



**DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA  
TIENDA ON LINE “LUJURIA SHOP” PARA EL AÑO 2022**

**INFORME DE TESIS PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN  
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**Autor: Helen Lizbeth Tambo Minga**

**Director: Lic. Jessica Nicole Cevallos Villamarin Mg.**

**LOJA – ECUADOR**

**2022**

# CERTIFICACIÓN

Lic. Mgs.

Jessica Nicole Cevallos Villamarin

**DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO “LOS ANDES”**

## **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación, previo a la obtener del título de Tecnóloga en Comunicación Audiovisual, cuyo tema es: **DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA TIENDA ON LINE “LUJURIA SHOP” PARA EL AÑO 2022**, ha sido realizado bajo conducción, control y supervisión, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, septiembre de 2022

Lic. Jessica Nicole Cevallos Villamarin Mgs.

**DIRECTOR**

## **AUTORÍA**

Yo, **HELEN LIZBETH TAMBO MINGA**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes” y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes”, la publicación de mi tesis en el Repositorio – Biblioteca Virtual.



.....  
**HELEN LIZBETH TAMBO MINGA**  
**AUTORA**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis, la dedico con todo mi amor a mi querida madre, quien con mucho esfuerzo y cariño me brindó la oportunidad de formarme profesionalmente en esta carrera, para tener un futuro lleno de éxito, que estoy segura, compartiré con ella más adelante.

A mis hermanos, quienes son mi fuente de motivación, para cada día ser mejor y enseñarles que el mundo es de quienes se arriesgan a conquistarlo.

A mi familia en general, pues han sido ellos quienes me han acompañado directa e indirectamente durante este proceso.

**AUTOR**

**Helen Lizbeth Tambo Minga**

## **AGRADECIMIENTO**

La manera en que Dios guía mis pasos y me otorga fuerza y vida cada mañana, me ha permitido llegar hasta este punto, en donde culmino una etapa importante de formación en mi vida, es por eso que en primera instancia le doy mi profundo agradecimiento a Dios.

No existen palabras para expresar mi gratitud a mi madre, quien durante todo este tiempo fue mi principal apoyo e impulso para lograr esta meta. Sin su amor, luz y guía, mis éxitos estarían incompletos.

Agradezco a toda mi familia, por ser mi respaldo día a día, y no dejarme sola durante este caminar.

A las autoridades, docentes y compañeros del ISTLA, porque fueron ellos quienes me formaron durante estos tres años para ser una profesional de éxito. Compartimos clases, historias, experiencias que nos enriquecieron para enfrentar el mundo como tal.

**AUTOR**

**Helen Lizbeth Tambo Minga**

# INDICE

## TABLA DE CONTENIDO

<b><i>CERTIFICACIÓN</i></b> .....	<b>2</b>
<b><i>DIRECTOR</i></b> .....	<b>2</b>
<b><i>AUTORÍA</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>DEDICATORIA</i></b> .....	<b>4</b>
<b><i>AGRADECIMIENTO</i></b> .....	<b>5</b>
<b><i>INDICE</i></b> .....	<b>6</b>
<b><i>CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN</i></b> .....	<b>7</b>
<b><i>CAPÍTULO II – METODOLOGÍA</i></b> .....	<b>8</b>
MÉTODOS .....	8
TÉCNICAS .....	9
POBLACION .....	10
<b><i>CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA ENCUESTA</i></b> .....	<b>11</b>
<b><i>CAPÍTULO IV – DESARROLLO DE LA PROPUESTA</i></b> .....	<b>13</b>
CREACIÓN DEL LOGO .....	13
CREACIÓN DEL SLOGAN .....	22
Propuestas de Slogan: .....	22
MANUAL DE MARCA .....	23
CREAR PLANTILLAS .....	26
CREAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN .....	28
<b><i>CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i></b> .....	<b>30</b>
<b><i>CONCLUSIONES</i></b> .....	<b>30</b>
<b><i>RECOMENDACIONES</i></b> .....	<b>31</b>
<b><i>BIBLIOGRAFÍA</i></b> .....	<b>32</b>
<b><i>ANEXOS</i></b> .....	<b>34</b>
Anexo 1: Resultado de encuesta digital .....	34
Anexo 2: Anteproyecto .....	37

## CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN

La tienda “Lujuria Shop”, se creó en el mes de febrero del año 2019, siendo desde su inicio una tienda virtual, sin embargo, a partir de la pandemia tuvo un mayor alcance y reconocimiento en el ámbito socio digital, estableciendo como objetivo principal brindar “*Placer en cada compra*”. El apoyar este tipo de negocios, impulsarlos mediante la correcta elaboración de la imagen corporativa, y la proyección de esta ante el público, es el interés para realizar el cambio de imagen de esta marca.

En el presente proyecto audiovisual, existió la colaboración de la propietaria de la tienda on line, quien aprobó y opinó las diferentes propuestas de la nueva imagen corporativa.

Al elaborar el proyecto, se considera como punto importante la publicidad, y su influencia en la mejora de servicios, lo que a su vez desencadena en mayor desarrollo económico y mejora de las condiciones de vida. Es por eso que se presenta un diseño de logo y sus variaciones para impulsar la imagen de este negocio.

Como técnica de recolección de información se utilizó la técnica de encuesta para la conocer las ideas y expectativas de la propietaria y lo que desean como resultado del proyecto visual.

Para construir el logo y plantillas se ejecutaron tres fases que implican un bosquejo, diseño y aprobación, logrando cumplir con las expectativas planteadas

Finalmente, este producto visual servirá para promocionar la imagen corporativa del emprendimiento de la Tienda on line Lujuria Shop en las diversas plataformas digitales y espacios destinados a la publicidad, para impulsar la marca a nivel local, nacional e internacional.

# **CAPÍTULO II – METODOLOGÍA**

## **MÉTODOS**

### **MÉTODO INDUCTIVO**

El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. (Sanchez J. C., 2018)

El método inductivo permitió la formulación, análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

### **MÉTODO DESCRIPTIVO**

El método descriptivo implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación, se lo utiliza para recoger, utilizar, resumir, presentar, analizar los resultados de las observaciones (Leon, 2018).

Se utilizó para la descripción de los resultados obtenidos de la investigación.

### **MÉTODO ANALÍTICO**

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. (Elizondo, 2020)

Se lo utilizó para realizar el análisis entre forma teórica y práctica del proyecto y luego para crear una síntesis de las conclusiones y recomendaciones al realizar el informe final de la investigación.

## **MÉTODO SINTÉTICO**

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. (Mialaret, 2021)

Con este método se pudo unir todos los elementos en un todo, utilizando las ciencias experimentales para extraer las leyes generalizadoras.

## **TÉCNICAS**

La técnica utilizada para la recopilación información de este proyecto es la técnica de la encuesta, que es el resultado de entrevistas con preguntas claves y determinantes. Por ello la encuesta está considerada en primera estancia “como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (Roldan y Fachelli, 2015, p.8).

## **ENCUESTA**

Es un método de recolección de información oral, consiste en un diálogo de carácter planificado entre el investigador y los sujetos que son fuentes de información la entrevista. (Torres, 2019)

Se elaboró una entrevista dirigida a la dueña de la tienda on line ya que es muy importante conocer la situación actual que está atravesando la empresa.

## **POBLACIÓN**

Para el desarrollo de la investigación se tomó en consideración el tipo de población finita ya que se encuestó únicamente a la propietaria de la tienda, quien es la responsable de determinar los cambios y aprobar el logo y slogan que se propuso.

De la misma manera aprobaron el uso de los colores y más diseños que se utilizó en esta propuesta de investigación.

## **PROCEDIMIENTO**

- Crear un logo con su manual de marca
- Crear un slogan
- Crear plantillas
- Crear estrategias de comunicación

## **CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

### **P1.- Nombre de la Empresa o Marca**

**R1.-** Lujuria Shop

### **P2.- Fecha de creación de la empresa o marca**

**R2.-** 14/02/2019

### **P3.- Correo Electrónico**

**R3.-** gerencia@lujuriashop.com

### **P4.- Dirección**

**R4.-** On line

### **P5.- Número de teléfono**

**R5.-** 099 005 7364

### **P6.- Tipo de negocio**

**R6.-** Compra-Venta

### **P7.- Tipo de productos que vende**

**R7.-** Ropa – Accesorios y Juguetes para adultos

### **P8.- Público al que desea llegar**

**R8.-** Adulto

### **P9.- Colores de preferencia**

**R9.-** Negro, Naranja y Rojo

### **P10.- Imagen que desea proyectar**

**R10.-** De pasión, de ansiedad

**P10.-** Ideas o conceptos para el logo

**R10.-** La manzana del pecado, figuras de adultos

## **CAPÍTULO IV – DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

Para el desarrollo de la propuesta se debe seguir minuciosamente los pasos establecidos en el procedimiento que son: un logo con su manual de marca, Crear un slogan, Crear plantillas, Crear estrategias de comunicación, pasos indispensables para que se dé cumplimiento estricto al desarrollo de la imagen corporativa y el posicionamiento de marca.

### **CREACIÓN DEL LOGO**

#### **DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA**

Para proseguir con la creación del logo primeramente se toma en consideración la filosofía empresarial como: la misión, visión y valores de la empresa que será de base fundamental para tener una imaginación de lo que se desea crear.

### **HISTORIA**

La tienda “Lujuria Shop”, fue creada en el año 2019 por la Sra. Gloria Cartuche una mujer que se ha interesado en el mundo de emprender. la tienda “Lujuria Shop” surgió de la necesidad de invertir en un negocio diferente que se relaciones con la satisfacción de los clientes, siendo una tienda virtual que sirve, principalmente, a la comunidad lojana, y ofrece productos de toda índole en especial para el público adulto.

A raíz de la pandemia producida en el 2020 esta tienda se impulsó, captando nuevos clientes, renovando su objetivo primordial para “*Placer en cada compra*”.

## **MISIÓN**

“Somos una tienda on line que ofrece prendas de vestir, accesorios y juguetes para adulto, además brindamos un nuevo concepto de discreción, calidad y buen servicio para todos nuestros clientes.”

## **VISIÓN**

Ser una tienda online comprometida con el buen servicio, productos modernos y de calidad, para liderar ventas a nivel local y nacional, satisfaciendo las necesidades y deseos de todo nuestro público.

**Valores de la empresa:** Los pilares éticos que guían a nuestra tienda online son:

**Emprender:** Siendo conscientes de que cada vez es más complejo acceder a un empleo, la posibilidad de emprender debe existir y permitiendo al ser humano satisfacer sus necesidades básicas mediante esta actividad. Por otra parte, en cualquier momento y lugar, se requiere de personas con un espíritu emprendedor, capaces de crear nuevas fuentes de trabajo, competir y adaptarse a nuevos retos que presenta la nueva estructura social.

**Buen trato:** La tienda se caracteriza por priorizar el buen trato hacia nuestros clientes, en primer lugar, intentamos conocer a nuestros clientes, escuchando sus necesidades, respondiendo sus dudas e inquietudes y brindando la mejor información

sobre las características de nuestros productos ofertados. Además de tener la política de no discriminación.

**Servir:** La empresa capacita constantemente a sus empleados para mejorar las habilidades de ventas y servicio al cliente, mediante los diferentes canales online, garantizando de tal manera el mejor de los servicios a nuestros clientes.

**Respeto y discreción:** La tienda online, al vender productos para adultos, mantiene el respeto hacia sus clientes, siendo discretos con la información. Tus pedidos se envían en una caja o sobre totalmente sellado, sin ningún tipo de marcas externas. Para nosotros es muy importante tu privacidad. Nuestra empresa no comparte o comercializa bajo ninguna circunstancia, la información enviada durante el proceso de compra. Nos interesa garantizar un servicio placentero a nuestros clientes.

**Garantías y devoluciones:** Todos nuestros productos son revisados en el momento de enviarlos al comprador. Nuestra ropa, lencería, cosmética erótica y demás productos disponibles, cumplen con los más altos estándares de calidad, para que siempre utilices nuestros productos con total confianza. Si compras un juguete con motor y vibración, debes verificar, inmediatamente al recibirlo, que vibre y que esté en perfectas condiciones. No se aceptan devoluciones de otros productos, ya que son de uso personal o íntimo. Solo se aceptan garantías por fallas de fabricación.

## **Imagen Corporativa**

### **Razón social:**

Lujuria Shop

### **LOGO ANTES**

Anteriormente la tienda Lujuria Shop tenía un logo simple y más explícito, el cual fue modificado acorde a los gustos de la propietaria, tomando en consideración los colores que caracterizan a esta empresa como tal.

### **PRIMER LOGO:**



Como se puede observar el primer logo esta compuesto por un juguete para adultos que es la primera letra del nombre de la tienda, posteriormente se encuentran las demás letras, La palabra lujuria se encuentra de color rojo, y la palabra Shop de color negro. En una línea más abajo se lee la frase “Tienda online” en otra tipografía y color negro.

PROPUESTAS

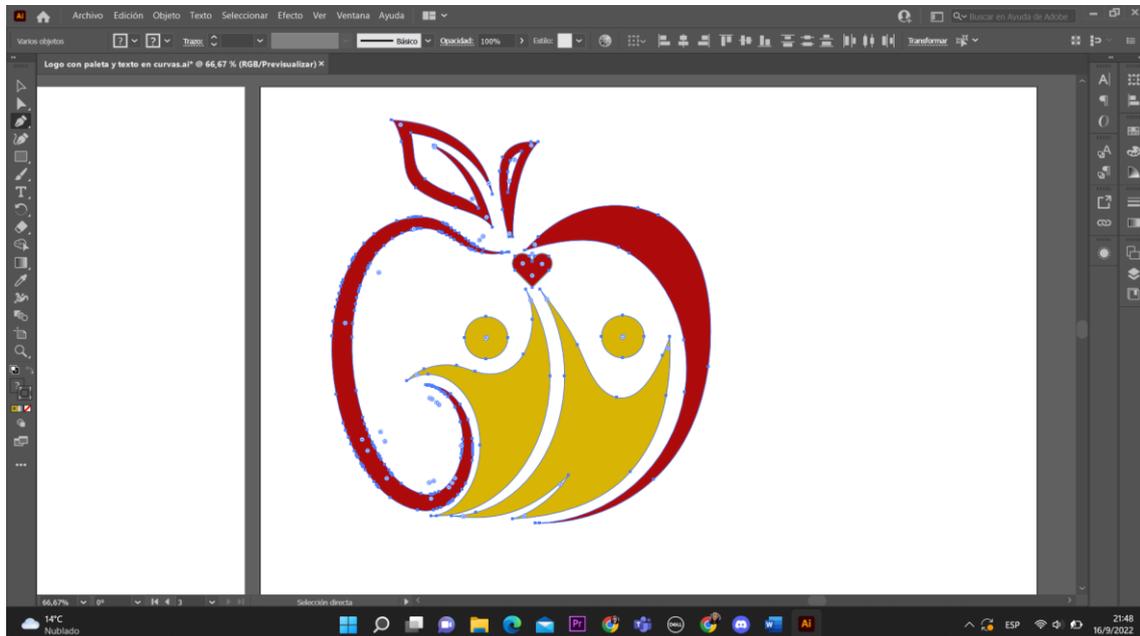


Se planteó tres diseños que contienen una manzana, un corazón, el nombre de la tienda “Lujuria Shop”, con tipografía san serif. Se usan los colores que sugirió la dueña de la empresa. En algunos diseños hay elementos que hacen referencia al cuerpo humano intentando llegar al placer, y su vez, la metáfora de la manzana del pecado. De estos diseños ninguno fue aceptado, sin embargo, la propietaria señaló que algunos elementos estaban acordes a lo solicitado y podrían ser empleados para crear otra imagen corporativa. A partir de estas sugerencias se trabajó con la misma selección de colores.



## DISEÑO FINAL: MANZANA - LUJURIA

### PRIMERA PLANTILLA



En la primera plantilla se observa, como se elaboró cada elemento de la imagen.

### SEGUNDA PLANTILLA



Segunda plantilla se visualiza el logo terminado y el nombre completo de la tienda.

## TERCERA PLANTILLA



La tercera plantilla muestra el logo culminado conjuntamente con la dirección web de la tienda.

## CUARTA PLANTILLA



En la última plantilla podemos observar el nombre de la tienda en tipografía Ananda, y en la parte de inferior la dirección web de la tienda.

### LOGO ACTUAL



EL logo que contiene tres colores principales que son:

**COLOR ROJO:** El rojo es el color del fuego, el calor, el amor, la pasión, la fuerza, la emoción y sobre todo de la lujuria. También se lo asocia a crear estímulos y llamar la atención ya que intensifica un objeto o espacio.

**COLOR AMARILLO:** se relaciona con las emociones buenas como el optimismo, la felicidad, y la alegría, que caracterizan a la personalidad de un público que explora sus placeres. Efectivo para atraer la atención del público.

**COLOR NEGRO:** El negro se asocia con la elegancia, la seriedad, y misterio. Es un buen color para dar la imagen de exclusividad y calidad.

**COLOR BLANCO:** El blanco significa pureza, bondad, limpieza, simplicidad.

## TIPOGRAFÍA

# LUJURIA SHOP

# *Lujuria Shop*

## CREACIÓN DEL SLOGAN

### Propuestas de Slogan:

“Compra placer”

“Disfruta tu compra”

“Seducción en una compra”

***“Placer en cada compra”***

El slogan está compuesto por cuatro palabras precisas que identifican a la tienda como una proveedora de experiencias placenteras, haciendo énfasis en que al comprar los productos los clientes pueden disfrutar la experiencia y satisfacer sus necesidades y deseos.

***“Placer en cada compra”***

# MANUAL DE MARCA

**EMPRESA: Lujuria Shop**

## Colores de MARCA

Color	Presentación	Código
Rojo		#ad0b0b
Amarillo		#d8b405
Negro		#000000
Blanco		#FFFFFF

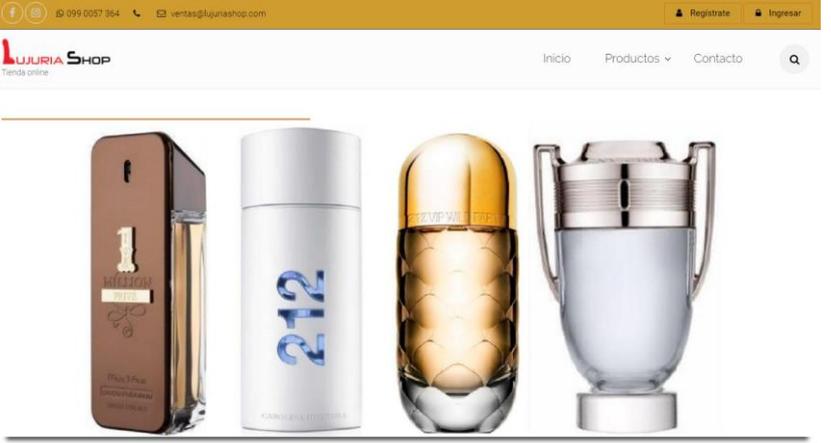
## Formas de la MARCA

Forma	Presentación
	Silueta de manzana
	Corazón
	Silueta de una pareja

## Tipografía de la MARCA

Forma	Presentación
<p><i>Lujuri</i></p> <p><i>a</i></p> <p><i>Shop</i></p>	<p>Ananda Style      Negrita 72</p> <p><i>Abcdefghi</i></p> <p><i>Jklmnopqr</i></p> <p><i>Stuvwxyz</i></p> <p><i>1234567890</i></p>
<p><b><i>Placer en cada compra</i></b></p>	<p>Arial Black Style      Negrita 12</p> <p><b>abcdEfgHIjklmnoPqrstuvwx yz</b></p> <p><b>0123456789</b></p>

## USO DE LA MARCA

Forma	Presentación
<p>Perfil de página web</p>	 <p>The screenshot shows the Lujuria Shop website. At the top, there is a navigation bar with the phone number 099 0057 364 and the email ventas@lujuriashop.com. The main header features the Lujuria Shop logo and navigation links for Inicio, Productos, and Contacto. Below the header, four perfume bottles are displayed: a dark brown bottle with a gold cap, a white bottle with '212' in blue, a gold bottle with a textured surface, and a silver bottle with a trophy-like shape.</p>
<p>Perfil de WhatsApp</p>	 <p>The WhatsApp profile card for Lujuria Shop is displayed on a dark background. It features the Lujuria Shop logo, the website URL www.lujuriashop.com, and the phone number 099 005 7364. The name 'Lujuria Shop' is followed by the handle '~LujuriaShop' and the description 'Belleza, cosmética y cuidado personal'. The status 'Abierto 24 horas' is shown at the bottom.</p>
<p>Otras Creaciones</p>	<p>Sellos de seguridad</p>  <p>The Lujuria Shop logo is shown, featuring a stylized apple with a face and the text 'Lujuria Shop'. Below the logo is a dashed line and the text 'Sello de seguridad'.</p>

## CREAR PLANTILLAS

### Videos

Para publicidad en redes sociales y otros medios digitales, se recomienda videos cortos de hasta 30 segundos, en los cuales se muestre el producto o servicio, y con un cierre del logo de la empresa para que el público reconozca la marca.



### Diseño de portada



## Diseño de revistas



## Diseño día especial



## CREAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

**Estrategia 1:** Actualmente la tienda Lujuria Shop ya cuenta con la estrategia de E mail Marketing, la cual consiste en realizar publicidad por medio de correo electrónico. La tienda envía mensajes comerciales directamente al usuario que se registró previamente en la página web. Esta estrategia debe mejorar, en el sentido de crear promociones y mensajes llamativos para que el usuario compre.

# REGÍSTRATE

Nombres	<input type="text" value="Ingresa tus nombres"/>	
Apellidos	<input type="text" value="Ingresa tus apellidos"/>	
Cuenta de correo	<input type="text" value="Email"/>	
Teléfono móvil	<input type="text" value="Número de teléfono"/>	

No soy un robot   
reCAPTCHA  
[Privacidad](#) - [Términos](#)



- [Olvidaste tu contraseña?](#)

**Estrategia 2:** Creación de perfiles en redes sociales para la tienda Lujuria Shop, en las cuales se realizará marketing de contenido. Al mismo tiempo, digas redes y la página web, contarán con un botón que direcciona a los usuarios a WhatsApp, donde visualizarán el catálogo y un agente de ventas, le brindará asesoría en su compra.



Botón directo a WhatsApp



Chatea en WhatsApp con +593 99 005  
7364

Continuar al chat

Deseo Información sobre las ofertas

## **CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y**

### **RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

- La Tienda On line Lujuria Shop lleva 4 años en el mercado, está dirigida a un público adulto que busca tener nuevas experiencias y requiere hacerlo con discreción y confianza.
- El desarrollo de una imagen corporativa es una herramienta indispensable para la promoción y publicidad de cualquier tipo de empresa, indistintamente de su tamaño, ésta debe ser muy asertiva más aún cuando se trata de satisfacer gustos y preferencias de los clientes.
- El posicionamiento de la marca depende de quienes la manejen, y con ella realicen una correcta promoción y difusión de la tienda, sus productos y servicios. Para esto existe un manual de marca, el cual determina y guía el uso correcto de colores, figuras, variaciones del logo y su uso.
- Para la elaboración de este tipo de diseños existen múltiples herramientas y programas, como lo son, el paquete de adobe ilustrador. Dicho programa requiere de conocimientos técnico-profesionales. A su vez, para la elaboración, se debe tener en cuenta la opinión, gustos y preferencias del cliente, el tipo de empresa y el público al que se dirige.

## **RECOMENDACIONES**

- A la dueña de la tienda Lujuria Shop se le recomienda crear perfiles en todas las redes sociales posibles, para tener un mayor público, y mayor presencia en el mercado digital, puesto que actualmente, solo cuenta con su página web y perfil de Facebook.
- Se sugiere al departamento de marketing de la tienda, que haga uso del logo, slogan, plantillas, estrategias, colores, y, sobre todo, se rijan al manual de marca, para la elaboración de las posteriores campañas publicitarias de la tienda.
- Para los emprendedores, se aconseja planificar desde el principio la elaboración de un logo y su manual de marca, para evitar confusiones con otras marcas, y una mala presentación de la imagen corporativa.
- A los docentes de la carrera de Comunicación Audiovisual se recomienda incrementar la práctica, en el manejo de los programas y aplicaciones relacionadas con la elaboración de publicidad y elaboración de diseños. Al mismo tiempo que se propone renovar los recursos didácticos para un mejor aprendizaje de los jóvenes, y potenciar sus capacidades a la hora de aplicar sus conocimientos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Pérez Porto, J., & Ana, G. (26 de enero de 2021). Obtenido de Definición de Vídeo.: <https://conceptodefinicion.de/video/>
- Arias, E. R. (3 de junio de 2021). *Método histórico*. Obtenido de Economipedia.com : <https://economipedia.com/definiciones/metodo-historico.html>
- Arias, J. L. (s.f.). *José L. Arias - Asesor de tesis*. Recuperado el 16 de Marzo de 2022, de José L. Arias - Asesor de tesis: <https://www.facebook.com/ariasgonzalesjoseluis>
- Concepto Definicion*. (26 de Enero de 2021). Recuperado el 10 de Marzo de 2022, de Concepto Definicion: <https://conceptodefinicion.de/video/>
- Duarte, G. (octubre de 2008). Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/video.php>
- Duarte, G. (Octubre de 2008). *Definición ABC*. Recuperado el 10 de Marzo de 2022, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/video.php>
- editorial, E. (15 de agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/encuesta/>.
- Editorial, E. (05 de Marzo de 2021). *Lifeder*. Recuperado el 13 de Marzo de 2022, de Lifeder: <https://www.lifeder.com/expresiones-culturales/>
- Elizondo, A. (2020). *Metodología de la investigación contable* (Vol. Tercera Edición). Mexico: Thomson.
- Equipo editorial. (15 de agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/encuesta/>.
- Escamilla, M. D. (2009). Metodología de Investigación. En E. y. Ávila, *Metodología de la Investigación*. Mexico: CENGAGE Learning. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercado\\_tecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES40.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercado_tecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES40.pdf)
- Espinel, S. (s.f.). *produccionaudiovisual*. Obtenido de produccionaudiovisual: <https://produccionaudiovisual.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>
- Espinoza, S., & Abbate, E. (2005). *La producción de vídeo en el aula*. Buenos Aires: Ediciones Colihue SRL.
- Flores, A. (21 de diciembre de 2021). *¿Qué es la producción audiovisual? Descubre cómo se realizan tus películas favoritas*. Obtenido de <https://www.crehana.com/ec/blog/video/que-es-produccion-audiovisual/>
- Fraccolli, B. (5 de marzo de 2021). *Expresiones culturales-editorial, Equipo*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/expresiones-culturales/>

- Gentile Pappalardo, M. (24 de diciembre de 2019). Obtenido de Manifestaciones culturales: origen, características, tipos, ejemplos.:  
<https://www.lifeder.com/manifestaciones-culturales/>.
- Imaginario, A. (22 de enero de 2021). "Arte". En: *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/arte/>
- Leon, I. H. (2018). *Paradigmas y metodos de investigacion en tiempos de cambio*. Venezuela : El Nacional .
- Ley a. (s.f.). Recuperado el 11 de Marzo de 2022, de Ley Organica de Cultura:  
[https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2\\_LEY\\_ORGANICA\\_DE\\_CULTURA\\_julio\\_2017.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf)
- Marin, M. G. (2022). *Treintaycinco*. Obtenido de Treintaycinco: <https://35mm.es/ques-escaleta-guion/>
- Mialaret, G. (2021). *Psicologia de la educacion*. Madrid.
- Miranda, R. R. (octubre de 2019). *ELABORACIÓN DE DOS VIDEOS EDUCATIVOS E INFORMATIVOS*. Obtenido de <http://www.fadcom.espol.edu.ec/sites/edcom.espol.edu.ec/files/proyecto44.pdf>
- Monografias Plus+*. (s.f.). Recuperado el 14 de Marzo de 2022, de Monografias Plus+:  
<https://www.monografias.com/docs/Definicion-De-Arte-y-Cultura-F3KWSJVfJ8GNZ>
- Morales, E. (2018). *Metodos Estadisticos para medir, describir y controlar la variabilidad*. Madrid: Universidad Cantabria.
- Mosterín, J. (29 de noviembre de 2009). *Ecured*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Cultura>
- Pardo, A. (14 de mayo de 2014). *Fundamentos de Producción y Gestión de Proyectos Audiovisuales*. Obtenido de <http://www.fadcom.espol.edu.ec/sites/edcom.espol.edu.ec/files/proyecto44.pdf>
- Porto, J. P. (23 de enero de 2008). *Significados.com*. Obtenido de Entrevista:  
<https://www.significados.com>
- s.f. (22 de marzo de 2022). *Ley Organica de Cultura*. Obtenido de [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2\\_LEY\\_ORGANICA\\_DE\\_CULTURA\\_julio\\_2017.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf)
- Sanchez, J. C. (2018). *Metodologia de a investigacion cientifica y tecnologica* . Madrid : Diaz de Santo .
- Torres, M. (2019). Metodos de Recoleccion de datos para una investigacion. *Boletin Electronico*

# ANEXOS

## Anexo 1: Resultado de encuesta digital

### Usuarios que han respondido

Correo electrónico

gerencia@lujuriashop.com

Nombre de la empresa o Marca

1 respuesta

LujuriaShop

Fecha de creación de la empresa o marca

1 respuesta

feb 2019

14

Correo electrónico

1 respuesta

gerencia@lujuriashop.com

Dirección

1 respuesta

On line

Número de teléfono

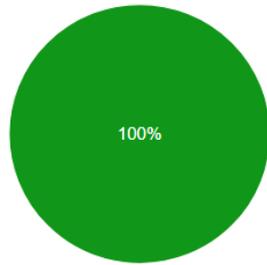
1 respuesta

099 005 7364

### Tipo de negocio

 Copiar

1 respuesta

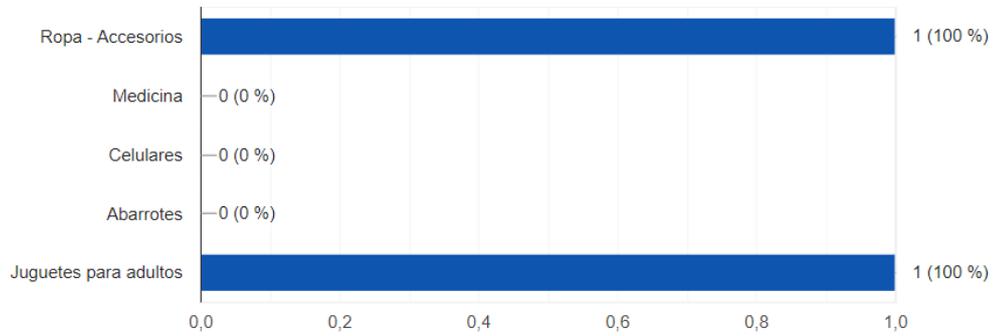


- Salud
- Educación
- Entretenimiento
- Compra-Venta

### Tipo de productos que vende

 Copiar

1 respuesta



### Público al que desea llegar

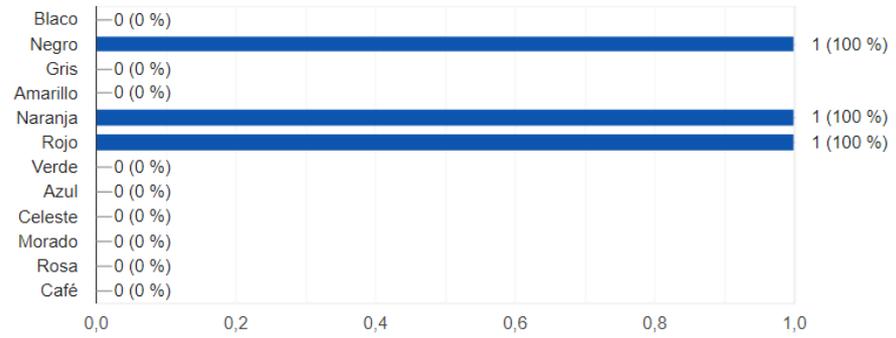
1 respuesta

Adulto

### Colores de preferencia

 Copiar

1 respuesta



### Imagen que desea proyectar

1 respuesta

De pasión, de ansiedad

### Ideas o conceptos para el logo

1 respuesta

La manzana del pecado, figuras de adultos



**Los Andes**  
Instituto Superior Internacional

**Anexo 2: Anteproyecto**

**DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA TIENDA ON LINE**

**“LUJURIA SHOP” PARA EL AÑO 2022**

**ANTEPROYECTO PREVIO A  
LA OBTENCION DEL TITULO  
DE TECNOLOGO EN  
COMUNICACIÓN  
AUDIOVISUAL.**

**Autor: Helen Lizbeth Tambo Minga**

**LOJA – ECUADOR**

**2022**

## **TEMA**

### **DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA TIENDA ONLINE “LUJURIA SHOP” PARA EL AÑO 2022**

#### **PROBLEMATIZACIÓN**

La imagen corporativa o logo, los colores, formas, slogan y demás características visuales son aquellos que caracterizan a una organización, marca o empresa, identificándola de sus competidores y permitiéndole a los consumidores la asimilen en su mente.

Desde antes de la pandemia por Covid-19, el mundo empezó a digitalizarse, sin embargo, partir de la pandemia muchas organizaciones se transformaron para brindar su servicio de manera online realizando los procesos de promoción y venta valiéndose de los medios establecidos en internet. Así mismo, el marketing de las organizaciones se basó en el uso de estos medios, permitiendo la creación de empresas para diseñar otras marcas y manejar dicha imagen corporativa.

En el Ecuador, el panorama de las empresas coincide con la necesidad de mejorar la imagen corporativa, buscando una comunicación estratégica que resguarden sus objetivos institucionales, tratando de tener un alto grado de competitividad dentro de un mercado globalizado que mejore su posicionamiento en la mente del consumidor.

Es necesario implementar una imagen corporativa que permite a la institución innovar y mejorar la perspectiva que el público tiene de la empresa, proporcionar la marca y darse a conocer en el mercado con sus productos y servicios.

En la ciudad de Loja, existen instituciones y profesionales dedicados a crear imágenes corporativas a empresas recientes y otras que ya tienen historia, siendo importante resaltar que por medio de la incorporación de una imagen corporativa se puede facilitar los procesos de publicidad en cualquier tipo de organización.

Los modelos de negocio en línea tomaron fuerza después de la pandemia, sin embargo, estos ya existían desde años antes. Es así que, en la ciudad de Loja se crea la tienda en línea “Lujuria Shop” que es un modelo de negocio virtual, donde se venden artículos como ropa, accesorios, cosmética y juguetes para adultos, permitiendo al público disfrutar de nuevas experiencias. Con esta idea, se pretende desarrollar una imagen corporativa para dar a conocer dicha tienda, sus productos y servicios.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS GENERALES**

Desarrollar la imagen corporativa para la tienda on line “Lujuria Shop” para el año 2022

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un logo para la tienda on line “Lujuria Shop” que represente la intención de la tienda y a su público.
- Diseñar varios modelos de plantillas que le permitan realizar publicidad en medios digitales
- Elaborar un manual de marca para que sirva como guía en las futuras publicaciones y creaciones de la tienda.

### **ALCANCE**

Se propondrá una imagen corporativa para la tienda on line, donde la dueña del negocio participe y posteriormente tome la determinación de aplicarla.

Este trabajo se enfocará directamente en la creación del logo, marca, slogan, diseño de platillas para promover el servicio de esta tienda on line.

Esta investigación cumplirá con los lineamientos de un proyecto de investigación del instituto y de imagen corporativa.

Las estrategias no serán desarrolladas, serán planteadas y dependerá de la dueña su aplicación o ejecución para incrementar sus ingresos y segmentarse efectivamente en el mercado.

Esta investigación será realizada durante 3 meses y con los recursos disponibles por parte del autor.

## **SUMARIO**

### **IMAGEN CORPORATIVA**

**QUÉ ES:** La imagen corporativa se puede entender como todo lo que le rodea a la empresa, los productos o servicios que ofrezca una entidad, permiten el primer acercamiento con los clientes, por lo que la imagen empresarial dependerá de las expectativas que el consumidor tenga con relación al servicio que le brinde la entidad.

Pintado y Sánchez definen a la imagen corporativa como “una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cumulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo (Imagen Corporativa, 2013)

Por ende, la imagen de una empresa va a ser única para cada persona, debido que esta se encuentra inmersa a la vinculación que haya tenido con la misma a través de diversos canales, como referencias de amigos o familiares, experiencias personales con la empresa, al igual que personas reconocidas asociados a la marca, todo esto influirá en la percepción de la imagen de una entidad.

La imagen de la empresa se la relaciona comúnmente con la calidad de los productos y/o servicios que ofrezcan, asimismo con los precios altos o bajos. Es usual que las personas asocien los precios más elevados con una buena imagen empresarial. Sin embargo, todo dependerá de cómo trabaje una compañía en la percepción ideal y real de la imagen.

Una adecuada gestión de la imagen corporativa, genera confianza, permite la diferenciación y liderazgo en el mercado, promueve la identificación de clientes 128

internos y externos con la empresa, conduce a la aceptación y valoración de los productos y/o servicios y fortalece a largo plazo las relaciones con los clientes, socios, bancos, industria, etc. (Pintado, 2020)

**PARA QUÉ SIRVE:** La imagen corporativa tiene como objetivo fundamental lograr que la marca se refleje claramente en los intereses de su público objetivo. El cliente potencial debe pensar que sus pensamientos y los de la empresa están alineados. El fin de la imagen de marca es que el usuario se sienta identificado con nosotros y ganarnos su confianza.

Las empresas necesitan conversiones, son la forma en la que generan ingresos y estos pueden formar parte de los beneficios. Para conseguirlos, se debe de generar confianza. Una imagen de marca que genere confianza será un arma tremendamente poderosa (Capriotti, 2019).

**IMPORTANCIA:** La imagen corporativa es fundamental para que una empresa se posicione dentro del mercado, sin embargo, para obtener una buena imagen corporativa es necesario que el punto de partida se base en la realidad de la empresa “es inútil intentar obtener una imagen que no refleja lo que la empresa es. Esa realidad debe proyectarse de forma global teniendo en cuenta todo lo que la compañía hace” (Sanchez, 2013)

La imagen de una empresa debe tener armonía con lo que dice y con lo que hace, de esta manera se potenciará una imagen fuerte y consistente.

La importancia de la imagen corporativa radica en que las personas establezcan una diferencia entre una empresa y otra, por lo que esta imagen ayudará a que una organización ocupe un espacio en la mente de los públicos. “La imagen de la empresa está constituida por la suma de asociaciones, de carácter tanto afectivo como racional, que surgen en la mente de un individuo al evocar el nombre de la empresa” (Perez, 2014)

## **PASOS PARA DESARROLLAR UNA IMAGEN CORPORATIVA**

El manual de identidad corporativa es clave para guiarte a la hora de tomar una decisión en tu empresa, para el desarrollo de la imagen corporativa se toma en consideración 5 pasos muy importantes como son:

### **1. Define la misión, visión y valores de la empresa**

La misión, visión y valores de tu empresa conforman la filosofía corporativa. ¿Qué quiere decir esto? Que necesitas definir qué hace tu empresa, cómo lo haces y a dónde quieres llegar.

Es necesario que tus empleados lo tengan siempre en cuenta a la hora de establecer tus acciones de marketing. Y, además, puede convertirse en una herramienta muy poderosa para tu marca

- **Misión:** Define cuál es el objeto, el propósito o la razón de ser de tu empresa. Generalmente la misión de una empresa responde a la pregunta “¿Por qué existe esta empresa?”.
- **Visión:** Define las metas que quieres alcanzar. ¿A dónde quieres llegar? ¿Dónde te ves en el futuro? Saber responder a estas preguntas te ayudará a establecer las acciones a realizar.
- **Valores:** Establece los límites, criterios y principios éticos sobre los que se basa tu empresa. ¿Qué estás dispuesto a hacer o qué no para lograr tus objetivos? Esto te permite crear tu código de conducta y las pautas de comportamiento de tu empresa.

### **2. Crea tu Imagen Corporativa**

La imagen corporativa engloba los elementos gráficos, visuales y audiovisuales que identifican a una empresa.

La imagen corporativa es lo mismo que imagen de marca de una empresa. Es decir, la percepción que tienen los usuarios de tu negocio. ¿Qué le transmite tu web, tus productos o tu tienda física a tus clientes? Eso es la imagen corporativa o imagen de marca.

Los principales factores que influyen en la imagen de marca de tu empresa son:

- **Nombre comercial:** elige un buen nombre para tu empresa. Dedícale todo el tiempo que sea necesario, te acompañará durante muchos años. También el nombre de tu dominio es fundamental para transmitir una buena imagen.
- **Logo:** recuerda que el logotipo de la empresa estará en todas partes y conforma una pieza clave de la identidad visual de una empresa. Recuerda que tiene que ser un diseño gráfico corporativo que se adapte a canales online y offline, además de a múltiples plataformas. Todo el tiempo que le dediques al diseño del logotipo, créeme que no será en balde.
- **Eslogan:** aunque ya no es algo tan común en todas las empresas, encontrar un mensaje breve que sepa representar la filosofía de tu empresa es todo un reto.
- **Tipografía y colores:** a la hora de crear cualquier tipo de contenido o material de tu empresa.

### 3. Establece un plan de Comunicación

¿Cómo quieres comunicarte con tus clientes? ¿Eres una empresa cercana y que trata a sus clientes como amigos? ¿O prefieres transmitir una imagen mucho más formal? Elijas lo que elijas, sé consistente y haz que perdure en el tiempo.

#### 4. Se consistente a tu identidad de empresa

Cada empresa tiene una identidad corporativa, no mejor ni peor que otra. Pero lo que sí que debes intentar es que la estrategia gire en torno a ella.

Cambiar la identidad corporativa de tu empresa, a veces, es incluso hasta necesario para adaptarse al mercado, pero es algo que requiere mucho tiempo y una estrategia muy sólida y perfectamente planeada.

#### 5. Cuida tu reputación online

Una buena identidad digital nos va a ayudar a ser percibidos como una marca más prestigiosa o de mayor reputación.

Los mundos online y offline pueden estar estrechamente relacionados, aunque a veces se traten como caminos completamente separados. La reputación online se ha convertido en una de las mayores preocupaciones para cualquier empresa.

Este término hace referencia a la percepción o imagen que tu público objetivo tiene de tu empresa en Internet. Eso sí, no debes confundirlo con la imagen de tu marca.

Esta identidad digital o reputación online está muy ligada a cómo te comportas tú en el mundo online. Los principales factores que influyen en ello son:

- **Página web:** es tu escaparate 24/7 en Internet. Cuida su diseño, el contenido que publicas, añade opiniones o reseñas de clientes... Todo esfuerzo es poco para mostrar tu mejor cara. ¿Todavía no tienes una? Entonces debes de ponerle una solución cuanto antes. Por ejemplo, con el Creador de páginas web de GoDaddy puedes crear una web de aspecto muy profesional en menos de una hora. Además, también puedes crear un blog para atraer clientes o potenciales clientes a tu página.

- **Redes sociales:** no es nada raro que, antes de realizar la contratación de un servicio online o bien comprar un producto, acudamos a las redes sociales a ver qué opinan los demás usuarios de estas marcas. O bien, simplemente lanzamos la pregunta en Twitter. Una mala reputación online echará a tus clientes para atrás y lo que es peor, si no le pones solución cuanto antes, esta percepción que tienen de ti es muy probable que vaya a peor. Así que, aprovecha las redes sociales como canal de comunicación para humanizar tu marca y acercarte mucho más a tus clientes y no olvides analizar cuidadosamente todo lo que dicen de ti.
- **Foros, blogs o plataformas de terceros:** existen muchas páginas de opiniones en las que los usuarios comentan su experiencia con las empresas. Seguramente conozcas y hayas comentado alguna vez en TripAdvisor o TrustPilot. O, sin ir más lejos, ¿nunca has puesto una reseña de alguna empresa en Google? Todas estas valoraciones cuentan ¡y mucho! Así que analiza bien qué es lo que dicen de ti e intenta mejorar de cada comentario que leas. (Acebeiro, 2021)

## **TIENDA ON LINE LUJURIA SHOP**

### **Historia**

La tienda “Lujuria Shop”, fue creada en el año 2019 por la Sra. Gloria Cartuche una mujer que se ha interesado en el mundo de emprender. La tienda “Lujuria Shop” surgió de la necesidad de invertir en un negocio diferente que se relacione con la satisfacción de los clientes, siendo una tienda virtual que sirve, principalmente, a la comunidad lojana, y ofrece productos de toda índole en especial para el público adulto.

A raíz de la pandemia producida en el 2020 esta tienda se impulsó, captando nuevos clientes.

## **Información general**

Ubicación: On line.

Número de agente de ventas: 2.

## **Productos y servicios**

En esta tienda se vende: ropa, accesorios, cosméticos y juguetes para adultos.

## **Modelo de tienda**

Esta tienda se desarrolla de manera virtual, cuenta con una página web, donde los usuarios acceden a un catálogo e información de los productos, posteriormente un asesor de ventas se contacta con ellos y les ayuda a concretar la compra. Los productos se envían directamente al consumidor, de manera discreta.

## **METODOLOGÍA**

### **MÉTODO INDUCTIVO**

El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. (Sanchez J. C., 2018)

El método inductivo permitirá la formulación, análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

### **MÉTODO DESCRIPTIVO**

El método descriptivo implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación, se lo utiliza para recoger, utilizar, resumir, presentar, analizar los resultados de las observaciones (Leon, 2018)

## **MÉTODO ANALÍTICO**

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. (Elizondo, 2020)

Se lo utilizara para realizar el análisis entre forma teórica y práctica del proyecto y luego para crear una síntesis de las conclusiones y recomendaciones al realizar el informe final de la investigación.

## **MÉTODO SINTÉTICO**

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. (Mialaret, 2021)

Con este método se podrán unir todos los elementos en un todo, utilizando las ciencias experimentales para extraer las leyes generalizadoras.

## **MÉTODO ESTADÍSTICO**

EL método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de la hipótesis general de la investigación.

Las características que adoptan los procedimientos propios del método estadístico dependen del diseño de investigación seleccionado para la comprobación de la consecuencia verificable en cuestión. (Morales, 2018)

## **TÉCNICAS**

La técnica que se van implementar para la realización de la investigación es la entrevista

**Encuesta:** Es un método de recolección de información oral, consiste en un diálogo de carácter planificado entre el investigador y los sujetos que son fuentes de información la entrevista. (Torres, 2019)

## **POBLACIÓN**

Para el desarrollo de la investigación se tomó en consideración el tipo de población finita ya que se entrevistará únicamente a la dueña de la tienda.

## **PROCEDIMIENTO**

- Crear un logo con su manual de marca
- Crear un slogan
- Crear plantillas
- Crear estrategias de comunicación

Para el desarrollo de la imagen corporativa se toma en consideración 5 pasos muy importantes como son:

### **1. Define la misión, visión y valores de la empresa**

La misión, visión y valores de tu empresa conforman la filosofía corporativa. ¿Qué quiere decir esto? Que necesitas definir qué hace tu empresa, cómo lo haces y a dónde quieres llegar.

- **Misión:** Define cuál es el objeto, el propósito o la razón de ser de tu empresa. Generalmente la misión de una empresa responde a la pregunta “¿Por qué existe esta empresa?”.

- **Visión:** Define las metas que quieres alcanzar. ¿A dónde quieres llegar? ¿Dónde te ves en el futuro? Saber responder a estas preguntas te ayudará a establecer las acciones a realizar.
- **Valores:** Establece los límites, criterios y principios éticos sobre los que se basa tu empresa. ¿Qué estás dispuesto a hacer o qué no para lograr tus objetivos?

## **2. Crea tu Imagen Corporativa**

La imagen corporativa es lo mismo que imagen de marca de una empresa. Es decir, la percepción que tienen los usuarios de tu negocio. ¿Qué le transmite tu web, tus productos o tu tienda física a tus clientes? Eso es la imagen corporativa o imagen de marca.

Los principales factores que influyen en la imagen de marca de tu empresa son:

- **Nombre comercial:** elige un buen nombre para tu empresa.
- **Logo:** recuerda que el logotipo de la empresa estará en todas partes y conforma una pieza clave de la identidad visual de una empresa.
- **Eslogan:** encontrar un mensaje breve que sepa representar la filosofía de tu empresa es todo un reto.
- **Tipografía y colores:** a la hora de crear cualquier tipo de contenido o material de tu empresa.

## **3. Establece un plan de Comunicación**

¿Cómo quieres comunicarte con tus clientes? ¿Eres una empresa cercana y que trata a sus clientes como amigos?

## **4. Se consistente a tu identidad de empresa**

Cada empresa tiene una identidad corporativa, no mejor ni peor que otra. Pero lo que sí que debes intentar es que la estrategia gire en torno a ella.

## 5. Cuida tu reputación online

Una buena identidad digital nos va a ayudar a ser percibidos como una marca más prestigiosa o de mayor reputación.

Este término hace referencia a la percepción o imagen que tu público objetivo tiene de tu empresa en Internet.

Esta identidad digital o reputación online está muy ligada a cómo te comportas tú en el mundo online. Los principales factores que influyen en ello son:

- **Página web:** es tu escaparate 24/7 en Internet. Cuida su diseño, el contenido que publicas, añade opiniones o reseñas de clientes.
- **Redes sociales:** no es nada raro que, antes de realizar la contratación de un servicio online o bien comprar un producto, acudamos a las redes sociales a ver qué opinan los demás usuarios de estas marcas. O bien, simplemente lanzamos la pregunta en Twitter
- **Foros, blogs o plataformas de terceros:** existen muchas páginas de opiniones en las que los usuarios comentan su experiencia con las empresas. Seguramente conozcas y hayas comentado alguna vez en TripAdvisor o TrustPilot. O, sin ir más lejos, ¿nunca has puesto una reseña de alguna empresa en Google?



## RECURSO Y PRESUPUESTO

### Recursos Humanos

Dueña de la tienda Sra. Gloria Cartuche

Investigador Helen Lizbeth Tambo Minga

Director de Tesis Lic. Nicole Cevallos Mgs.

### Recursos Materiales

Resma de papel

Lápiz y esfero

Material de oficina

### Recursos tecnológicos

Programas de edición

Pc portátil

Internet

<b>Presupuesto</b>			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resmas de papel	1	3.50	3.50
Lápiz	2	0.30	0.60
Esferos	2	0.35	0.70
Perforadora	1	2.00	2.00
Grapadora	1	1.50	1.50
<b>Total, Materiales</b>			<b>8.30</b>
<b>Recursos Tecnológicos</b>			
Portátil Dell	1	700	700

Impresora Epson	1	250	250
Celular	1	200	200
Programas de Edición	1	100	100
Internet	1	25	25
Total, Recursos Tecnológicos			\$1.875
<b>Gastos Personales</b>			
Alimentación			30
Transporte			25
Total, Gastos Personales			\$55

<b>RESUMEN</b>	
Recursos Materiales	\$ 8.30
Recursos Tecnológicos	\$ 1.875
Gastos Personales	\$ 55
<b>Valor del Presupuesto</b>	<b>\$ 1.938,30</b>

El financiamiento para la elaboración y ejecución del trabajo de investigación, serán asumidos por el investigador.