



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEÓN.
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.
MERCADOTECNIA Y GESTIÓN DE LA IMAGEN.



PROYECTOS DE MERCADOTECNIA E INNOVACIÓN EN HIPERME.

EVIDENCIA #1

IMAGEN CORPORATIVA.

MARLHEN YAZMIN MARTINEZ GARZA

MAESTRO: CARLOS A. RODRIGUEZ SALAZAR.

MATRICULA: #1617592 GPO: N30

11 FEBRERO 2019

ÍNDICE.

| | |
|--------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| NOMBRE DE LA MARCA..... | 4 |
| LOGOTIPO Y OTROS SÍMBOLOS..... | 5 |
| ESLOGAN..... | 6 |
| COLORES..... | 7 |
| PÁGINA WEB..... | 11 |
| BROCHURE..... | 12 |
| SEÑALETICA..... | 13 |
| CULTURA EMPRESARIAL..... | 14 |
| CASO PRÁCTICO..... | 16 |
| CONCLUSIÓN..... | 20 |
| REFERENCIAS..... | 21 |

INTRODUCCIÓN.

A continuación, conoceremos todas esos elementos que conforman un manual de identidad corporativa, conoceremos que es lo que los caracteriza y los hace importantes para una marca, ya que ellos juntos conforman una marca y le dan forma a la esencia de ella.

Conoceremos desde que es importante considerar en la elección del nombre, en los colores y que queremos que represente la marca, cual es la forma que debe de contener nuestro logo, el diseño de nuestra señalética y como queremos que nos conozcan con el brochure. Además de que debemos de decidir qué valores nos representaran y porque queremos ser reconocidos con los consumidores.

La imagen corporativa es aquella que está formada por diversos componentes, que juntos permiten posicionar a la empresa en la mente del consumidor.

Los componentes son imprescindibles y tienen sus funciones. Antes de crear una empresa, deberás tener claros cuáles van a ser cada uno de ellos. Ya que el mal uso de estos puede generar recibir mensajes difusos que no percibe que provengan del emisor. El crear la identidad debe de ser reconocida y que englobe todos los canales de comunicación posible.

Los elementos de la imagen corporativa hacen que la opinión de los consumidores sea una u otra.

1. **EL NOMBRE DE LA EMPRESA.**

Este depende de la primera impresión que los clientes se llevan de una empresa o marca. El nombre de la marca debe de tener la esencia de esta, debe ser breve, fácil de recordad y creativo para ser poder distinguirse de la competencia. Además de que esta es la carta de presentación de la marca.

IMPORTANCIA: es el valor más importante para empresas que se han superado las primeras fases de un emprendimiento. Por este te conocerán los clientes y destacara el cómo trabajas y serás reconocido por eso.

Algunas reglas para nombres perfectos son:

- a. Pronunciables en varios idiomas y fonéticamente fácil.
- b. Cortos y con una sola palabra.
- c. No son necesariamente que sean inventados o algo existente.
- d. Que no esté registrado y sean patentes en tu país.

EJEMPLOS DE MARCAS CON NOMBRES RECONOCIDOS:

- I. ADIDAS.
- II. NIKE.
- III. GAP.
- IV. STARBUCKS.
- V. SAMSUNG.
- VI. GATORAIDE.

VII. LEGO.

VIII. NINTENDO.

IX. NIVEA.

X. BARBIE.

Algo que distingue a estas marcas es que sus nombres son cortos y fáciles de pronunciar, lo que provoca que cause un gran impacto en los consumidores y los han colocado a ser reconocidos en el mundo.

2. **EL LOGO Y OTROS SÍMBOLOS.**

Este puede ser de diferentes maneras:

- LOGOTIPO (compuesto por palabra)
- ISOTIPO (compuesto de imágenes)
- ISOLOGOTIPO (combina la tipografía e imagen)

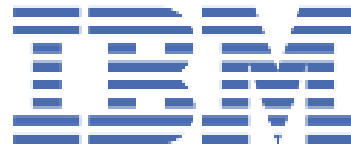
El logo debe ser atractivo y comprensible por el público, el diseño debe de ser considerado de acuerdo a la clientela como por la competencia y el mensaje que desea transmitir. Además de que esta es la expresión de la marca y los detalles que puede identificar el consumidor.

IMPORTANCIA: Es la representación gráfica más importante de la marca, es la cara de ella y representa la identidad y los valores. Además de que es la que hace que nos identifiquen con facilidad.

Un logotipo bien diseñado y atractivo debe ser:

- a. Construye la identidad de la marca.
- b. Construye una imagen de marca que genera confianza.
- c. Nos distingue de la competencia.
- d. Nos vuelve identificables.
- e. Conecta con nuestro público.

EJEMPLOS DE LOS LOGOS MÁS RECONOCIDOS:



Estas empresas se han distinguido por tener un logotipo cálido y de acuerdo a sus personalidades, ya que a los ojos del consumidor esas formas y colores van de acuerdo a ellas y transmiten esa esencia característica.

3. **EL ESLOGAN.**

Este es necesario que sea una promesa sobre los beneficios del producto o servicio que se ofrece y los hace diferentes a la competencia. Este se debe al prestigio y credibilidad a su negocio, la gran efectividad es que sea original. “Es un lema o un pequeño grupo de palabras que son combinados de una manera para identificar la marca”.

IMPORTANCIA:

Lo que busca el eslogan, es dejar grabado el mensaje clave de la marca en la mente del consumidor, ya que muchos de los consumidores recuerdan las marcas por un buen eslogan. Un eslogan debe de tener las siguientes características:

- a. Ser fácil de recordar.
- b. Incluir un beneficio clave.
- c. Distinguir la marca.
- d. Transmitir sentimientos positivos sobre la marca.

EJEMPLOS DE ESLOGAN'S RECONOCIDOS:

- I. "RECUERDAME" de Gansito.
- II. "A QUE NO PUEDES COMER SOLO UNA" de Sabritas.
- III. "SOY TOTALMENTE PALACIO" de Palacio de Hierro.
- IV. "THINK DIFFERENT" de Apple.
- V. "JUST DO IT" de Nike.
- VI. "CON EL CARÍÑO DE SIEMPRE" de Bimbo.
- VII. "¿Y LA CHEYENNE APÁ?" de Cheyenne de Chevrolet.
- VIII. "I'M LOVIN' IT" de McDonald's.
- IX. "DESTAPA LA FELICIDAD" de Coca-Cola.
- X. "PORQUE TU LO VALES" de L'Oréal.

Estos slogans han sido reconocidos por el juego de palabras que emplearon las marcas, pero sin embargo son características de ellas, esos aspectos que hacen especiales y originales a las marcas son reflejadas ahí.

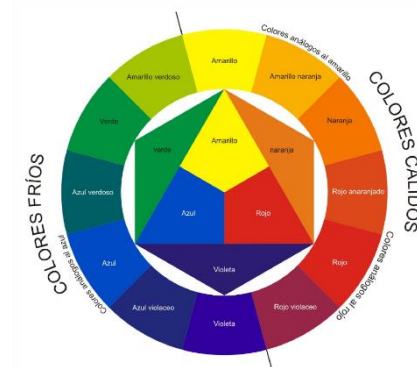
4. LOS COLORES.

Estos reflejan la imagen y espíritu de la empresa. Los colores seleccionados deben de representar los valores. Ellos también comunican y transmiten emociones, muchas marcas son recordadas o identificadas por los colores de sus logos.

SIGNIFICADOS DE LOS COLORES:

ROJO:

- **Dinamismo.**
- **Calidez.**



- Agresividad.
- Pasión.
- Energía.
- Peligro.

AZUL:

- Profesionalidad.
- Seriedad.
- Integridad.
- Sinceridad.
- Calma.
- Infinito.

VERDE:

- Naturaleza.
- Ética.
- Crecimiento.
- Frescura.
- Serenidad.
- Orgánico.

AMARILLO:

- Calidez.
- Amabilidad.
- Positividad.
- Estimulante.
- Alegría.
- Luminosidad.

NARANJA:

- Innovación.
- Modernidad.
- Juventud.

- Diversión.
- Accesibilidad.
- Vitalidad.

PÚRPURA:

- Lujo.
- Realeza.
- Sabiduría.
- Dignidad.
- Misterio.
- Espiritualidad.

ROSA:

- Diversión.
- Presumido.
- Inocencia.
- Femenino.
- Delicadeza.
- Romántico.

MARRÓN:

- Masculino.
- Rural.
- Natural.
- Tierra.
- Simplicidad.
- Rústico.

BLANCO:

- Pureza.
- Limpio.
- Sencillez.
- Ingenuidad.

- Nobleza.
- Suavidad.

NEGRO:

- Poder.
- Sofisticación.
- Prestigio.
- Valor.
- Atemporalidad.
- Muerte.

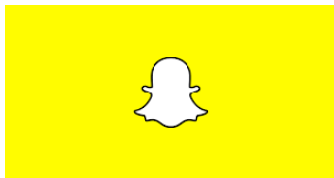
IMPORTANCIA:

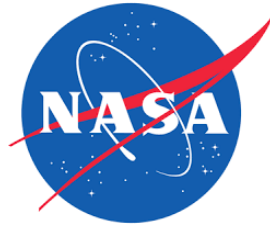
Los colores tienen una influencia en el comportamiento psicológico de las personas, los colores representan un 85% en la decisión de compra de un producto o servicio. Además, son fundamentales en el branding, el notar a la marca de unos valores determinados de frente al consumidor.

Al elegir los colores debes de tener en cuenta lo siguiente:

- ¿Qué emociones quieres provocar?
- ¿Qué tonos son manejados en mi industria?
- ¿Qué personalidad tiene mi marca?
- ¿Qué colores usa la competencia?
- ¿Los colores están en consonancia con mi mensaje?

EJEMPLOS DE MARCAS CON COLORES RECONOCIDOS:





La elección de buenos colores, pero tomando en cuenta que tanto como la forma del logo, tiene que representar la esencia de la marca, ya que además de diferenciarlos de la competencia este debe de hacernos únicos al ojo del consumidor.

5. **LA PÁGINA WEB.**

Es fundamental para una marca contar con un dominio propio, puede ser el nombre de la empresa o alguna palabra relacionada a ella. El diseño debe ser amigable y fácil de manejar, para el cliente quien lo que busca es poder informarse fácilmente sobre la empresa, los productos y de cómo debe adquirirlos.

IMPORTANCIA:

La página web es importante, ya que aumenta el prestigio de la marca, pero sin embargo transmite confianza, ya que con ella nuestros clientes pueden hacer compras o conocer más acerca de lo que le estamos ofreciendo. Además, de que nos ayuda a incrementar las ventas, la producción y el valor del mercado.

Algunas ventajas que tiene la página web son:

- a. Alcance mundial.
- b. Prestigio y calidad.

- c. Tarjeta de presentación.
- d. Ventaja competitiva.
- e. Relación costo-beneficio.

EJEMPLOS DE PÁGINAS WEB FAMOSAS.

- I. Google
- II. YouTube
- III. Facebook
- IV. Baidu
- V. Wikipedia
- VI. Tencent QQ
- VII. Taobao
- VIII. Tmall
- IX. Yahoo!
- X. Amazon

Las páginas web no solo nos ayudan a encontrar ese contenido necesario que a los consumidores les sirven para aclarar dudas, o conseguir los productos de ella. Pero sin embargo muchas de las páginas más reconocidas, son aquellas que nos brindan un servicio o información de cualquier tipo.

6. **BROCHURE.**

Este consiste en las tarjetas de presentación, sobres y etiquetas, carpetas, etc. Todo aquello que desarrolla la identidad de la empresa, desde los uniformes, hasta la papelería de ellas. Todos los elementos complementarios de comunicación, son parte de él.

IMPORTANCIA:

Este elemento nos brinda la oportunidad para educar a la audiencia a la que se quiere llegar. Además, que con ella compartes información valiosa sobre la empresa y un acercamiento, el trabajo del brochure es transmitir una imagen seria de la empresa y su prestigio para aumentar el número de público interesado. La mayoría de empresas con pequeños negocios, utilizan este medio como parte de su marca corporativa.

EJEMPLOS:



7. SEÑALETICA.

Son los símbolos o signos son el diseño, el estilo de la identidad visual corporativa desde los colores, estilo, geometrías, tipografía, además de que puede contener el logotipo de la empresa en cada señal o rótulo.

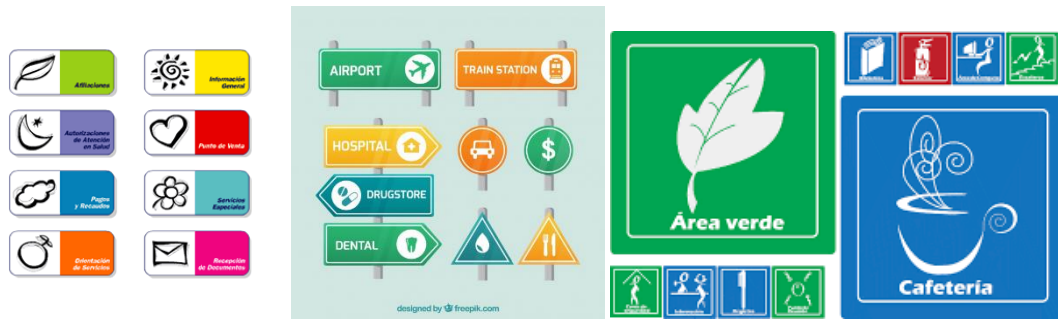
IMPORTANCIA:

Esta nos ayuda a tener una buena imagen de marca y capta la atención de los clientes, esta disciplina del diseño gráfico, se encarga del estudio y la elaboración de los elementos que se utilizan para guiar y orientar a la gente a hacer una acción, o localizar espacios.

Es importante expresar los elementos visuales reconocibles para todo el mundo de manera sencilla. Hay diversos factores como:

- La importancia de analizar el entorno.
- Determinar el tipo de señalética.
- Color.
- Geometría.
- Tipografía.
- Material.
- Tamaño o imagen corporativa.

EJEMPLOS:



8. CULTURAL EMPRESARIAL.

Es el conjunto de formas de actuar, sentir y pensar en el comportamiento de los miembros de la organización y los identifican a la marca ante los clientes, proveedores y es conformada por sus normas, valores, hábitos, etc.

IMPORTANCIA:

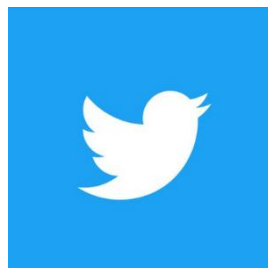
La cultura organizacional es el clima laboral agradable, llevadero y productivo, ya que este nos ayuda a reclutar, en el momento de buscar empleados con los mismos valores y rasgos de la empresa.

Existen 5 pasos que nos demuestran la importancia de la cultura organizacional:

- a. Crear una identidad para la empresa.
- b. Mejoras la productividad.
- c. Proyectas una imagen positiva.
- d. Atraes millenials talentosos.
- e. Retienes empleados.

EJEMPLOS DE EMPRESAS DESTACADAS POR LA CULTURA EMPRESARIAL:

Zappos!





CASO PRÁCTICO



1. NOMBRE DE LA MARCA

Catafixia.

ESTE NOMBRE REFLEJA LA SENCILLEZ DE LA MARCA, LA SEGURIDAD Y ESA TRANQUILIDAD QUE LE BRINDAMOS A NUESTROS CLIENTES PARA QUE CONFÍEN EN NOSOTROS Y PUEDAN ADQUIRIR NUESTRO SERVICIO.





2. LOGOTIPO.



3. SLOGAN.

*"Catafixia tus sonrisas y
genera ganancias"*



4. COLORES.



#156C06



#0F3C07

El color verde representa un ambiente de relajación, calma. Además de que se escogió porque representa el color del dinero y refleja la seguridad que brindamos como casa de empeño.

5. PÁGINA WEB.





6. BROCHURE.



8. CULTURA EMPRESARIAL.

MISIÓN

"Brindar la seguridad de proteger tu dinero y bienes"

VISIÓN

"Ser la primera opción de confianza y servicio de la sociedad. "

VALORES

1. Respeto.
2. Honestidad.
3. Confianza.
4. Compromiso.
5. Servicio.
6. Eficiencia.
7. Solidaridad.

CONCLUSIÓN.

La elaboración de un manual de identidad es importante ya que es la herramienta que nos ayuda a darle cuerpo a nuestra empresa, muestra cada elemento importante que esta necesita, pero sin embargo nos muestra quienes somos.

La elección desde el nombre, a los colores, formas de nuestro logo y todo lo que nos representa es importante, nos distingue de la competencia y nos caracteriza, pero nos hace presentes en la mente del consumidor.

La estructura de este manual es como los engranes necesitan de todos, para funcionar correctamente, si uno de ellos falla todo lo demás igual. Nosotros como mercadólogos debemos tener presente en que es lo que queremos que nuestra marca transmita, y que a pesar de que esté presente un cambio corporativo, ya sea de logo o slogan nunca pierda su esencia, ya que eso es lo que hace que nuestros consumidores nos recuerden y nos distinguen de la competencia.

REFERENCIAS.

- PuroMarketing. (27 de Julio de 2016). La influencia de los colores en las marcas y lo que tener en cuenta a la hora de elegirlos. Recuperado de <https://www.puromarketing.com/106/27511/influencia-colores-marcas-loque-tener-cuenta-hora-elegirlos.html>
- Impulsa Popular. (17 de Agosto de 2015). La importancia de contar con una página web de tu empresa. Recuperado de <https://www.impulsapopular.com/marketing/la-importancia-de-contar-con-una-pagina-web-de-tu-empresa/>
- Grupo Exponencial. (23 de Noviembre de 2015). Importancia del Brochure. Recuperado de <https://www.grupoexponencial.com/single-post/2015/11/23/Importancia-del-Brochure>
- Osuna, C. (26 de Septiembre de 2016). La importancia de la señalética. Gráfica y escénica. Recuperado de www.graficayescencia.com/index.php/blog/item/35-la-importancia-de-la-senaletica
- Marrero, B. (s.f.). ¿Porqué es importante la cultura organizacional?. BMAgroup. Recuperado de <https://brendamarreropr.com/por-que-es-importante-la-cultura-organizacional-infografia/>
- URBAN comunicación. (s.f.). La importancia de un buen slogan. Recuperado de <https://urbancomunicacion.com/la-importancia-de-un-buen-slogan/>
- Emrendepyme.net. (s.f.). Elementos de la imagen corporativa. Recuperado de <https://www.emrendepyme.net/elementos-de-la-imagen-corporativa.html>
- Vilardi, R. (29 de Febrero de 2016). Desarrolla la imagen corporativa de tu empresa ¡Y enamora!. wam Global Growth Agents. Recuperado de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/desarrolla-la-imagen-corporativa-de-tu-empresa-y-enamora.html>
- Alba, T. (18 de Agosto de 2016). Imagen corporativa de una empresa:¿Qué es y cómo mejorarla?. Mailrelay. Recuperado de <https://blog.mailrelay.com/es/2016/08/18/imagen-de-una-empresa-que-es-y-como-mejorarla>

- Gestion.org. (s.f.). Cultura Empresarial. Recuperado de <https://www.gestion.org/cultura-empresarial/>
- Bordes, R. (s.f.). ¿Qué importancia tiene el nombre de tu empresa?. Rafa Bordes. Recuperado de <https://www.rafabordes.com/1121/que-importancia-tiene-el-nombre-de-tu-empresa/>
- Elorriaga, G. (9 de Octubre de 2018). Elementos que conforman la imagen corporativa. El blog de retos para ser directivo. Recuperado de <https://retos-directivos.eae.es/elementos-que-conforman-la-identidad-corporativa/>
- : Leopardo, M. (7 de Noviembre de 2017). Señalética corporativa: Qué es, Tipos y Cómo Diseñarla para Tu Negocio. Proyectando tus ideas. Recuperado de <https://duerdigital.com/senaletica-corporativa/>
- Creatiburón. (12 de Julio de 2016). La importancia del logotipo para promocionar tu marca. Recuperado de <https://www.creatiburon.com/la-importancia-del-logotipo-promocionar-marca/>