

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE PRODUCCIÓN TECNOLÓGICA**

PROYECTO DE INVERSIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO Y ASESORAMIENTO
PERSONALIZADO SOBRE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA
PEQUEÑAS EMPRESAS.**

TUTOR:

ECO. MARÍA DEL CARMEN AGUILERA POSLIGUA

AUTORES:

ALVARADO SOLEDISPA RUTH PATRICIA
CALVACHE ENRÍQUEZ FERNANDO SALOMÓN

GUAYAQUIL – ECUADOR

2010 – 2011

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad de Producción Tecnológica de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Estatal Santiago de Guayaquil.

CERTIFICO:

Que he analizado el Proyecto de Grado con el Tema: **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO Y ASESORAMIENTO PERSONALIZADO SOBRE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA PEQUEÑAS EMPRESAS**. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué ventajas obtendrían las pequeñas empresas al recibir el servicio y asesoramiento Personalizado de una empresa especializada en Imagen Corporativa?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por los egresados:

Alvarado Soledispa Ruth Patricia

0915036149

Calvache Enríquez Fernando Salomón

0925337834

TUTOR _____

Eco. María del Carmen Aguilera Posligua

DECLARACIÓN EXPRESA

La autoría de la investigación de este Proyecto, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico Autorizado en la Universidad de Guayaquil corresponde exclusivamente a

Patricia Alvarado Soledispa

Fernando Calvache Enríquez

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE PRODUCCIÓN TECNOLÓGICA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y LA
COMUNICACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO, otorga al presente proyecto las
Sigüientes calificaciones:

TOTAL ()

EQUIVALENTE ()

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por darnos la vida cuyo regalo es lo más maravilloso, ya que gracias a él hemos llegado hasta este momento, damos gracias a nuestros padres que forjaron nuestras vidas y nos formaron de una manera correcta, responsable demostrando hoy en día su reflejo y semejanza.

A nuestros familiares, que siempre nos apoyaron en el largo caminar de la vida estudiantil universitaria, y tuvieron el tiempo necesario para nosotros y que a pesar de todos los obstáculos de la vida siempre se mantuvieron junto a nosotros.

A los amigos y compañeros de aula que nos acompañaron en la carrera durante los 4 años. A los maestros, gracias a ellos que nos brindaron sus conocimientos, para poder ser las futuras mentes del mañana.

A la amada Unidad de Producción Tecnológica, lugar donde nos hemos forjado para ser de los mejores profesionales.

DEDICATORIA

El proyecto denominado: “Creación de una Empresa de Servicio y Asesoramiento Personalizado sobre la Imagen Corporativa para Pequeñas Empresas.” lo dedicamos aquellas personas innovadoras y a los pequeños y medianos inversionistas, ya que ellos constituyen un gran aporte al sector económico, evolutivo y creativo de nuestro país.

ÍNDICE GENERAL

CONTRAPORTADA.....	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	III
DECLARACIÓN EXPRESA.....	IV
APROBACIÓN DEL JURADO.....	V
CERTIFICACIÓN DE CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA	04
1.1 Ubicación del problema en un contexto	04
1.2 Situación conflicto que debo señalar	05
1.3 Causas	06
1.4 Delimitación del problema	07
1.5 Formulación del problema	07
1.6 Evaluación del problema	07
2.1 Objetivos del Proyecto	09
2.1.1 Objetivo General	09
2.2.1 Objetivos Específico	09
2.2 Justificación e importancia	09

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	12
2.1 Antecedentes del estudio	12
2.1.1 Fundamentación teórica	13
2.1.2 Fundamentación legal	19
2.1.3 Requisitos para constituir una compañía	19
2.1.4 Aprobación del nombre de la compañía	19
2.2 Apertura cuenta de integración de capital	20
2.2.1 Celebrar la escritura pública	20
2.2.2 Solicitar la aprobación de las escrituras de constitución	21
2.2.3 Obtener la resolución de aprobación de las escrituras	21

2.2.4	Cumplir con las disposiciones de la resolución	22
2.2.5	Inscribir las escrituras en el registro mercantil	22
2.2.6	Elaborar nombramientos de la directiva de la compañía	23
2.2.7	Inscribir nombramientos en el registro mercantil	23
2.2.8	Reingresar los documentos a la superintendencia de compañías	24
2.2.9	Obtener el ruc	24
2.3	Retirar la cuenta de integración de capital	26
2.3.1	Aperturar una cuenta bancaria a nombre de la compañía	26
2.3.2	Obtener permiso para imprimir facturas	27
2.4	Definiciones conceptuales	28
2.4.1	Terminologías	28
2.4.1.1	El Concepto de Imagen Corporativa	28
2.4.1.2	Comunicación de la Empresa	28
2.4.1.3	Realidad Corporativa	28
2.4.1.4	Identidad de la Empresa	28
2.4.1.5	Identidad Corporativa	29
2.4.1.6	La cultura Corporativa	29
2.4.1.7	La identidad Visual	29
2.4.1.8	Manual De Identidad Corporativa	29
2.4.1.9	Partes en las que se divide un manual de corporativa	30
2.4.1.10	Logotipo	31
2.4.2	Significado de los colores	32
2.4.2.1	El lenguaje de los colores	32

2.4.3	Planificación Estratégica de la imagen corporativa	34
2.4.3.1	La organización	35
2.4.3.2	La competencia	35
2.4.3.3	Los ejes de la estrategia	35
2.4.3.4	Identificación	35
2.4.3.5	Diferenciación	36
2.4.3.6	Referencia	36
2.4.3.7	Preferencia	36
2.4.3.8	Las etapas del plan estratégico de imagen corporativa	37
2.4.4	De la identidad corporativa a la imagen de la empresa	43
2.4.5	Representación iconográfica de la identidad y de la imagen de la empresa: el ideograma y el identigrama de la empresa	44
2.4.5.1	El imagograma empresarial	45
2.4.5.2	Selección de públicos y jerarquización ponderada	48
2.4.5.3	Reputación	49

CAPÍTULO III

3.	METODOLOGÍA DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	52
3.1	Modalidad de la investigación	52
3.1.1	Tipo de investigación	55
3.1.2	Población y Muestra	59
3.1.2.1	Muestra	60

3.1.2.2	Tipos de muestras	60
3.1.3	Operacionalización de las variables	64
3.1.3.1	La operacionalización comprende tres tipos de definiciones	65
3.1.4	Técnicas e instrumentos de la investigación	66
3.1.4.1	Encuesta	66
3.1.4.2	Observaciones	66
3.1.4.3	Cuestionario	66
3.2	Modelo de Encuesta	67
3.2.1	Procesamiento de la información	70
3.2.2	Análisis e interpretación de los resultados	72
3.2.3	Conclusiones y recomendaciones	79

CAPÍTULO IV

4.	TÍTULO DE LA PROPUESTA	81
4.1	Justificación	81
4.1.1	Fundamentación	82
4.2	Misión y Visión	83
4.2.1	Misión	83
4.2.2	Visión	84
4.3	Objetivos de la Propuesta	84
4.3.1	Objetivo General	84
4.3.2	Objetivos específico	84
4.3.3	Importancia	85
4.3	Ubicación	86

4.4	Factibilidad de la Propuesta	87
4.4.1	Factibilidad	88
4.5	Descripción de la propuesta	88
4.5.1	Factibilidad Institucional	88
4.5.2	Factibilidad técnica operativa	88
4.5.3	Factibilidad social	89
4.5.4	Síntesis de la propuesta	89
4.5.5	Acciones administrativas	89
4.5.6	Acciones financieras	89
4.5.7	Estrategias	89
4.5.8	Recursos Humanos	89
4.5.8.1	Objetivos	90
4.5.8.2	Recursos Necesarios	90
4.5.8.3	Organigrama estructural	91
4.5.8.4	Espacio de Oficinas	92
4.6	Capacitación Personal	93
4.6.1	Objetivos de la asesoría	94
4.7	Costos	95
4.7.1	Estudio Financiero	96
4.7.2	Presupuesto General	97
4.7.3	Costo de Producción	98
4.7.4	Presupuesto de gastos operacionales proyectados	99
4.7.5	Mano de Obra	100
4.7.6	Equipo Humano	101
4.7.7	Costo Variables	102
4.7.8	Costo de Inversión	103

4.7.9	Muebles de Oficina	104
4.8	Activo Diferido	105
4.8.1	Depreciación de activos fijos	106
4.8.2	Flujo de caja proyectado	107
4.9	Estado de resultados proyectado	108
4.9.1	Balance Proyectado	109
4.10	Punto de Equilibrio	110
4.10.1	Graficación del punto de equilibrio	111
BIBLIOGRAFÍAS		112
ÍNDICE DE CUADRO		113
ÍNDICE DE GRÁFICOS		115
ANEXOS		116