



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ**

**ESTRATEGIAS DE IMAGEN E IDENTIDAD  
CORPORATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO  
DE LA EMPRESA SUMINISTROS DEL VALLE,  
UBICADA EN VALENCIA EDO. CARABOBO**

**Aparicio, Elio  
Yrigoyen, Kervin**

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego  
Teléfono: (0241) 8714240 (máster) – Fax: (0241) 8712394



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE MERCADEO  
CARRERA MERCADEO

**ESTRATEGIAS DE IMAGEN E IDENTIDAD  
CORPORATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE  
LA EMPRESA SUMINISTROS DEL VALLE, UBICADA  
EN VALENCIA EDO. CARABOBO**

Trabajo de grado para optar al título de  
Licenciado en Mercadeo

**Autores:** Aparicio, Elio  
Yrigoyen, Kervin

**Tutor:** Brizuela, José

San Diego, Diciembre 2018

## **Anexo L**

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, **José Nicolás Brizuela Ochoa**, portador(a) de la cédula de identidad N° 14.462.435, en mi carácter de tutor del **trabajo de grado** presentado por los ciudadanos **Elio José Aparicio Navea**, portador de la cedula de identidad N° 25.335.771 y **Kervin José Yrigoyen Vélez**, portador de la cédula de identidad N° 18.360.795, titulado **Estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle, ubicada en Valencia Edo. Carabobo**, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Mercadeo, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los catorce (14) días del mes de Diciembre del año dos mil dieciocho (2018).

---

José Nicolás Brizuela Ochoa  
C.I. 14.462.435

## **AGRADECIMIENTO**

Primero que nada le agradezco a Dios ante todo, gracias por haberme permitido nacer y haber tenido el placer de tener unos padres únicos Maribel Vélez y Luis Yrigoyen, quienes me han brindado su apoyo incondicional y sobre todo me han llenado de ese amor único y sin igual.

Papa, Mama los amo y la mayor parte de este logro es gracias a ustedes, me motivaron en todo momento y nunca se vencieron hasta ver que lograra esta meta de vida que me propuse hace muchos años, se lo mucho que esto les emociona porque sé que mi superación y mis logros también son de ustedes.

A mi hermano Elvis Yrigoyen, quien fue mi compañero de juegos y me brindo la mayor parte de mis experiencias en mi niñez. Más que un hermano fue el amigo soñado que todos quisieran tener.

A mi pareja de vida Ariana Muñoz, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento y que todavía día a día con todas las experiencias que vivimos juntos me enseña a ser una mejor persona y sobre todo por su amor el cual cada día me llena más y más haciéndome sentir la persona más afortunada por tenerla. A ti te amo eres única y este logro es de los dos.

Gracias a todo esto soy la persona que hoy en día me he convertido, los valores ejemplares y la educación que me dieron para ser una persona ejemplar y de bien que aporte beneficios a la sociedad, también agradezco a Dios por gozar de salud para contar con la capacidad física y mental para la realización de los estudios de esta carrera que considero muy completa y hermosa y optar por mi título de Licenciado en Mercadeo.

Agradezco también a dos personitas muy especiales la cual les tengo un amor indescriptible, a mi sobrino Endy Gabriel y mi ahijada y sobrina Sophia Muñoz quienes día a día me llenan de emoción y alegría con sus travesuras y ocurrencias.

Agradezco a toda mi familia en general, tíos, tías, primas, primos, a mi suegra, a mis abuelas quienes gracias a dios gozan de salud y pueden compartir hoy en día este logro conmigo, a mis tres cuñadas Lidice, Duiliana y Crismar por esa amistad única quienes ahora son mi familia también y fueron las encargadas de regalarme las dos bendiciones de Dios ya antes mencionadas mi sobrino y mi sobrina.

Agradezco también a mis amigos, quienes me han brindado un apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera, en especial a mi compañero, amigo y casi hermano Gean Flores quien siempre ha estado ahí para apoyarme en todo.

A mi amigo y compañero de tesis Elio Aparicio, quien con mucho esfuerzo ha estado de principio a fin en este proyecto tan especial para nosotros y que con mucha dedicación, profesionalismo y responsabilidad hemos hecho nuestro mayor esfuerzo para cumplir con esta meta, Gracias Elio por estar siempre ahí brindando ese apoyo incondicional, te considero un hermano, eres una excelente persona y no hubiese pensado en mejor compañero de tesis.

Agradezco también a mi tutor José Nicolás Brizuela a quien respeto, estimo y admiro por sus conocimientos, por el apoyo que nos ha brindado desde el principio de la creación de nuestro proyecto y por brindarnos la dedicación y la atención que nos ha brindado con excelencia.

A todos los profesores que han ayudado a fortalecer mi proceso de formación como Licenciado en Mercadeo, y en especial a la profesora Jannexis Moreno quien nos prestó su apoyo como experta para la realización de las estrategias de nuestra propuesta.

¡A todos Gracias!

**Kervin José Yrigoyen Vélez**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero que nada le agradezco a Dios ante todo, gracias por haberme permitido nacer y haber tenido el placer de tener unos padres únicos Silvia Navea y Elio Aparicio, quienes me han brindado su apoyo incondicional y sobre todo me han llenado de ese amor único y sin igual.

Papa, Mama los amo y la mayor parte de este logro es gracias a ustedes, me motivaron en todo momento y nunca se vencieron hasta ver que lograra esta meta de vida que me propuse hace muchos años, se lo mucho que esto les emociona porque sé que mi superación y mis logros también son de ustedes.

A mis hermanos Carlos Aparicio, Miguel Navea y Edgardo Aparicio, quienes fueron mis compañero de juegos y me brindaron la mayor parte de mis experiencias en mi niñez. Más que hermanos son los amigos soñado que todos quisieran tener.

A mi pareja Dariana Liendo, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento y que todavía día a día con todas las experiencias que vivimos juntos me enseña a ser una mejor persona y sobre todo por su amor el cual cada día me llena más y más haciéndome sentir la persona más afortunada por tenerla. A ti te amo eres única y este logro es de los dos.

Gracias a todo esto soy la persona que hoy en día me he convertido, los valores ejemplares y la educación que me dieron para ser una persona ejemplar y de bien que aporte beneficios a la sociedad, también agradezco a Dios por gozar de salud para contar con la capacidad física y mental para la realización de los estudios de esta carrera que considero muy completa y hermosa y optar por mi título de Licenciado en Mercadeo.

Agradezco a toda mi familia en general, tíos, tías, primas, primos, a mi suegra, a mis abuelos quienes gracias a dios gozan de salud y pueden compartir hoy en día

este logro conmigo mientras que otros desde el cielo me cuidan y me brindan su apoyo.

Agradezco también a mis amigos, quienes me han brindado un apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera, en especial a mi compañero, amigo Gean Flores quien siempre ha estado ahí para apoyarme en todo.

A mi amigo y compañero de tesis Kervin Yrigoyen, quien con mucho esfuerzo ha estado de principio a fin en este proyecto tan especial para nosotros y que con mucha dedicación, profesionalismo y responsabilidad hemos hecho nuestro mayor esfuerzo para cumplir con esta meta, Gracias Kervin por estar siempre ahí brindando ese apoyo incondicional hermano eres una excelente persona y no hubiese pensado en mejor compañero de tesis.

Agradezco también a mi tutor José Nicolás Brizuela a quien respeto, estimo y admiro por sus conocimientos, por el apoyo que nos ha brindado desde el principio de la creación de nuestro proyecto y por brindarnos la dedicación y la atención que nos ha brindado con excelencia.

A todos los profesores que han ayudado a fortalecer mi proceso de formación como Licenciado en Mercadeo, a la profesora Jannexis Moreno quien nos prestó su apoyo como experta para la realización de las estrategias de nuestra propuesta.

¡A todos Gracias!

**Elio Aparicio**

# ÍNDICE GENERAL

## CONTENIDO

	pp.
Lista de cuadros .....	xi
Lista de imágenes .....	xii
Resumen Informativo .....	xiv
Introducción .....	15
CAPÍTULO	
I EL PROBLEMA .....	17
1.1. Planteamiento del problema .....	17
1.2. Formulación del problema .....	19
1.3. Objetivos .....	19
1.4. Justificación .....	20
II MARCO TEÓRICO .....	21
2.1. Antecedentes .....	21
2.2. Bases teóricas .....	24
2.3. Definición de términos .....	30
III MARCO METODOLÓGICO .....	32
3.1. Diseño de la investigación .....	32
3.2. Fases metodológicas .....	33
IV RESULTADOS .....	36
V PROPUESTA .....	55
5.1. Presentación de la propuesta .....	55
5.2. Justificación de la propuesta .....	57
5.3. Beneficios de la propuesta .....	58

## CONTENIDO

	pp.
5.4. Objetivos de la propuesta .....	59
5.5. Análisis de factibilidad .....	59
5.6. Desarrollo de la propuesta .....	62
Conclusiones.....	97
Recomendaciones .....	100
Referencias .....	101
Anexos .....	103
A. Lista de cotejo .....	104
B. Guion semi estructurado de entrevista dirigido al Gerente General .....	106
C. Guion estructurado de entrevista dirigido a los trabajadores .....	108
D. Guion semi estructurado de entrevista dirigido a experto en imagen e identidad corporativa .....	111

## LISTA DE CUADROS

### CONTENIDO

		pp.
CUADRO		
1	Lista de cotejo .....	37
2	Análisis de entrevista realizada a trabajadores de la empresa Suministros del Valle C.A. ....	43
3	Costos asociados al desarrollo e implementación de la propuesta.....	61
4	Cuadro Operativo para el establecimiento de las estrategias de comunicación interna .....	83
5	Cuadro operativo para el establecimiento de los principios de la cultura y la filosofía corporativa de la empresa Suministros del Valle C.A. ....	86
6	Cuadro operativo para el establecimiento de las estrategias de comunicación interna .....	88
7	Cuadro operativo para el establecimiento de estrategias de comunicación externar .....	89

## LISTA DE IMÁGENES

	pp.
Imagen	
1 Antiguo logo de la organización .....	57
2 Logo actual rediseñado de la empresa Suministros Del Valle, C.A.....	63
3 Manual de identidad corporativa .....	64
4 Presentación del manual corporativo.....	65
5 Cultura organizacional. ....	66
6 Construcción grafica del logo.....	67
7 Colores corporativos / Tamaños .....	68
8 Tipografía.....	69
9 Papelería.....	70
10 Papelería.....	71
11 Papelería.....	72
12 Material POP.....	73
13 Material POP.....	74
14 Material POP.....	75
15 Material POP.....	76
16 Material POP.....	77
17 Sello de la Empresa.....	78
18 Carnet de la empresa.....	79
19 Uniforme de la empresa .....	80
20 Uniforme de la empresa.....	81
21 Medio de transporte.....	82
22 Inicio de página web de la empresa Suministros Del Valle, C.A.....	91

Imagen	pp.
23	Contenido para redes sociales.....93
24	Contenido para redes sociales.....93
25	Contenido para redes sociales.....94
26	Contenido para redes sociales.....94
27	Inicio de página de Facebook de Suministros Del Valle, C.A.....95
28	Inicio de página de Instagram de Suministros Del Valle, C.A.....96



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE MERCADEO  
CARRERA MERCADEO

## **ESTRATEGIAS DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA SUMINISTROS DEL VALLE, UBICADA EN VALENCIA – EDO. CARABOBO**

Autores: Elio José Aparicio Navea  
Kervin José Yrigoyen Vélez  
Tutor: José Nicolás Brizuela Ochoa  
Fecha: Diciembre 2018

### **RESUMEN INFORMATIVO**

La Empresa Suministros Del Valle C.A. Ubicada en la ciudad de Valencia Estado Carabobo, presento debilidades en el área de imagen e identidad corporativa, dichas debilidades afectan directamente el manejo y la percepción de la misma, por ello se propuso aplicar estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros Del Vale, C.A. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo y enfocado hacia la modalidad de proyecto factible, sustentada en un diseño de campo ya que los datos fueron recogidos directamente de la realidad, tales anomalías reflejaron de manera más clara la situación real de la empresa y de qué manera se adaptaron, conociendo sus necesidades e identificando a su vez la imagen que la empresa desea proyectar frente a su público objetivo, el proyecto constó de tres fases: diagnosticar, identificar y diseñar las estrategias adecuadas, cuya principal finalidad fue ofrecer a la empresa el fortalecimiento de la misma en el mercado local y por ende lograr un buen posicionamiento dentro del mismo. En la primera fase de investigación se utilizó como técnica una entrevista estructurada donde se recolecto los datos necesarios, tres (3) empleados, y a un (1) gerente. En la segunda fase se aplicó una entrevista a un experto en imagen e identidad corporativa donde se identificaron las estrategias adecuadas para mejorar la imagen de la empresa, luego de analizar los instrumentos de estudio utilizados se consideró necesario rediseñar la identidad corporativa de la empresa a fin de hacerla más competitiva en el mercado.

**Descriptor:** Imagen Corporativa, Posicionamiento, Promoción y Estrategia de Marketing.

## INTRODUCCIÓN

El mundo se encuentra en constante evolución, los avances tecnológicos a diario son considerados oportunidades y a su vez riesgos para los empresarios, es por esta razón que las organizaciones tienen acceso a realizar estudios adecuados para penetrar mercados de manera positiva o por lo menos aceptable, causa por la cual ocasiona disminución de ventas a otras empresas.

Se observa que en Venezuela estamos en un campo lleno de competidores y es por ello que el presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental el desarrollo de una propuesta de estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la Empresa Suministros Del Valle. El siguiente proyecto cuenta con capítulos estructurados de la propuesta a desarrollar para la empresa ya mencionada:

Capítulo I: El Problema, en este se desarrolló el planteamiento y formulación del problema, junto con el objetivo general y los objetivos específicos, creados para el logro de los mismos. También su justificación que da a la investigación.

Capítulo II: Se realizó el Marco Teórico y se establecieron los antecedentes de la investigación, bases teóricas, las definiciones teóricas que sustentan el objeto de estudio.

Capítulo III: Se describieron los aspectos relacionados con las fases metodológicas de la investigación, en donde se detallarán los pasos para alcanzar los objetivos de la investigación.

Capítulo IV: en este se realizó el análisis de las entrevistas realizadas al director de la empresa, trabajadores y al experto en imagen e identidad corporativa con la intención de plantear soluciones efectivas a la problemática presentada.

Capítulo V: Se plasmó con lujo de detalles todos los aspectos que conllevan a la propuesta diseñada para dar solución a la problemática que presenta en la empresa Suministros del Valle C.A considerando factores previamente definidos en base a los resultados obtenidos de los diferentes instrumentos utilizados como lo fueron las entrevistas analizadas a los consultados.

Una vez obtenidas las fases con la estructura de los capítulos que dieron forma a este trabajo de investigación, se procedió a la presentación de las recomendaciones, conclusiones, referencias y anexos pertinentes para de esa forma presentar las aseveraciones con sus evaluaciones finales desprendidas del proceso investigativo que se llevó a cabo en el tiempo establecido.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1. Planteamiento del problema**

La constante evolución que ha tenido el mundo respecto a los avances tecnológicos son considerados oportunidades y a su vez riesgos para los empresarios, el mercado hoy en día está lleno de competidores y hay que destacar que el mundo tecnológico ha recortado los distintos mercados y que gracias a esto la competencia cada vez está aún más cerca, razón por la cual las organizaciones se han visto en la obligación de buscar maneras de penetrar el mercado, no solo con la intención de aumentar las ventas sino también de lograr mantener las mismas creando fidelidad de su clientela.

Para las organizaciones es primordial aplicar estrategias de imagen e identidad corporativa para lograr el posicionamiento adecuado y penetrar el mercado obteniendo una mejor participación en el mismo aumentando sus ventas, y lo más importante es que para triunfar en esta sociedad súper comunicada, toda compañía debe crearse una posición en la mente del cliente. Una posición que ha de tomar en cuenta no solo los éxitos y fracasos de la misma, sino también de sus competidores. La publicidad está entrando en una nueva era donde reina la estrategia. En la época del posicionamiento, no basta con inventar o descubrir algo. Hay que ser el primero en entrar en la mente del cliente.

De igual manera Peña Cabrera Gianell (2002, mayo 15). Posicionamiento de Al Ries y Jack Trout. Resumen. [En línea] <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-de-al-ries-y-jack-trout-resumen/> [2018, junio 03] define que “El posicionamiento se refiere a lo que se hace con la mente de los probables clientes; o sea, como se ubica el producto en la mente de éstos”, el mismo autor expresa que

“Posicionar es enganchar la mente del consumidor, introducirse en su cerebro, porque es allí donde se libran todas las guerras de negocios y de marketing”.

En el caso de la Empresa Súper Papelera S.A., de C.V. Ubicada en el Estado de México desde 1962, a medida que el tiempo fue avanzando en conjunto con los avances tecnológicos, esta organización tuvo que adaptar sus estrategias de marketing ofreciendo servicios de asesoría, promociones, entregas a domicilio y tienda virtual entre otras, siendo uno de los primeros en ofrecerlos ante la competencia y cumplir con el objetivo que era posicionarse en la mente de los clientes logrando así abarcar otros estados de su país como Querétaro, Michoacán, Puebla y otros.

Por otro lado, en Venezuela la situación actual de las organizaciones en una economía inflacionaria, los obliga a desarrollar estrategias de marketing para ser las primeras opciones de compra en este campo tan lleno de competidores, hay tantas opciones en el mercado venezolano que es de suma importancia posicionarse y obtener la fidelidad con el cliente ya que estos son los únicos en decidir si son los mejores en ofrecer productos de calidad y servicios que proporcionen la satisfacción de los mismos.

Como lo es en el caso de la empresa Ofimaster C.A. ubicada en Valencia Estado Carabobo, quienes basan sus estrategias de mercado en el posicionamiento de la marca buscando fortalecer su imagen con el fin de crear fidelidad con sus clientes y posicionarse en la mente de cada uno de ellos para cumplir con el objetivo de la empresa que es satisfacer sus necesidades y cubrir un campo amplio en el mercado.

La empresa Suministros Del Valle C.A. se encuentra ubicada en Valencia Estado Carabobo, al ser una empresa tan pequeña en un campo tan lleno de competidores se observó que la empresa no implementa estrategias que le permitan impulsar su marca corporativa y carece de elementos básicos de la identidad corporativa, debido a este tipo de carencia que se observó el objetivo de esta investigación es penetrar más el mercado y tener mayor participación impulsando a su vez las ventas y crear fidelidad con sus clientes atrayendo también a clientes potenciales con el fin de generar un posicionamiento estable en el que nuestros

clientes se sientan identificados con la marca y ser siempre los primeros a elegir al momento de adquirir sus productos.

La importancia del posicionamiento radica en que permite diferenciarse de los establecimientos de la competencia en la mente de los clientes actuales y potenciales, y permite responder con mayor precisión y eficacia a las necesidades, deseos y expectativas de los segmentos de mercado.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Cuáles deben ser las estrategias apropiadas de imagen e identidad corporativa para lograr el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo General**

Proponer estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle C.A. Ubicada en Valencia Estado Carabobo.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar las estrategias de imagen e identidad corporativa utilizadas actualmente por la empresa Suministros del Valle.
- Identificar las estrategias adecuadas de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle.
- Diseñar estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle ubicada en Valencia – Edo. Carabobo.

## **1.4. Justificación**

Actualmente la empresa no cuenta con estrategias que permitan desarrollar la imagen e identidad corporativa por ser tan pequeña en este mercado tan amplio lleno de competidores, con base a ello esta investigación es fundamental porque suministrará a la directiva de la empresa SUMINISTROS DEL VALLE C.A.

información relevante acerca de las condiciones actuales de los distintos procesos que aplicaran en el desarrollo de las estrategias, en la que les demostraran que parte del mercado están abarcando y la importancia de obtener un buen posicionamiento en estos días tan difíciles que se vive en Venezuela, de esta manera hacerles ver el aumento que van a tener en la participación del mercado al aplicar dichas estrategias que les van a favorecer.

Adicionalmente, este trabajo se justifica ya que la Empresa Suministros Del Valle, C.A. en el transcurso del tiempo no le ha dado importancia a la posición que ocupa en el mercado y hoy en día las empresas que prevalecen son aquellas que están en la mente de los consumidores y crean ese efecto positivo al momento de ver nuestra imagen en cualquier parte del territorio nacional logrando así una fidelidad inquebrantable que es lo que se busca lograr al posicionar una marca.

A nivel académico y metodológico este estudio es importante ya que servirá como antecedente para futuras investigaciones relacionadas con las estrategias de posicionamiento que se deben aplicar, hoy en día los consumidores tienen fácil acceso a la información, es aquí donde se debe actuar de manera contundente ya que la creatividad en tiempos como estos es la clave para el éxito, con la finalidad de poder ocupar un lugar en la mente de los consumidores, razón por la cual el uso adecuado de la imagen de la empresa es vital para poder promocionarse tanto en redes sociales como en la web, donde pueden captar e informar a sus clientes.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

En Los Antecedentes expuestos a continuación sirvieron de apoyo y comparación con el informe realizado, los estudios que fueron tomados como marco de referencia para el aporte de la investigación, luego de consultar y constatar la existencia de otras publicaciones basadas en las mismas áreas, se consideraron aquellas que más se adaptaron a los fines que persiguieron la presente investigación.

Para continuar, se menciona a Bustamante y Hernández (2016), en su trabajo de grado titulado **“Estrategias de imagen e identidad corporativa para aumentar el posicionamiento de la empresa Jtech C.A., en Maracay - Estado Aragua”**, trabajo especial de grado presentado ante la Universidad José Antonio Páez ubicada en Carabobo - Venezuela, para optar al título de Licenciado en Mercadeo; investigación que tuvo como objetivo proponer estrategias de imagen e identidad corporativa para posicionar a la empresa Jtech C.A. en el mercado de sistemas de seguridad electrónica en Maracay – Estado Aragua; la investigación se enmarco bajo la modalidad de proyecto factible apoyada en la investigación de campo.

Cabe destacar, que la investigación llevo a la conclusión que debido a que la empresa no contaba con una imagen e identidad corporativa que la identificara y diferenciara de la competencia, presentaba dificultad para posicionarse en la mente de los clientes y de su fácil reconocimiento, comprobando la importancia que tiene hoy en día para las empresas la imagen e Identidad corporativa como instrumento de comunicación y a su vez su fortalecimiento en general.

Este estudio contribuye un aporte debido a que permitió obtener resultados con unas bases teóricas, y así conocimientos a través de una planificación estratégica e imagen corporativa que permitirían ayudar a buscar solucionar la problemática y así dar mayor cabida a la colectividad de conocer a este equipo profesional de futbol en el estado Carabobo.

Así mismo, Abel y Ochoa (2016), en su trabajo de grado titulado **“Imagen e identidad corporativa de la empresa Canal Plus C.A. ubicada en Bejuma, estado Carabobo”**, trabajo especial de grado presentado ante la Universidad de Carabobo sede Bárbula Carabobo - Venezuela, para optar al título de Licenciado en Educación mención Educación Para El Trabajo sub-área comercial; el cual tuvo como objetivo general determinar la imagen e identidad corporativa de la empresa Canal Plus C.A. ubicada en Bejuma Edo. Carabobo; metodológicamente la investigación se enmarcó en un estudio de naturaleza cuantitativa, tipo investigación descriptiva; asimismo el diseño fue de campo, no experimental transeccional.

El aporte fundamental de este trabajo investigativo fue plasmar la relación y diferencia entre la imagen e identidad de una empresa para su correcto uso teórico y práctico, además de considerarlas como estrategia para penetrar en el mercado, partiendo de la premisa, que la mayor parte del impacto que provoca una empresa es de forma visual, es decir, por su apariencia comunica cierto mensaje que puede ayudar a la empresa a potenciar sus ventas o por el contrario a reducirlas.

Seguidamente, González (2015), en su trabajo de grado titulado **“Imagen e Identidad Corporativa para la Comercializadora Frutos del Valle C.A.”** para optar por el título licenciado en Mercadeo Y Publicidad en Universidad Católica de Temuco (CHILE) cuyo objetivo es la determinación de los factores que influyen en la comunicación y la gestión para la formación de dicha imagen, bajo la modalidad de proyecto factible cuyos resultados fueron el posicionamiento paulatino en el mercado de dicho País. Caso Estudio: Imagen corporativa de Frutos del Valle, C.A. en Chile.

Realizando un diagnóstico de la situación actual, se definieron las debilidades y fortalezas del medio interno, toda vez que se identificaron las estrategias promocionales que permitían una mayor participación en el mercado de dicha empresa a través de un análisis estratégico. Este trabajo contribuyó con el presente, ya que permitió determinar el plan estratégico orientado a crear la imagen e identidad corporativa de la empresa con el fin de proyectarla en la mente del consumidor y posicionarla en ella como primera opción.

Por otra parte, Orozco (2015), en su trabajo de investigación titulado **“La imagen corporativa y el posicionamiento de la comercializadora de tubérculos “Doña Erlindita” de la ciudad de Ambato”**, trabajo especial presentado ante la Universidad Técnica de Ambato, ubicada en la ciudad de Ambato – Ecuador, para obtener el título de Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios; expresa como objetivo de investigación determinar la imagen corporativa de la comercializadora de tubérculos “Doña Erlindita” de la ciudad de Ambato. Este trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando la investigación bibliográfica y de campo como modalidades básicas y a nivel operativo la investigación de tipo exploratoria.

En tal sentido, el trabajo representa un aporte pues evalúa cómo una deficiente imagen corporativa puede tener su origen en la incorrecta transmisión de lo que se quiere proyectar, inexactas promociones y en la publicidad insuficiente; el no contar con una buena imagen corporativa ocasiona efectos adversos como la falta de posicionamiento de la marca, decremento en ventas y desconocimiento de la variedad de productos.

Por otra parte, Bolívar y Lozano (2014), en su trabajo de grado titulado **“Diseño de Imagen e Identidad Corporativa de la Empresa Embotelladora Venezuela S.A.”** para optar por el título Licenciado en Publicidad en la Universidad Central Andrés Bello (UCAB) presento una investigación de campo y proyecto factible. El

propósito primordial de esta investigación fue de diseñar la imagen e identidad corporativa de la empresa Embotelladora Venezuela S.A, cuyo resultado se ven reflejados estableciendo un plan de negocios para la información a fondo de la empresa en una investigación de teoría tipo descriptiva.

Este proyecto aporta de instrumentos fundamentales como antecedente ya que ayudo al investigador a tener una idea más detallada acerca de los objetivos y como realizar una propuesta en cuanto al desarrollo de la imagen e identidad corporativa de una empresa.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Estrategia**

En el mundo de los negocios, las empresas exitosas son aquellas que saben utilizar una extensa lista de técnicas comerciales a su disposición, de esta forma se puede completar lo anterior expuesto con la noción de estrategia las cuales, Certo (1996: 120) señala “es la pauta o plan de integración los objetivos con las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente”. Esto tiene como finalidad ayudar a las empresas a asignar sus recursos para obtener provecho a sus potencialidades relativas, mitigar sus debilidades para los cambios que se proyectan en el ambiente y para neutralizar las posibles iniciativas de sus competidores.

Por otro lado. Kotler y Armstrong (1996:88) sostiene que “los principales cursos de acción que siguen una organización para cumplir sus metas se llaman estrategias”. Lo que engloba toda la empresa siempre debe tener una orientación y la misma te lo pueda conceder estrategias bien sean para alcanzar metas específicas a corto o largo plazo, así como también el uso eficiente de los recursos y utilidades que la misma genere a través de ello lograra sus objetivos.

### **2.2.2 Identidad Corporativa**

Por otro lado los autores Christensen y Askegaard (2001: 87) en su libro titulado nociones de imagen e identidad corporativa la definen como: “la noción del marketing que sufre mayor ambigüedad, y que corresponde a todos los mecanismos que una empresa elige para identificarse ante sus clientes, comunidad, trabajadores y que a su vez son interdependientes ya que muestran especificidad, estabilidad y coherencia”.

Cabe destacar que la empresa Suministros del Valle en base a esta teoría presenta ciertas debilidades en cuanto su identidad corporativa como el sentido de pertenencia a sus trabajadores y la diferenciación ante sus competidores, se deja claro la importancia que tiene la identidad corporativa para llevar a cabo estrategias que fortalezcan la ejecución de los procedimientos y promuevan la debida identificación de la organización ante los clientes con el fin de buscar elementos como fidelización y posicionamiento.

### **2.2.3 Identidad Organizacional**

Para los autores Albert y Whetten (1999: 151) en su libro titulado estructuras organizacionales la identidad organizacional la definen como: aquello que los miembros perciben como lo central, distintivo y duradero en la organización, forma parte de la razón de ser y el enfoque de la que es el ser de la empresa.

Tomando en cuenta lo expuesto por los autores en esta definición se percibe que es lo que se designa para los que los miembros formales de la organización de lo que piensan y sienten respecto a ella, lo que se deriva de su percepción individual de los atributos centrales, distintivos y duraderos que la caracteriza ante su público, la sociedad y sus aliados. En la organización se puede denotar que no existe una comunicación interna lo suficientemente fortalecida para generar una filosofía clara dentro de los que hacen vida en la empresa Suministros del Valle, razón por la cual esta teoría nos indica la importancia en fortalecer la comunicación interna y el

fortalecimiento de la cultura organizacional para que su personal tenga sentido de pertenencia ya que los mismos son nuestra imagen al representar la organización.

#### **2.2.4 Manual de Identidad Corporativa**

Costa, (2006:107) “un manual de identidad es un instrumento especialmente normativo, funcional. El manual contiene los elementos simples de identidad (logotipo, símbolo, gama cromática), los elementos secundarios de estructura (formatos, tipografías, módulos, pautas), y los criterios combinatorios, estrictamente definidos para la aplicación correcta del sistema”

Debe señalarse que, el manual de identidad corporativa otorga un gran aporte a esta investigación pues, este suele ser un documento mediante el cual se diseñan las líneas maestras de la imagen de una empresa, para Suministros Del Valle, C.A. es de mucha ayuda ya que en dicho manual se pueden definir las normas que deben seguirse en cuanto al desarrollo de la marca, logotipo, tipografías, entre algunos otros elementos que se mostraran al público.

En otras palabras, los manuales de identidad son fundamentales en una organización y debido a que Suministros Del Valle, C.A. no posee dicha herramienta, por consiguiente no generaba una comunicación efectiva tanto en lo interno como en lo externo, es un documento muy útil que ayuda a proyectar la imagen de manera adecuada en cualquier lugar del mundo, desde los tipos de letras que se vayan a utilizar y hasta como se deberían portar los uniformes.

#### **2.2.5 Imagen Corporativa**

La imagen es la representación, la figura de algo o alguien, en tanto, por corporativa se llamará a todo aquello inherente o propio de una organización pública o privada, que disponen de diversos fines, siendo en el caso privado la comercialización de productos y servicios la más corriente.

Paul Capriotti, (2009:105) autor de Branding Corporativo, la describe como el conjunto de "atributos que los públicos asocian a una empresa". El sector de la

imagen corporativa se encarga por lo tanto de gestionar dichos atributos de la identidad de las organizaciones y el cómo son comunicados a los públicos.

Explicar qué es la imagen corporativa, y por tanto la definición de imagen corporativa, es más fácil. Muy fácil y, como les decía antes, no debemos de caer en explicaciones retóricas. De hecho, es difícil encontrar términos de marketing cuya explicación y significado sean más claros y sencillos (de explicar y recordar).

Es decir, la imagen corporativa es “como nos ven”; y la identidad corporativa “que somos”.

Suministros del Valle, C.A. según el problema planteado carece de llevar a la práctica estos conceptos ya que es indispensable generar o crear una imagen corporativa con el fin de transmitir el verdadero significado de la empresa ante su público objetivo, la empresa carece de una identidad corporativa bien desarrollada que haga resaltar sus atributos, no resalta la imagen que los directivos desean proyectar, situación que conlleva a una imagen corporativa difusa, por lo tanto se llevó a cabo realizar un rediseño de logo que reflejara mediante el uso de los colores y elementos adecuados reflejar la actividad comercial a la que se dedica la empresa, así como también las formas y dimensiones donde se quiera transmitir el logo, esto para generar de ese “como nos ven” una realidad para que se transmita de una manera eficaz la imagen corporativa de la empresa; planteado esto, es importante que toda la empresa siga un ritmo coherente ante lo interno y externo con el fin de no confundir a los empleados (como parte interna) y los clientes (como parte externa).

### **2.2.6 Marca**

Al mencionar la palabra marca debemos hacer referencia a que algo que permite distinguir o hacer referencia a algo de manera única y con características especiales como resaltando atributos del producto, bien o lo que se desee vender, para Kotler (2010:101) en su libro estrategia de marcas y dirección de mercadotecnia, Una

marca: “Es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de lo anterior, que pretende identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de éstos, y diferenciarlos de los de la competencia”

Siendo así, resulta claro que la marca es un elemento que otorga un buen aporte para la presente investigación, pues se evidencia que para la empresa Suministros Del Valle, C.A. la marca no ha sido bien desarrollada porque no proyecta con claridad su actividad comercial, sería muy provechoso hacer el uso de una estrategia bien desarrollada para el uso de su propia marca, para que de ese modo adquiriera un poco más de participación en el mercado, logrando así parte del posicionamiento que desea, además con una marca bien trabajada podría expandirse a nivel regional y nacional con mayor facilidad.

### **2.2.7 Posicionamiento**

El posicionamiento, en marketing, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo relativo a la competencia en la mente del consumidor. Se entiende el concepto de «producto» de forma amplia: puede tratarse de un elemento físico, intangible, empresa, lugar, partido político, creencia religiosa, persona, etc. De esta manera, lo que ocurre en el mercado en relación con el producto es consecuencia de lo que ocurre en la subjetividad de cada individuo en el proceso de conocimiento, consideración y uso de la oferta.

Según Kotler (1996:35) “el posicionamiento no es lo que se realiza con un producto, el posicionamiento es lo que se construye en la mente de las personas, es decir se posiciona el producto en la mente de las personas”. Las posibilidades de modificar la percepción del producto de forma que se ajusten al objetivo previsto y la imagen percibida se modifican mediante un esfuerzo en comunicación comercial.

La forma y practica de hacer en la empresa en imagen e identidad corporativa es muy antigua al estilo del marketing 1.0 de vender y no conocer más a profundidad

al cliente responder a otras formas de venta, se puede notar que no existe una imagen e identidad corporativa que pueda transmitirse en los empleados ni en los clientes que no genere eso que se está buscando, el posicionamiento el más allá de la venta del producto, las formas de modificar la percepción de los clientes y la recepción de los empleados con el fin de adaptarse a nuevas tendencias que logren posicionar a la empresa.

En este tiempo, las empresas luchan por ocupar un lugar privilegiado en la mente del posible consumidor ya que un mejor lugar significa que la marca sera la primera opcion cuando el consumidor tenga presente una oportunidad de compra. Es notable que la empresa Suministros Del valle, C.A. no tiene un posicionamiento aceptable porque carece de comunicación comercial por ende es fundamental modificar la percepcion de la marca, con una comunicación comercial bien desarrollada se tiene oportunidad de ingresar tanto al mercado escolar como al mercado oficinista, esto como beneficio de obtener una mayor participacion en el mercado, utilizando las estrategias de imagen bien desarrolladas la empresa tiene oportunidad de captar este publico objetivo, el uso de las redes sociales seria un buen comienzo, donde se haga notable la variedad de productos que ofrece la organización y dando a conocer sus objetivos con el fin de cubrir todas las necesidades del mercado, poniendo al alcance de todos los clientes materiales y utensilios escolares y oficinistas. Los mensajes a transmitir en estas redes seran de vital importancia, de esta manera se puede posicionar en el mercado utilizando las palabras y elementos correctos. Cabe destacar tambien que la dotacion de elementos de identidad a los empleados como carnet institucional, uniformes, catalogos y el sentido de pertenencia influiran en este proceso, ya que hoy en día el personal es el valor agregado mas importante de la organización y es el personal el representante directo de la marca por lo tanto asi nos veran y recordaran los clientes.

### **2.2.8 Rediseño de Imagen**

Según Cabrera (2011:25), dice en referencia al rediseño de la imagen visual que “este puede configura efectos de percepción, recepción y comportamiento, generando conductas que modifican la visión del receptor, en otras palabras, informa, persuade y provoca la acción. Pero la aceptación de esto depende del criterio del receptor”

En la empresa Suministros Del Valle, C.A. no se proyectaba claramente lo que la empresa ejerce en el mercado, ya que el logo no transmitía con claridad la actividad comercial de la empresa, por ello se llevó a cabo el rediseño de la imagen de la empresa Suministros Del Valle, C.A. para proyectar claramente lo que hace la empresa, calidad de sus productos y excelente atención, esto con el fin de aportar una mejor presentación de la misma ante su público, clientes y potenciales consumidores, con la finalidad de crear una presencia sólida y bien estructurada en el mercado donde se desarrolla la organización.

### **2.3. Definición de Términos Básicos**

**Branding:** es un anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca.

**Cliente:** permite hacer mención a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago.

**Estrategia:** serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado

**Fortalecimiento:** permite referir a la acción de dar fuerza a algo o alguien.

**Imagen:** figura de una persona o cosa captada por el ojo, por un espejo, un aparato óptico, una placa fotográfica, etc.

**Cultura Corporativa:** el conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que forman una organización. Transmiten a los empleados un

sentimiento de identidad que facilita la cohesión entre todos los miembros de la compañía.

**Comunicación Corporativa:** La comunicación corporativa es el grupo de acciones encaminadas a difundir la actividad de una entidad a diversos públicos, con el fin de ofrecer una imagen transparente y fiable.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo se pretende definir el tipo y diseño de la investigación a realizar, de igual manera seleccionar o desarrollar la metodología de la investigación para idear la forma práctica y concreta para responder a las interrogantes planteadas, y con ello suministrar información a los interesados que será de importancia para su comprensión.

Según Balestrini (2006:76) el marco metodológico es “El conjunto de procedimientos lógicos, tecno-operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos.

#### **3.1. Diseño de la investigación**

Se define en la siguiente el diseño y tipo de investigación que se va ejecutar para saber de qué manera el lector pueda comprender los fundamentos metodológicos bajo los cuales está establecido el proyecto.

##### **3.1.1. Modalidad de la Investigación**

El trabajo se realizó bajo la modalidad de proyecto factible ya que el mismo establecerá soluciones a la problemática que se presenta actualmente dentro de la organización Suministros del Valle C.A. Según Arias, (2006: 134), señala: “Que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”. Las universidades de la República Bolivariana de Venezuela enmarca esta visión de proyecto factible dentro

de lo primero que evalúan para darle el visto bueno a lo que es la propuesta a los proyectos que gradúan que exigen para obtener el título de pregrado.

### **3.1.2. Tipo de Investigación**

Se apoyó en una investigación documental ya que su fuente principal está constituida por documentos escritos seleccionados por el investigador. En coherencia con lo escrito, Según el autor (Fidias G. Arias (2012:27), define: “la investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos. Registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos”.

### **3.2 Fases Metodológicas**

**Fase I: Diagnostico de las estrategias de imagen e identidad corporativa utilizadas actualmente por la empresa Suministros del Valle.** En esta fase se realizó un diagnostico que deje en evidencia la situación actual de la empresa ante su público y los competidores.

En primera instancia, se realizó una observación directa que de acuerdo a Méndez (2001:144), la observación directa “es el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de datos necesarios para resolver un problema de investigación”. Para conocer los elementos de identidad que tiene actualmente la empresa. Evidentemente, la observación directa es fundamental en esta investigación porque se obtiene detalle a detalle la información que se necesita y puede ser usada como una forma de incrementar la validez del estudio, además ayuda a tener una mejor comprensión del contexto y el fenómeno en estudio.

De igual manera, el instrumento seleccionado es una lista cotejo, la cual es definida por Arias (2006:62), como “Un instrumento en el que se indica la presencia o ausencia de un aspecto o conducta a ser observada”.

Resulta claro que, la lista de cotejo es instrumento que nos permite obtener información más precisa sobre la presencia o ausencia de los elementos que conforman la imagen e identidad de la empresa.

Por otra parte, se procedió a realizar una entrevista semi-estructurada al Gerente General de la empresa Suministros del Valle la cual Hernández (2010:239) define que “las entrevistas semi-estructuradas, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre temas deseados”. Con el fin de conocer cuál es la expectativa de la máxima autoridad de la empresa para conocer a fondo hacia donde se dirige y hacia dónde quiere llegar y a través de esa información se podrá constatar nuevos enfoques que desea la empresa alcanzar.

Seguidamente, la otra parte fundamental de la empresa que son los trabajadores a los cuales se les realizó una entrevista estructurada que según Sabino (2002:54) define “Plantean idénticas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los participantes, quienes deben escoger la respuesta entre dos, tres o más alternativas que se les ofrecen”. Con el fin de conocer cuál es su punto de vista personal para cada uno de los pertenecientes de la empresa y si están plenamente claros de quien es la empresa y como se identifica ante sus clientes para así conocer desde otra perspectiva las debilidades manifiestas en la organización.

## **Fase II: Identificación de las estrategias adecuadas de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle.**

Para la fase II se realizó una entrevista al experto en imagen e identidad corporativa en el área con el fin de que pueda aportar información valiosa o variables

a considerar según el tipo de enfoque que se debe hacer para la empresa, coadyuvando a la creación de estrategias certeras para la imagen e identidad corporativa de la organización.

Por otro lado, fue de suma importancia contar con los datos recopilados en la fase I junto con la información que pueda proporcionar el experto en el área, para llevar a cabo las correctas y adecuadas estrategias que permitan mejorar y rediseñar la imagen e identidad corporativa con la intención de aumentar el nivel de posicionamiento.

**Fase III: Diseñar estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle ubicada en Valencia – Edo. Carabobo.** Una vez obtenida la información y analizados los resultados de la Fase I y Fase II, se procedió a diseñar las estrategias de imagen e identidad corporativa que se deberán utilizar para que la empresa Suministros del Valle C.A. mejore su imagen y de esta manera alcance el posicionamiento deseado dentro del mercado, cumpliendo así con el objetivo general de esta investigación. El diseño de esta propuesta estará conformado por:

## **CAPÍTULO IV**



### **RESULTADOS**

En el presente capítulo se analizaron los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados de acuerdo a las técnicas seleccionadas, con la intención de conocer a profundidad el escenario que presenta la empresa Suministros del Valle, todo ello con la intención de plantear una solución efectiva a la problemática presentada, mediante de la reinención creativa y las tendencias actuales ajustadas a las necesidades y la esencia de la empresa objeto de estudio, logrando el posicionamiento deseado a través de la formación de una identidad fuerte y arraigada en el mercado. En tal sentido se presentan a continuación los resultados obtenidos para cada fase:

#### **4.1 Fase I: Diagnostico de las estrategias de imagen e identidad corporativa utilizadas actualmente por la empresa Suministros del Valle.**

En primera instancia se realizó una observación directa que de acuerdo a la primera fase de investigación se utilizó como técnica una lista de cotejo, esto nos permitió obtener información más precisa sobre la presencia o ausencia de los elementos que conforman la imagen e identidad de la empresa Suministros Del Valle, C.A. y de esta manera poder avanzar en nuestra investigación, la cual nos permitió formular las preguntas para las entrevistas que fueron planteadas para aplicar con el fin de recaudar la información necesaria y precisa que nos permitiera llevar a cabo esta propuesta a ser factible a través de las evidencias que a continuación son presentadas en la siguiente lista de cotejo que se realizó.

**Cuadro No 1:** Lista de cotejo

 <b>REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA</b> <b>UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES</b> <b>ESCUELA DE MERCADEO</b> <b>CARRERA MERCADEO</b>			
A continuación se mencionan los elementos que se consideran relevantes al estudio			
<b>Elemento de identidad corporativa</b>	<b>Presente</b>	<b>Ausente</b>	<b>Observaciones</b>
Logo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Solo visible en las facturas
Eslogan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Elemento ausente, no ha sido creado
Colores corporativos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se tiene este elemento en el logo
Tipografía corporativa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Blacksword, Georgia y Plantagenet Cherokee
Papelería con logo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No posee papelería con logo
Material POP	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No existe material pop evidente
Carnet corporativo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No existe carnet corporativo
Cartelera informativa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No posee cartelera informativa
Misión y visión	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Presentes pero no visibles en la organización
Valores y objetivos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No han sido creados
Uniformes corporativos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sin uniformidad en la empresa
Página web	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No ha sido creada
Manual de identidad corporativa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	No ha sido creado

**Fuente:** Aparicio e Yrigoyen (2018)

Mediante esta observación realizada en la lista de cotejo, se observó que la empresa Suministros Del Valle, C.A. no refleja su actividad comercial en el logo, el uso de la marca y su cultura organizacional no es reflejada en su personal ya que no cuentan con ningún tipo de identificación visual que los haga ser vistos como representantes de la empresa, aunado a eso su misión y visión no están visibles en la organización la cual es de vital importancia que todo su personal tenga acceso a los

mismos para que nunca se desvíen de los principios con los que la organización fue creada. Gracias a estas observaciones se pudo realizar el cuestionario para una entrevista semi estructurada al gerente de la organización y tres (3) estructuradas a los empleados la cual arroja los siguientes resultados:

- **Análisis entrevista realizada al Gerente General de la empresa Suministros del Valle C.A.**

**Pregunta Nro. 1:** ¿Cuál fue el concepto inicial con que se creó la empresa Suministros del Valle C.A.?

Respuesta: cumplir con la necesidad de los clientes a través de una distribución a tiempo y tener un personal calificado primeramente.

Análisis: la concepción de la empresa proyecta un elemento diferenciador “el tiempo” el cual debe formar parte fundamental de la gestión y servicios ofrecidos; para que sea un elemento diferenciador en pro de los objetivos empresariales fijados por la empresa, el mismo debe sostener su veracidad en los servicios y gestiones ofrecidas, convirtiéndolo en un verdadero elemento significativo para la empresa y distintivo para los clientes.

**Pregunta Nro. 2:** ¿De qué forma es transmitida la cultura empresarial a los trabajadores? Indique que acciones realiza la empresa para promover la cultura corporativa entre los miembros de la organización.

Respuesta: Siempre se han puntualizado el respeto, la educación, para que pueda ser transmitida a los trabajadores y de los trabajadores a los clientes, se realizan cursos de capacitación, motivación personal y valores ciudadanos.

Análisis: la puesta en marcha de capacitación a nivel personal es un buen inicio, pero no se debe obviar el seguimiento y evaluación constante de las conductas de los

trabajadores, ya que las mismas son el reflejo de la empresa en la calle, marcando pautas de acción, valores y ética empresariales para el mejor y adecuado desenvolvimiento de los trabajadores en su día a día, tanto con clientes externos como internos.

**Pregunta Nro. 3:** ¿Qué mecanismos aplica la empresa para atraer, retener y cultivar clientes?

Respuesta: A través del mecanismos tradicional de visita a los clientes, a través de catálogos a fin de mostrar el producto para luego ofrecer métodos de pago con el cual sean beneficiarios y con mucha perseverancia.

Análisis: la aplicación de los mecanismos tradiciones de venta siempre serán útiles, pero el contar con estrategias novedosas darán un plus a la empresa, adaptando y creando parámetros que identifiquen y se ajusten al plan de negocios, tratando de brindar nuevas opciones que logren fidelizar al cliente y captar los potenciales.

**Pregunta Nro. 4:** ¿Cuáles la imagen que desea proyectar la organización a lo interno y externo e indique que acciones hace actualmente para promover cada una de estas?

Respuesta: Lo interno para que se sientan orgullosos de pertenecer a la empresa, que tengan un espíritu de competitividad y que sepan cada día que pueden dar más para su propio beneficio, como por ejemplo se le hace celebraciones de cumpleaños y fiesta decembrina como motivación para ellos y seguir creciendo a lo externo que sepan que podemos competir contra grandes empresas en precio calidad y distribución.

Análisis: la potencialización de la imagen interna, es un trabajo del día a día, el ejemplo, armonía, solidaridad, respeto y ética son factores claves para la adecuada convivencia dentro de las empresa, de esa forma los trabajadores se sentirán cómodos

en su lugar de trabajo y exteriorizaran ese equilibrio en función de los objetivos, dejando ver a los clientes externos un engranaje perfecto entre empresa-trabajador con pilares de honestidad y respeto mutuo.

**Pregunta Nro. 5:** Indique de qué manera se promociona al público externo (que estrategias de publicidad y que medios de comunicación utilizan)

Respuesta: A través de la visita en distintos puntos de venta de la región con el fin de captar clientes para luego realizar proceder a usar medios como correo, teléfono inteligente, llamadas, pre pedido, todos los métodos que sean utilizados.

Análisis: la utilización de medios tradicionales como radio y televisión, nunca están de más, pero en la actualidad las páginas web y redes sociales crean un impulso extraordinario a las nuevas empresas, permiten dar a conocer gran cantidad de información, sin dejar de lado que se debe contar con una gestión adecuada de contenidos, para lograr proyectar la imagen deseada.

**Pregunta Nro. 6:** ¿Qué le gustaría escuchar de sus clientes cuando hagan referencia a la empresa?

Respuesta: Que nos reconozcan por responsabilidad y respeto, que en todo momento más allá del posicionamiento el cliente debe ser amigo por lo tanto que esa amistad pueda llevar a un negocio más allá de lo esperado, un negocio y una buena confianza entre los trabajadores y el cliente.

Análisis: para proyectar la imagen deseada se debe tener en cuenta el mercado al cual nos dirigimos, ya que las percepciones de los clientes dependerán de sus experiencias previas; contar con una trayectoria impecable desde los inicio genera mayor confianza y estabilidad en el mercado, el concepto de visualizar al cliente como un amigo, es un concepto que se puede utilizar como elemento diferenciador.

**Pregunta Nro. 7:** ¿Considera necesaria una revisión, acoplamiento y reajuste de la misión, visión, valores y objetivos de la empresa? Explique que desea modificar o actualizar de estos elementos tan importantes para la imagen e identidad corporativa de las organizaciones

Respuesta: la misión sigue siendo valedera porque seguimos cumpliendo con la misión, quizás debemos cambiarla a algo a corto plazo como una distribución en su totalidad del estado Carabobo ya que no se ha cumplido esa meta para llegar a nivel nacional por primero que nada la situación país la inseguridad lo costoso de los productos y el riesgo que se corre al ser despachada, muchos factores en juego que nos dificulta , quizás pudiéramos decir en estos momentos que hemos hecho una buena labor y tratar de expandirnos más adelante dependiendo de la situación del país, se debe hacer un reajuste de la visión a futuro.

Análisis: la misión, visión, valores y objetivos son elementos claves en la gestión de la empresa, de ahí parten las diferentes estrategias que deben ser utilizadas; es importante acotar que no son estáticas en el tiempo, las mismas deben ir creciendo con la empresa, deben ser rediseñadas, su marco de acción debe renovarse de la mano de los nuevos proyectos y factores internos y externos que influyen en las actividades de la empresa.

**Pregunta Nro. 8:** Es importante aplicar objetivos de la empresa, ¿Cuáles considera usted que sean los adecuados actualmente para Suministros del Valle, C.A.?

Respuesta: Primero que nada significa en precio y calidad de producto para eso generar la confianza y tratar lo que nosotros queremos el liderazgo del mercado y competir con las grandes empresas en estos casos tengo como competencia a ofimanía, valencia papelera y una de las metas es tratar de estar en ese estándar donde están ellos, se necesitara una inversión en medios publicitarios, en la parte de radio, televisión, volantes a lo que se pueda para dar a conocer la empresa.

Análisis: sin lugar a duda la fijación de los objetivos empresariales, marcan el rumbo de la empresa, se trabaja en pro de ellos, dan el direccionamiento de las actividades, proporcionan el horizonte, permiten la existencia de la empresa en el tiempo; su delimitación debe ser cuidadosa ya que de ellos dependerán las estrategias a ser utilizadas, para una empresa de este tipo los objetivos no sólo se deben enfocar en las ventas, la captación y fidelización de los clientes juega un papel sumamente importante.

- **Análisis entrevista realizada a los trabajadores de la empresa Suministros del Valle, C.A.**

A continuación, se realiza el análisis de la entrevista realizada a tres (3) trabajadores que laboran en la empresa Suministros del Valle C.A. para lo cual se emplea un cuadro comparativo de respuestas, que permite visualizar las coincidencias y diferencias de criterio en relación a aspectos relevantes que impactan en el desarrollo de las labores diarias, la consecución de objetivos, bienestar laboral, sentido de pertenencia, manejo eficiente de clientes y las relaciones interpersonales entre trabajadores y jefe, con la intención de generar puntos críticos de acción que permitan el mejor desempeño y eficacia de la empresa.

**Cuadro No 2:** Análisis de entrevista realizada a trabajadores de la empresa Suministros del Valle C.A.

	Preguntas	Respuestas de trabajadores	Análisis
1	¿Conoce usted la misión y visión de la empresa SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.? ¿Cuál cree usted que deba ser la misión y visión?	<p>Cumplir a tiempo con la distribución y pago, teniendo en cuenta la calidad de nuestros productos.</p> <p>Ser responsables y respetar al cliente</p> <p>Posicionarse a nivel nacional ante las diferentes adversidades</p>	Se nota un fuerte arraigo de valores como el respeto y la responsabilidad, pero también una importante confusión del concepto y el significado de misión y visión, aspectos relevantes que permiten la consecución de los objetivos.
2	¿Conoce usted los valores principales de Suministros del Valle, C.A.? ¿Cuáles cree usted deben ser los valores que identifiquen a Suministros del Valle, C.A.?	<p>Actuar con respeto y responsabilidad tanto dentro como fuera de la oficina, honestidad de cada uno de los que trabajamos aquí en la empresa</p> <p>Trabajar bien y con respeto</p> <p>El respeto, además es uno de los valores que nos identifica</p>	Como ya se había visto, sin lugar a duda se tienen bien consolidados los valores de respeto y responsabilidad, haciéndolos parte del trabajador en su rutina diaria, sien un significativo plus a la empresa, ya que todos sus trabajadores los adoptan y creen que son los valores más identificativos de la empresa.

3	<p>¿Qué tan identificado se siente con la organización?</p> <p>¿Y de qué manera cree usted que se puede mejorar la relación empresa-empleado?</p>	<p>Conozco donde trabajo y cuál es mi función, pero si hacen falta cosas para identificarnos como uniforme</p>	<p>En este aspecto, los trabajadores consideran que la dotación de uniforme sería de gran utilidad para una mayor identificación a nivel personal y de clientes, por otra parte se debe realizar con mayor frecuencia sesiones de retroalimentación entre los trabajadores, con la finalidad de generar un feedback efectivo para la atención al cliente y estar alineados en cuanto a respuestas.</p>
		<p>Establecer más horas de reencuentro en la oficina, compartir experiencias y consejos ante los distintos clientes, eso genera armonía entre nosotros</p>	
		<p>Mayor tiempo entre el personal de venta</p>	
4	<p>¿Es de su agrado el logo actual de Suministros del Valle, C.A.? ¿Qué mejora consideraría usted que se le pueda hacer al logo? De no considerar realizar alguna mejora diga el por qué</p>	<p>Me gusta el logo su color y la forma</p>	<p>En líneas generales el logo es visualmente agradable, se deberían tomar en cuenta sólo pequeños detalles para su actualización conservando su esencia según la opinión de los trabajadores. Hay que tomar en cuenta que no son expertos en captar lo que su logo proyecta si no lo que ellos perciben personalmente.</p>
		<p>Es agradable, pero considero que el nombre debería estar acompañado por una imagen</p>	
		<p>No le cambiaría como tal lo que haría sería eliminar cosas como el Rif y colocar un mismo tipo de letra</p>	

5	¿Considera usted importante al momento de ofrecer sus servicios al cliente llegar identificado con uniforme de la empresa? ¿Por qué?	Sí, generas confianza a un nuevo cliente	Es de suma importancia la utilización de uniforme, reafirman una identidad fuerte en el mercado, confiabilidad y los trabajadores representarían con orgullo el logo de la empresa en la cual laboran, aumentando la entrega y sentido de pertenencia.
		Sí, para que no piensen que la empresa no existe	
		Sí, nos identifica, nos da prestigio	
6	¿De qué manera se comunica con sus jefes? ¿Siente usted necesario ampliar los métodos de comunicación actuales en la empresa?	A través de WhatsApp cuando no estamos en la oficina, porque no existe un protocolo de comunicación, cualquier queja o incomodidad la hacemos llegar directamente por eso ampliar no creo que haga falta.	A pesar que los trabajadores concuerdan con que la comunicación es eficaz, se deben establecer canales regulares, pensando en el crecimiento de la empresa, ya que en todo momento no se podrá contar con la comunicación directa y se debe canalizar situaciones que requieren respuestas.
		Llamadas telefónicas, siempre se cuenta con la asesoría directa del jefe.	
		Llamadas y mensajes, cuando se está fuera de la oficina.	

7	¿Qué sugiere usted para mejorar la relación jefe-trabajador y dar soluciones con mayor rapidez?	Establecer horarios en la oficina de todos juntos, compartir consejos conocer de clientes que otros tienden dar puntos de vista	Todos los trabajadores coinciden en que hace falta una mayor retroalimentación para impulsar la relación jefe-trabajador, donde se compartan experiencias y creando un feedback efectivo que permita un claro panorama de las expectativas que debe cumplir cada trabajador.
		Más reuniones donde se compartan tips para ayudar a manejar clientes	
		Charlas con el jefe donde se aclaren las metas que se deben alcanzar y los medios más efectivos para ello.	
8	¿De qué manera cree usted que la empresa pueda ser más competitiva frente a otras similares? ¿Qué acciones recomendaría?	Hoy en día el cliente piensa en crédito y forma de pago, actualmente ofrecemos notas de crédito tres o cuatro días más que la competencia y ha resultado los clientes terminan prefiriéndonos	Ante esta pregunta, los trabajadores vuelven a coincidir en el uso de tecnología para aumentar la competitividad, incluyendo en las diferentes acciones la utilización de canales electrónicos, logrando una mayor difusión de los productos ofrecidos y eficiencia en los servicios prestados.
		Adaptarnos a la tecnología, ventas y pedidos por internet, por redes sociales y páginas web	
		Innovar en planes de distribución y venta directa, además de ofrecer más canales de comunicación y promoción en internet.	

### **Análisis general de entrevistas realizadas a los trabajadores y al gerente de la empresa Suministros Del Valle, C.A.**

La recolección de datos que se obtuvo al realizar estas entrevistas tuvo un papel importante en la investigación, ya que se pudo recaudar la información necesaria y precisa para realizar las estrategias adecuadas de imagen e identidad corporativa de Suministros Del Valle, C.A. debido a la carencia de uso de imagen que tienen en la organización y la falta de información interna que tienen respecto a su cultura empresarial, se pudo notar que había que fortalecer dicha carencia de uso adecuado de la imagen, teniendo estos datos se continuo con el siguiente paso de la investigación y realizarle una entrevista a un experto en imagen con el fin de que aporte suficiente ayuda para las estrategias que debemos aplicar, desarrollar y establecer en los elementos de imagen e identidad corporativa que se consideren necesarios y lograr posicionar a la empresa Suministros Del Valle, C.A.

#### **4.2 Fase II: Identificación de las estrategias adecuadas de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle.**

Para la fase II se realizó una entrevista semi estructurada al experto en el área con el fin de que pueda aportar información valiosa o variable a considerar según el tipo e enfoque que se debe hacer para la empresa, coadyuvando a la creación de estrategias certeras para la imagen e identidad corporativa de la organización.

Datos del experto.

Nombre del Entrevistado: Jannexis Moreno

Profesión u Ocupación: Licenciada en Mercadeo y TSU en Diseño Gráfico.

Docente de la cátedra: Imagen e identidad Corporativa, Posicionamiento y Promoción.

- **Análisis entrevista realizada a experto en imagen e identidad corporativa.**

**Pregunta Nro. 1:** ¿Cuál cree usted que deben ser los elementos de identidad corporativa que la empresa SUMINISTROS DEL VALLE, C.A debe tener para proyectar su imagen a nivel interno y externo?

Respuesta: la identidad debe partir de la planificación estratégica, es decir, su misión, visión y valores para poder comenzar a trabajar en función la parte interna, para luego hacer la proyección, a veces nos enfocamos simplemente en lo que es la parte externa y no se percata que al tener una misión visión establecidas permiten inclusive el propio desarrollo de la identidad, que es lo que somos, como lo queremos hacer y cómo nos vamos a proyectar y en función a eso trabajar lo que es la identidad visual.

Análisis: dicho en otras palabras lo primero que se debe hacer es establecer la cultura organizacional, la cual permitirá desarrollar la identidad, ya que la empresa cuenta con elementos que las identifican como el nombre y logo, pero no se desarrollan todos los elementos acordes como son uniformes, colores corporativos, eslogan y papelería, no cuenta con elementos mayoritarios para desarrollar la parte visual digital que es parte importante como puede darse a conocer, para proyectarse a una audiencia mucho más amplia, estableciendo como se va proyectar a ese público objetivo que se debe establecer.

**Pregunta Nro. 2:** ¿Qué criterios deben tomarse en cuenta para actualizar la misión, visión y valores de SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.?

Respuesta: con un solo un valor que logre identificar a la empresa y verdaderamente lo cumpla es más que suficiente, colocar los que realmente van a cumplir para que exista una relación, un vínculo con lo que realmente proyecta, es conveniente realizar una auditoría de imagen para conocer que objetivas se cumplieron y cuáles no, como va en el tiempo la empresa ya que es como un

producto, lleva su ciclo de vida y llega un momento en el que hay que redimensionarla inclusive partiendo de la cultura corporativa, para re direccionar en función de los cambios del mercado.

**Análisis:** en cuanto a la elaboración de la misión, se refiere a lo que somos, se debe definir bien cuál es el objetivo que tiene la organización, para luego proyectar la visión, que es como se ve a futuro, generalmente la visión se realiza con una proyección a 5 años, pero con los constantes cambios, se debe realizar su revisión a los dos o tres años y evaluar si es necesario redimensionar otra visión.

**Pregunta Nro. 3:** ¿Qué medios y/o mecanismos considera idóneos para transmitir la imagen SUMINISTROS DEL VALLE, C.A. frente a su público externo?

**Respuesta:** Actualmente los medios tradicionales son los más efectivos y mucho más costosos, enemigos en función de las nuevas empresas por cuestión de recursos económicos, pero para la utilización del marketing digital debe existir una retroalimentación un feedback y saber manejarlo, a veces no se transmite lo deseado, debe tener una continuidad, una evaluación utilizando las métricas, los resultados del feedback.

**Análisis:** a través de los medios digitales se puede buscar resultados más allá de los esperados, crear ese vínculo y empatía que se busca con el público objetivo, por la ubicación dentro del estado Carabobo tenemos el medio impreso, inclusive se puede utilizar la radio con algo jocoso o algo llamativo que logre un enganche con la localidad.

**Pregunta Nro. 4:** ¿Considera recomendable realizar un rediseño de logo para SUMINISTROS DEL VALLE, C.A. considerando la poca trayectoria en el mercado? ¿Qué cambios sugiere que se deben implementar? De acuerdo al logo que se presenta a continuación

**Respuesta:** analizando un poco el logo, se logra visualizar inicialmente el nombre y lo primero que se viene a la mente es una empresa de bebidas, quiere decir que tenemos que trabajar, ya que el nombre se asocia con algo que ya está posicionado.

Análisis: hay que trabajar en función de algo mucho más visual es decir trabajar una imagen gráfica un pictograma que identifique lo que hace la empresa, la actividad que desarrolla, la imagen habla por sí sola, el color es el adecuado según la psicología del color, ya que es un color ecológico fresco, se trabajaría con la misma tonalidad con una monocromía de color para poder diferenciar ciertos elementos de otros dentro de lo que se vaya a presentar visualmente.

**Pregunta Nro. 5:** ¿De qué manera cree usted, se debe plantear el rediseño de la nueva imagen, cuáles son los pasos a seguir?

**Respuesta** trabajar con diferentes tonalidades de verdes que viene siendo la monocromía o si no se quiere trabajar en una monocromía se pudiera trabajar en función de un color contraste, se pudiera trabajar con un naranja que emita un contraste y sea figurativo y llamativo, en cuanto a la presentación de los elementos gráficos que se quieran presentar, se pudiera hacer un rediseño de tipo medio donde se cambia el lenguaje lineal, pero sin embargo se pudiera jugar con los elementos o un rediseño high standard que implicaría un rediseño completo, sin embargo manteniendo el color corporativo que está bien establecido.

Análisis: la empresa con 5 años en el mercado debería estar posicionada con una identidad fuerte, al no contar con ese posicionamiento vislumbra que algo está pasando y puede ser desde la propia cultura corporativa, porque simplemente no se genera una identidad correcta en el mercado, motivo por el cual no se identifica de la mejor manera, se debe buscar herramientas como lo es el rediseño que permitan que

exista empatía, ese vínculo con los clientes existentes y con los clientes que se puedan tener.

**Pregunta Nro. 6:** ¿Qué estrategias de imagen e identidad corporativa considera usted que se deban implantar para impulsar a corto y mediano plazo la imagen de SUMNISTROS DEL VALLE, C.A?

**Respuesta:** comenzar si es necesario con la modificación de su cultura corporativa en cuanto a su misión visión y valores, siempre se recomienda a toda empresa por muy pequeña que sea el diseño de un manual corporativo es lo mínimo que se puede exigir en una organización, porque inclusive la primera parte que se puede desarrollar debe estar implícita dentro de él , es su cultura corporativa, su razón de ser, de ahí determinar todo lo que sería las presentaciones en cuanto a los colores, material pop, papelería, además de la implementación de lo que son los uniformes, creando una marcada cultura corporativa, para que el trabajador haga la proyección adecuada a través de una herramienta como lo es el uniforme, así mismo el material que vaya a utilizar ese vendedor en la calle, en la visita al cliente, para que el mismo se sienta identificado, que cuente con su carnet.

También se pudiera implementar algún incentivo de acuerdo a los clientes, manejar una página web, utilización de link, donde se visualice todo lo que es y ofrece la empresa, como se puede contactar, generando referencia, siendo más amplia la proyección en redes sociales, establecidas en función de la informaciones de cada post, los cuales deben ir con los colores corporativos, todo esto es imagen que va conformando lo que es la empresa.

Análisis: cuando se maneja una empresa pequeña o mediana como mínimo dentro del manual corporativo se debe manejar toda la normativa visual para que no exista ninguna confusión, el manual lo que permite como estrategia es unificar esa identidad para que no exista distorsión de ningún tipo en la parte visual, por ejemplo

es el cómo el eslogan será manejado, como se va a diagramar, para que los clientes estén claros y no se confundan con otra cosa, por otra parte la utilización de los uniformes crea seguridad al cliente de una persona que este identificada, de un material de trabajo bien hecho y bien realizado, contar con algo visual para captar al cliente siempre será un método de enganche y persuasión; de igual forma la utilización del marketing digital permitirá establecer estadísticas, que permiten establecer similitudes en cuanto a tipos de clientes y muchas más aplicaciones, sin dejar de lado una mayor recordación de la marca.

**Pregunta Nro. 7:** ¿Qué medios considera usted que son los más adecuados para el manejo de la comunicación interna de la empresa SUMINISTROS DEL VALLE C.A.?

**Respuesta:** sin duda alguna el correo electrónico, permite ver el seguimiento de cada aspecto y acontecimiento generando un soporte.

**Análisis:** sin duda alguna el correo electrónico es una herramienta muy útil y versátil, que permite una comunicación formal que deja constancia del trayecto acontecido, así como la difusión exacta y gran escala de información que debe conocer todo el personal.

**Pregunta Nro. 8:** ¿De qué manera cree que la empresa SUMINISTROS DEL VALLE, C.A. pueda ser más competitiva frente a marcas similares?

**Respuesta:** el tiempo en el mercado y el conocimiento del público a nivel nacional atribuyen una experiencia amplia macro, se debe seguir el proceso de ir creciendo logrando la identificación primeramente a nivel local, logrando la receptividad y conocimiento del mercado, luego implementar otras estrategias, cuales son lo que quieren empezar por local, regional nacional.

Análisis: se debe empezar de lo micro entendiéndose como un nivel local, para luego proyectarse a nivel regional y nacional, implementando diferentes estrategias de posicionamiento y publicidad.

**Pregunta Nro. 9:** ¿Qué estrategias considera usted que se deban implantar para impulsar a corto y mediano plazo una cultura corporativa que permita fomentar un mejor ambiente de trabajo dentro de la organización?

**Respuesta:** se debe iniciar por los dueños ya que por sí mismos forman parte de la cultura, presentar a cada trabajador, realizar la inducción a la empresa para que se pueda lograr el sentido de pertenencia que cale dentro de la persona, porque es quien da la proyección, hacerlos formar parte de redes sociales de la empresa, mostrar el desarrollo de las actividades, incentivos, que sientan que la empresa también está identificada con ellos, para que exista ese vínculo directo que genere organizaciones de bienestar.

Análisis: la cultura debe partir de los dueños, ya que son los principales impulsores de los valores que la empresa comparte con sus trabajadores, se debe incluir a los trabajadores en las diferentes actividades que la empresa realice, tomar en cuenta sus ideas y el trabajo que realizan, incentivándolos al crecimiento y exaltar los valores compartidos.

### **Análisis general de la entrevista realizada al experto en imagen e identidad corporativa**

La entrevista al experto fue de total ayuda en esta investigación, gracias a esta entrevista se determinó cuáles fueron las estrategias adecuadas y necesarias que aplicaremos en el desarrollo de la investigación, se abordó el planteamiento y diseño de las estrategias a utilizar y de qué manera aplicarlas, además de que elementos de identidad corporativa son necesarios desarrollar para lograr el posicionamiento de Suministros Del Valle, C.A. Así mismo se obtuvo información de gran importancia

para el desarrollo de la cultura empresarial y cuáles serían los medios adecuados para su comunicación interna y externa en esta empresa, aunado a esto se tomó la decisión de rediseñar el logo de la empresa ya que fue notable durante su observación que el mismo tenía un desvío de identidad visual y no reflejaba la actividad comercial desempeñada por la organización.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

En el presente capítulo se plasmará en detalle todos los aspectos que conlleva la propuesta diseñada para dar solución a la problemática presentada en la empresa Suministros del Valle C.A. ubicada en Valencia estado Carabobo, considerando factores previamente definidos en base al resultado del análisis realizado a los datos obtenidos a través de los diferentes instrumentos aplicados.

#### **5.1. Presentación de la Propuesta**

El desarrollo de la propuesta se basa en la presentación de estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle C.A. ubicada en Valencia estado Carabobo, tomando en cuenta una proyección por escala, considerando su ubicación, primeramente un impacto local, luego regional y por último nacional, con miras a largo plazo de lograr la consolidación de una imagen e identidad fuertes que se arraigue en el mercado y mente de los ciudadanos, que genere un impulso que permita lograr la exportación a nivel internacional.

Seguidamente, es importante resaltar que a la hora de posicionar una empresa se deben considerar un conjunto robusto de elementos que permitan paulatinamente calar en la mente del público objetivo, por tales motivos y considerando que la empresa Suministros del Valle C.A. es relativamente reciente, se proponen las siguientes estrategias:

- Rediseño del logo corporativo; el cual busca la notoriedad e identificación en el mercado, conservando sus colores, los cuales generan frescura y sensación de bienestar al público.
- Creación de página web; otro aspecto de suma importancia para llegar a un gran conglomerado de personas, con la intención de dar a conocer la empresa a diferentes segmentos del mercado que en algún momento puedan llegar a necesitar

los servicios de la empresa, a su vez esto permite adaptar la propuesta a las actuales tendencias digitales y además un mayor acercamiento con los potenciales clientes y los ya fidelizados.

- Creación de redes sociales; especialmente Facebook e Instagram las cuales son una herramienta efectiva a la hora de posicionar un producto, por ser consideradas un medio masivo de información con gran presencia en el mercado ordinario como lo es la venta de artículos de oficina; todo ello de la mano con estrategias de marketing de atracción (marketing inbound) de forma de atraer al público objetivo y promover la existencia de la empresa en la web.

- Manual de identidad corporativa; El cual pretende lograr establecer los parámetros necesarios para el uso correcto de la identidad visual de la empresa Suministros del Valle, C.A. con el fin de definir claramente de qué manera se debe comunicar la marca corporativa, creando dentro del mismo piezas publicitarias que logren la diferenciación de la empresa ante la competencia, contribuyendo así al posicionamiento en el mercado.

A sí mismo, se resalta que dicho manual considera básicamente los siguientes lineamientos: reseña histórica de la empresa, uniformes para los trabajadores, carnet, material de papelería (hojas membretadas, tarjetas de presentación, sobres), material publicitario para los clientes y logotipo con normas básicas de construcción tales

Como: Área de protección del logotipo, control tipográfico y fondos no permitidos, además en el manual de identidad corporativa se establece las directrices de ética, pertenencia, valores corporativos y de la marca para así crear un vínculo entre el capital humano y la organización.

## **5.2. Justificación de la propuesta**

Debido a la gran competencia y versatilidad existente en el mercado, el posicionamiento que logre una empresa es un factor de determinante para su

permanencia en el tiempo y la imperiosa necesidad de la captación y fidelización de clientes, que se traducirán en beneficios económicos que sustentan y permiten la evolución de la empresa; hechas éstas consideraciones, se presenta una propuesta que engloba una serie de estrategias que han sido analizadas y ajustadas a la problemática presentada en la empresa Suministros del Valle C.A., la cual no ha logrado posicionarse adecuadamente en el mercado, a pesar de contar con una trayectoria de cinco (5) años.

Imagen N° 1 Antiguo Logo de la Organización.



Fuente: Suministros del Valle C.A.

Así mismo mediante observación directa se puede denotar que el logo no transmite la actividad comercial desempeñada por la organización, es por ello que se hace necesario y de vital importancia implantar estrategias en la empresa Suministros del Valle C.A. con la finalidad de obtener altos niveles de posicionamiento, ampliar la cartera de clientes, y que a su vez logren la adecuada gestión de identidad corporativa, permitiendo analizar la situación actual y futura de la empresa y así visualizar los posibles efectos de la imagen, con lo cual se justifica la razón de ser de este trabajo de investigación.

Del mismo modo, se pretende dar a conocer la empresa haciendo masivo el conocimiento de su existencia y todo lo que proporciona al público, impulsando su

posicionamiento y logrando estándares deseados para la consecución de las metas a corto, mediano y largo plazo, tomando en consideración que se debe elevar el sentido de pertenencia de los trabajadores y empoderarlos de sus labores, aumentando la comunicación interna y externa que garantice la proyección adecuada de los valores que caracterizan a la empresa.

### **5.3. Beneficios de la Propuesta**

Los beneficios asociados a la implantación de la propuesta radican en dar a conocer de forma efectiva y masiva la empresa Suministros del Valle C.A., aunado a los siguientes tópicos:

- Lograr un mejor posicionamiento en el mercado
- Notoriedad y recordación por parte de la audiencia
- Diferenciación en el mercado
- Fidelización y atracción de clientes
- Ventaja competitiva
- Generar sentido de pertenencia entre los trabajadores
- Proyectar una imagen e identidad sólida y confiable
- Proyección en la captación de clientes

### **5.4. Objetivos de la Propuesta**

#### **5.4.1. Objetivo General**

Promocionar la empresa Suministros del Valle C.A. a través de estrategias de imagen e identidad corporativa que permitan lograr un posicionamiento en el mercado.

### **5.4.2. Objetivos Específicos**

- Rediseñar el logo de la empresa Suministros del Valle C.A., estableciendo los elementos a modificar e incluir.
- Establecer los principios de la cultura y la filosofía corporativa de la empresa Suministros del Valle C.A.
- Determinar las estrategias para la comunicación interna y externa de la nueva identidad corporativa de la empresa Suministros del Valle C.A.

### **5.5. Análisis de factibilidad**

El principal elemento a considerar en cualquier propuesta es su factibilidad, por lo que es indispensable su adecuada evaluación para conocer lo viable que puede llegar a ser, esto debido a la gran diversidad de planes y aplicaciones existentes hoy día. La comprobación de la factibilidad radica en un costo de inversión razonable y viable para la organización, que asegure el retorno de la misma; en tal sentido se deben considerar aspectos técnicos, económicos y operativos.

#### **5.5.1. Factibilidad técnica**

Desde el punto de vista técnico la empresa Suministros del Valle C.A. deberá realizar una inversión en cuanto al hosting para la página web, así como para la creación y mantenimiento de la misma, ya que actualmente no cuenta con un departamento especializado para tal fin, por tal razón la empresa opta por la contratación de servicios profesionales en el área, por otra parte en relación a la implementación de las demás estrategias, la empresa cuenta con todos los equipos y software necesarios ya que los mismos se encuentran habilitados para su utilización; haciendo la propuesta técnicamente factible ya que la empresa cuenta con los recursos para la inversión y está dispuesta a realizarlo.

### **5.5.2. Factibilidad operativa**

En el aspecto operativo, la empresa Suministros del Valle C.A. debe considerar la contratación de empresas de apoyo para el desarrollo y mantenimiento tanto de la página web como de las redes sociales, en tal sentido se cotizó con la empresa Digital Solution C.A. para el diseño, desarrollo y mantenimiento de la página web, del mismo modo se conversó con la Lcda. María Fernanda Castellanos publicista especialista en redes sociales (Community manager) para la contratación de sus servicios profesionales para la gestión de las redes sociales.

Por otra parte, la empresa cuenta con el personal necesario para impulsar sus ventas y afianzar su cultura corporativa, así como dar macha a las acciones necesarias para implementar los nuevos canales de comunicación interna; se considera factible operativamente la propuesta ya que a pesar que no cuenta con una parte del personal para el desarrollo y mantenimiento de las estrategias, está dispuesto y cuenta con los recursos necesarios para la inversión.

### **5.5.3. Factibilidad económica**

Se refiere al costo asociado para desarrollo de la propuesta, tomando en cuenta los recursos técnicos y operativos para su correcta implementación y mantenimiento; en lo referido a la propuesta planteada la empresa Suministros del Valle C.A. Deberá realizar una inversión económica derivada del desarrollo y sustento de la misma en el tiempo; considerando los aspectos técnicos y operativos necesarios, así como diversos elementos que permiten la realización del Manual de Identidad Corporativa y sus diferentes piezas publicitarias, así como también los gastos que puedan generar de ser necesario una retroalimentación por algún cambio sugerido o un nuevo aspecto relevante que contenga un gasto adicional.

Teniendo en cuenta lo descrito, se presentan a continuación el presupuesto aproximado de los costos directos e indirectos que necesitaría la empresa para implementar las estrategias propuestas de manera metódica y objetiva.

**Cuadro No. 3:** Costos asociados al desarrollo e implementación de la propuesta

Concepto	Descripción	Cantidad (unidades)	Proveedor (Presupuestos del 04/12/2018)	Costos
Desarrollo	Costo por el desarrollo de la página web	1	Digital Solution C.A.	20.000,00
Hosting	Almacenamiento en la web (cuota mensual)	1		5.000,00
Mantenimiento	Se debe realizar un mantenimiento y actualización periódica de la página web (cuota mensual)	1		5.000,00
Material POP	Tazas	25	Ideativa Publicidad C.A.	30.000,00
	Bolígrafos	25		10.000,00
	Calendarios	200		2.800,00
	Llavero	25		8.750,00
	Libretas	25		17.500,00
Papelería	Hojas Membretadas	200		5.000,00
	Sobre	200		4.000,00
	Tarjetas de Presentación	200		1.400,00
Aplicaciones	Sello húmedo	5		6.000,00
	Gorras	5		4.000,00
	Carnet	5	1.000,00	
	Uniformes	5	40.000,00	
	Rotulación de vehículos	3	9.000,00	
Community Manager	Especialista en la gestión de redes sociales (Honorarios profesionales mensuales)	1	Lcda. María Castellanos	4.000,00
Manual de Identidad Corporativa	Impresión	1	Ideativa Publicidad C.A.	9.500,00
<b>TOTAL</b>				182.950,00

Fuente: Digital Solution C.A., Ideativa publicidad C.A. Lcda. María Castellanos (2018)

## 5.6. Desarrollo de la Propuesta

Para dar cumplimiento al objetivo general de la propuesta se proponen diversas estrategias enmarcadas en los objetivos específicos, para cada uno de los cuales se detallan acciones y procedimiento que pretenden integrar esfuerzos promocionales aplicados al medio de comunicación institucional, específicamente el marketing directo y digital. El propósito de emplear éste conjunto de estrategias es dar a conocer

de forma efectiva y masiva la empresa Suministros del Valle C.A. manteniendo una homogeneidad y armonía en los mensajes que se van a comunicar a través de los diferentes medios de comunicación utilizados. A continuación se plasman cada una de las estrategias empleadas divididas en etapas:

**Etapas I: Implementación del nuevo logo de la empresa Suministros del Valle C.A., estableciendo los elementos a modificar e incluir.**

Como primera actividad para el desarrollo de esta propuesta, se trabajó en el rediseño de la marca corporativa de la empresa Suministros del Valle C.A. con el objetivo de hacerlo más atractivo a la vista del público además de lograr la relación idónea entre empresa y a lo que se dedica, manteniendo los rasgos originales con que fue creado el primer diseño. Se logró una figura minimalista que se compone de las letras S y V hecho con la familia tipográfica “Georgia” encerrado en un círculo junto con elementos de oficina, formando una figura fácil de recordar para cualquier cliente, junto con las palabras “Suministros” hecho con la familia tipográfica “Plantagenet Cherokee” y las palabras “del Valle” en segunda línea hechas con la familia tipográfica “Blacksword”.

**Imagen No. 2** :Logo actual rediseñado de la empresa Suministros del Valle C.A.



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

### **MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

Cabe destacar que la elaboración y puesta en práctica del manual de identidad corporativa reportará beneficios claves y le permitirá a Suministros del Valle C.A., proyectar una imagen basada en una identidad fuertemente construida. Las acciones que se deben realizar para la aplicación del manual de identidad corporativa en Suministros del Valle son:

Dar inducción detallada a los encargados de velar por el cumplimiento del manual de identidad corporativa y explicar cómo y para que se debe utilizar.

Inducción del manual de identidad visual a los trabajadores de modo que les permita conocer cómo utilizar dicho manual a futuro.

Realizar evaluaciones periódicas del uso correcto del manual.

Impresión de aplicaciones con nueva imagen (uniformes, material POP, papelería)

Adecuación de la nueva imagen dentro de las instalaciones (instalación de aviso en referencia a colores corporativos).

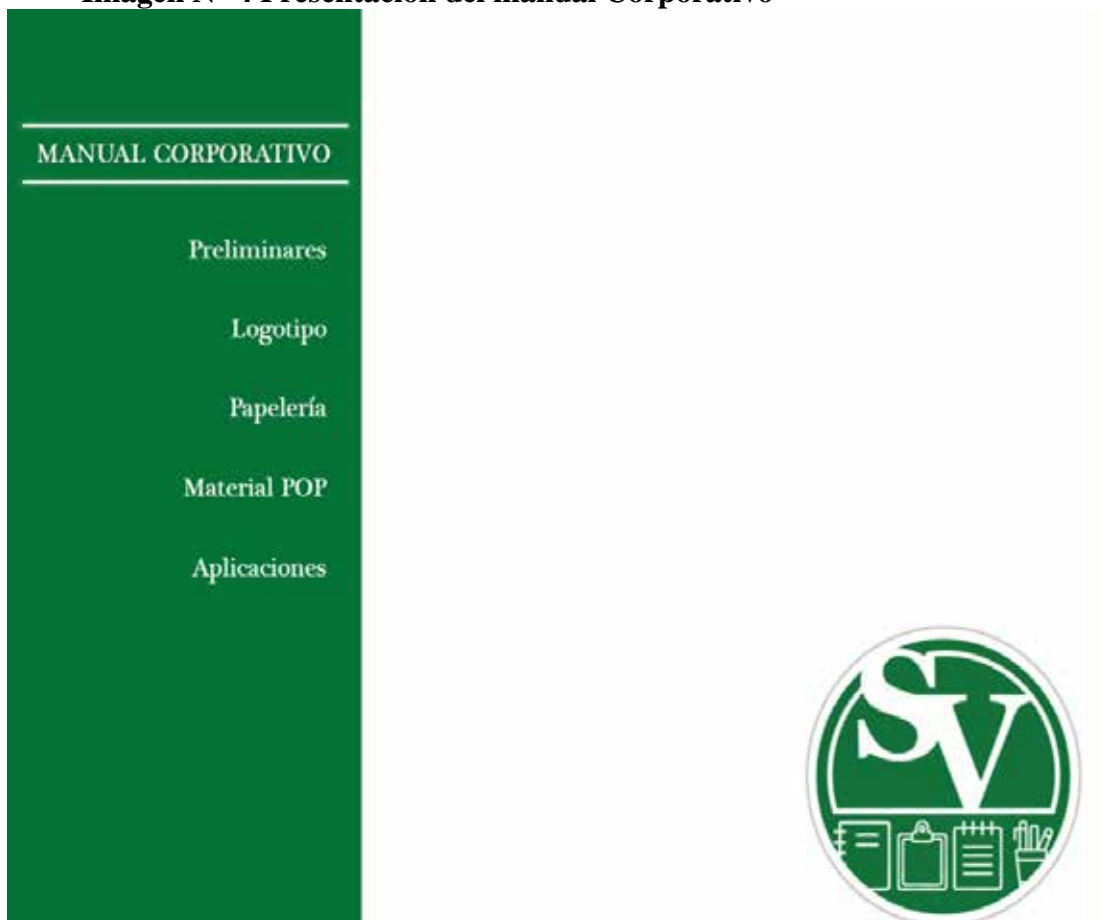
A continuación se presenta el Manual de Identidad Corporativa de Suministros del Valle:

**Imagen No. 3 Manual de Identidad Corporativa**



**FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)**

## Imagen N° 4 Presentación del manual Corporativo



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 5 Cultura Organizacional



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 6 construcción grafica Logo

**LOGOTIPO**

Se logró una figura minimalista, que se comprende de las letras "S" y "V" en mayúscula encerradas por un círculo, formando una figura fácil de recordar para cualquier cliente.

**Construcción Gráfica**  
Se muestra la construcción de los elementos gráficos del logotipo encima de una trama modular, donde cada módulo se denomina X.



**Área Reservada**  
El tamaño del área definida por los márgenes permite la ampliación y reducción del logotipo desde X.



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 7 Colores Corporativos / Tamaños



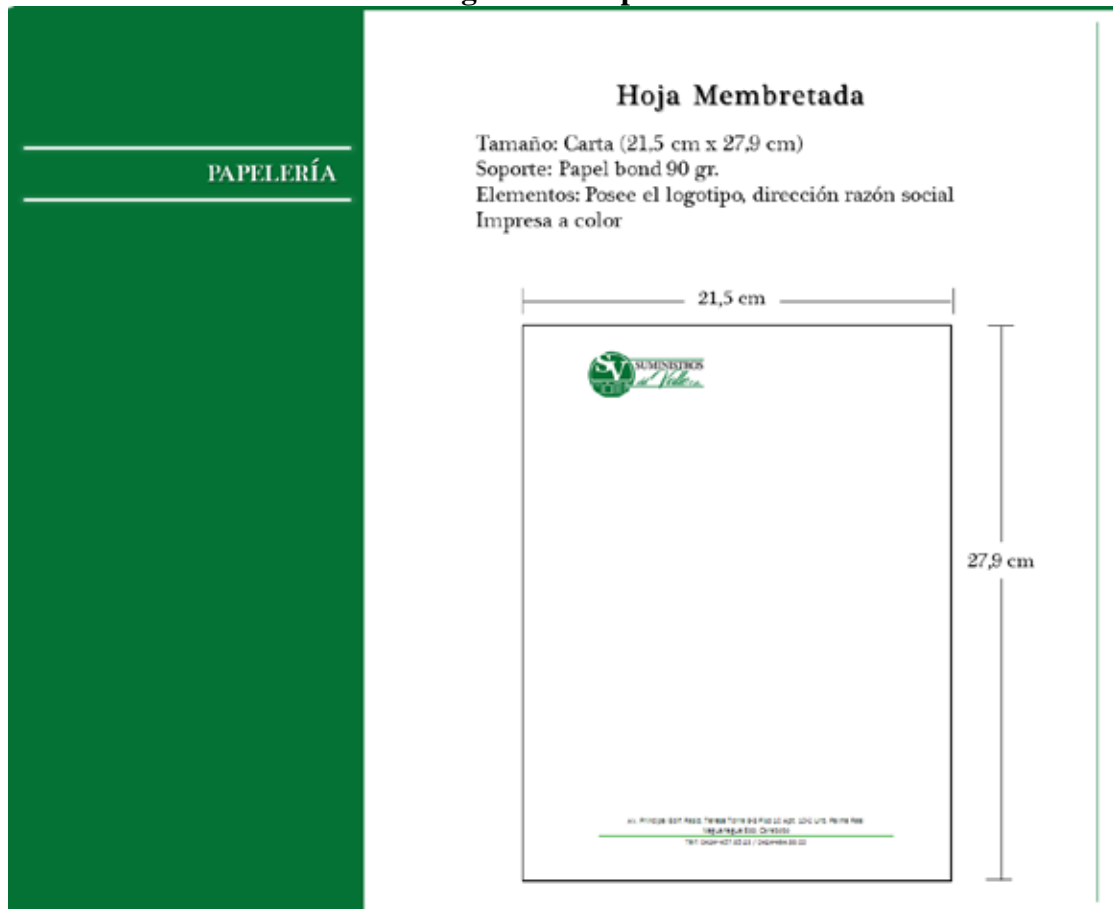
FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 8 Tipografía



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 9 Papelería



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 10 Papelería



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

**Imagen N° 11 Papelería**



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

**Imagen N° 12 Material POP**



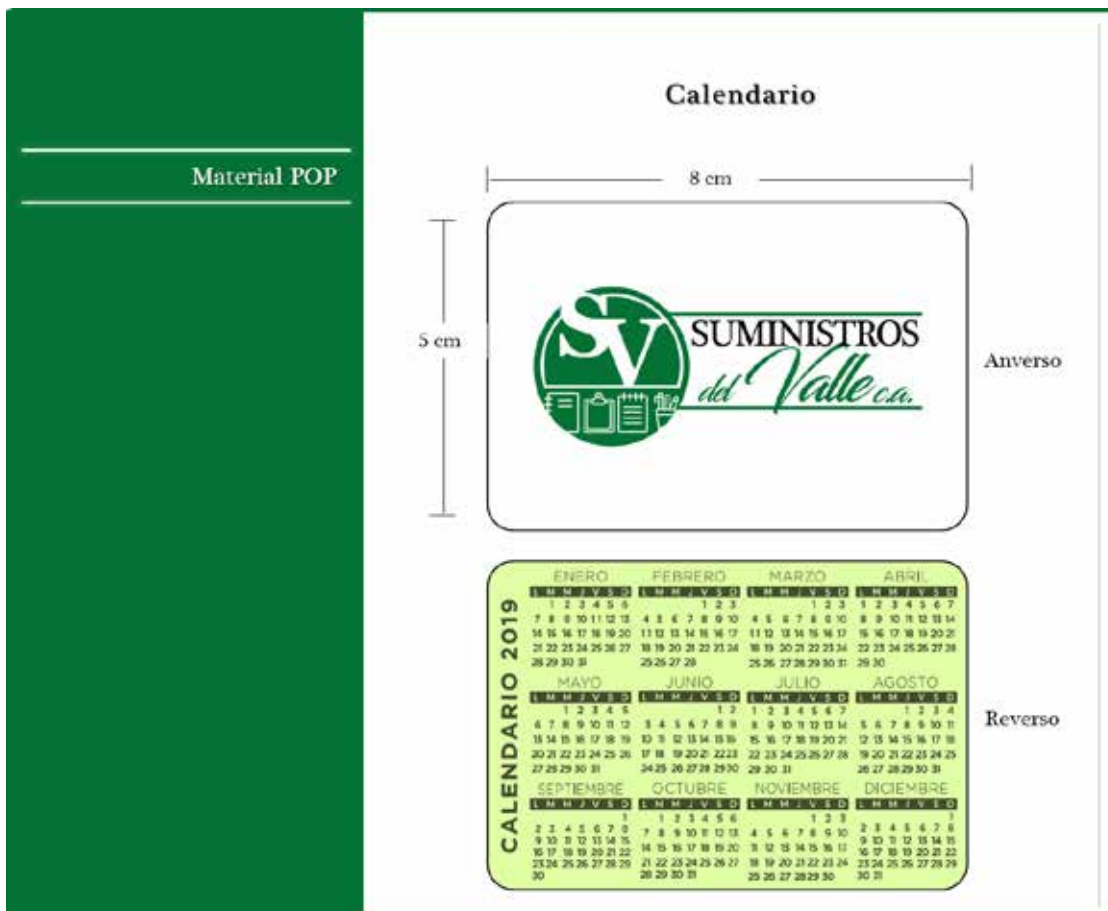
**FUENTE:** Aparicio e Yrigoyen (2018)

### Imagen N° 13 Material POP



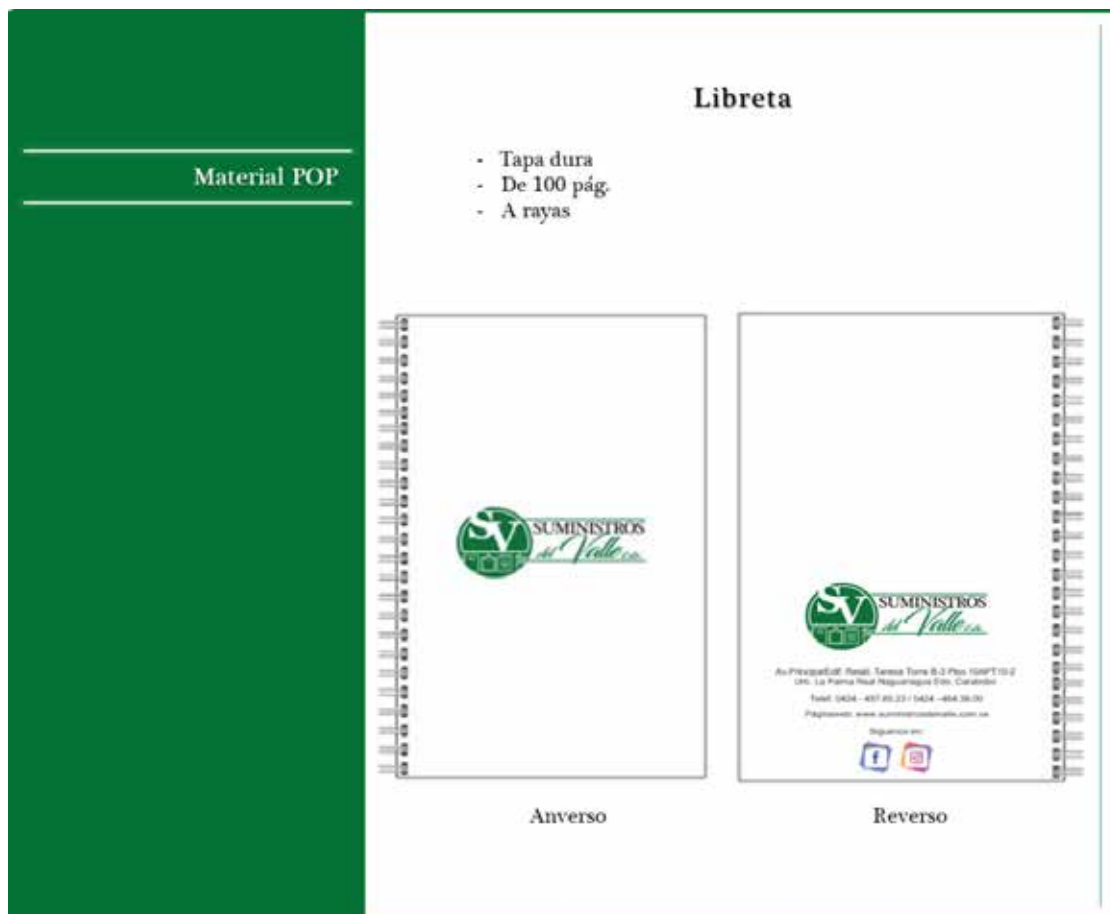
FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

Imagen N° 14 Material POP



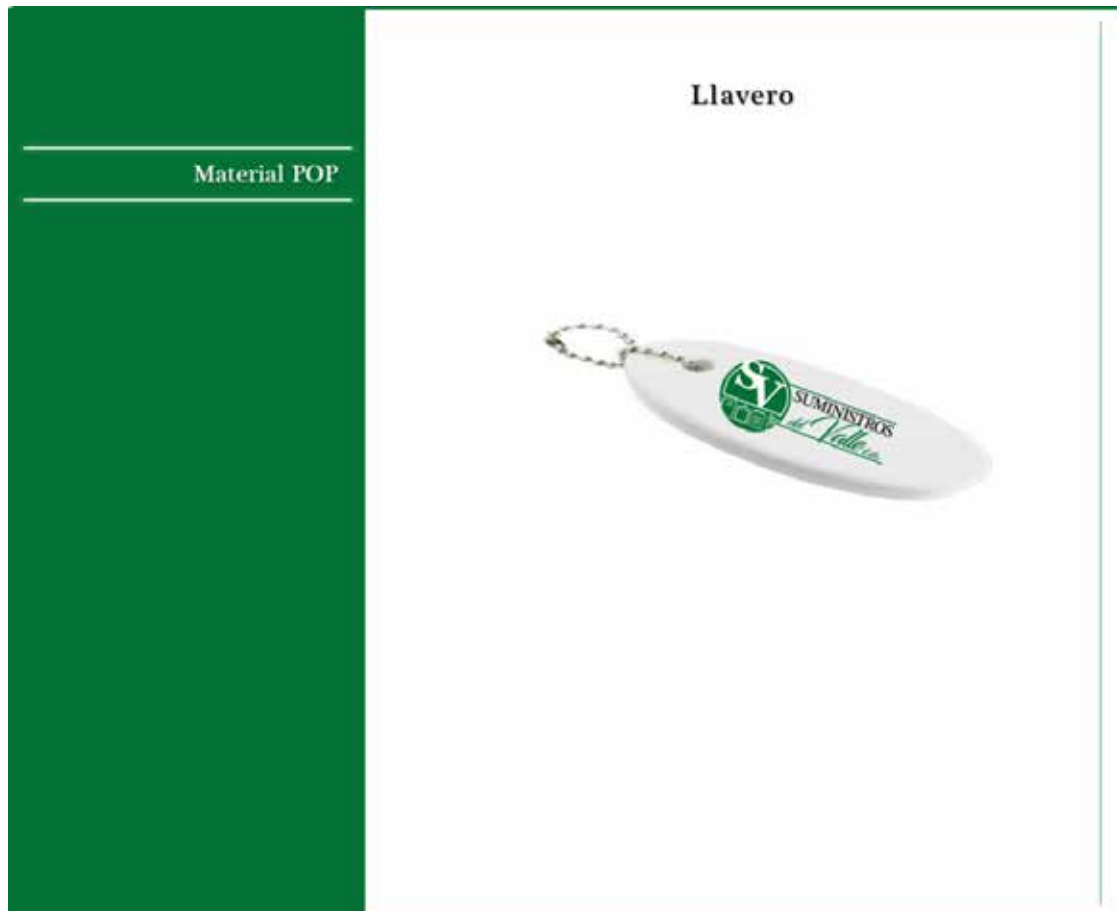
FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 15 Material POP



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 16 Material POP



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 17 Sello de la Empresa



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 18 Carnet de la Empresa



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 19 Uniforme de la Empresa



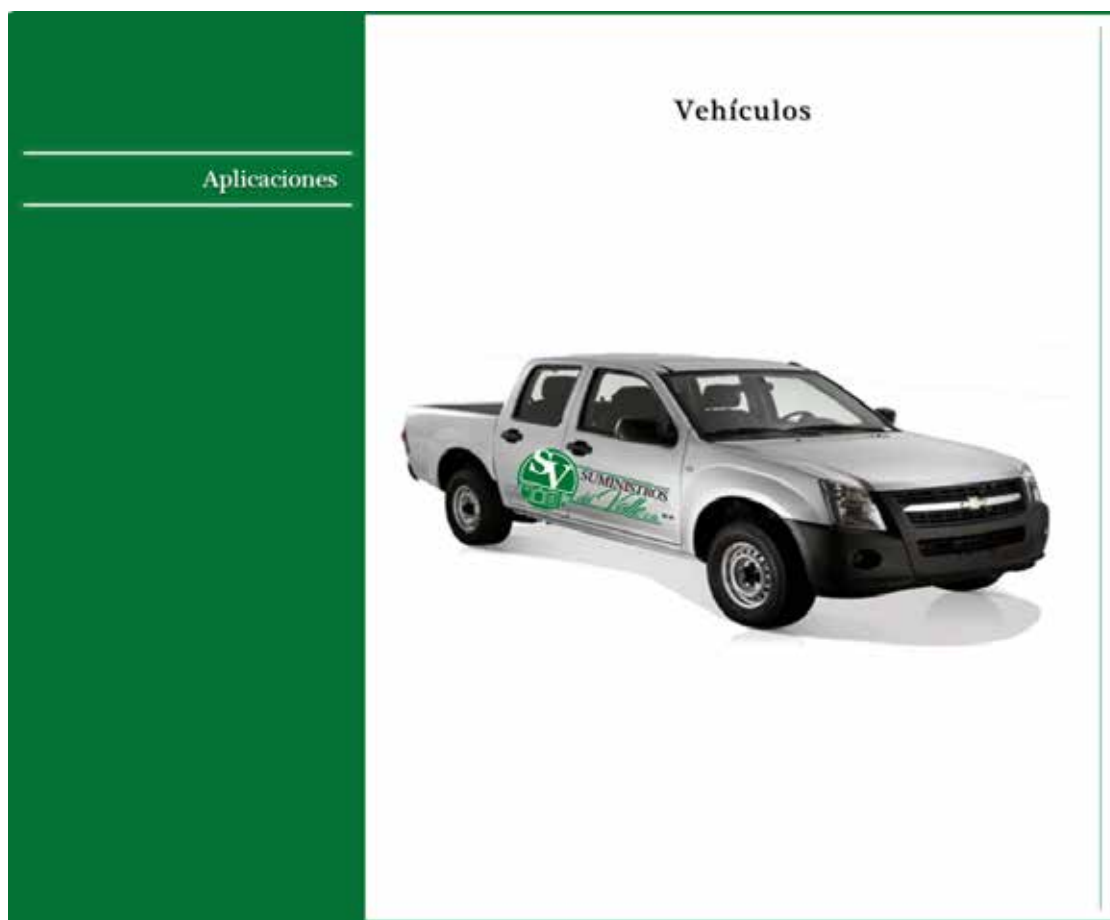
FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 20 Uniforme de la Empresa



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

## Imagen N° 21 Medio de Transporte



FUENTE: Aparicio e Yrigoyen (2018)

**Cuadro No 4:** Cuadro Operativo para el establecimiento de la nueva identidad visual

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	DIRIGIDO A	RESPONSABLE	TIEMPO
Inducción detallada al encargado	Comunicación Interna	Personal de Suministros del Valle C.A.	Gerencia	1 semana
Inducción del manual de identidad a los trabajadores	Comunicación Interna		Gerencia	2 semana
Evaluaciones periódicas del uso correcto del manual	Comunicación Interna		Gerencia	Mensual
Impresión de aplicaciones de nueva imagen	Comunicación Interna		Gerencia	2 meses
Adecuación de la nueva imagen dentro de las instalaciones	Comunicación Interna		Gerencia	1 semana

**Fuente:** Aparicio e Yrigoyen (2018)

## **Etapa II: Establecer los principios de la cultura y la filosofía corporativa de la empresa Suministros del Valle C.A.**

La cultura y la filosofía corporativa son uno de los elementos intangibles que dan forma a la imagen corporativa, determinantes para su proyección sólida y formación de la identidad corporativa; los cuales están constituidos por el conjunto de normas, valores y costumbres compartidas por los miembros integrantes de la empresa Suministros del Valle C.A.; por tales motivos se hace imprescindible tomar acciones dirigidas a transmitir tanto la cultura como la filosofía corporativa.

Como parte de la propuesta desarrollamos los valores con la información obtenida de las encuestas hechas al gerente y los empleados, estos valores pasan a ser el alma de la identidad de la empresa donde se destacaran por tener Responsabilidad, Honestidad, Respeto y Amabilidad. Es indispensable promover estos valores en la

organización ya que influye en la cultura de la organización y será la manera de como la organización será vista al ser representada por sus trabajadores ante sus clientes.

Podríamos definir cada uno de estos valores y reflejar su importancia dentro de la organización de la siguiente manera:

- Respeto: Este valor es de vital importancia ya que permite que nuestra organización en general reconozca, acepte, aprecie y valore las cualidades del prójimo y sus derechos. Es la base sobre la que se sustentan las relaciones entre las personas y exista una sana convivencia para que haya armonía.
- Honestidad: La honestidad es un valor moral positivo vinculado a la transparencia de las personas, es una actitud importante que la organización quiere reflejar en general porque esta actitud genera confianza dando a cada quien lo que le corresponde.
- Responsabilidad: Para cumplir con la misión y visión de la empresa es crucial contar con este valor en la organización, le permitirá a la organización cumplir de manera eficaz y a tiempo con el cumplimiento de sus compromisos. Es fundamental que la organización cumpla con las obligaciones ante sus clientes y tomen las decisiones correctas para su debida atención.
- Amabilidad: Con este valor nos referimos al comportamiento que queremos tener hacia nuestros clientes como por ejemplo ser cortes, complacientes y afectuosos, de esta manera buscar que el cliente se sienta a gusto y cada día mejor atendido hasta llegar a un punto de que se sientan familiarizados con la organización.

Cabe destacar, que las acciones que se deben llevar a cabo para poder transmitir tanto la cultura como la filosofía corporativa deben ser:

Publicar la Misión, Visión y valores de la empresa en la oficina de ventas y en el almacén de despacho.

Transmitir mensajes con el objetivo de favorecer la integración, la cohesión, el espíritu de equipo y la coordinación los mismos pueden estar ubicados en la oficina de ventas y también en redes sociales hacerlas llegar por el correo para semanalmente se propuso enviar imágenes alusivas de motivación por el correo y por las redes esto con el fin de saber que cada uno de los empleados son vitales para la organización.

Valorar a los empleados como persona, no como subordinados esto con el fin de enseñar y educar a cada uno dentro de la empresa para esto será necesario que el director de la empresa pueda generar confianza a través del trato amable así como también las bonificaciones extras por ventas o por responsabilidad al trabajo con la finalidad de que cada empleado pueda darse cuenta que realizan una labor la cual está siendo valorada y remunerada, es decir la oportunidad de crecer individualmente no solo al director de la empresa.

Hacer reuniones quincenales con el personal en donde tengan la oportunidad de expresar sus preocupaciones, estados de ánimo y su propuesta de trabajo estas deben ser más a menudo ya que es importante conocer el estado de los empleados quienes son el motor de la empresa.

Como mensajes de integración y de motivación se sugieren los siguientes:

“En el mundo de los negocios, las cosas importantes no son hechas por una sola persona. Son hechas por un grupo de personas.”, Steve Jobs

“El talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia ganan campeonatos”, Michael Jordán.

“Los logros de una organización son los resultados del esfuerzo combinado de cada individuo”, Vince Lombardi.

Es por ello, que para implementar una nueva cultura, es importante promover una identidad que se sustente en valores que modifique la actitud de los miembros de una organización, y que se refleje en sus relaciones humanas, en la productividad y en la calidad en el servicio.

A través de estas acciones y recolección de datos que fueron sugeridas en entrevistas a trabajadores, director y experto se pudo proponer las siguientes acciones esto con el fin de generar armonía y el clima laboral necesario para lograr las metas que se tienen planteadas y que van tras el fondo de todo esto que es dar sentido de pertenencia e identidad a la organización que por supuesto con ello generara el posicionamiento deseado y la presencia en el mercado requerida.

**Cuadro No 5:** Cuadro operativo para el establecimiento de los principios de la cultura y la filosofía corporativa de la empresa Suministros del Valle C.A.

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	DIRIGIDO A	RESPONSABLE	TIEMPO
Publicar la Misión, Visión, Valores y Filosofía corporativas	Divulgación de información	Personal de Suministros del Valle C.A.	Asistente administrativo	Frecuente
Transmitir mensajes de integración	Divulgación de mensajes afectivos		Asistente administrativo	Frecuente
Reuniones quincenales	Reconocimiento de ideas del personal		Gerencia	Quincenal
Valoración del personal	Motivación del personal	Personal de Suministros del Valle C.A.	Gerencia	Frecuente

**Fuente:** Aparicio e Yrigoyen (2018)

### **Etapa III: Determinar las estrategias para la comunicación interna y externa de la nueva identidad corporativa de la empresa Suministros del Valle C.A.**

Se inicia con la comunicación interna que es punto crucial para el éxito organizacional, en tal sentido debe ser constante y de forma bidireccional entre Gerencia y trabajadores, se establecen entonces herramientas como reuniones informativas, llamadas y principalmente correo institucional, sin dejar de lado las herramientas unidireccionales que permiten conocer de forma directa los diferentes elementos tangibles e intangibles que conforman la empresa un ejemplo claro de ello es el Manual de Identidad Corporativa, dentro de sus páginas se visualiza la misión, visión, valores corporativos, así como los elementos visuales con los que se cuenta. A continuación se describen las actividades a desarrollar.

Ahora bien, se propone que se implemente una comunicación descendente la cual consiste en que parte de las jerarquías más altas de la empresa den a conocer e implemente la cultura de la empresa. Esta comunicación facilita el conocimiento por parte de todos los miembros de los aspectos más relevantes de la cultura, filosofía o política de la empresa, así como sus planes, estrategias y objetivos.

Con esto se busca la credibilidad de los directivos, favorecer un clima interior de confianza y fomentar la participación de los trabajadores en los distintos proyectos de la empresa.

En este mismo de ideas, las herramientas necesarias para el desarrollo de esta estrategia sería mediante reuniones informativas, memorándums, notas, llamadas telefónicas, cartelera informativa o a través de correos internos. Esta comunicación debe ser constante y permanente de acuerdo a esta estrategia y las herramientas utilizadas.

Las acciones a realizar serán las siguientes:

Se procede a realizar una actividad que consiste en una reunión mensual con el fin de reconocer los logros del grupo de trabajo y encontrar oportunidades de reunión con el grupo todo esto llevara una remuneración o bonificación extra bien sea por ventas concretadas, respeto al horario de trabajo así como el reconocimiento al Empleado del Mes.

La cartelera informativa servirá como medio de comunicación interna pues en ella se podrá encontrar información como la misión, visión y valores de la empresa así como también un calendario con el cumpleaños del mes, entre otras informaciones de interés para la organización.

**Cuadro No 6:** Cuadro operativo para el establecimiento de las estrategias de comunicación interna

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	DIRIGIDO A	RESPONSABLE	TIEMPO
Reunión Mensual	Reconocimiento del personal	Personal de Suministros del Valle C.A.	Gerencia	Mensual
Cartelera informativa	Comunicación corporativa interna			

**Fuente:** Aparicio e Yrigoyen (2018)

Seguidamente, se menciona la comunicación externa como pilar fundamental para crear una imagen fuerte en el mercado, la cual está dirigida especialmente a clientes y proveedores, es decir, público externo de la empresa Suministros del Valle C.A.; en tal sentido las estrategias a implementar deber concebir la comunicación de forma masiva, tal como se muestra a continuación.

Se trata de, utilizar medios TTL (Through the line) para dar a conocer a los públicos la cultura, actividades, productos, servicios u otras acciones que se estén desarrollando. Utilizando estas acciones de comunicación se tiene la posibilidad de acercar la imagen corporativa de la empresa cara a cara con su público.

Cabe destacar, que esta es una estrategia que mezcla el "ATL" y al "BTL" como una sola cosa. Es decir, el "TTL" el cual pretende realizar acciones publicitarias en la que se ven involucrados medios como la radio, revistas, prensa, internet, redes sociales además de marketing directo, marketing promocional, relacional y Merchandising.

Ahora bien, las acciones a poner en práctica para aplicar este plan de comunicación interna y externa deben ser las siguientes:

Realizar talleres de inducción al público interno, mostrar cómo y para que se deben utilizar estos medios digitales, como el portal web y las redes sociales.

Apertura de página web de la empresa.

Equipar a los asesores de ventas de material de apoyo como portafolio de productos con la nueva identidad corporativa, material POP que se pueda obsequiar para obtener el contacto empresa – cliente (tazas, bolígrafos y calendarios).

Promover la interacción digital de los clientes y trabajadores a través de la página web y redes sociales.

Apertura de cuentas en redes sociales (Instagram y Facebook).

**Cuadro No 7:** Cuadro operativo para el establecimiento de estrategias de comunicación externa

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	DIRIGIDO A	RESPONSABLE	TIEMPO
Apertura de redes sociales y página web	Marketing electrónico interactivo	Público general	Community Manager	1 mes
Talleres de inducción de cómo utilizar los medios digitales.				1 semanas
Equipar a los asesores de ventas de material de apoyo	Consolidación de la nueva imagen	Público General	Gerencia	1 mes

**Fuente:** Aparicio e Yrigoyen (2018)

## **Página web**

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web para facilitar la navegación entre contenidos. Las páginas web pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas. Estas páginas cuentan con información textual y también con material de tipo audio visual, está dotada de un diseño atractivo, esta optimizada y ejerce como la tarjeta de presentación de una empresa, una persona o un personal concreto.

En los últimos años dado el avance y presencia que tiene internet en nuestras vidas, muchas son las empresas que se han puesto en marcha y han creado su página web. Y es que han descubierto que la misma les sirve para darse a conocer en el mundo, para conseguir captar nuevos clientes y, por tanto, para mejorar sus resultados económicos.

En la página web de la empresa Suministros del Valle C.A., se podrá publicar información de la empresa (breve reseña, misión y visión), productos que ofrece, información referente a las redes sociales con las que cuenta (Instagram, Facebook), también los medios de contacto de la empresa como son teléfonos, dirección y un apartado para dejar comentarios a los cuales se les hará seguimiento, además se podrá adaptar un espacio para promociones y publicidad a través de ofertas navideñas, temporada estudiantil y publicar como parte de su ventaja competitiva las notas de crédito que ofrecerá a los potenciales clientes.

Con el fin de adaptarse a las nuevas tecnologías y tendencias, así como también innovar en el ámbito de papelería las ventas por página web, es decir una pre – compra que se hace a través del carrito de la página el cual se encarga de apartar productos e ir directo al despacho a retirar su orden, así como también distintos métodos de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencias y efectivo.

Imagen No 22: Inicio de página web de la empresa Suministros del Valle C.A.



Fuente: Suministros del Valle C.A. (2018)

## **Redes Sociales**

Si bien las redes sociales no son parte de una estrategia de promoción oficial pero si unas herramientas que se han adaptado a las nuevas tendencias y que han conllevado parte del éxito de muchas organizaciones para darse a conocer y posicionarse en un segmento de mercado, es por ello que se decidió la apertura de las mismas en la empresa Suministros Del Valle, C.A. con el fin de captar clientes potenciales.

En la actualidad, nadie duda del avance imparable de la tecnología de los usos y gustos cambiantes de los consumidores, que van adaptándose a cada nuevo escenario. Un paradigma en el que se va creando las diferentes tendencias que afectan a la comunicación de las empresas y que es imprescindible conocer, por lo que es esencial contar con estrategias adecuadas para lograr los objetivos necesarios, en este sentido las redes sociales y los propios empleados son aspectos claves a la hora de planificar la comunicación de cara a los próximos meses.

Es por ello que dentro de la empresa Suministros del Valle se puede generar una estrategia conocida como el Storydoing, la misma se basa en la experiencia del cliente con la marca a través de una serie de experiencias con la empresa reconociendo al cliente por la fidelidad y la honestidad recibida lo cual genera satisfacción y armonía el saber que la filosofía está siendo transmitida de manera positiva y de manera recíproca.

A continuación se muestra parte del contenido que será expuesto en las redes sociales:

Imagen N°23 Contenido para redes sociales



Fuente: Suministros del Valle C.A. (2018)

Imagen N°24 Contenido para redes sociales



Fuente: Suministros del Valle C.A. (2018)

Imagen N°25 Contenido para redes sociales



Fuente: Suministros del Valle C.A. (2018)

Imagen N°26 Contenido para redes sociales



Fuente: Suministros del Valle C.A. (2018)

## Facebook

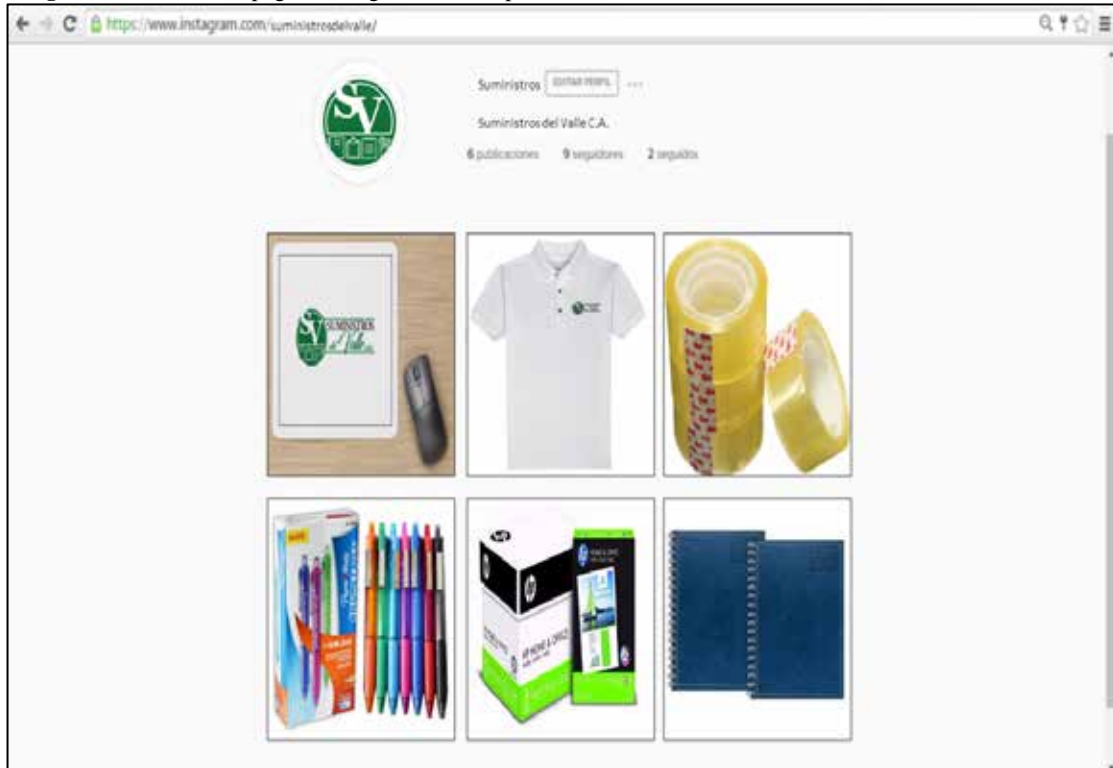
Imagen N°27: Inicio de página de Facebook de la empresa Suministros del Valle C.A.



Fuente: Suministros del Valle C.A. (2018)

## Instagram

**Imagen No 28:** Inicio de página Instagram de la empresa Suministros del Valle C.A.



**Fuente:** Suministros del Valle C.A. (2018)

## CONCLUSIONES

En la presente investigación se conoció la problemática de la empresa Suministros del Valle C.A, la cual no contaba con una imagen corporativa atractiva que ayude a lograr un posicionamiento en el mercado de papelería. Para darle solución a dicha problemática se establecieron objetivos específicos que permitieran obtener información de los públicos internos y externos de la empresa y así orientar la propuesta de esta investigación.

Como primer objetivo se planteó diagnosticar la situación actual de la imagen interna y externa de la empresa Suministros del Valle, C.A.

En respuesta a dichos objetivos se procedió a diseñar y aplicar una entrevista estructurada para los trabajadores y una entrevista semi estructurada al director de la empresa, del cual se pudo obtener información en cuanto al estado de la imagen proyectada por la empresa. Además se realizó una lista de cotejo para identificar la presencia o ausencia de los elementos de imagen e identidad corporativa dentro de la empresa.

Las entrevistas fueron de nutrición informativa ya que de esa información pudimos derivar a las estrategias que se propusieron como el Manual de Identidad Corporativa y el rediseño del logo ya que tenía desviación en cuanto a la referencia de los productos que ofrece.

En el segundo objetivo se planteó Identificar qué estrategias de imagen e identidad corporativa son las más ideales para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle C.A.

Para darle cumplimiento a dicho objetivo se realizó una entrevista a un experto en imagen e identidad corporativa, el cual aportó su opinión del tema con respecto a la empresa, mediante la aplicación de este instrumento se establecieron las estrategias

que se debían aplicar, de qué manera hacerlo, además se obtuvo información que fue determinante para el diseño de la publicidad y diseños propuestos en esta investigación.

Ahora bien, en el último objetivo se planteó diseñar estrategias de imagen e identidad corporativa y definir la filosofía de la organización para establecer la identidad corporativa de la empresa y de las acciones que se plantearon para mejorar la cultura de la misma que permitan posicionar a la empresa Suministros del Valle C.A.

Se destacan acciones que se realizaron a través de un orden específico en el cuadro operativo de las cuales se pueden mencionar publicar misión, visión y valores dentro de las instalaciones de la empresa, carteleras informativas con efemérides y cumpleaños de cada mes, reuniones quincenales con los empleados para trazar metas y saber su estado de ánimo dentro de la organización eso como parte de la comunicación interna.

La importancia de ejecutar cada una de estas acciones traerá consigo el sentido de pertenencia que se busca dentro de la empresa Suministros del Valle C.A. Paulatinamente estos grandes cambios generaran en su plazo debido el impacto y el salto de calidad que necesita la empresa ya que según la investigación recaudada poseen una distribución eficaz, notas de crédito atractivas y productos de calidad solo hacía falta crear y generar una verdadera esencia notoria tanto para el cliente como para cada uno de los empleados y es a través de la imagen e identidad corporativa.

Esto deriva a la creación de página web, redes sociales y otros aspectos de la comunicación interna como el uso del correo electrónico como parte de información importante para hacerla llegar a los trabajadores lo cual facilito en muchos aspectos la manera de hacer llegar la información así como también el trabajo en equipo.

El contenido y la interacción generada con nuestros clientes y los trabajadores por medio de las redes sociales traerá consigo el engagement necesario para conseguir mayores oportunidades no solo nacional sino también en el ámbito internacional.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones descritas anteriormente, se considera que es necesario que la empresa Suministros del Valle, C.A., Cambie la forma de proyectar su imagen corporativa, mediante la aplicación de la propuesta planteada en esta investigación, logrando así el posicionamiento que desea en el mercado a través de la aplicación de estrategias que surjan un efecto positivo en sus públicos, aumentando así su participación en el mercado y diferenciación de la competencia. Por esto se plantean las siguientes recomendaciones:

Aplicación de los elementos de imagen e identidad corporativa expresados en el manual de identidad visual.

Contratar personal especializado en Mercadeo, Publicidad o carrera afín que logren el buen desenvolvimiento de la imagen de Suministros del Valle, C.A.

Aplicar las estrategias de imagen e identidad corporativa propuestas en esta investigación para proyectar mayor prestigio y solidez.

Tener una mayor participación publicitaria en los diferentes medios para darse a conocer en el mercado.

Incorporar las redes sociales y pagina web de la empresa Suministros del Valle C.A. para tener presencia este tipo de medios y así captar nuevos clientes y facilitar el proceso de comunicación para esto será necesario la contratación de un Community Manager para el manejo adecuado de las mismas.

## REFERENCIAS

- Abel, Adriana y Ochoa, Alvaro (2016). **Imagen e identidad corporativa de la empresa canal plus C.A. ubicada en Bejuma, estado Carabobo**, [Trabajo de grado] Universidad de Carabobo, Venezuela. Disponible en: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3749> [Consulta: 2018, Abril 18].
- Al Ries; Jack Trout, (2002) **Posicionamiento: La batalla por su mente** (2da. Edición). Editorial Mc Graw Hill. México.
- Arias, Fidas. (2006). **El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica**. (3ra Edición). Editorial Episteme. Venezuela.
- Balestrini, Mirian. (2006). **Como se Elabora un Proyecto de Investigación**. (1era.Edición). Editorial Consultores Asociados BL. Venezuela.
- Bustamante, Claverith y Hernández, Jessyca (2016). **Estrategias de imagen e identidad corporativa para aumentar el posicionamiento de la empresa Jtech C.A., en Maracay - Estado Aragua**, [Trabajo de grado] Universidad José Antonio Páez, Venezuela.
- Capriotti, Paul. (2007) **Gestión de la Marca Corporativa**. (1ra. Edición). Editorial La Crujía. Argentina.
- Capriotti, Paul. (1992) **Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada**, Disponible en <http://www.bidireccional.net/Blog/ImagenEmpresa.pdf> [Consulta: 2018, Julio 24].
- Capriotti, Paul. (1999) **Planificación estratégica de la imagen corporativa** (4ta. Edición). Editorial IIRP – Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. España.

- Capriotti, Paul. (2009) **Branding Corporativo**. Disponible en <http://www.bidireccional.net/Blog/Brandingcorporativo.pdf> [Consulta: 2018, Agosto 10]
- Costa, Joan; (2006) **Imagen Corporativa en el siglo XXI** (3era Edición) Editorial La Crujía. Argentina.
- Hernández, Roberto; Fernández Carlos y Baptista Pilar (2010). **Metodología de la investigación** (5ta. Edición). Editorial Mc Graw Hill. México.
- Hurtado, Jacqueline. (2007). **El proyecto de la investigación**. Editorial Magisterio. Colombia.
- Hurtado, Jacqueline. (2010). **El Proyecto de la Investigación, Comprensión Holística de la Metodología y La Investigación**. Ediciones Quiron. Venezuela.
- Kotler, Philip (1996). **Estrategias de marketing y dirección de mercadotecnia**, (2da. Edición). Editorial Pearson. México.
- Kotler Philip y Armstrong Gary (1996). **Fundamentos del Marketing**. (6ta. Edición). Editorial Prentice Hall. México.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2012). **Marketing**. (14ta. Edición). Editorial Prentice Hall. México.
- Orozco, Liliana (2015). **La imagen corporativa y el posicionamiento de la comercializadora de tubérculos “Doña Erlindita” de la ciudad de Ambato**, [Trabajo de grado ] Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/10780> [Consulta: 2017, Septiembre 18]
- Stanton, William (2000) **Fundamentos de Mercadotecnia Significado e Importancia de Promoción**. (8va. Edición). Editorial Mac Graw Hill. México.

# ANEXOS

## **ANEXO A**

### **Lista de cotejo**



A continuación se mencionan los elementos que se consideran relevantes al estudio

Elemento de identidad corporativa	Presente	Ausente	Observaciones
Logo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Eslogan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Colores corporativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tipografía corporativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Papelería con logo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Material POP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Carnet corporativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Cartelera informativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Misión y visión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Valores y objetivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Uniformes corporativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Página web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Manual de identidad corporativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## **ANEXO B**

**Guion semi estructurado de entrevista**

**Dirigido al Gerente General**



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE MERCADEO  
CARRERA MERCADEO

**Entrevistado:** IVAN A. APARICIO M. **Fecha:** 05 / 11 / 2018

1. ¿Cuál fue el concepto inicial con la cual fue creada la empresa SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.?
2. ¿De qué forma es transmitida la cultura empresarial a los trabajadores? Indique que acciones realiza la empresa para promover la cultura corporativa entre los miembros de la organización.
3. ¿Qué mecanismos aplica la empresa para atraer, retener y cultivar clientes?
4. ¿Cuál es la imagen que desea proyectar la organización a lo interno y externo e indique que acciones hace actualmente para promover cada una de estas?
5. Indique de qué manera se promociona al público externo (que estrategias de publicidad y que medios de comunicación utilizan)
6. ¿Qué le gustaría escuchar de sus clientes cuando hagan referencia a la empresa?
7. ¿Considera necesaria una revisión, acoplamiento y reajuste de la misión, visión, valores y objetivos de la empresa? Explique que desea modificar o actualizar de estos elementos tan importantes para la imagen e identidad corporativa de las organizaciones.
8. Es importante aplicar objetivos de la empresa, ¿Cuáles considera usted que sean los adecuados actualmente para suministros del valle, c.a.?

## **ANEXO C**

### **Guion estructurado de entrevista**

#### **Dirigido a los trabajadores**



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE MERCADEO  
CARRERA MERCADEO

**Entrevistados:** Wilmer J. Ruperti M., Carlos J. García P. y Miguel A. Martínez C.

**Fecha:** 06/11/2018

La entrevista que a continuación se presenta se realizará en el Municipio Naguanagua, Edo. Carabobo, a los trabajadores de SUMINISTROS DEL VALLE, C.A. Con la finalidad de conocer la percepción que estos tienen de la imagen corporativa de esta empresa.

1. ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.? ¿Cuál cree usted que deba ser la misión y visión?
2. ¿Conoce usted los valores principales de SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.? ¿Cuáles cree usted deben ser los valores que identifiquen a SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.?
3. ¿Qué tan identificado se siente con la organización? ¿Y de qué manera cree usted que se puede mejorar la relación empresa-empleado?
4. ¿Es de su agrado el logo actual de SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.? ¿Qué mejora consideraría usted que se le pueda hacer al logo? De no considerar realizar alguna mejora diga el porqué.

5. ¿Considera usted importante al momento de ofrecer sus servicios al cliente llegar identificado con uniforme de la empresa? ¿Por qué?
6. ¿De qué manera se comunica con sus jefes? ¿Siente usted necesario ampliar los métodos de comunicación actuales en la empresa?
7. ¿Qué sugiere usted para mejorar la relación jefe-trabajador y dar soluciones con mayor rapidez?
8. ¿De qué manera cree usted que la empresa pueda ser más competitiva frente a otras similares? ¿Qué acciones recomendaría?

## **ANEXO D**

### **Guion semi estructurado de entrevista**

**Dirigido a experto en imagen e identidad corporativa**



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE MERCADEO  
CARRERA MERCADEO

**Entrevistado:** Jannexis Moreno

**Fecha:** 07/11/ 2018

La empresa Suministros Del Valle C.A. se encuentra ubicada en Naguanagua Estado Carabobo, al ser una empresa tan pequeña en un campo tan lleno de competidores se observó que la empresa no implementa estrategias que le permitan impulsar su marca corporativa y carece de elementos básicos de la identidad corporativa, debido a este tipo de carencia que se observó el objetivo de esta investigación es penetrar más el mercado y tener mayor participación impulsando a su vez las ventas y crear fidelidad con sus clientes atrayendo también a clientes potenciales con el fin de generar un posicionamiento estable

**OBJETIVO GENERAL:** Proponer estrategias de imagen e identidad corporativa para el posicionamiento de la empresa Suministros del Valle C.A. Ubicada en el municipio Naguanagua del Estado Carabobo.

**LUGAR:** Universidad José Antonio Páez (UJAP)

#### DATOS GENERALES

**Nombre del Entrevistado:** Jannexis Moreno

**Profesión u Ocupación:** Licenciada en Mercadeo

**Experiencia en el área:** Imagen e identidad Corporativa, Posicionamiento y Promoción.

1. ¿Cuál cree usted que deben ser los elementos de identidad corporativa que la empresa SUMINISTROS DEL VALLE, C.A debe tener para proyectar su imagen a nivel interno y externo?
2. ¿Qué criterios deben tomarse en cuenta para actualizar la misión, visión y valores de SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.?
3. ¿Qué medios y/o mecanismos considera idóneos para transmitir la imagen SUMINISTROS DEL VALLE, C.A. frente a su público externo?
4. ¿Considera recomendable realizar un rediseño de logo para SUMINISTROS DEL VALLE, C.A. considerando la poca trayectoria en el mercado? ¿Qué cambios sugiere que se deben implementar? De acuerdo al logo que se presenta a continuación.



5. ¿De qué manera cree usted, se debe plantear el rediseño de la nueva imagen, cuáles son los pasos a seguir?
6. ¿Qué estrategias de imagen e identidad corporativa considera usted que se deban implantar para impulsar a corto y mediano plazo la imagen de SUMINISTROS DEL VALLE, C.A.?
7. ¿Qué medios considera usted que son los más adecuados para el manejo de la comunicación interna de la empresa SUMINISTROS DEL VALLE C.A.?

8. ¿De qué manera cree que la empresa SUMINISTROS DEL VALLE, C.A. pueda ser más competitiva frente a marcas similares?
  
9. ¿Qué estrategias considera usted que se deban implantar para impulsar a corto y mediano plazo una cultura corporativa que permita fomentar un mejor ambiente de trabajo dentro de la organización?