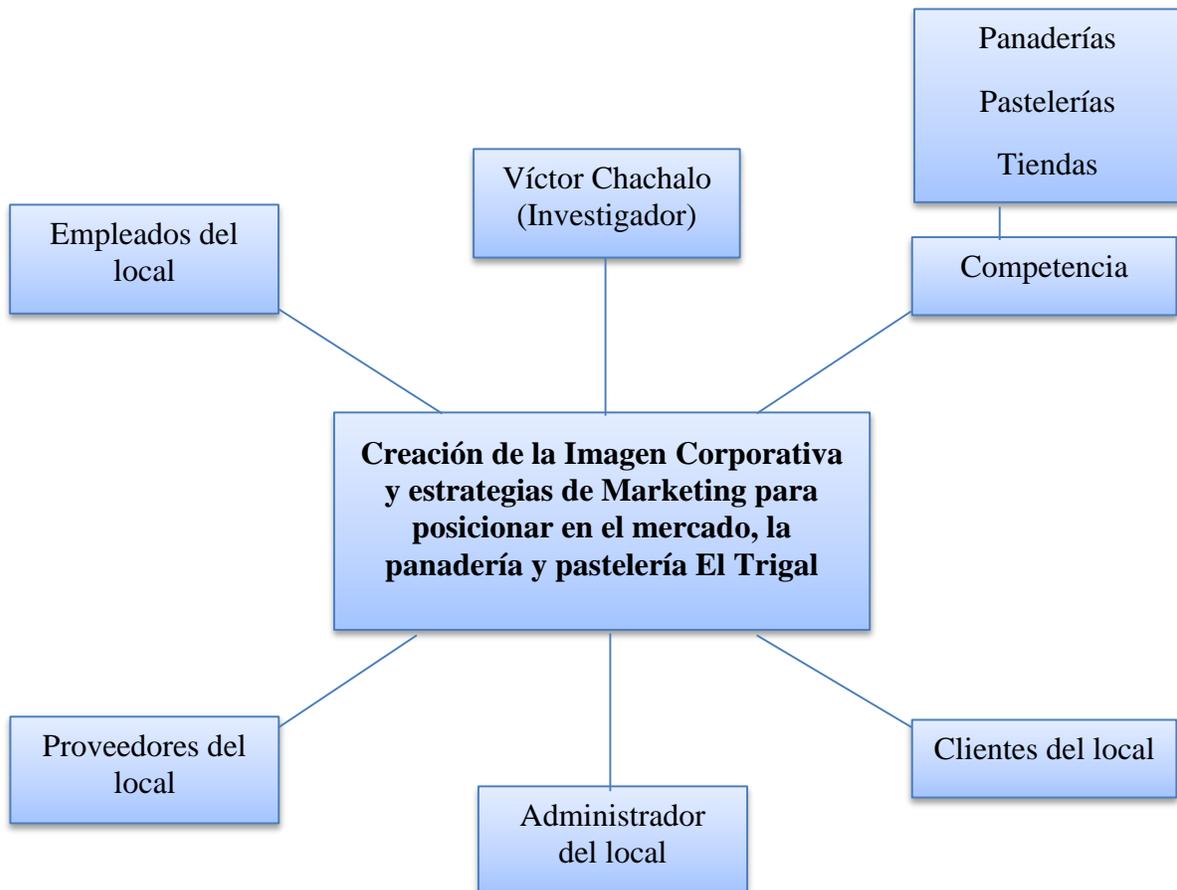
Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Capítulo II: Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de los involucrados.

Figura N° 1

Mapeo de los involucrados



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

2.02. Análisis y selección con los involucrados

Tabla N° 2

Matriz de análisis y selección con los involucrados

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos, mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Conocer cómo cambia la Imagen Corporativa al establecimiento.	El local pasa desapercibido por la falta de Imagen Corporativa.	Recursos económicos Softwares. Ley Orgánica de Comunicación.	Crear la Imagen Corporativa, para posicionar en el mercado el establecimiento.	No contar con la información requerida sobre el local.
Administrador del local	Saber por qué hay bajos ingresos económicos y poca afluencia de clientes.	Poco desarrollo micro empresarial del local.	Recursos económicos. Plan Nacional del Buen Vivir.	Mejorar las ventas y aumentar los ingresos económicos del local.	No contar con los recursos financieros para la realización del proyecto.
Empleados del local	Conocer por que hay menos clientes que adquieren sus productos.	Escaso interés en cultura corporativa.	Experiencia laboral.	Incrementar las ventas y mejorar sus salarios.	No seguir con lo establecido en el Manual Corporativo.
Proveedores del local	Conocer por que el local está adquiriendo	Menor distribución de materia prima	Materia prima necesaria.	Distribuir más materia prima para la	Que el local cambie de proveedores por

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

	menos materia prima.	para la elaboración de los productos.		elaboración de productos.	su nueva imagen.
Cientes del local	Que la empresa mejore su imagen y sus productos.	Desinterés sobre el local y los productos que este ofrece.	Recursos económicos.	Ver al local con una Imagen Corporativa más llamativa.	Desagrado de la nueva imagen del establecimiento.
Competencia	Que el local siga sin una Imagen Corporativa.	Desean que la competencia no gane más clientes.	Recursos económicos	Conocer como es la nueva Imagen Corporativa de su competencia.	Perder clientes con la nueva Imagen Corporativa de la competencia.

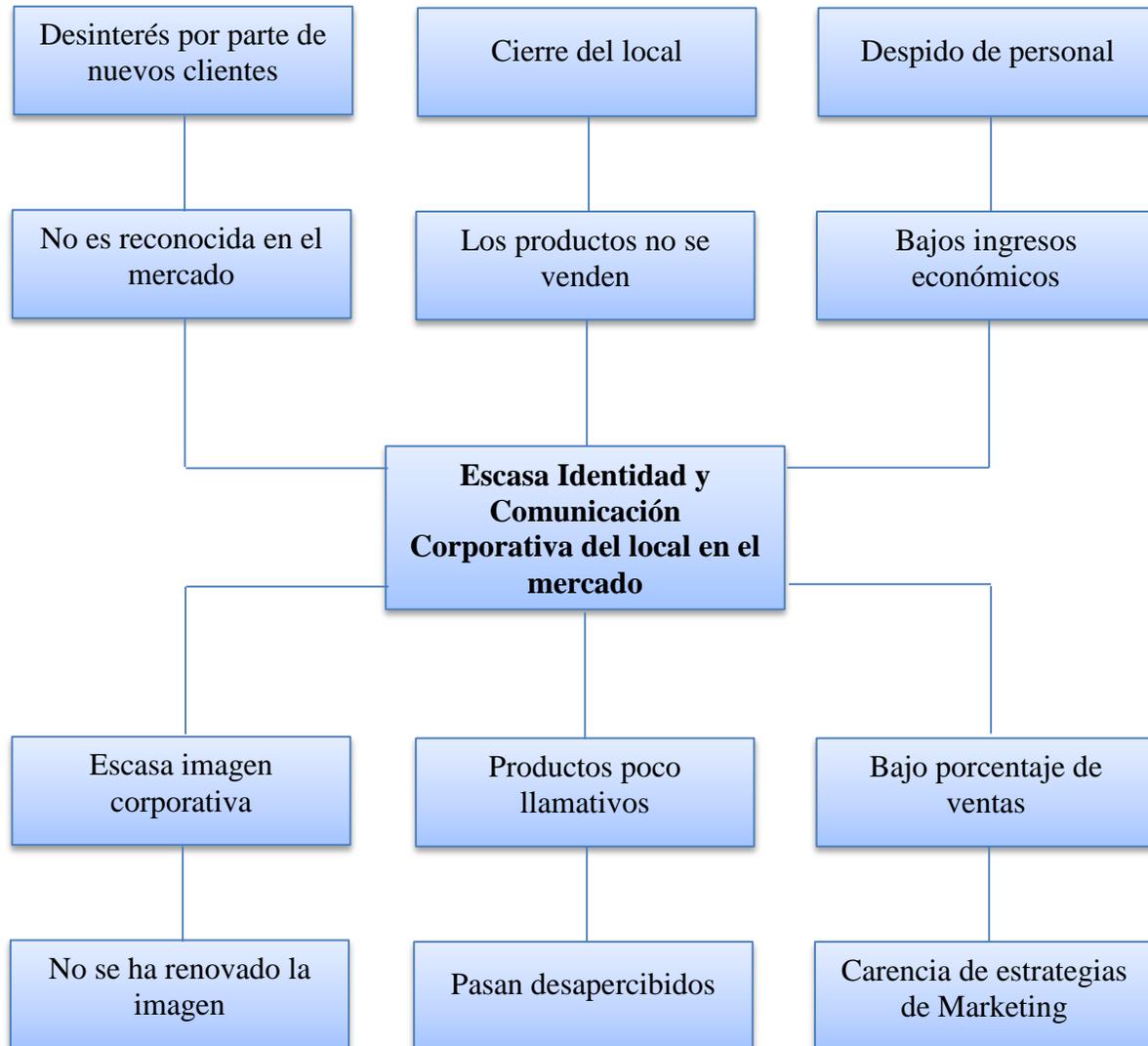
Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Capítulo III: Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de problemas

Figura N° 2

Árbol de problemas



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

3.02. Árbol de objetivos

Figura N° 3

Árbol de objetivos



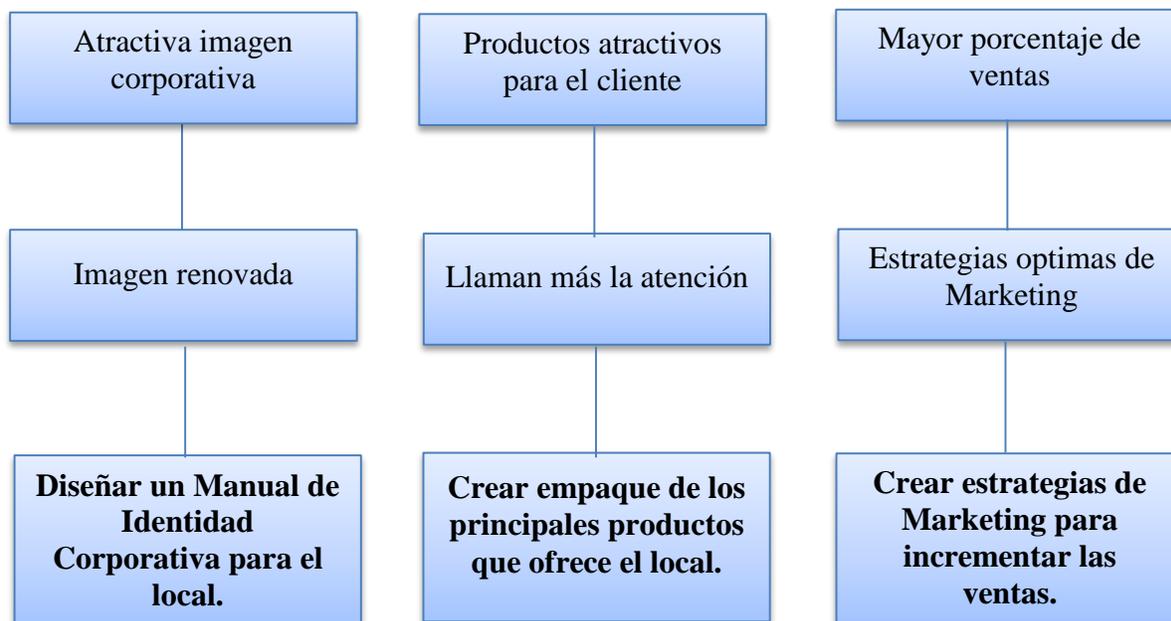
Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Capítulo IV: Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Figura N° 4

Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones



4.01.01. Tamaño del proyecto

El proyecto es realizado para la Panadería y Pastelería El Trigal, el cual es un local que abarca 36 m2 de construcción, se espera que en un futuro al aplicar lo propuesto en este proyecto, El Trigal se convierta en una marca la cual sea reconocida en el mercado con sucursales y franquicias de tal manera que sus productos sean reconocidos a nivel nacional.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

4.01.02. Localización del proyecto

La Panadería y Pastelería El Trigal se encuentra ubicado en la Av. Florida N56 y Jorge Erazo, Sector La Florida, Parroquia Cotocollao del Distrito Metropolitano de Quito – Ecuador.

4.01.03. Análisis ambiental

El proyecto tendrá un impacto ambiental negativo en el aspecto de su impresión ya que se utilizaran papeles y tintas especiales las cuales no podrán ser recicladas.

Por el contrario al ser un manual de Identidad Corporativa este se podrá guardar como una guía de presentación del establecimiento, y de esta forma no deberá ser impresa varias veces con el fin de reutilizarlo, de esta forma se espera generar un impacto mínimo en el medio ambiente.

4.02. Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Tabla N° 3

Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Atractiva imagen corporativa	4	4	4	4	3	19	Alta
Imagen renovada	4	4	3	4	3	18	Alta
Diseñar un							

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

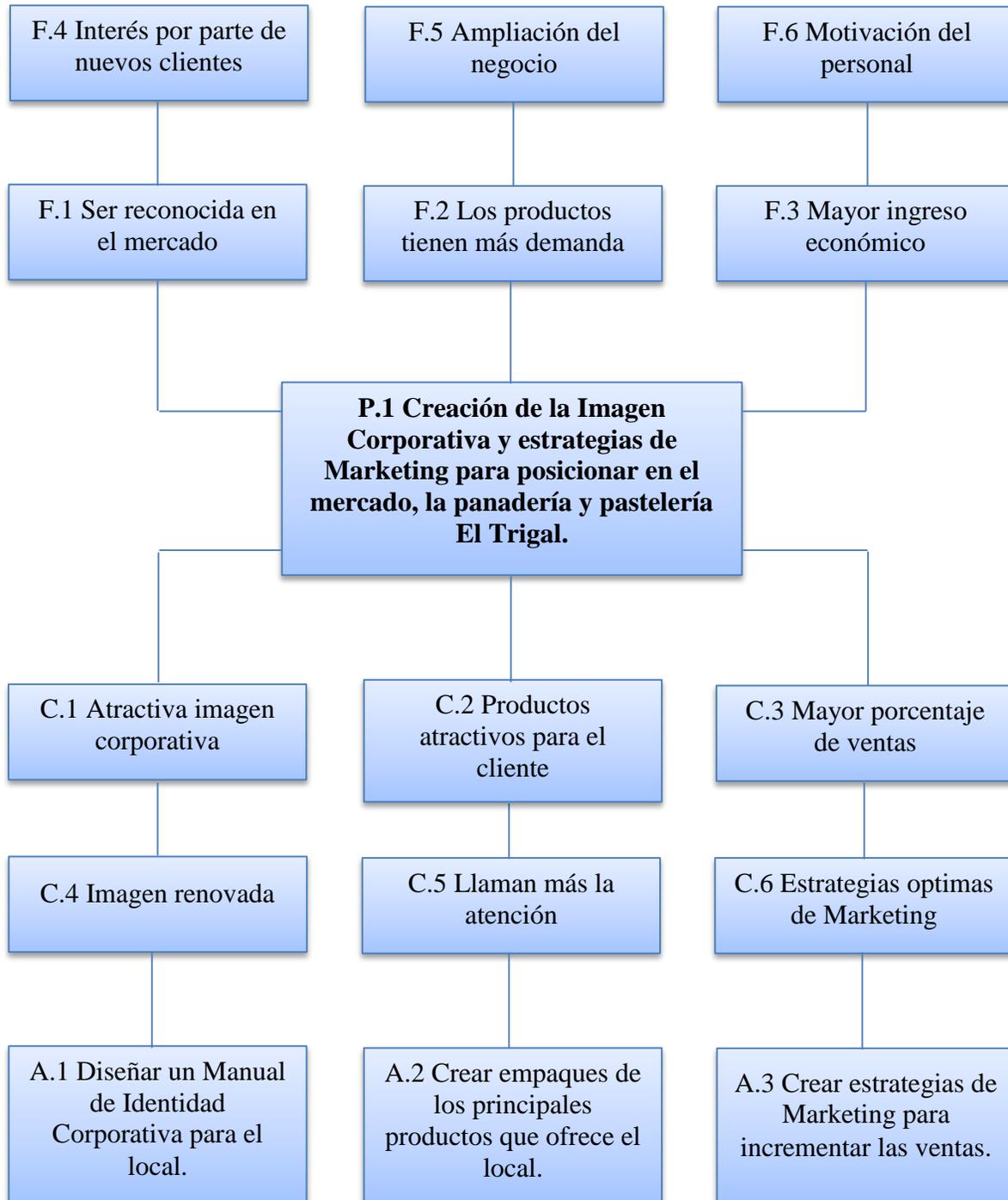
Manual de Identidad Corporativa para el local.	4	4	4	4	3	19	Alta
Productos atractivos para el cliente	4	3	4	4	3	18	Alta
Llaman más la atención	4	3	3	4	3	17	Alta
Crear empaque de los principales productos que ofrece el local.	4	4	4	4	3	19	Alta
Mayor porcentaje de ventas	4	4	3	3	3	17	Alta
Estrategias optimas de Marketing	4	4	3	4	3	18	Alta
Crear estrategias de Marketing para incrementar las ventas.	4	4	3	4	3	18	Alta

4.03. Diagrama de estrategias

Figura N° 5

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Diagrama de estrategias



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigo, ubicada al Norte de Quito.

4.04. Construcción de Matriz de Marco Lógico

4.04.01. Revisión de Criterios para los Indicadores

Tabla N° 4

Revisión de Criterios para los Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	METAS				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FIN	F.1 Ser reconocida en el mercado	Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	40	Optima	1 año	Quito	Local
FIN	F.2 Interés por parte de nuevos clientes	Aumentar en un 40% el número de clientes nuevos	50	Optima	6 meses	Quito	Local
FIN	F.3 Los productos tienen más demanda	Aumentar 30% los ingresos por venta de productos	30	Optima	6 meses	Quito	Clientes
FIN	F.4 Ampliación del negocio	Implementación de 2 sucursales	2	Optima	1 año	Quito	Local
FIN	F.5 Mayor ingreso económico	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	40	Optima	6 meses	Quito	Local
FIN	F.6 Motivación del personal	Disminución en un 40% de la rotación de personal	40	Optima	6 meses	Quito	Empleados
	P.1 Creación de la Imagen Corporativa y estrategias	Incrementó del posicionamiento de la panadería y pastelería El					

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigo, ubicada al Norte de Quito.

PROPOSITO	de Marketing para posicionar en el mercado, la panadería y pastelería El Trigal	Trigal en un 40% en el mercado, a través de un Manual Corporativo y aplicación de estrategias eficaces de Marketing	40	Optima	1 año	Quito	Cientes
COMPONENTE	C.1 Atractiva imagen corporativa	Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	40	Optima	1 año	Quito	Local
COMPONENTE	C.2 Imagen renovada	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	20	Optima	6 meses	Quito	Local
COMPONENTE	C.3 Productos atractivos para el cliente	Incrementar 50 % más la demanda de los productos	50	Optima	6 meses	Quito	Local
COMPONENTE	C.4 Llamam más la atención	Aumentar 30% los ingresos por venta de productos	30	Optima	6 meses	Quito	Cientes
COMPONENTE	C.5 Mayor porcentaje de ventas	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	40	Optima	6 meses	Quito	Local
COMPONENTE	C.6 Estrategias optimas de Marketing	Crear estrategias de Marketing que posicionen en un 40% al local	40	Optima	1 año	Quito	Local
ACTIVIDADES	A.1 Diseñar un Manual de Identidad Corporativa para el local.	Creación de un logotipo y un manual de uso del mismo con un 100% de validez	100	Optima	2 semanas	Quito	Local
ACTIVIDADES	A.2 Crear empaques de los principales productos que ofrece el local.	Crear 100% los empaques de productos del local	100	Optima	2 semanas	Quito	Local
ACTIVIDADES	A.3 Crear estrategias de Marketing para incrementar las ventas.	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	40	Optima	6 meses	Quito	Local

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

4.04.02. Selección de indicadores

Tabla N° 5

Selección de Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FIN	F.1 Ser reconocida en el mercado	Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	x	x	x		x	4	Si
FIN	F.2 Interés por parte de nuevos clientes	Aumentar en un 40% el número de clientes nuevos	x	x	x	x	x	5	Si
FIN	F.3 Los productos tienen más demanda	Aumentar 20% los ingresos por venta de productos	x	x	x	x	x	5	Si
FIN	F.4 Ampliación del negocio	Implementación de 2 sucursales	x	x	x		x	4	Si
FIN	F.5 Mayor ingreso económico	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	x	x	x	x	x	5	Si
FIN	F.6 Motivación del personal	Disminución en un 40% de la rotación de personal	x	x	x	x	x	5	Si
PROPOSITO	P.1 Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado,	Incrementó del posicionamiento de la panadería y pastelería El Trigal en un 40% en el mercado, a través de un	x	x	x	x	x	5	Si

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.



	la panadería y pastelería El Trigal	Manual Corporativo y aplicación de estrategias eficaces de Marketing							
COMPONENTES	C.1 Atractiva imagen corporativa	Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	x	x	x		x	4	Si
COMPONENTES	C.2 Imagen renovada	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	x	x	x	x	x	5	Si
COMPONENTES	C.3 Productos atractivos para el cliente	Incrementar 50 % más la demanda de los productos	x	x	x	x	x	5	Si
COMPONENTES	C.4 Llamam más la atención	Aumentar 30% los ingresos por venta de productos	x	x	x	x	x	5	Si
COMPONENTES	C.5 Mayor porcentaje de ventas	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	x	x	x	x	x	5	Si
COMPONENTES	C.6 Estrategias optimas de Marketing	Crear estrategias de Marketing que posicionen en un 40% al local	x	x	x		x	4	Si
ACTIVIDADES	A.1 Diseñar un Manual de Identidad Corporativa para el local.	Creación de un logotipo y un manual de uso del mismo con un 100% de validez	x	x	x	x	x	5	Si
ACTIVIDADES	A.2 Crear empaques de los principales productos que ofrece el local.	Crear 100% los empaques de productos del local	x	x	x	x	x	5	Si
ACTIVIDADES	A.3 Crear estrategias de Marketing para incrementar las ventas.	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	x	x	x	x	x	5	Si

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

4.04.03. Medios de verificación

Tabla N° 6

Medios de Verificación

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
FIN	F.1 Ser reconocida en el mercado	Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	Primaria	Fichas de observación/ Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
FIN	F.2 Interés por parte de nuevos clientes	Aumentar en un 40% el número de clientes nuevos	Primaria	Fichas de observación	Cuantitativo	3 meses	Investigador
FIN	F.3 Los productos tienen más demanda	Aumentar 20% los ingresos por venta de productos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	Investigador
FIN	F.4 Ampliación del negocio	Implementación de 2 sucursales	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	12 meses	Investigador
FIN	F.5 Mayor ingreso económico	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	Investigador
FIN	F.6 Motivación del personal	Disminución en un 40% de la rotación de personal	Primaria	Fichas de observación/ Encuestas	Cualitativo	3 meses	Investigador
PROPOSITO	P.1 Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el	Incrementó del posicionamiento de la panadería y pastelería El Trigal en un 40% en el mercado, a través de un Manual Corporativo y	Primaria y Secundaria	Fichas de observación/ Encuestas/ Focus Group/	Cuantitativo	12 meses	Investigador

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

	mercado, la panadería y pastelería El Trigal	aplicación de estrategias eficaces de Marketing		Informes previos			
COMPONENTES	C.1 Atractiva imagen corporativa	Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	Primaria	Fichas de observación/ Encuestas	Cuantitativo	6 meses	Investigador
COMPONENTES	C.2 Imagen renovada	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	Investigador
COMPONENTES	C.3 Productos atractivos para el cliente	Incrementar 50 % más la demanda de los productos	Primaria	Fichas de información/ Encuestas	Cuantitativo	3 meses	Investigador
COMPONENTES	C.4 Lllaman más la atención	Aumentar 30% los ingresos por venta de productos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativa	3 meses	Investigador
COMPONENTES	C.5 Mayor porcentaje de ventas	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativa	3 meses	Investigador
COMPONENTES	C.6 Estrategias optimas de Marketing	Crear estrategias de Marketing que posicionen en un 40% al local	Primaria	Fichas de observación/ Encuestas	Cuantitativa	6 meses	Investigador
ACTIVIDADES	A.1 Diseñar un Manual de Identidad Corporativa para el local.	Creación de un logotipo y un manual de uso del mismo con un 100% de validez	Secundaria	Consultas/ Estudios previos/ Internet	Cuantitativa	3 meses	Investigador
ACTIVIDADES	A.2 Crear empaques de los principales productos que ofrece el local.	Crear 100% los empaques de productos del local	Secundaria	Consultas/ Estudios previos/ Internet	Cuantitativa	3 meses	Investigador
ACTIVIDADES	A.3 Crear estrategias de Marketing para incrementar las ventas.	Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	Investigador

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

4.04.04. Supuestos

Tabla N° 7

Supuestos

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	F.1 Ser reconocida en el mercado	Desaparición del local	x				
FIN	F.2 Interés por parte de nuevos clientes	El local pasa desapercibido	x				
FIN	F.3 Los productos tienen más demanda	Los productos bajan sus ventas	x				
FIN	F.4 Ampliación del negocio	Apertura de más locales por parte de la competencia	x		x		
FIN	F.5 Mayor ingreso económico	El local empieza a generar pérdidas	x				
FIN	F.6 Motivación del personal	Descontento por parte de los trabajadores	x		x		x
PROPOSITO	P.1 Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la panadería y pastelería El Trigal	El Trigal mantiene una imagen obsoleta y bajos ingresos económicos	x		x		
COMPONENTES	C.1 Atractiva imagen corporativa	El local proyecta una imagen errónea y disfuncional	x				

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.



COMPONENTES	C.2 Imagen renovada	La nueva imagen es obsoleta	x				
COMPONENTES	C.3 Productos atractivos para el cliente	Clientes inconformes con los productos	x		x		
COMPONENTES	C.4 Llaman más la atención	Los productos bajan sus ventas	x				
COMPONENTES	C.5 Mayor porcentaje de ventas	El local empieza a generar pérdidas	x				
COMPONENTES	C.6 Estrategias optimas de Marketing	Las estrategias planteadas no son usadas por el local	x				
ACTIVIDADES	A.1 Diseñar un Manual de Identidad Corporativa para el local.	La nueva imagen es obsoleta	x				
ACTIVIDADES	A.2 Crear empaques de los principales productos que ofrece el local.	Clientes desconformes y bajas ventas de los productos	x		x		
ACTIVIDADES	A.3 Crear estrategias de Marketing para incrementar las ventas.	Las estrategias no ayuden a mejorar las ventas	x				

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

4.04.05. Matriz Marco Lógico

Tabla N° 8

Matriz de Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación			Supuestos	
F.1 Ser reconocida en el mercado	F.1.1 Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	Primaria	Fichas de observación/ Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Desaparición del local
F.2 Interés por parte de nuevos clientes	F.2.1 Aumentar en un 40% el número de clientes nuevos	Primaria	Fichas de observación	Cuantitativo	3 meses	El local pasa desapercibido
F.3 Los productos tienen más demanda	F.3.1 Aumentar 30% los ingresos por venta de productos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	Los productos bajan sus ventas
F.4 Ampliación del negocio	F.4.1 Implementación de 2 sucursales	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	12 meses	Apertura de más locales por parte de la competencia
F.5 Mayor ingreso económico	F.5.1 Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	El local empieza a generar pérdidas
F.6 Motivación del personal	F.6.1 Disminución en un 40% de la rotación de personal	Primaria	Fichas de observación/ Encuestas	Cualitativo	3 meses	Descontento por parte de los trabajadores
P.1 Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la panadería y	P.1.1 Incrementó del posicionamiento de la panadería y pastelería El Trigal en un 40% en el mercado, a través de un Manual Corporativo y aplicación de estrategias	Primaria y Secundaria	Fichas de observación/ Encuestas/ Focus Group/ Informes previos	Cuantitativo	12 meses	El Trigal mantiene una imagen obsoleta y bajos ingresos económicos

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

pastelería El Trigal	eficaces de Marketing					
C.1 Atractiva imagen corporativa	C.1.1 Aumentar en un 40% el posicionamiento del local	Primaria	Fichas de observación/ Encuestas	Cuantitativo	6 meses	El local proyecta una imagen errónea y disfuncional
C.2 Imagen renovada	C.2.1 Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	La nueva imagen es obsoleta
C.3 Productos atractivos para el cliente	C.3.1 Incrementar 50 % más la demanda de los productos	Primaria	Fichas de información/ Encuestas	Cuantitativo	3 meses	Clientes inconformes con los productos
C.4 Lllaman más la atención	C.4.1 Aumentar 30% los ingresos por venta de productos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativa	3 meses	Los productos bajan sus ventas
C.5 Mayor porcentaje de ventas	C.5.1 Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativa	3 meses	El local empieza a generar pérdidas
C.6 Estrategias optimas de Marketing	C.6.1 Crear estrategias de Marketing que posicionen en un 40% al local	Primaria	Fichas de observación/ Encuestas	Cuantitativa	6 meses	Las estrategias planteadas no son usadas por el local
A.1 Diseñar un Manual de Identidad Corporativa para el local.	A.1.1 Creación de un logotipo y un manual de uso del mismo con un 100% de validez	Secundaria	Consultas/ Estudios previos/ Internet	Cuantitativa	3 meses	La nueva imagen es obsoleta
A.2 Crear empaques de los principales productos que ofrece el local.	A.2.1 Crear 100% los empaques de productos del local	Secundaria	Consultas/ Estudios previos/ Internet	Cuantitativa	3 meses	Clientes desconformes y ventas bajas de los productos
A.3 Crear estrategias de Marketing para incrementar las ventas.	A.3.1 Mejorar en un 40% los ingresos económicos	Secundaria	Informes previos/ Consultas	Cuantitativo	3 meses	Las estrategias no ayuden a mejorar las ventas

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Capítulo V: La propuesta

5.01. Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta

5.01.01. Imagen Corporativa

La Imagen Corporativa es la que se encarga de representar toda la filosofía referente a la empresa como son sus servicios, valores y objetivos; se encarga de ocupar un espacio en la mente de los consumidores de tal manera que este siempre presente para ellos.

Para El Trigal el contar con una buena Imagen Corporativa es sumamente necesario ya que esto permitiría estar presente con mayor prioridad en la mente de sus clientes al momento de ofertar sus productos y servicios; y estos a su vez tendrán presente al local al momento de tomar sus decisiones. También lograría diferenciar al local del resto de la competencia, por medio de una identidad propia, duradera y generando un valor diferencial para el público, aportándoles soluciones y beneficios que sean útiles y valiosos.

Logrará actuar como un factor primordial al momento de la compra, ya que las personas elegirán al local como un punto de venta principal de cualquier producto y servicio que necesiten. Al adquirir una Imagen Corporativa El Trigal mejoraría sus ventas, ya que podría ofertar sus productos y servicios con un margen superior de ganancia, ya que colocaría precios más altos en relación a la competencia; esto se lograría debido a que sus clientes estarían dispuestos pagar un

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

plus de marca, ya que la Imagen Corporativa actuaría como garantía de calidad de sus productos y servicios.

Atraería a mejores inversores, ya que estos se interesarían por El Trigal y no por otros establecimientos, aportando al local con capital para su desarrollo micro empresarial.

El Trigal se convertiría en una entidad preferida para trabajar y esto le facilitaría la contratación de personal más adecuado.

De esta manera una buena Imagen Corporativa es de suma importancia ya que puede marcar la diferencia entre sobresalir de la competencia o estar con ella.

Según Capriotti Paul (2009) dice: la Imagen Corporativa puede ser reconocida como un capital importante para una organización, y hace necesario que se planifique una actuación coherente que pueda influir en la imagen que se formen los públicos.”

5.01.02. Identidad Corporativa

La Identidad Corporativa busca representar características centrales, perdurables y distintivas de la empresa así como también su filosofía.

Para El Trigal contar con una Identidad Corporativa que la represente ante sus clientes y la diferencie de la competencia es de suma importancia, ya que demuestra la personalidad, carácter y la filosofía empresarial que posee. Esto se logra mediante la Identidad Visual, es decir el uso Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

de elementos gráficos como son: logotipo, tipografía, colores, etc.; los cuales serán renovados, frescos, llamativos y tendrán como prioridad representar al local.

El Trigal reforzara su Identidad Corporativa mediante la implementación de materiales de papelería comercial tanto interna como externa y elementos propios de la empresa como tarjetas de presentación, uniformes, señalética, empaques, entre otros.

La Identidad Corporativa es la personalidad que quiere demostrar la organización es decir lo que es y lo que quiere ser en un futuro para sus clientes.

Según Cazcarra (2007) dice: la Identidad Corporativa es el conjunto de signos externos válidos para la identificación de la empresa desde el exterior. También se le conoce con el nombre de identidad sónica, porque es la representación visual de la misma.

5.01.02.01. Vectores de la Identidad Corporativa

Los elementos que componen la Identidad Corporativa son:

El nombre o la identidad: Es el nombre o razón social de la empresa, de la marca o del producto, lo utiliza para designarse a sí misma y presentarse al público.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Logotipo: Es la traducción visual del nombre de la empresa, marca o del producto mediante la forma de un logotipo.

La simbología gráfica: Son las marcas graficas o símbolos icónicos que conforman la marca.

Identidad cromática: Es el color corporativo de la marca.

Identidad cultural: Son los elementos significativos que determinan la cultura empresarial y definen un carácter o estilo propio de la empresa.

Escenarios de la identidad: Son los lugares en donde se realiza la interacción entre el personal y los clientes.

Indicadores objetivos de identidad: Son los datos institucionales y constitucionales que conforman la empresa.

5.01.02.02. Factores que influyen la Identidad Corporativa

Los factores que influyen la Identidad Corporativa de una empresa, son un conjunto de aspectos que se encuentran relacionados.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

La personalidad y normas del fundador: Es la actitud, la conducta y la forma de ser que tiene el fundador de la organización, lo cual pautará los principios que seguirá la empresa así como las personas que lo conforman.

La evolución histórica de la organización: Son las diversas situaciones por las que ha pasado la empresa, tanto en momentos de éxito como de fracaso y las decisiones que se han tomado para solucionar dichos tiempos, todo esto hace parte de la Identidad Corporativa de la empresa; señala el espíritu y la forma que tiene de seguir con su actividad.

La personalidad de los individuos: Las características personales de los miembros de la organización como son sus valores, creencia y aptitudes influirán de una manera decisiva en la formación de la Identidad Corporativa.

El entorno social: Las características de la sociedad en donde se encuentra ubicada la empresa, establecerán la forma e influenciarán en cómo va adoptando la organización su Identidad Corporativa.

5.01.02.03. Componentes que integran la Identidad Corporativa

Según Capriotti Paul (2009) los componentes fundamentales que conforman la Identidad Corporativa son:

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Cultura Corporativa

Es el conjunto de valores, creencias y pautas de conductas, que rigen a todos los miembros de la empresa y se ven reflejados en sus comportamientos, los cuales forman parte de toda la organización y forman la filosofía corporativa de la organización.

Los componentes que conforman la Cultura Corporativa son:

Creencias: Es el conjunto de presunciones compartidas por los miembros de la empresa.

Valores: Es el conjunto de principios compartidos por los miembros de la empresa.

Pautas de conducta: Son las reglas de comportamiento que rigen a los miembros de la empresa.

Filosofía Corporativa

Son los principios básicos y constitutivos, los cuales servirán para que la empresa demuestre su competitividad en el mercado.

Los componentes que conforman la Filosofía Corporativa son:

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Misión corporativa: Es todo aquello que realiza la empresa y por lo cual existe, ya sea el ofertar sus productos o servicios a su grupo objetivo.

Visión Corporativa: Es la perspectiva que se tiene la empresa en el futuro, es alcanzar todos los objetivos que se han planteado desde un inicio.

Valores: Son los valores y principios profesionales que tiene la empresa al momento de desarrollar su actividad, entre los miembros de la organización y los clientes de esta.

5.01.03. Marketing

El Marketing es un proceso en el cual la empresa crea acciones y estrategias para comercializar sus productos o servicios a un público con la finalidad de satisfacer las necesidades que este posea.

Para el Trigal saber que es el Marketing y plantearse estrategias son de mucha importancia, ya que ayudara a mejorar sus ventas y por consecuencia sus ingresos económicos se verán incrementados.

De esta manera el Trigal entenderá mejor las necesidades y demandas que tiene sus clientes, ya que en la actualidad las personas demandan productos cuyos beneficios les produzcan una mayor

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

satisfacción. También podrían plantearse estrategias que le ayuden a oferta de una mejor manera sus productos en el mercado.

Según Kotler y Armstrong (2007) el: “Marketing es la administración de relaciones perdurables con los clientes. La doble meta del marketing es atraer nuevos clientes al prometer un valor superior y conservar y aumentar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción”

5.01.04. Mercado

El mercado está integrado por personas o compradores que buscan satisfacer sus necesidades o deseos mediante la adquisición de un servicio, productos, idea u objeto que solvete su necesidad.

Para Kotler (2007) el Mercado es: “El conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinados que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio”

5.01.04.01. Posicionamiento en el Mercado

Posicionarse en el mercado, para una empresa es hacer que sus productos, servicios u objetos, ocupen un lugar primordial en la mente de sus clientes de esta manera ellos siempre tendrán presente al local como un punto de venta principal.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Para el Trigal posicionarse en el mercado, es de suma importancia ya que de esta forma el local ocuparan un lugar significativo en el mercado y sobre todo estará presente en las mente de sus clientes, con su variedad de productos los cuales adquirirían mayor demanda por parte de la clientela, ya que se volverían esenciales para su grupo objetivo.

Para Kotler (2007) el posicionamiento en el mercado es: "Hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los consumidores meta, en relación con los productos competidores".

5.01.04.02. Tipos de Posicionamiento

Posicionamiento en base Precio/Calidad: La empresa se apoya mediante cualidades.

Posicionamiento con respecto al uso: Se relaciona al producto con un determinado uso.

Posicionamiento orientado al usuario: La empresa elige a un personaje para que los identifique.

Posicionamiento por el estilo de vida: Se realizan varia encuestas para poder averiguar las inquietudes que tienen los clientes.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Posicionamiento con relación a la competencia: Existen dos razones por las cuales pueden ser importante posicionarse haciendo referencia a la competencia.

- La primera, es que resulta mucho más fácil entender algo, cuando lo relacionamos con alguna otra cosa que ya conocemos.
- En segundo lugar, a veces no es tan importante cual importante los clientes piensan que el producto es, sino que piensan que es tan bueno como, o mejor que, un competidor determinado.

Posicionarse de número 2: Algunas empresas han encontrado de que posicionarse como los N^o 2 pueden resultar su estrategia y su ventaja competitiva.

Posicionamiento a través del nombre: Al momento de posicionarse, el nombre es uno de los factores claves.

5.02. Descripción de la herramienta

5.02.01 Manual de Identidad Corporativo

Es un documento en el que se definen las normas que se deben seguir para la aplicación del logotipo en los diferentes soportes internos y externos que la empresa usara.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

En este está detallado todo lo referente al logotipo, su estructura, su tipografía, su color corporativo, etc. y las posibles variaciones correctas e incorrectas en las que se puede aplicar como: tamaño, color, fondo, etc. Aquí también se encuentra lo referente a la Filosofía Corporativa como es la misión, visión y valores que la empresa sigue.

5.03. Formulación del proceso de aplicación

ÁREA CORPORATIVA

Planificación.-

Análisis de la Imagen Corporativa

La actual Imagen Corporativa que tenía El Trigal, carecía de todo tipo de elementos gráficos, por esta razón no representaba al local de una manera fuerte en el mercado y no cumplía con los objetivos que son posicionar al local en la mente de sus clientes, diferenciarlo del resto de la competencia y mejorar sus ventas al momento de ofertar sus productos.

La propuesta de Imagen Corporativa que se planteó para El Trigal, está conformada por elementos gráficos que resalten el nombre del local, al diseñar esta nueva imagen se espera que el local gane más posición en la mente de sus clientes al momento de ofertar sus productos y estos a su vez tengan presente al local al momento de tomar sus decisiones de compra.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

También logrará diferenciar al local del resto de la competencia, por medio de una nueva identidad propia, duradera y sobre todo mejorara sus ingresos económicos.

Análisis de la Identidad Corporativa

La actual Identidad Corporativa que tenía El Trigal, era casi nula ya que su Filosofía Corporativa no estaba planteada correctamente y no era lo suficientemente clara para que guie al local y demuestre su competitividad en el mercado.

La propuesta que se planteó de Identidad Corporativa para El Trigal, luego de conocer los valores que poseen tanto sus empleados como administradores, es trazar una misión y visión con la cual se sientan identificados, que los represente ante sus clientes y lo diferencie de la competencia, demostrando la personalidad, carácter y ética empresarial que poseen.

Para complementar la Identidad Corporativa se desarrolló una conceptualización de su imagen en un logotipo, el cual será usado al momento de diseñar las piezas gráficas, las diferentes aplicaciones en la papelería comercial y en elementos propios del local.

Análisis de la Comunicación Corporativa

La actual Comunicación Corporativa que El Trigal estaba presentando a sus grupo objetivo, estaba dejando de comunicar e influenciar en los consumidores, ya que después de tanto tiempo

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

de tener la misma Imagen e Identidad Corporativa los clientes perdían el interés en el local y a su vez este presentaba bajos ingresos económicos.

Con el presente proyecto a desarrollarse, El Trigal renovara su Imagen e Identidad Corporativa, con lo cual se espera que la Comunicación Corporativa tenga mayor impacto en los clientes, de tal manera que estos tengan presente al local como un punto de compra al momento de adquirir algún producto.

Desarrollo

Análisis de logotipo anterior

Figura N° 6

Logotipo anterior



Panadería y Pastelería
El Trigal

Analizamos al logotipo anterior que poseía el local, para buscar las fallas comunicacionales que este presenta, con la finalidad de proponer un nuevo logotipo con elementos gráficos llamativos e innovadores que cubran las necesidades comunicacionales que se requiere.

Presentación del nuevo logotipo

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Figura N° 7

Logotipo actual



Presentamos el nuevo logotipo para el local, mostrando las características básicas y los cambios realizados en referencia al logotipo anterior.

Tipo de rediseño que aplica

El logotipo es una combinación de elementos básicos conformados por símbolos, tipografía y colores, para el Trigal se pensó en un logotipo el cual haga referencia a su nombre de igual manera se seleccionó una gama del color café ya que quiso representar la constancia, la salud, la confianza, pero sobre todo se quiere ofrecer una sensación de calidad en los clientes al momento de adquirir los productos del local de igual manera connotar con los productos que se fabrican en el local.

El logotipo diseñado está conformado por una espiga de trigo, el cual es un elemento esencial en la fabricación de los productos de esta categoría y a su vez contrasta con el nombre del local, Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

también se colocó el nombre del establecimiento en la parte central con mayor tamaño para que resalte más y se ubicó en la parte superior la palabra panadería y pastelería para que de a conocer la actividad a la cual se dedica el local, esto sería para nuevos clientes y en la parte inferior esta situado el slogan.

Full color

Figura N° 8

Logotipo full color



Presentamos el nuevo logotipo a full color con la finalidad de observar los colores que lo componen en su totalidad.

Escala de grises

Figura N° 9

Logotipo en escala de grises

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigo, ubicada al Norte de Quito.



La aplicación del logotipo en escala de grises, será útil para hacer anuncios de publicidad en prensa o revistas.

Positivo y negativo

Figura N° 10

Logotipo en positivo y negativo



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

La aplicación del logotipo en positivo o negativo será útil al momento de realizar serigrafía, promocionales o imprimir sellos del local.

Modos de color

Figura N° 11

Logotipo en modos de color



La primera aplicación es el logotipo en un color marrón, se escogió este color ya que será usado en la impresión de bolsas de papel, de tal manera que pueda crear un agradable contrasté y el logotipo no se pierda con el fondo de la funda.

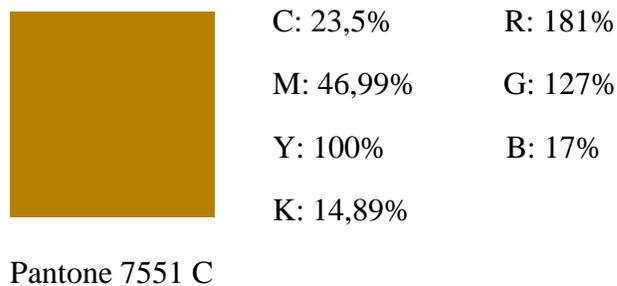
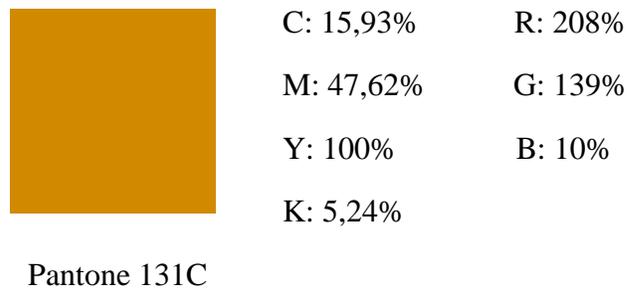
La segunda aplicación en el logotipo es un color naranja, se escogió este color porque será usado en la impresión de bolsas de plástico de la empresa, de esta forma crea un agradable diseño y ayuda a reducir los costos de producción para la empresa.

Colores y Pantones

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Figura N° 12

Porcentaje de colores del logotipo



Se eligió una gama del color café claro en el logotipo, ya que quiso representar la constancia, la salud, la confianza, pero sobre todo se quiere ofrecer una sensación de calidad en los clientes al momento de adquirir los productos del local.

Disposiciones correctas

Figura N° 13

Disposiciones correctas del logotipo

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.



El logotipo no admitirá ningún cambio en su composición y estructura, de manera que se respetara el diseño original, por lo tanto es incorrecto la deformación del logotipo en cualquier sentido.

Disposiciones incorrectas

Figura N° 14

Disposiciones incorrectas del logotipo



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

El logotipo no podrá realizar cambios en su composición o estructura, ya que podrá perder el impacto comunicacional en el grupo objetivo.

Fondos correctos

Figura N° 15

Fondos correctos del logotipo



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

El logotipo podrá ser aplicado en un fondo blanco y los fondos presentados, tomando siempre en cuenta los colores que lo conforman, de esta manera el logotipo resaltara más y generara un mayor impacto visual al momento de su aplicación.

Fondos Incorrectos

Figura N° 16

Fondos incorrectos del logotipo



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

El logotipo no podrá ser utilizado en fondos claros, que contengan la misma gama u opaquen la visualización, ya que esto provocaría que el logotipo pierda intensidad e impacto visual.

Colores incorrectos

Figura N° 17

Colores correctos del logotipo



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

El logotipo no podrá ser aplicado en ningún color presentado o similar, ya que perdería el impacto que se quiere dar así como la comunicación visual.

Papelería

Se presenta la papelería interna y externa, la cual lleva los colores, formas y elementos corporativos los cuales están acoplados para representar la nueva imagen.

Tarjeta de presentación

Figura N° 18

Tarjeta de presentación



La tarjeta de presentación está compuesta en su parte frontal por el logotipo centrado, seguido de los datos en la parte inferior y como elemento decorativo se colocó al isotipo en los extremos en un 20% de opacidad.

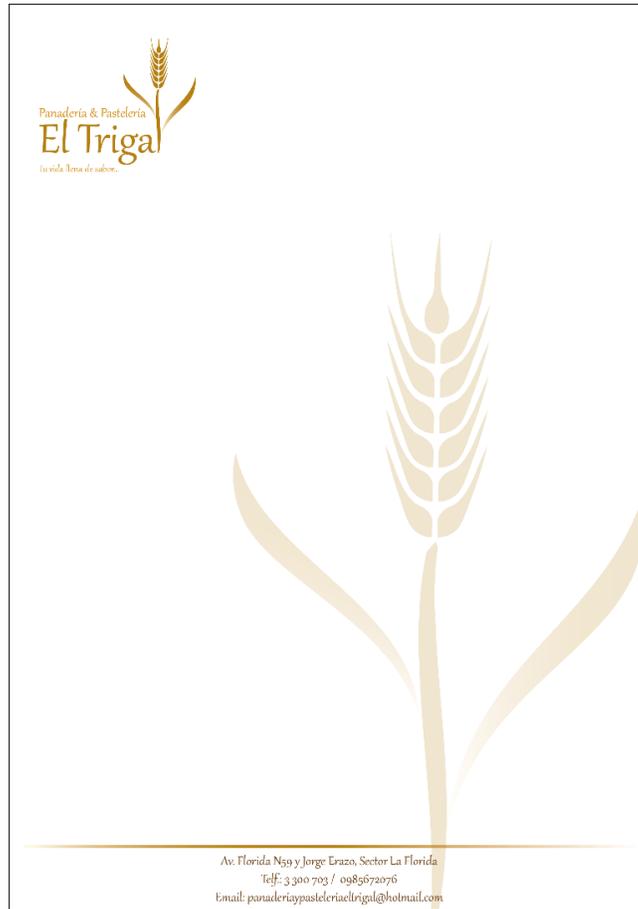
En la parte posterior está compuesta por imágenes de varios productos propios que se fabrican en el local.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Hoja membretada

Figura N° 19

Hoja membretada



La hoja membretada está compuesta por el logotipo en la parte superior izquierda, los datos de local en la parte inferior y como un elemento decorativo de toda la papelería, se colocó al isotipo en un 20% de opacidad en la parte inferior derecha.

La hoja membretada será impresa en offset, en papel bond en un tamaño A4.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Sobre tipo oficio

Figura N° 20

Sobre tipo oficio



El sobre tipo oficio tiene una composición similar a la hoja membretada, está compuesta por el logotipo en la parte superior derecha, los datos del local en la parte central y una marca de agua del isotipo a un 20% en la esquina derecha inferior.

El sobre será impreso en offset, en papel bond en un tamaño de 22 cm x 11 cm.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Sobre tipo documento

Figura N° 21

Sobre tipo documento



La sobre tipo documento está compuesta por el logotipo en la parte superior izquierda, los datos de local en la parte inferior y el isotipo en un 20% de opacidad en la parte inferior derecha.

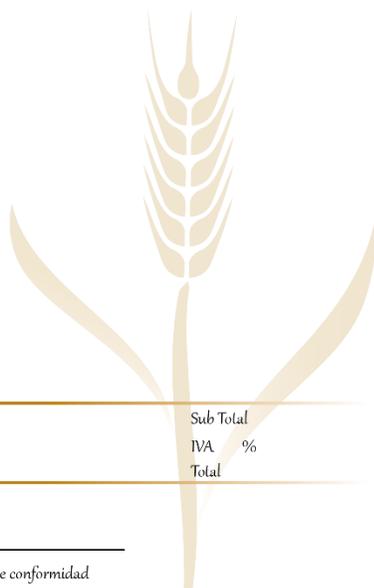
El sobre tipo oficio será impreso en offset, en papel bond en un tamaño de 22 cm x 31 cm.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Factura

Figura N° 22

Factura

Cantidad		Descripción	Precio Unil.	Precio Total
				
		Sub Total		
		IVA	%	
		Total		

Firma de conformidad

La factura está compuesta por el logotipo en la parte superior derecha, los datos del local en la parte central, seguido de los campos necesarios para su respectivo uso y la marca de agua del isotipo a un 20% de opacidad.

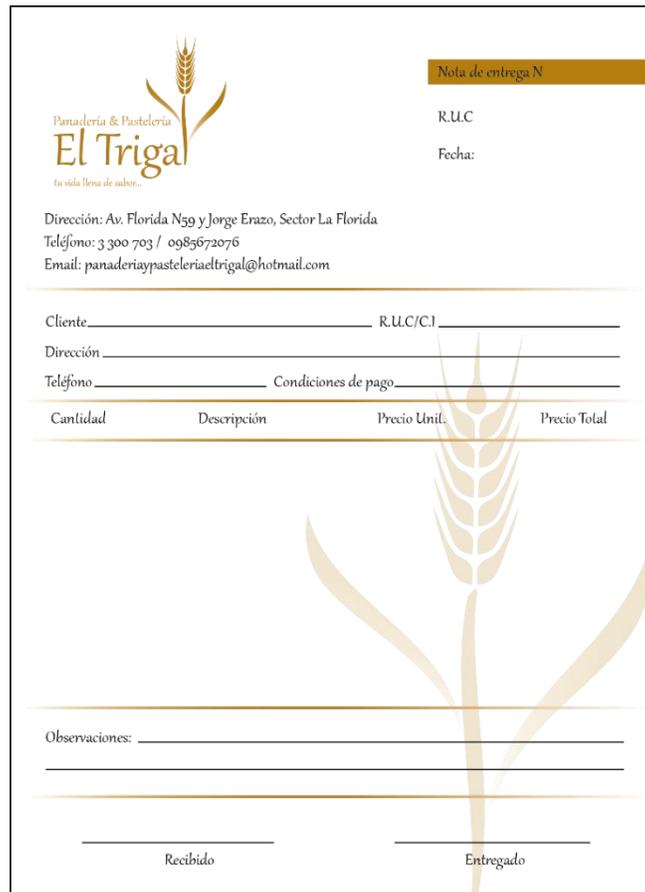
La factura será impresa en offset, en un papel químico en un tamaño de 14,5 cm x 20 cm.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Nota de entrega

Figura N° 23

Nota de entrega



Nota de entrega N

Panadería & Pastelería
El Triga
tu vida llena de sabor...

Dirección: Av. Florida N59 y Jorge Erazo, Sector La Florida
Teléfono: 3 300 703 / 0985672076
Email: panaderiaypasteleriaeltriga@hotmail.com

Cliente _____ R.U.C/C.I _____
Dirección _____
Teléfono _____ Condiciones de pago _____

Cantidad	Descripción	Precio Unit.	Precio Total

Observaciones: _____

_____ Recibido _____ Entregado

La factura está compuesta por el logotipo en la parte superior derecha, los datos del local en la parte inferior del logotipo, seguido de los campos necesarios para su respectivo uso y la marca de agua del isotipo a un 20% de opacidad.

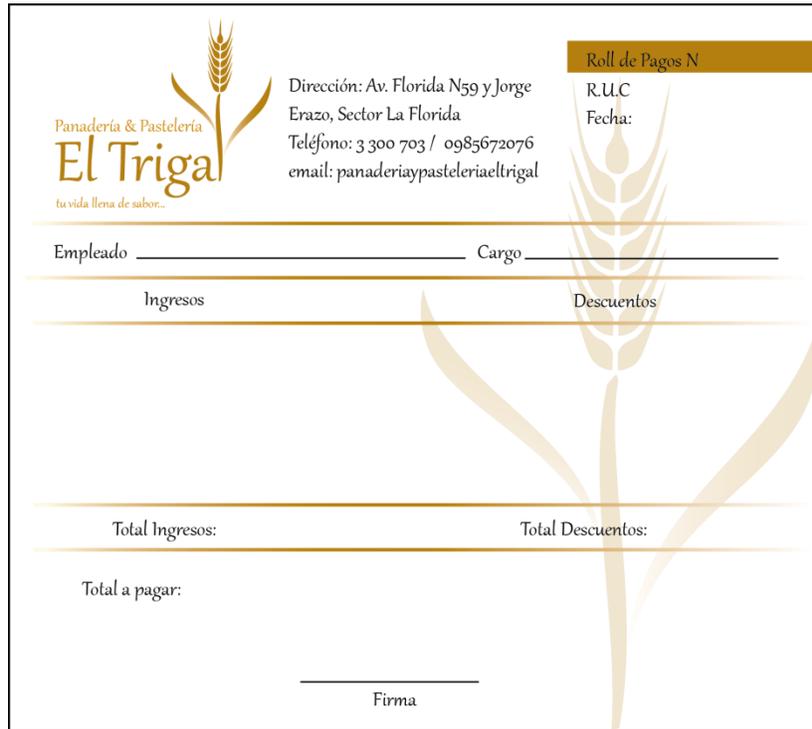
Sera impresa en offset, en un papel químico en un tamaño de 14,5 cm x 20 cm.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Roll de pago

Figura N° 24

Roll de pago



Panadería & Pastelería
El Triga
tu vida llena de sabor...

Dirección: Av. Florida N59 y Jorge Erazo, Sector La Florida
Teléfono: 3 300 703 / 0985672076
email: panaderiaypasteleriaeltriga

Roll de Pagos N
R.U.C
Fecha:

Empleado _____ Cargo _____

Ingresos _____ Descuentos _____

Total Ingresos: _____ Total Descuentos: _____

Total a pagar: _____

Firma

El roll de pagos está compuesta por el logotipo en la parte superior derecha, los datos del local en la parte central, seguido de los campos necesarios para su respectivo uso y la marca de agua del isotipo a un 20% de opacidad.

El roll de pagos será impreso en offset, en un papel químico en un tamaño de 14,5 cm x 12 cm.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Señalética

Figura N° 25

Señalética



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Para la elaboración de la señalética del local se utilizaron los colores corporativos y se pensó en un diseño llamativo e innovador.

Uniformes

Figura N° 26

Uniformes



Para el diseño de los uniformes se utilizaron los colores corporativos, la cual consisten en una camiseta tipo Polo, con mangas de color café acompañados de una franja de color café claro en los extremos y el logotipo en la parte derecha superior.

P.O.P

Figura N° 27

Material promocional

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigo, ubicada al Norte de Quito.



El material P.O.P llevara el logotipo, con el objetivo de que los clientes recuerden en todo momento al local.

Empaques

Se presenta el diseño de los distintos empaques, los cuales llevan los colores, tipografía y formas corporativas de la nueva imagen que se quiere proyectar.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Bolsas de papel

Figura N° 28

Bolsas de papel



Las bolsas de papel están compuestas del logotipo en la parte superior izquierda, los datos del local en la parte inferior derecha y como elemento decorativo el isotipo en un 20% de opacidad en la parte central de la bolsa.

La impresión de las bolsas de papel se realizara en un papel tipo Kraft y contara con 3 diferentes medidas dependiendo de sus diferentes usos.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Bolsas plásticas

Figura N° 29

Bolsas plásticas



Las bolsas de plástico están compuestas por el logotipo en la parte central, los datos del local en la parte inferior derecha y como elemento decorativo el isotipo en un 20% de opacidad en la parte central de la bolsa.

Las bolsas de plástico contarán con 3 diferentes dependiendo de sus diferentes usos.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Fundas plásticas selladas

Figura N° 30

Fundas plásticas selladas



Las fundas plásticas selladas, están compuestas por el logotipo en la parte central, impreso en un papel adhesivo para que puedan adherirse y una etiqueta la cual lleva el logotipo en la parte central y los datos en la parte inferior derecha, la cual estará sellando la funda en toda la parte superior.

Las bolsas plásticas selladas contarán de 3 medidas diferentes dependiendo de los productos que se coloquen.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Caja de pastel

Figura N° 31

Caja de pastel



La caja de pastel, está elaborada con un diseño llamativo el cual utiliza todos los elementos gráficos del local, además está estructurado con troqueles los cuales tiene como función dar una mayor resistencia a la caja al momento de transportar el producto.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Caja de dulces

Figura N° 32

Caja de dulces



La caja de dulces, está elaborada con el mismo diseño que la caja de pastel, con la diferencia que cambia su estructura para llevar un producto diferente.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Estrategias de posicionamiento en el mercado

Planificación estratégica

Quiénes somos

El Trigal es una microempresa dedicada a la actividad de repostería, produce una variedad de productos del mismo ámbito, desde sus inicios el local ha tenido como prioridad a sus clientes, de manera que siempre busca la manera de innovarse con la finalidad de ofrecer productos de calidad excepcional.

Misión

La Panadería y Pastelería El Trigal tiene como misión brindar un servicio de calidad en todos los aspectos siempre pensando en nuestros clientes, es por eso que nos innovamos con la finalidad de brindarles un mejor producto cada día.

Visión

La Panadería y Pastelería El Trigal tiene como visión, posicionarse en todo el mercado Ecuatoriano mediante la apertura de sucursales y franquicias a nivel nacional, con la finalidad que la empresa sea reconocida en el mercado al que pertenece, al igual que sus productos.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Valores

La Panadería y Pastelería El Trigal es un establecimiento que cuenta con un grupo de personas comprometidas con su trabajo, siempre teniendo en cuenta sus valores y principios como son:

Responsabilidad

Nos comprometemos con nuestros clientes a entregarles un servicio responsable y de calidad, es por eso que buscamos la manera de ser mejores cada día, aprendiendo de nuestras acciones y buscando soluciones eficaces que ayuden a solventar cualquier problema.

Eficiencia

Utilizamos de forma adecuada los medios y recursos con los cuales contamos, para alcanzar nuestros objetivos y metas programadas, optimizando el uso de los recursos y el tiempo disponible.

Honestidad

Nos guiamos por la sinceridad y la coherencia de nuestras acciones dentro de un marco de franqueza y transparencia, tanto con el local como con nuestros clientes.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Productos y servicios

La Panadería y Pastelería El Trigal ofrece en sus instalaciones una variedad de productos elaborados directamente en local entre los cuales se pueden encontrar panes con diferentes estilos, tortas de varios sabores y una diversidad de dulces como galletas, donas, moncaibas, entre otras.

De igual manera se venden productos lácteos los cuales ya vienen preparados y listos para el consumo como leche, queso, mantequilla y otros derivados. Cuenta con el servicio de trabajos por encargo, es decir la elaboración de pasteles o dulces bajo pedido con un tiempo anticipado.

Principales clientes

La Panadería y Pastelería El Trigal tiene como principales clientes a las personas que viven en las cercanías del local, estudiantes del establecimiento aledaño y clientes de otros lugares que vienen frecuentemente a adquirir los productos.

Objetivo

Incrementar los ingresos mensuales de la Panadería y Pastelería El Trigal, a través de la venta de sus productos, mediante la implementación de la Imagen Corporativa aplicada a estrategias de marketing para posicionar la marca.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Matriz F.O.D.A

Realizamos la matriz F.O.D.A para analizar y concluir, como esta en la actualidad el local y conocer cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene en el mercado.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Clientes fijos	Escuelas y colegios cerca del local	Ausencia de Imagen e Identidad Corporativa	Implementación de locales en los alrededores dedicados a la misma actividad
Producto de calidad	Buena ubicación de local	No es conocida más allá de los alrededores	Desconfianza del producto por parte de los nuevos clientes
Variedad de productos propios	Capacitar al personal para la elaboración de productos diferentes	Falta de espacio para la implementación de sillas y mesas para comer	Políticas que rigen al país
Administrado por su dueño	Existen varios distribuidores de la materia prima	Falta de estacionamiento	
	Buena ubicación de local	Poca trayectoria en el mercado	

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Estrategias de Marketing

Después de analizar minuciosamente la matriz F.O.D.A, planteamos las estrategias más adecuadas para cumplir con el objetivo propuesto y las actividades que se llevaran a cabo para realizarlas.

1.- Objetivo

Fidelizar a los clientes.

Estrategia

Fortalecer la fidelidad de los clientes con el local.

Acción

Establecer promociones por la compra cualquier producto propio del local y ofrecer el servicio a domicilio a clientes fijos o regulares.

Anuncio de promoción

Figura N° 33

Anuncio de promoción

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.



2.- Objetivo

Satisfacer las necesidades del cliente.

Estrategia

Acoger las sugerencias y propuestas de los clientes.

Acción

Colocar un buzón de sugerencias en la entrada del local o a su vez establecer una comunicación directa con el dueño del local, dependiendo de los clientes.

Buzón

Figura N° 34

Buzón de sugerencias

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigo, ubicada al Norte de Quito.



Hoja para sugerencias

Figura N° 35

Hoja de sugerencias



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

3.- Objetivo

Aumentar en un 40% el número de clientes nuevos.

Estrategia

Dar a conocer al local por sus ofertas en productos.

Acción

Entregar cupones de descuento en zonas estratégicas para llamar la atención de nuevos clientes.

Cupón de descuento

Figura N° 36

Cupón de descuento



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigo, ubicada al Norte de Quito.

4.- Objetivo

Respaldar la marca.

Estrategia

Crear alianzas estratégicas de la marca.

Acción

Colocar el logotipo de los distribuidores del local en la parte posterior de las fundas de plástico.

Fundas plásticas

Figura N° 37

Fundas plásticas con auspiciantes



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

5.- Objetivo

Mantenernos en la mente de los clientes.

Estrategia

Mantenimiento de la imagen de la marca.

Acción

Colocar un código QR en los las cajas de pastel y pastas, que al ser escaneado lleve a ver un video de recetas caceras en YouTube.

Código QR

Figura N° 38

Código QR



Caja de pastas

Figura N° 39

Caja de pastas con código QR



Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Triga, ubicada al Norte de Quito.

Capítulo VI: Aspectos administrativos

6.01. Recursos

Los recursos que se usaron para la realización del proyecto de Imagen e Identidad Corporativa son los siguientes:

6.01.01. Técnicos - Tecnológicos

Software

Adobe Illustrator CS6: Es un programa que sirve para la realización de ilustraciones y pintura, cuenta con herramientas muy versátiles y de fácil acceso.

Adobe Photoshop CS6: Es un programa que sirve para la edición de imágenes y retoque de fotografías, cuenta con herramientas muy complejas.

Hardware

Laptop HP Pavilion g6 Notebook PC, Windows 7 Home Premium, Procesador Intel Core i5,
Memoria RAM 8,00 GB, Sistema Operativo 64 bits.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Cámara Samsung modelo ES65, 10.2 megapíxeles.

6.01.02. Humanos

En el desarrollo del presente proyecto se tuvo el apoyo de varias personas, entre las cuales se encuentran el dueño del local, que facilitó con la información necesaria para la realización de la nueva imagen y el tutor quien guio para la realización de este proyecto.

6.01.03. Económicos

Para la ejecución del presente proyecto, se tomó en cuenta todos los gastos para la realización la Imagen e Identidad Corporativa, como es la papelería corporativa tanto interna como externa, uniformes, señalética, material P.O.P, diseño de empaques e implementación de las estrategias de Marketing.

6.02. Presupuesto

Gastos Operativos

Tabla N° 9

Presupuesto de la realización del proyecto

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total	Financiamiento
100	Impresiones	\$ 0.90	\$ 90.00	Propio
70	Copias	\$ 0.10	\$ 7.00	Propio
	Internet		\$ 10.00	Propio

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

	Viáticos		\$ 35.00	Propio
	Servicios Básicos		\$ 10.00	Propio
	Transporte		\$ 20.00	Propio
	TOTAL		\$ 172.00	Propio

6.03. Cronograma

Tabla N° 10

Cronograma de actividades

N°	Actividades	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Presentación del formulario 001	Dirección de Escuela	Septiembre				X	Obtención del visto bueno para iniciar la investigación
2	Desarrollo de los antecedentes del proyecto	Víctor Chachalo	Octubre	X				Se concluyó con la investigación del Contexto, se desarrolló la problemática y se justificó, planteamiento de la matriz T.
3	Realizar el Análisis de involucrados	Víctor Chachalo	Noviembre		X	X		Se conoció el nivel de involucrados y se desarrolló la matriz de selección de involucrados.
4	Planteamiento del Problema y los Objetivos	Víctor Chachalo	Diciembre		X	X		Se desarrolló el árbol de problemas y el árbol de objetivos.
5	Desarrollo del Análisis de alternativas	Víctor Chachalo	Enero		X	X	X	El planteamiento de las acciones y estrategias a utilizar en el proyecto, el análisis del impacto del proyecto y la construcción del Marco Lógico.
			Febrero	X				
6	Desarrollo de la Propuesta	Víctor Chachalo	Febrero		X	X	X	Se realizó el análisis y la estructura del producto, y se planteó las estrategias de Marketing
			Marzo	X	X			

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

7	Descripción de los Aspectos Administrativos	Víctor Chachalo	Marzo			X	Se realizó los cuadros de la descripción de gastos operativos y la determinación del presupuesto de la elaboración del proyecto.
8	Planteamiento de Conclusiones y Recomendaciones	Víctor Chachalo	Marzo			X	Se dio a conocer las conclusiones y recomendaciones del proyecto terminado.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Capítulo VII: Conclusiones y recomendaciones

7.01. Conclusiones

- La Panadería y Pastelería El Trigal obtuvo una Imagen Corporativa, acorde a su actividad laboral, productos y servicios que ofrece, esto se logra gracias al administrador que proporciono toda la información necesaria para el desarrollo de la imagen.
- Se logró renovar la imagen que el local presentaba al público, a través de la creación de diferentes empaques los cuales tuvieron bastante aceptación por parte de los clientes.
- Siempre se debe tener en cuenta las sugerencias u opiniones del administrador así como la de los clientes, ya que para ellos va dirigido la nueva imagen con finalidad de captar su atención y generar el deseo de compra.
- Las estrategias de Marketing son fundamentales si se quiere dar a conocer, promocionar o vender un producto o servicio, ya que aseguraran que el producto o servicio llegue al grupo objetivo deseado.
- La Imagen Corporativa es de suma importancia, ya sea para un establecimiento con una infraestructura grande o pequeña, por medio de esta el local estará presente en la mente de

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

los clientes al momento de ofertar sus productos o servicios y es un factor primordial al momento de la compra y sobre todo lograra diferenciar al local del resto de la competencia.

7.02. Recomendaciones

- Realizar una campaña publicitaria para dar a conocer a los clientes la nueva imagen del local.
- Siempre seguir con lo estipulado en el Manual Corporativo, al momento de utilizar el logotipo en cualquier tipo de aplicación que se desee, solo de esta forma se podrá generar el impacto visual deseado en el cliente.
- Comenzar a utilizar las más redes sociales para publicitar el local así como los productos y servicios de este.
- La creación de una página Web.
- Siempre estar innovándose al momento de aplicar estrategias de Marketing, ya que es la única forma en que se puede llegar de una manera eficaz al grupo objetivo con la finalidad de ofertar sus productos o servicios.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Referencias Bibliográficas

CAPRIOTTI Paul, Branding Corporativo, Editorial Libros de la Empresa, 2009, Chile

KOTLER Philip & ARMSTRONG Gary, Fundamentos de Marketing, Editorial Pearson Educación, 2007, México

KOTLER Philip & KELLER Kevin, Dirección de Marketing, Editorial Pearson Educación, 2012, México

http://www.cazcarra.com/prensa/definir_comunicar_identidad_corporativa-3.html, Concepto de Identidad Corporativa, Autor Desconocido, 2007

http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf, Imagen Corporativa, Arnau Gifreu, España, 2013

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.

Creación de la Imagen Corporativa y estrategias de Marketing para posicionar en el mercado, la Panadería y Pastelería El Trigal, ubicada al Norte de Quito.