

## CAPITULO I

### 1.1 Contexto

Encontramos que en el sector norte de la ciudad de Quito, barrio Mariscal Sucre existe un estudio fotográfico que no tiene una buena imagen corporativa y no esta bien posicionada en el mercado.

En la actualidad se ha visto la necesidad de que el estudio fotográfico en el sector norte de Quito presente una buena imagen y calidad para generar mayores beneficios e ingresos económicos.

La empresa Nikon no está posicionada en el mercado ya que no tiene una buena imagen corporativa y sus diseños en su logotipo no son muy llamativos y el grupo objetivo no le toma mucha atención para el grupo objetivo lo que queremos que la empresa nikon genere buenos ingresos y el grupo la reconozca por su imagen y por sus servicios altamente profesionales.

La empresa Nikon quiere llamar la atención y generar buenos ingresos y tener una buena posición en el mercado y no tener mucha competencia ya que la nueva imagen va a estar al nivel de las grandes empresas de fotografía profesional ,

## 1.2 Justificación

Es necesario dar a conocer lo que nuestro estudio fotográfico quiere brindar al grupo objetivo que necesita de nuestros servicios y dar una buena calidad de trabajo para que la empresa tenga mayores beneficios.

El beneficio que brinda la empresa es un trabajo digital y de impresiones de alta calidad para que el grupo objetivo esté completamente satisfecho

Y lo principalmente que la empresa crezca económicamente.

Por medio del manual corporativo queremos dar a conocer a la sociedad sobre la empresa digital Nikon y poder solucionar lo que el grupo objetivo necesite para que esté totalmente satisfecho.

1“En estos últimos años la empresa Nikon no ha generado buenos ingresos a la empresa ya que no está llamando la atención del grupo objetivo. Y con la realización del manual corporativo y su nueva imagen los beneficiados directos son los dueños de la empresa. Los beneficiados indirectos son la sociedad ya que el estudio fotográfico no es reconocido y los clientes desconocen de los beneficios de la empresa Nikon.

## Capítulo II

### 2.1 Identificación de involucrados



Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## 2.2 ANALISIS Y SELECCIÓN CON LOS INVOLUCRADOS

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
<b>investigador</b>	Imagen corporativa al estudio fotográfico para que sea reconocido por el grupo objetivo.	El estudio estudio carece de una imagen corporativa y un buen posicionamiento en el mercado.	Conocimientos en software de diseño grafico en fotografía serigrafía.	Obtener un titulo de tecnólogo en diseño grafico, y con mi carrera aportar a la sociedad.	
<b>Beneficiarios directos</b>	Cambiar la imagen corporativa de la empresa foto nikon	Carencia de dinero para las impresiones fotográficas.	Conocimientos en fotografía profesional.	Su nueva imagen corporativa de la empresa de resultados e ingresos.	Carencia de dinero para pagar al personal.
<b>Auxiliares</b>	Que la imagen corporativa de resultados para la empresa foto nikon.	La empresa no tiene ingresos y no pueden pagar a los auxiliares de sus servicios.	Conocimientos en ventas de fotos y eventos.	Que con la nueva imagen corporativa ellos puedan seguir trabajando.	Que los auxiliares se queden sin trabajar.
<b>Proveedores</b>	Que la empresa foto nikon no va a pedir material para sus impresiones.	Que la empresa ya no va a utilizar su material para imprimir fotografías.	Proveedores de un material fotográfico especial para las impresiones de fotografías de alta resolución.	La imagen corporativa e identidad puedan suplir esas necesidades del estudio fotográfico nikon.	Que ya no va a distribuir papeles fotográficos a la empresa foto nikon.

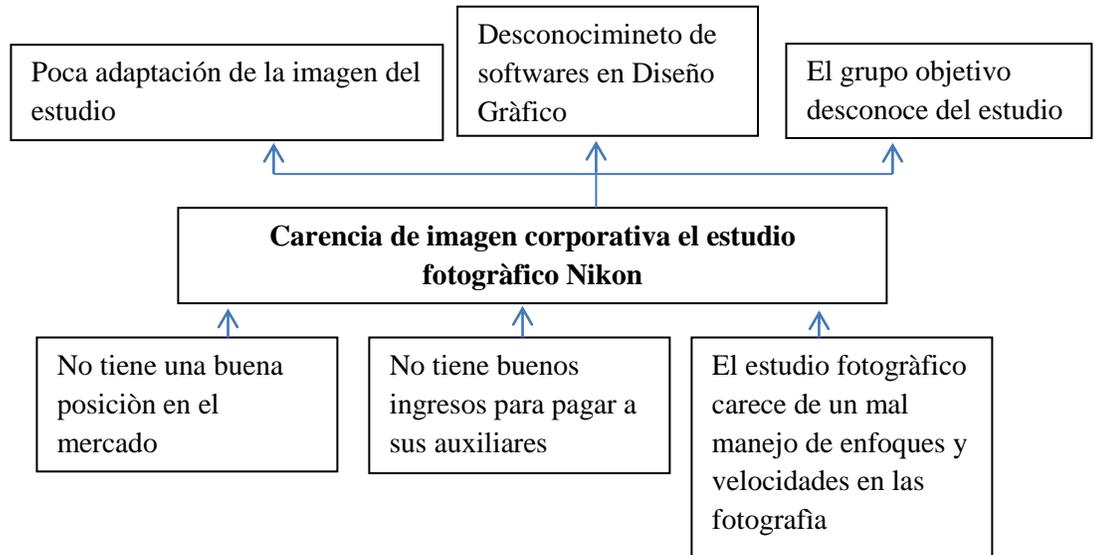
Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

<b>Técnicos</b>	La empresa foto nikon no podrá hacer mantenimiento de sus maquinas fotográficas.	La empresa no tiene ingresos no pueden dar mantenimiento a las maquinas de trabajo.	Especializados altamente preparados en maquinas fotográficas.	Que con el nuevo rediseño e imagen corporativa pueda posicionarse en el mercado.	La empresa foto nikon no podrá mantener las maquinas en buen estado.
<b>Clientes</b>	Que por medio de la imagen corporativa tenga resultados para que sea reconocida.	Carece de una buena identidad e imagen corporativa no habido suficientes ingresos a la empresa foto nikon	Personas profesional que adquieren servicios de la empresa foto nikon.	Por medio de la imagen corporativa nuestros clientes confien mas en la calidad de trabajos que da la empresa foto estudio nikon	

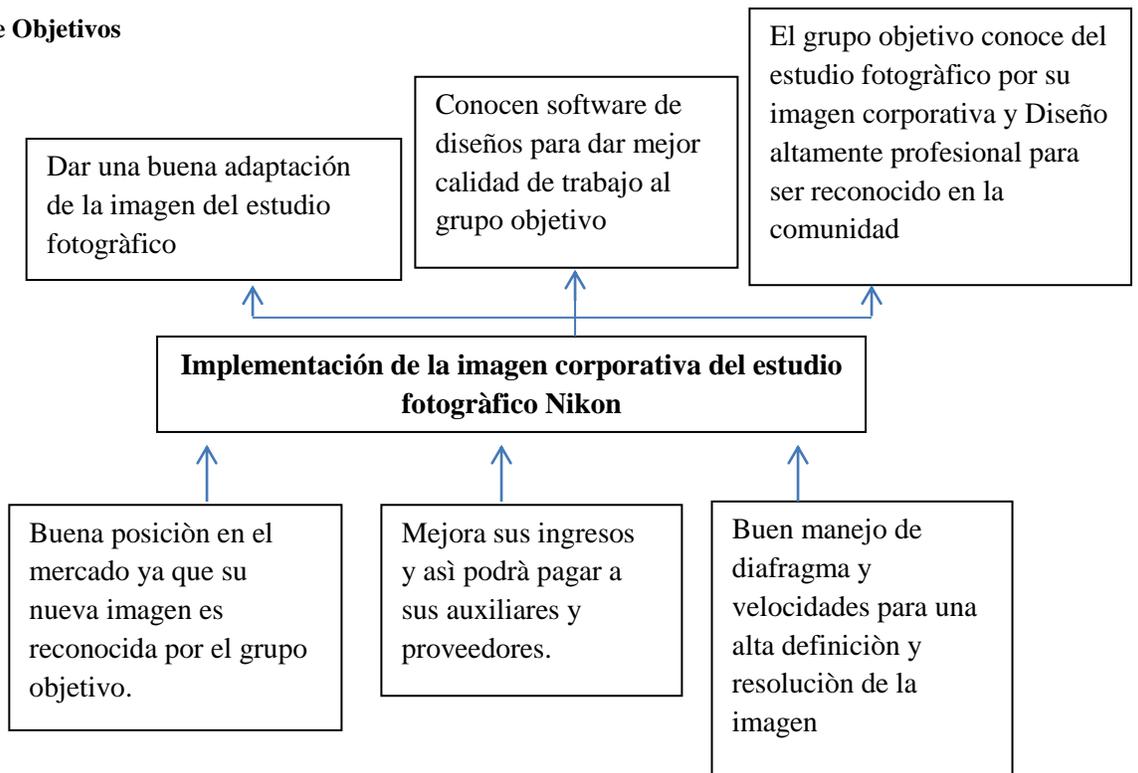
Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

### Capítulo III

#### 3.1 Árbol de Problemas



#### 3.2 Árbol de Objetivos

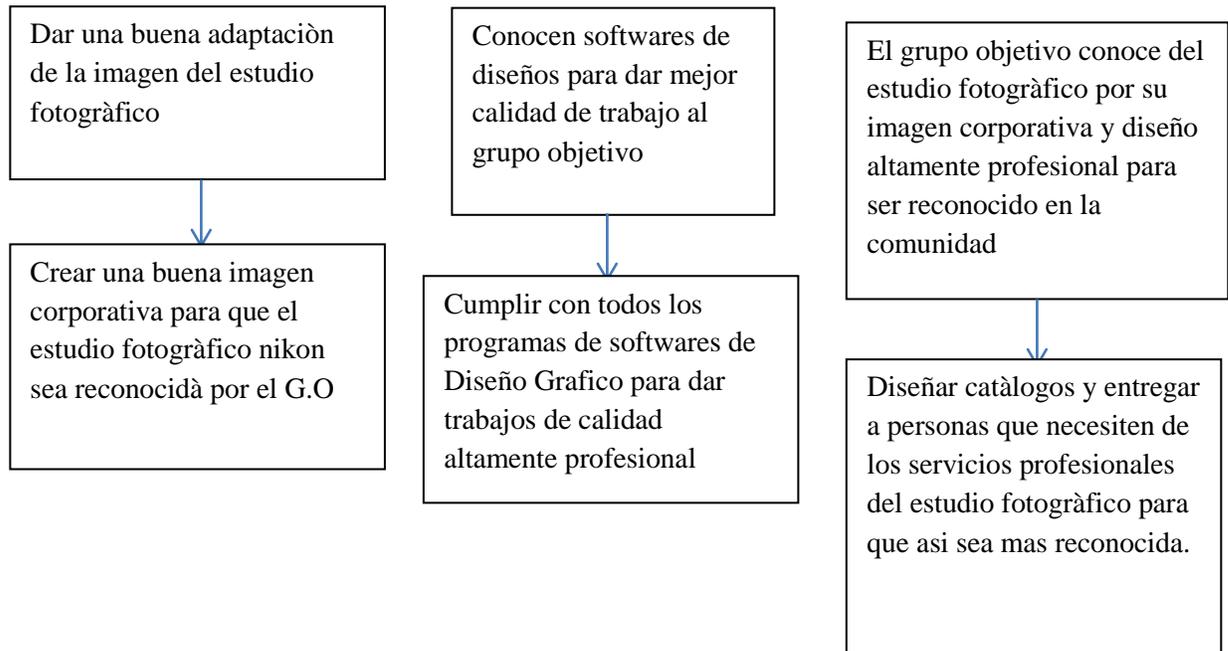


Identidad e imagen corporativa para un estudio fotogràfico Implementaciòn de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotogràfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Capítulo VI

### ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

#### 4.1 Acciones e identificación de alternativas



#### 4.2 Tamaño del Proyecto Alcance

El proyecto se encuentra ubicado en la Orellana 1848 y 10 de Agosto al norte del Distrito Metropolitano de la Ciudad de Quito, en la Parroquia benalcázar, en el sector de la pradera.

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotogràfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotogràfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

### **4.3 Localización del Proyecto geográfico**

Este proyecto se encuentra ubicado en el sur de Quito del Distrito metropolitano de la Ciudad de Quito.

Este proyecto toma lugar en el sector sur de la ciudad ya que hay más casos de abandonos y maltratos de animales por ello hay que promover el NO MALTRATO NI ABANDONO en ese sector.

### **4.4 Análisis Ambiental**

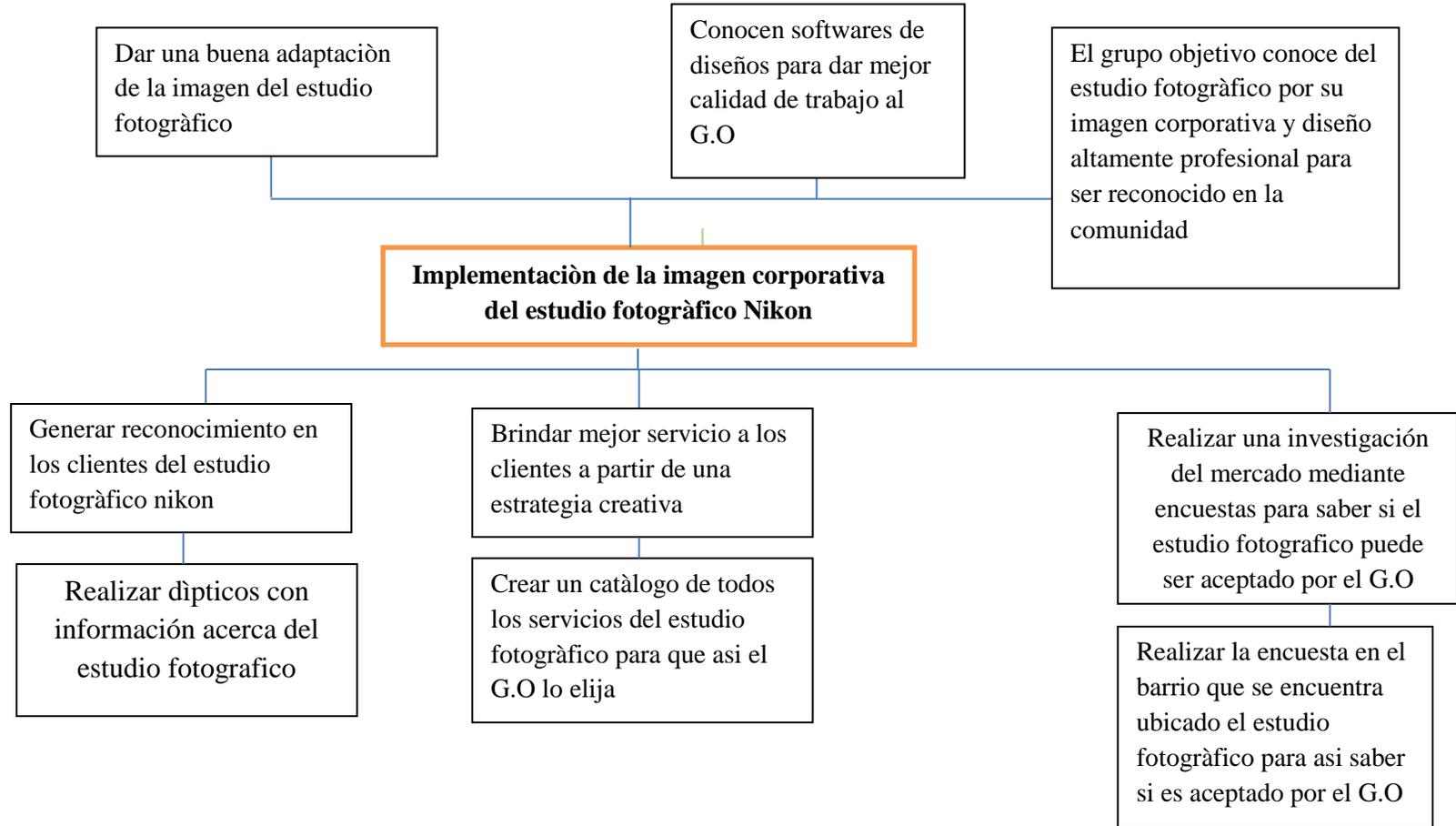
Algunos papeles fotográficos o los reveladores y sus máquinas contaminan el medio ambiente y esto genera muchas enfermedades altamente peligrosas que llevan a la muerte por ello se generará piezas gráficas con material reciclable, de esta manera poder evitar la contaminación en el medio ambiente ya que hay muchas enfermedades en las personas por la intensidad que tiene el olor de los químicos que contienen estos papeles.

#### 4.5 Análisis de Alternativas

Objetivo	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Generar reconocimiento en los clientes del estudio fotográfico Nikon	4	3	4	3	2	16	Medio
Brindar mejor servicio a los clientes a partir de una estrategia creativa	4	4	3	3	1	15	Medio
Realizar dpticos con información acerca del estudio fotográfico	5	5	4	4	2	20	Alto
Realizar una investigación del mercado mediante encuestas para saber si el estudio fotográfico puede ser aceptado por el G.O	4	3	3	2	2	14	Bajo
Crear un catalogo de todos los servicios del estudio fotográfico para que así el G.O la elija	4	3	4	3	2	16	Medio
Realizar la encuesta en el barrio que se encuentra ubicado el estudio fotográfico para así saber si es aceptado por el G.O	5	4	5	4	1	19	Alto

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

**4.6 Diagrama de Estrategias**



Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

#### 4.7 Construcción de Matriz de Marco Lógico

##### a. Revisión de Criterios para los Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
F1	Dar una buena adaptación de la imagen del estudio fotográfico	Reportes de que hay una buena adaptación de la imagen	80%	4	Cada mes	Quito	Jesus Arias gerente
F2	Conocen software de diseños para dar mejor calidad de trabajo al G.O	Reportes de que los programas de diseño grafico estén siempre actualizados	75%	4	Cada mes	Quito	David Nogales
F3	El grupo objetivo conoce del estudio fotográfico por su imagen corporativa y diseño altamente profesional para ser reconocido en la comunidad	Reportes de que el grupo objetivo conoce el estudio fotográfico	85%	5	Cada mes	Quito	David Nogales

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
<b>P1</b>	Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	Imagen corporativa del estudio fotográfico	70%	4	Cada 2 meses	Quito	David Nogales

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
<b>C1</b>	Generar reconocimiento en los clientes del estudio fotográfico nikon	Reportes de que la imagen corporativa esta siendo reconocida por el G.O	75%	3	Cada 2 meses	Quito	Jesus Arias gerente
<b>C2</b>	Brindar mejor servicio a los clientes a partir	Clientes hablan bien de los servicios de la empresa	75%	3	Cada 2 meses	Quito	David Nogales

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

	de una estrategia creativa						
<b>C3</b>	Realizar una investigación del mercado mediante encuestas para saber si el estudio fotográfico puede ser aceptado por el G.O	Reportes de las encuestas para saber si el estudio fotográfico es aceptado por el G.O	85%	5	Cada 2 meses	Quito	David Nogales

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
<b>A1</b>	Realizar dípticos con información acerca del estudio fotográfico	Conocimientos de fotografía profesional	80%	4	2 meses	Quito	Jesus Arias gerente
<b>A2</b>	Crear un catalogo de todos los servicios del estudio fotográfico para que así el G.O lo elija	Reportes de que el catalogo esta bien estructurado con todos los servicios de estudio fotográfico	85%	5	2 meses	Quito	David Nogales

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

<b>A3</b>	Realizar la encuesta en el barrio que se encuentra ubicado el estudio fotográfico para así saber si es aceptado por el G.O	Imagen corporativa del estudio fotográfico	75%	3	2 meses	Quito	David Nogales
-----------	--	--	-----	---	---------	-------	---------------

**b. Selección de Indicadores.**

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
<b>F1</b>	Dar una buena adaptación de la imagen del estudio fotográfico	Reportes de que hay una buena adaptación de la imagen	X			X	X	3	si
<b>F2</b>	Conocen software de diseños para dar mejor calidad de trabajo al G.O	Reportes de que los programas de diseño grafico estén siempre actualizados	X	X			X	3	Si
<b>F3</b>	El grupo objetivo conoce del estudio fotográfico por su imagen corporativa y diseño altamente profesional para ser reconocido en la comunidad	Reportes de que el grupo objetivo conoce el estudio fotográfico	X	X			X	3	si

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
P1	Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	X	X			X	3	si

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
C1	Generar reconocimiento en los clientes del estudio fotográfico nikon	Reportes de que la imagen corporativa esta siendo reconocida por el G.O	X		X	X	X	4	si
C2	Brindar mejor servicio a los clientes a partir de una estrategia creativa	Clientes hablan bien de los servicios de la empresa	X			X	X	3	si
C3	Realizar una investigación del mercado mediante encuestas para saber si el estudio fotográfico	Reportes de las encuestas para saber si el estudio fotográfico es aceptado por el G.O	X	X		X	X	4	si

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

	<p>puede ser aceptado por el G.O</p>								
--	--------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN	
			A	B	C	D	E			
A1	Realizar dpticos con información acerca del estudio fotográfico	Conocimientos de fotografía profesional	X	X				X	3	si
A2	Crear un catalogo de todos los servicios del estudio fotográfico para que así el G.O lo elija	Reportes de que el catalogo esta bien estructurado con todos los servicios de estudio fotográfico	X	X				X	3	si
A3	Realizar la encuesta en el barrio que se encuentra ubicado el estudio fotográfico para así saber si es aceptado por el G.O	Imagen corporativa del estudio fotográfico	X	X	X			X	4	si

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

**c. Medios de Verificación**

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
<b>F1</b>	Dar una buena adaptación de la imagen del estudio fotográfico	Reportes de que hay una buena adaptación de la imagen	Libros	Encuestas	cuantitativo	Cada 3 meses	David Nogales
<b>F2</b>	Conocen software de diseños para dar mejor calidad de trabajo al G.O	Reportes de que los programas de diseño grafico estén siempre actualizados	Información internet	cuestionarios	cualitativo	Cada 3 Meses	David Nogales
<b>F3</b>	El grupo objetivo conoce del estudio fotográfico por su imagen corporativa y diseño altamente profesional para ser reconocido en la comunidad	Reportes de que el grupo objetivo conoce el estudio fotográfico	literatura	entrevistas	cualitativo	Cada 3 meses	David Nogales

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
C1	Generar reconocimiento en los clientes del estudio fotográfico Nikon	Reportes de que la imagen corporativa esta siendo reconocida por el G.O	Información web	Encuestas	cuantitativo	Cada 3 meses	David Nogales
C2	Brindar mejor servicio a los clientes a partir de una estrategia creativa	Cientes hablan bien de los servicios de la empresa	libros	cuestionarios	cualitativo	Cada 3 meses	David Nogales
C3	Realizar una investigación del mercado mediante encuestas para saber si el estudio fotográfico puede ser aceptado por el G.O	Reportes de las encuestas para saber si el estudio fotográfico es aceptado por el G.O	Información web	Encuestas	Estadístico	Cada 3 meses	David Nogales

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				Responsable
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	
P1	Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	Información web	entrevistas	cualitativo	Cada 2 meses	David Nogales

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				Responsable
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	
A1	Realizar dípticos con información acerca del estudio fotográfico	Conocimientos de fotografía profesional	Información web	cuestionarios	cuantitativo	Cada 2 meses	David Nogales
A2	Crear un catalogo de todos los servicios del estudio	Reportes de que el catalogo esta bien estructurado	libros	Encuestas	Estadístico	Cada 2 meses	David Nogales

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

	fotográfico para que así el G.O lo elija	con todos los servicios de estudio fotográfico					
<b>A3</b>	Realizar la encuesta en el barrio que se encuentra ubicado el estudio fotográfico para así saber si es aceptado por el G.O	Imagen corporativa del estudio fotográfico	libros	Encuestas	Estadístico	Cada 2 meses	David Nogales

**d. Supuestos**

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			FINANCIERO	POLITICO	SOCIAL	AMBIENTAL	LEGAL
<b>F1</b>	Dar una buena adaptación de la imagen del estudio fotográfico	Que la nueva imagen corporativa sea reconocida por el G.O	4	2	4	2	3
<b>F2</b>	Conocen software de diseños para dar mejor calidad de trabajo al G.O	El G.O sabrá que el estudio fotográfico tiene todos los programas de diseño grafico	4	2	3	1	2

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

<b>F3</b>	El grupo objetivo conoce del estudio fotográfico por su imagen corporativa y diseño altamente profesional para ser reconocido en la comunidad	El grupo objetivo conoce el estudio fotográfico por sus diseños y por sus trabajos de buena calidad	3	2	4	1	2
-----------	---	---	---	---	---	---	---

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			FINANCIERO	POLITICO	SOCIAL	AMBIENTAL	LEGAL
<b>P1</b>	Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	Que la nueva imagen corporativa sea reconocida por el g.o ya que va a estar posicionada en el mercado	4	2	3	1	3

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			FINANCIERO	POLITICO	SOCIAL	AMBIENTAL	LEGAL
C1	Generar reconocimiento en los clientes del estudio fotográfico nikon	El estudio fotográfico será reconocido por los clientes que deseen de los servicios fotográficos	3	2	4	2	3
C2	Brindar mejor servicio a los clientes a partir de una estrategia creativa	Los clientes preferirán los servicios del estudio fotográfico por sus trabajos altamente profesionales	4	2	4	2	3
C3	Realizar una investigación del mercado mediante encuestas para saber si el estudio fotográfico puede ser aceptado por el G.O	Por medio de la investigación de mercado sabremos que los clientes aceptan los servicios que ofrece el estudio fotográfico	4	1	3	2	3

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			FINANCIERO	POLITICO	SOCIAL	AMBIENTAL	LEGAL
A1	Realizar dípticos con información acerca del estudio fotográfico	Por medio de la información el G.O sabrá en donde queda para solicitar sus servicios profesionales	4	2	3	1	3
A2	Crear un catalogo de todos los servicios del estudio fotográfico para que así el G.O lo elija	El G.O solicitara sus servicios ya que sus trabajos son altamente profesionales	4	2	4	1	3
A3	Realizar la encuesta en el barrio que se encuentra ubicado el estudio fotográfico para así saber si es aceptado por el G.O	El estudio fotográfico sabrá lo que el G.O necesita que le ofrezcan para así dar un mejor servicio	3	2	5	2	3

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

### Matriz marco lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Dar una buena adaptación de la imagen del estudio fotográfico	Reportes de que hay una buena adaptación de la imagen	Encuestas	Que la nueva imagen corporativa sea reconocida por el G.O
Conocen software de diseños para dar mejor calidad de trabajo al G.O	Reportes de que los programas de diseño grafico estén siempre actualizados	Cuestionarios	El grupo objetivo sabrá que el estudio fotográfico tiene todos los programas de diseño grafico
El grupo objetivo conoce del estudio fotográfico por su imagen corporativa y diseño altamente profesional para ser reconocido en la comunidad	Reportes de que el grupo objetivo conoce el estudio fotográfico	Entrevistas	El grupo objetivo conoce el estudio fotográfico por sus diseños y por sus trabajos de buena calidad
Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	Implementación de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon	Información web	Que la nueva imagen corporativa sea reconocida por el g.o ya que va a estar posicionada en el mercado
Generar reconocimiento en los clientes del estudio fotográfico Nikon	Reportes de que la imagen corporativa esta siendo reconocida por el G.O	Encuestas	El estudio fotográfico será reconocido por los clientes que deseen de los servicios fotográficos

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

Brindar mejor servicio a los clientes a partir de una estrategia creativa	Clientes hablan bien de los servicios de la empresa	Cuestionarios	Los clientes preferirán los servicios del estudio fotográfico por sus trabajos altamente profesionales
Realizar una investigación del mercado mediante encuestas para saber si el estudio fotográfico puede ser aceptado por el G.O	Reportes de las encuestas para saber si el estudio fotográfico es aceptado por el G.O	Encuestas	Por medio de la investigación de mercado sabremos que los clientes aceptan los servicios que ofrece el estudio fotográfico
Realizar dípticos con información acerca del estudio fotográfico	Conocimientos de fotografía profesional	Información web	Por medio de la información el G.O sabrá en donde queda para solicitar sus servicios profesionales
Crear un catalogo de todos los servicios del estudio fotográfico para que así el G.O lo elija	Reportes de que el catalogo esta bien estructurado con todos los servicios de estudio fotográfico	Encuestas	El G.O solicitara sus servicios ya que sus trabajos son altamente profesionales
Realizar la encuesta en el barrio que se encuentra ubicado el estudio fotográfico para así saber si es aceptado por el G.O	Imagen corporativa del estudio fotográfico	Cuestionarios	El estudio fotográfico sabrá lo que el G.O necesita que le ofrezcan para así dar un mejor servicio

## Capítulo V LA PROPUESTA

### 5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta (AREA CORPORATIVA).

La imagen corporativa se compone de diversos elementos vinculados a la percepción. Por un lado, es posible distinguir elementos visuales, como un logotipo, un determinado color, una tipografía, etc. Se espera que la gente, al observar estas imágenes, piense inmediatamente en la empresa.

Otros factores que hacen a la imagen corporativa son más bien abstractos y apuntan a generar sensaciones o emociones que las personas terminan asociando con la marca. La imagen corporativa de una compañía, en este sentido, también se compone de las acciones solidarias que se hacen en nombre de ésta o de los eventos que la empresa decide auspiciar

a imagen corporativa también está influida por agentes externos, como los medios de comunicación, los sindicatos o las organizaciones no gubernamentales que emiten opiniones públicas y que pueden incidir en la percepción de la población.

### 5.2 Descripción de la herramienta.

Las herramientas utilizadas para la realización del proyecto en base al área corporativa es una computadora con software de diseño como adobe ilustrador adobe photoshop, estas son todas las herramientas que se utilizara para la realización del proyecto.

### 5.3 Formulación del proceso de aplicación

La nueva identidad corporativa se aplicará en el estudio fotográfico Nikon, lo cual conlleva realizar varios procesos de implementación aplicando principios básicos de forma y diseño color, composición se realizaran varios bocetos considerando la imagen el foto estudio nikon, desea proyectar a sus clientes y de ellos se destinan uno para implementarlo y que sea su nueva imagen.

## **Área corporativa**

### **Análisis de la imagen Corporativa**

La nueva imagen del estudio fotográfico Nikon tiene una imagen bien estructurada ya que al grupo objetivo le ha llamado bastante la atención tanto por sus colores y su diseño único y le tiene realmente impactado ya que su imagen a generado impacto en la mente de los consumidores.

### **Análisis de la identidad Corporativa**

Es el conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa (marca) y sus componentes visuales tales como colores, símbolos y tipografías, en el plano del diseño en elementos de tipo bidimensional, tales como papelería, folletos, la parte esencial de la identidad de una empresa, es la coherencia en sus comunicaciones internas y externas, que tiene por objetivo, establecer los elementos comunicacionales, las formas y a enseñar a construir las para mantenerlas en el tiempo, debido a que el afianzamiento de la marca se logra con el respeto de las normas y formas, otorgando visualmente los mejores resultados el manual de identidad es un documento normativo que debe guiar las actuaciones de la empresa. Por tanto, el manual es una guía práctica, que debe marcar con claridad los criterios a seguir para la aplicación de un programa de identidad. El objetivo del manual corporativo es su implementación real, llevando a la práctica su contenido normativo, a partir de un plan que incluya fechas y métodos de aplicación. Debe pensarse que la identidad afecta a toda la empresa, a todo lo que esta hace o produce, dice o proyecta. Por eso la aplicación del manual debe estar encarada desde arriba hacia abajo, desde los niveles más altos, hasta el último empleado.

Al grupo objetivo le ha llamado bastante la atención por la calidad de trabajo que realiza el estudio fotográfico ya que lo reconocen por sus buenos servicios y trabajos altamente profesionales

## **Análisis de la Comunicación Corporativa**

La Comunicación Corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente.

la Comunicación Corporativa se ha convertido en uno de los elementos estratégicos más importantes de las organizaciones para lograr los objetivos finales que se han propuesto. La expresión "Comunicación Corporativa" ha sido utilizada de muchas maneras, y principalmente para denominar la comunicación de carácter institucional de una empresa u organización. En nuestro caso, este concepto tiene una significación mucho más amplia y profunda.

El grupo objetivo ya conoce la imagen del estudio fotográfico ya que su imagen es clara y concisa para el grupo objetivo que desee los servicios fotográficos.

### Desarrollo

#### **Análisis del Logotipo anterior**



El logotipo de foto Nikon no tiene colores que llame la atención del grupo objetivo ya que su logotipo es completamente sencillo y su tipografía tampoco hace que los consumidores le pongan atención



## Presentación del nuevo logotipo



El nuevo logotipo de la empresa foto Nikon cuenta con un diafragma dibujado en el cual se ve un lente de cámara esto llamara mucho la atención y sus colores van a causar un gran impacto al grupo objetivo.

### Tipo de rediseño que aplica

Sea aplicado un diseño enfocado en un lente de cámara profesional en el logotipo, de la empresa Nikon por lo cual esto va a llamar la atención al grupo objetivo tanto por sus colores y su diseño y sea realizado una estilización de un lente de una cámara fotográfica y sea utilizado el color cyan.

### Full Color



La Empresa Estudio Nikon presenta su nuevo logotipo que facilitara la comprensión del grupo objetivo y de sus diferentes y nuevas aplicaciones los objetivos de la empresa Nikon es ofrecer el mejor servicio y entregar a nuestros clientes un buen trabajo fotográfico y profesional.

### Escala de Grises



Al logotipo se lo ha cambiado de color a escala de grises de esta manera

este color servirá para las impresiones en serigrafía.

## Positivo y negativo

### Positivo



La marca en positivo la utilizamos cuando se trate de imprimir en serigrafía y promocionales

### Negativo



La marca en negativo se la utilizara cuando se trate de imprimir en sellos

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Modos de Color

LOGOTIPO POSITIVO



LOGOTIPO NEGATIVO



LOGOTIPO PLATEADO



LOGOTIPO A FULL COLOR



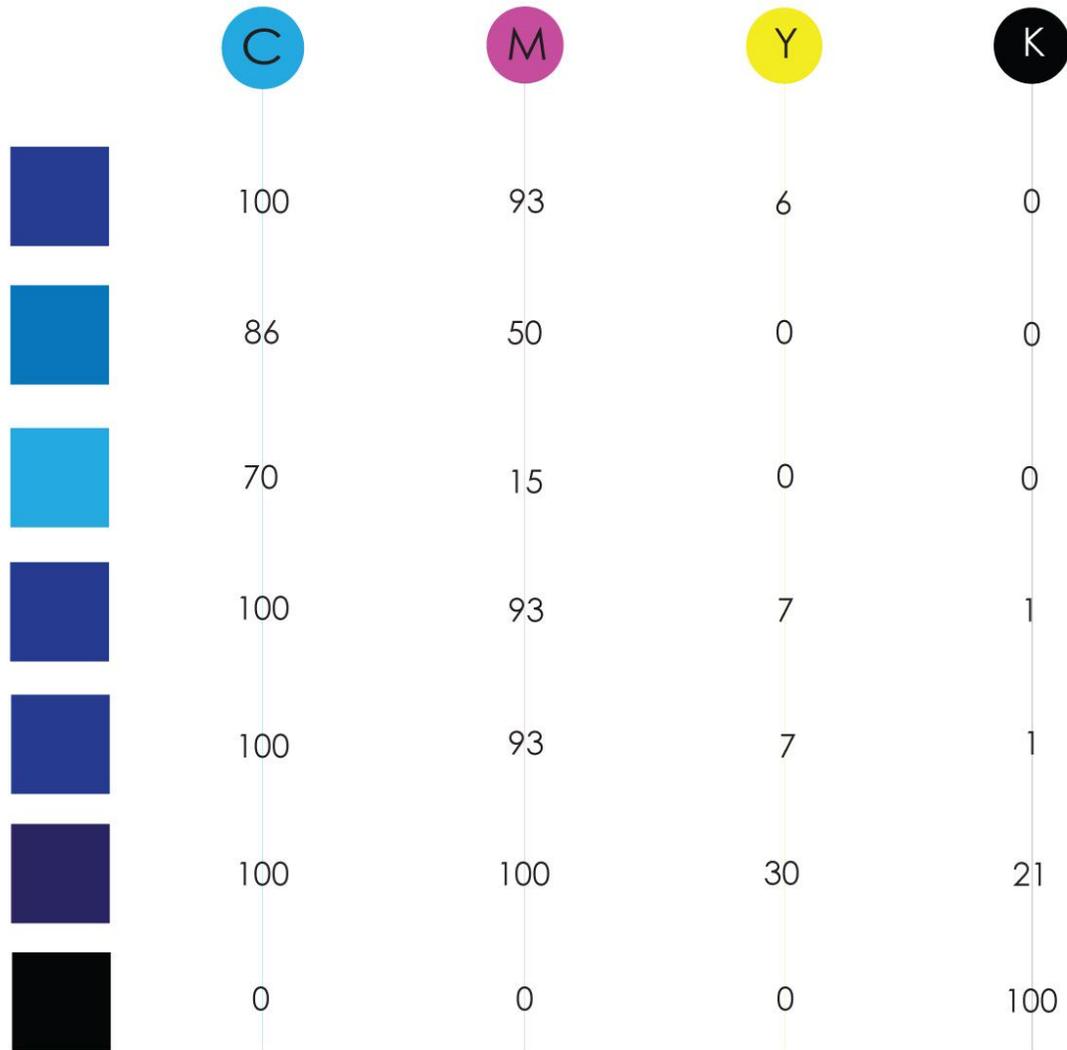
LOGOTIPO EN AZUL



LOGOTIPO EN GRIS

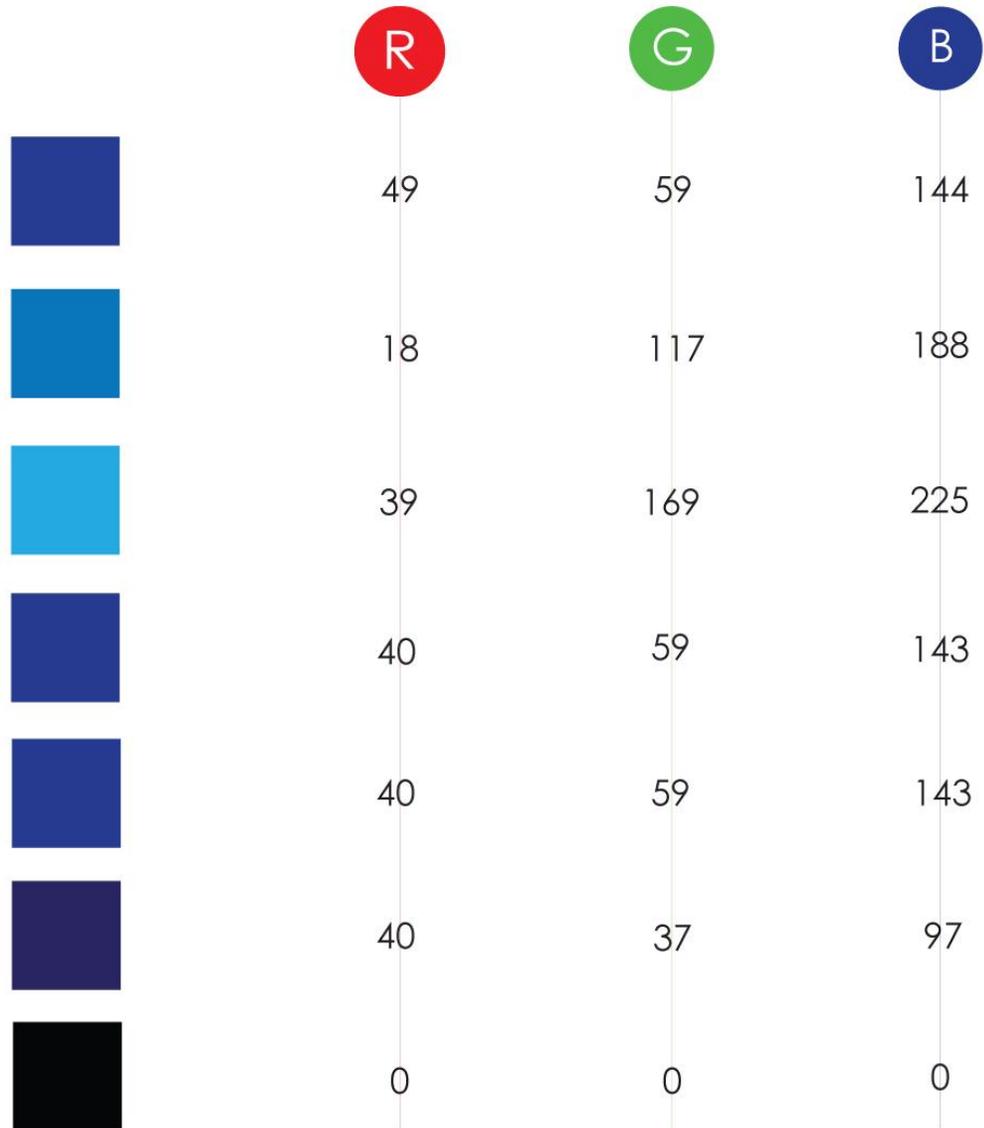


**CMYK**



Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

**RGB**



Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## PANTONES



Pantone solid coated 2746 C



Pantone solid coated 2935 C



Pantone solid coated 312 C



Pantone solid coated 2748 C



Pantone solid coated 2748 C



Pantone solid coated 2695 C



Pantone solid coated 419 C

## Disposiciones Correctas e incorrectas

### Disposición correcta



El uso correcto del logotipo de la empresa digital no permitirá ningún cambio en su composición o estructura respetando así el lugar y espacio utilizando al momento de su creación, por lo tanto es incorrecto la deformación en cualquier sentido del tamaño del logotipo

### Disposición incorrecta



Al logotipo no se le puede cambiar su composición ni su estructura ya que si se lo cambiara ya no causaría impacto al grupo objetivo y no llamaría la atención.

## Fondos Correctos e incorrectos

### Fondo correcto

El logotipo full color de la empresa estudio digital NIKON podrá ser utilizado en fondos claros y oscuros tomando en cuenta colores que permitan al logotipo el impacto necesario y tratar de que no pierda o pase desapercibido visualmente también será muy importante el uso correcto en los fondos corporativos; el no usar colores en las mismas tonalidades del logotipo.



## Fondos incorrectos

El logotipo full color de la empresa digital NIKON no será utilizado en fondos que sean de la misma gama y tonalidad ya que si se usaría ocasionaría la pérdida visual del logotipo además no se utilizará fondos degradados que opaquen o carguen demasiado la estructura visual del logotipo.



## Papelería

### Tarjeta de presentación



Formato: 9x5,5  
Tipo de papel: Papel couche de 250 gr  
Tipo de impresión: offset

## Hoja membretada



Formato: A4  
Tipo de papel: Papel bond de 75 gr  
Tipo de impresión: offset

## Factura



Formato: 15x16 cm  
Tipo de papel: papel bond 60 gr y papel químico  
Tipo de impresión: offset

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Nota de pedido

Formulario de Orden de Pedidos Especiales de Nikon Estudio Fotográfico. El formulario incluye:

- Logo de Nikon Estudio Fotográfico y el título "ORDEN DE PEDIDOS ESPECIALES".
- Campos para "Recibido de:" (Nombre, Dirección, Ciudad) y "Fecha:" (Fecha, Teléfono).
- Tabla con columnas: CANTIDAD, DESCRIPCIÓN, PRECIO UNITARIO, y MONEDA.
- Logo de Nikon Estudio Fotográfico en el centro de la tabla.
- Campos para "IMPORTE COPIA EXTRA", "FECHA DE ENTREGA", "FORMA DE PAGO", and "ANTICIPADO".
- Campos para "VALOR", "SUBTOTAL", "I.V.A.", and "TOTAL".
- Sección de "FIRMA DE CONFORMIDAD" con un espacio para la firma.
- Notas de condiciones de venta y pago.

Formato: 15x16 cm  
 Tipo de papel: Papel bond 60 gr y papel quimico  
 Tipo de impresión: offset

## Nota de venta

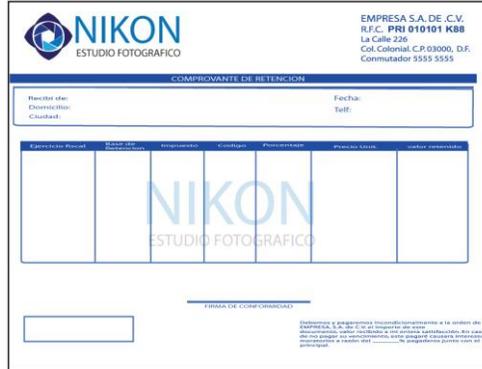
Formulario de Remisión de Nikon Estudio Fotográfico. El formulario incluye:

- Logo de Nikon Estudio Fotográfico y el título "REMISIÓN".
- Logo de EMPRESA S.A. DE C.V. y sus datos de contacto: R.F.C. PRI 010101 KBB, La Calle 226, Col. Colonial, C.P. 03000, D.F. Compucenter 5339 5335.
- Campos para "Recibido de:" (Nombre, Dirección, Ciudad) y "Fecha:" (Fecha, Teléfono).
- Tabla con columnas: CANTIDAD, DESCRIPCIÓN, PRECIO UNITARIO, and MONEDA.
- Logo de Nikon Estudio Fotográfico en el centro de la tabla.
- Campos para "SUBTOTAL", "I.V.A.", and "TOTAL".
- Sección de "FIRMA DE CONFORMIDAD" con un espacio para la firma.
- Notas de condiciones de venta y pago.

Formato: 15x16 cm  
 Tipo de papel: Papel bond 60 gr y papel quimico  
 Tipo de impresión: offset

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Hoja de retenciones



**NIKON**  
ESTUDIO FOTOGRAFICO

EMPRESA S.A. DE C.V.  
R.F.C. PRI 010101 K88  
La Calle 230  
Col. Colonial, C.P. 03000, D.F.  
Commutador 5555 5555

**COMPROBANTE DE RETENCION**

Recibe con:  
Características:  
Cantidad:

Fecha:  
Tel#:

Especificación Técnica	Cantidad	Emplazamiento	Exposición	Procesamiento	Impresión Color	Otros comentarios
<b>NIKON</b> ESTUDIO FOTOGRAFICO						

**FIRMA DE COMPROBANTE**

Indicaciones y obligaciones: Este documento es propiedad de la empresa que lo emite. No debe ser utilizado para fines ajenos a los que fue diseñado. En caso de ser utilizado para fines ajenos a los que fue diseñado, la empresa no se responsabiliza por los daños que se ocasionen.

Formato: 15x20 cm  
 Tipo de papel: Papel bond 60 gr y papel químico  
 Tipo de impresión: offset

## Sobre tipo carta



**NIKON**  
ESTUDIO FOTOGRAFICO

De: Dirección de Fines Artísticos y Publicidad  
Tel: 5555 5555  
www.nikon.com.mx

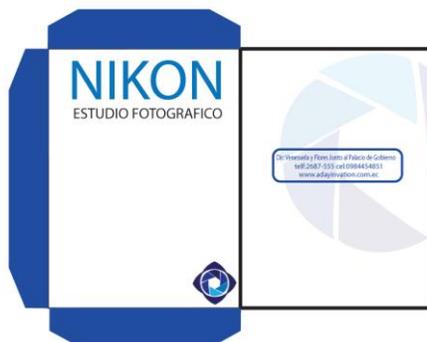
Este servicio a sido desarrollado por:

- Dirección de Fines Artísticos y Publicidad
- Dirección de Marketing
- Dirección de Operaciones
- Departamento de Recursos Humanos
- Oficina de Asesoría Jurídica
- Oficina de Atención al Cliente
- Oficina de Mantenimiento
- Oficina de Seguridad
- Oficina de Sistemas de Información
- Oficina de Trabajo Social
- Oficina de Turismo
- Oficina de Vigilancia y Seguridad Patrimonial
- Oficina de Vinculación y Relaciones Comunitarias
- Oficina de Vinculación y Relaciones Externas
- Oficina de Vinculación y Relaciones Internas
- Oficina de Vinculación y Relaciones Institucionales
- Oficina de Vinculación y Relaciones Laborales
- Oficina de Vinculación y Relaciones Políticas
- Oficina de Vinculación y Relaciones Sociales
- Oficina de Vinculación y Relaciones Sindicales
- Oficina de Vinculación y Relaciones Universitarias
- Oficina de Vinculación y Relaciones con el Poder Judicial
- Oficina de Vinculación y Relaciones con el Poder Legislativo
- Oficina de Vinculación y Relaciones con el Poder Ejecutivo
- Oficina de Vinculación y Relaciones con el Poder Judicial Federal
- Oficina de Vinculación y Relaciones con el Poder Legislativo Federal
- Oficina de Vinculación y Relaciones con el Poder Ejecutivo Federal

Formato: A4  
 Tipo de papel: Papel bond 90 gr  
 Tipo de impresión: offset

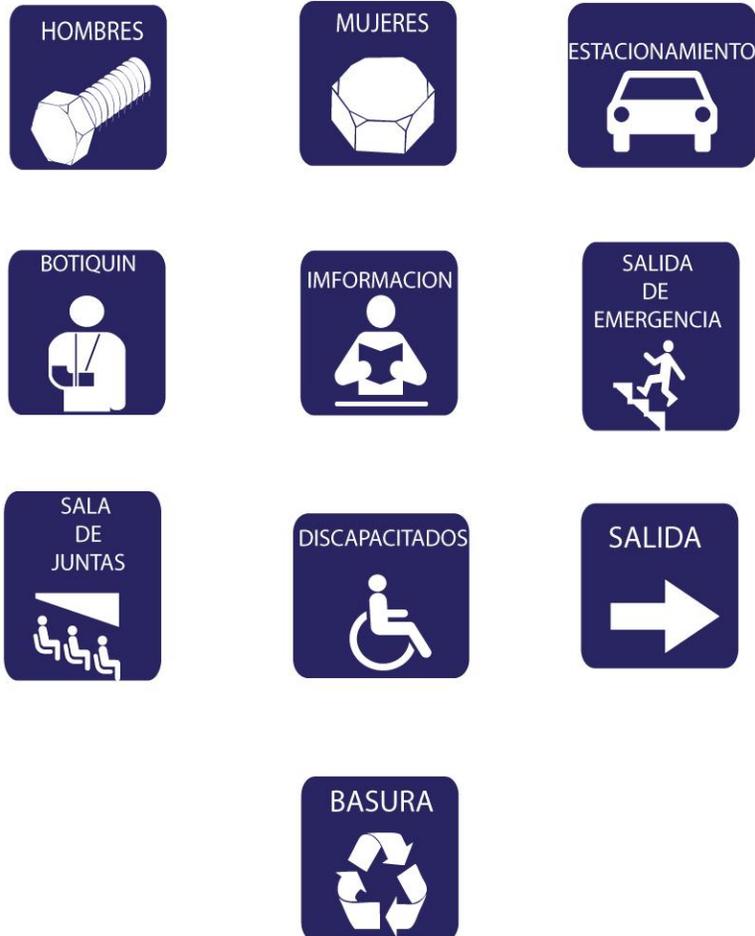
Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Sobre Manila



Formato: A4  
Tipo de papel: Papel bond 90 gr  
Tipo de impresión: offset  
Acabados : relieve en el logotipo  
**Señalética**

## Señalética



Para la composición de la señalización empresarial o señalética se utilizara el color azul la cual son colores de la empresa La señalética se realizara en material adhesivo y se colocara en una base de vidrio.

## Uniforme femenino



imagen #1 Elaborado por David Nogales

Para los uniformes del personal se lo ha hecho en material de tela de color blanco con diferentes texturas distinguiendo los uniformes para el personal femenino del masculino.

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

## Uniforme masculino



imagen #2 Elaborado por David Nogales

Para los uniformes del personal se lo hecho en material de tela con diferentes texturas distinguiendo los uniformes para personal femenino del masculino.

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## POP



Reloj Analógico



Bolso



Lápiz

Esferos

imagen #3 Elaborado por David Nogales

Para la ubicación correcta del logotipo se ha optado por dos maneras, poner el logotipo a full color y en ciertos artículos que se merezcan ese uso y en los demás logotipos en tonalidades positivas y negativas para que con estas pueda abarcar el mensaje en la publicidad.

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Transporte de carga fotográfica



imagen #4 Elaborado por David Nogales

Se utilizará el logotipo en full color en la parte externa de los vehículos, de esta manera se logrará un impacto visual positivo para recordar el logotipo.

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

Manual corporativo



imagen #5 Elaborado por David Nogales

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito



Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Estrategia de posicionamiento de la marca

### Anuncio en revista

full ritmo Pág. 2  
Febrero 2013

El amor en tiempos de cumbia peruana con Aguamarina, este 14 de febrero en El Huaralino.

La cerveza del Perú



**AGENDA ARTÍSTICA:**  
14 feb. El Huaralino, Lima.  
15 feb. Mala.  
16 feb. Cruceiro del Amor,  
San Juan de Lurigancho.  
22 feb. Buenos Aires,  
Argentina.  
23 feb. El Bosque  
de Villa el Salvador.  
24 feb. Remanaco,  
Tupache, Comas.

**CONTRATOS:**  
Lima (01) 424-4166  
RPM 23275 / 3520 /  
RPM 23275  
Piura (073) 321-826 /  
92829-7144

**NIKON**  
ESTUDIO FOTOGRAFICO

Las mejores fotografías del país

**FESTEJA  
EL DÍA DE  
SAN VALENTÍN**

Cuando Mario Palacios tenía 25 años conoció a su hoy esposa Mirtiza en una fiesta de Aguamarina y ahora ya tienen dos hijas y muchos recuerdos. El amor tiene muchas canciones con Aguamarina. Pepe Quiroga es un verdadero cupido de tantas parejas en el país. Es por eso, que este 14 de febrero, Día de San Valentín—prohibido estar lejos de tu pareja—se celebrará a lo grande con un grande fresco del país, en el Huaralino de la panameñana trome. El Huaralino, local que se hizo grande con Aguamarina. Donde se conocieron amigos que luego se convirtieron en esposos y los hijos de éstos siguen con la tradición. "Si eres casado diviértete con tu esposa, si eres soltero anda con tu amiga y declárate, dile amor, amor yo quiero ser tu esposo, pero eso sí con las canciones de Aguamarina," afirma Pepe Quiroga.

imagen #6 Elaborado por David Nogales

Para la publicidad impresa en anuncios de revista hemos utilizado el logotipo en negativo de esta manera de una mejor atención visual al logo.

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

Anuncio en periódico



imagen #7 Elaborado por David Nogales

Para la publicidad impresa en anuncios de periódico hemos utilizado el logotipo en negativo de esta manera de una mejor atención visual al logo.

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Roll up



imagen #8 Elaborado por David Nogales

Para la publicidad impresa se colocó el logotipo en negativo de esta manera el grupo objetivo se informará de nuevo logotipo de la empresa y en el roll up se ha colocado todo lo que ofrece la empresa Nikon

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Capítulo VI

### ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

#### 6.1 Recursos

Para la elaboración de la imagen corporativa de estudio fotográfico Nikon sea usado una computadora MacBook Pro, programas de adobe illustrator, adobe photoshop también sea ha hecho varios bocetos con lápices 2B, un escritorio, navegadores como safari, y la ayuda de la directora de tesis Raquel Andrade esto ayudado hacer la elaboración de la imagen corporativa del estudio fotográfico Nikon.

#### 6.2 Presupuesto

##### 1) Gastos Operativos

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total	Financiamiento
80	copias	1.25	100	Propio
1	Suministros de Oficina	0	0	Propio
1	Servicios Básicos	30	30	Propio
1	Internet	35	35	Propio
1	Viáticos	10	20	Propio
1	Transporte	30	30	Propio
	Prototipo		<b>215</b>	

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

### 6.3 Cronograma

N°	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Investigar todos los problemas de la empresa	Investigador	Mayo	x		x	x	Información de la empresa Nikon
2	Bocetos de la nueva imagen de la empresa NIKON	Investigador	Mayo	x	x	x		Nuevos diseños para la imagen del estudio fotográfico
3	Capítulo I finalizado	Investigador	Junio	x				Información terminada
4	Identificación de los Involucrados	Investigador	Junio		x	x		Analizar a los involucrados de la empresa
5	Capítulo II finalizado	Investigador	Junio				x	involucrados
6	Seleccionar información de la empresa digital nikon	Investigador	Julio	x		x		Información finalizada
7	Analizar los problemas y objetivos	Investigador	Julio		x			Árbol de Problemas y Objetivos realizados
8	Análisis de Alternativas, tamaño y localización del proyecto.	Investigador	Julio	x		x	x	Indicadores, Medios de Verificación y Supuestos realizados.
9	Realizar la Matriz del Marco Lógico	Investigador	Julio				x	Matriz Marco Lógico
10	Desarrollo de la Propuesta, diagramación del	Investigador	Agosto	x	x	x	x	Correcciones De la propuesta

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

	manual corporativo							
11	Diseño de las páginas del manual corporativo	Investigador	Agosto	x	x	x	x	Información recopilada.
12	Manual Diagramado	Investigador	Septiembre	x	x			Propuesta
13	Gastos del proyecto	Investigador	Septiembre			x	x	Presupuesto
14	Conclusiones y Recomendaciones	Investigador	Septiembre				x	Capítulo 6 y 7

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

## Capítulo VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

-El desarrollo de este proyecto permitió algunos reconocimientos en el sector de la Orellana 1848 y 10 de agosto, se tuvo en cuenta que la nueva imagen tuvo un gran impacto en los clientes.

-Se realizó un rediseño del estudio fotográfico Nikon, se emplearon diseños innovadores y colores que llamen la atención reflejando en un símbolo de fácil recordación.

-La empresa Nikon con su nueva imagen corporativa causó en los clientes un estilo serio y profesional y así la competencia que tenía el estudio fotográfico ha bajado.

### Recomendaciones

-Es importante recalcar que el buen uso de elementos gráficos se logra un gran impacto y recordación en los clientes.

-Para lograr una correcta información de una imagen corporativa y que llame la atención se debe usar adecuadamente los elementos gráficos, colores llamativos para que el grupo objetivo lo reconozca.

## Referencias Bibliográficas

<http://www.monografias.com/trabajos95/disenodelmanualidentidadcorporativaempresa-del-territoriocubano/disenodelmanualidentidadcorporativaempresa-del-territoriocubano.shtml#identidada>

<http://www.monografias.com/trabajos5/comcor/comcor.shtml>

[http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion\\_Corporativa\\_1.pdf](http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf)

## ANEXOS

Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito

| Identidad e imagen corporativa para un estudio fotográfico Implementación de la imagen corporativa y estrategia publicitaria para la empresa estudio fotográfico NIKON en el centro de la ciudad de Quito