

# ESTABLECER EL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA EN ZIRUS PIZZA

Joan Steven Aceros Vesga



*Pasión que te gusta!*

# ZIRUS PIZZA



# MISIÓN

“Somos una empresa Santandereana que trabaja satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes en alimentación, esparcimiento y ahorro de tiempo con productos de calidad demostrada, servicio excelente y creativo; que permita el crecimiento de la empresa y que vaya a la par con el crecimiento integral de las grandes personas capacitadas que la componen.”



# PROBLEMA

1

- ¿Cómo la estandarización de procesos de comunicación corporativa conduce a establecer un manual de identidad corporativa?

2

- ¿Es el manual de identidad corporativa la herramienta para mejorar la comunicación corporativa de Zirus Pizza?

3

- ¿Son los indicadores de medición establecidos la herramienta para medir la efectividad del manual de identidad corporativa?

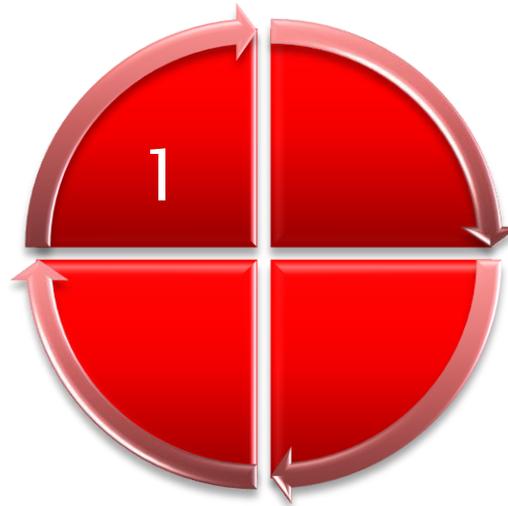


# OBJETIVO GENERAL

Establecer el manual de identidad corporativa de Zirus Pizza a través del diseño de estrategias de Visual Merchandising en los puntos de venta de Bucaramanga y Área Metropolitana, durante el segundo semestre del 2012 para el mejoramiento de la comunicación corporativa.



# OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Analizar la situación actual de la compañía en términos de entornos corporativos y realizando matriz DOFA para la determinación de oportunidades de mejora.



# Diagnóstico



# MATRÍZ DOFA

## Debilidades

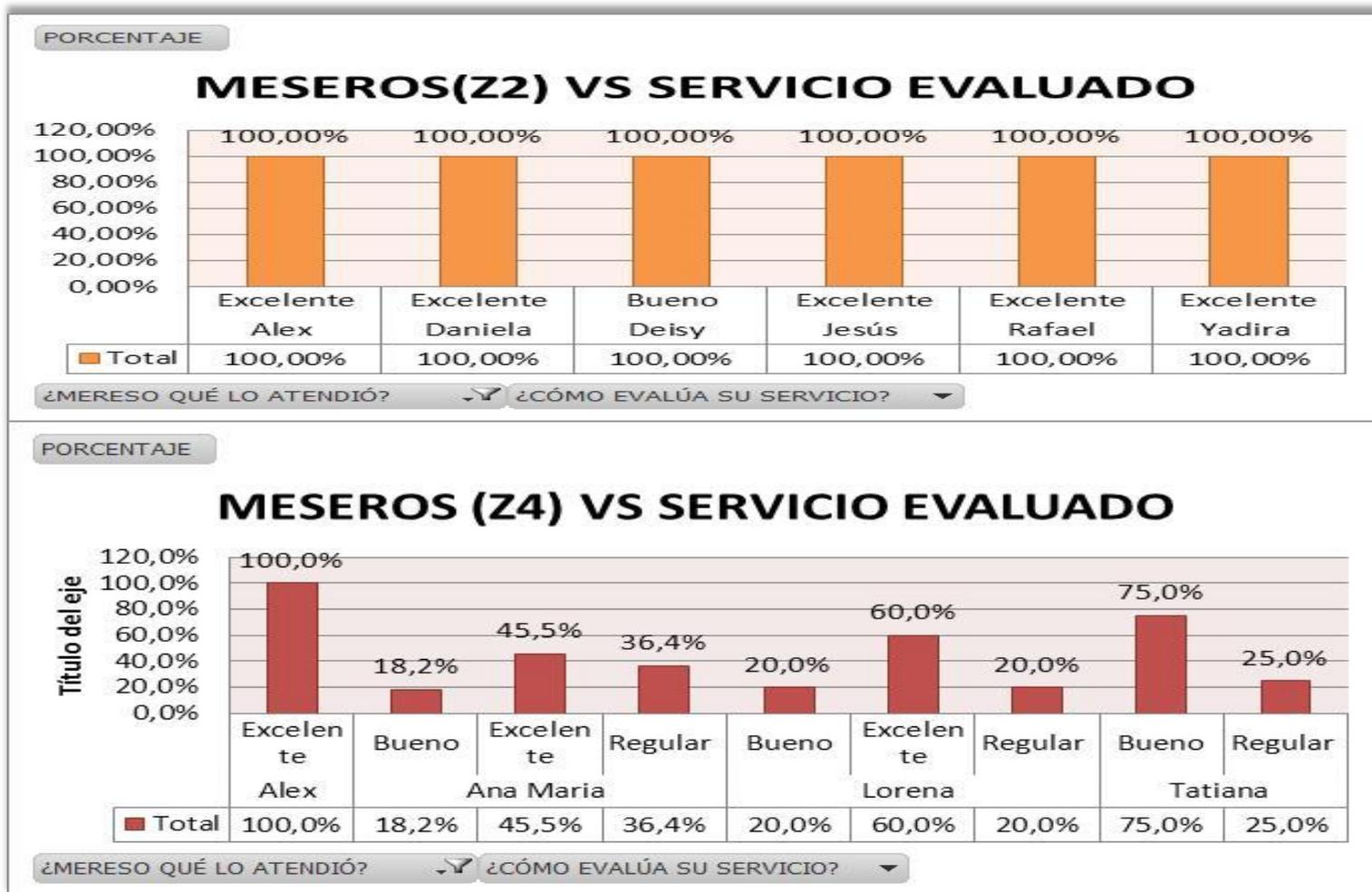
- Desconocimiento de las estrategias de mercadeo aplicadas por la competencia
- Ausencia de procesos de Planeación Estratégica
- Inexistencia del departamento de personal
- Ausencia de Indicadores de medición para estrategias implementadas (mercadeo, personal)

## Fortalezas

- Adecuada micro localización de los puntos de venta en el Área Metropolitana de Bucaramanga.
- Posicionamiento de la imagen Institucional en el mercado.
- Experiencia y tradición en el mercado
- Alto nivel de satisfacción de los clientes
- Amplio catálogo de producto.



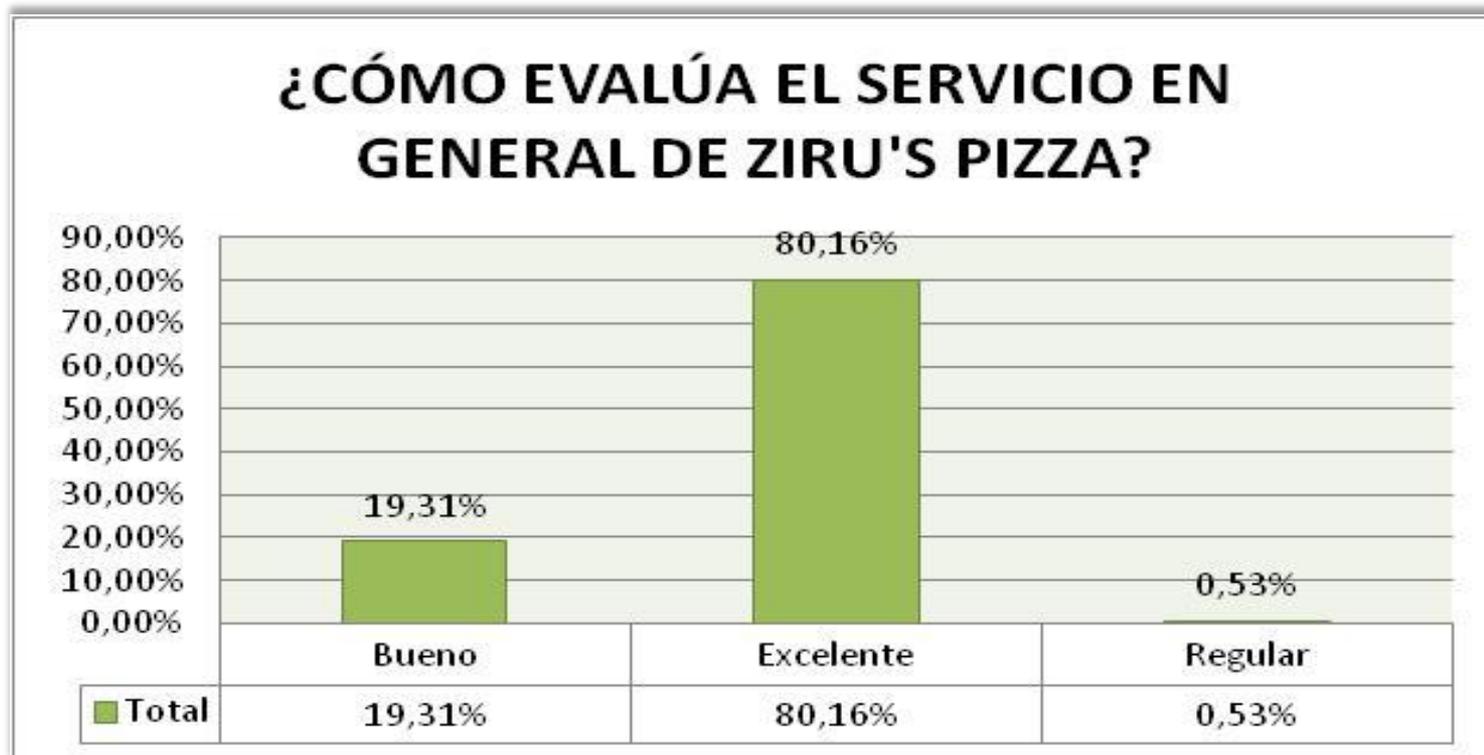
# RESULTADOS ENCUESTAS



Fuente: AGUDELO, Silvia. Diagnóstico situacional Zirus Pizza. Proyecto fase práctica para aprobar el segundo semestre. Universidad autónoma de Bucaramanga. Administración de empresas formación dual universitaria. Bucaramanga. Julio de 2012. 50 páginas.



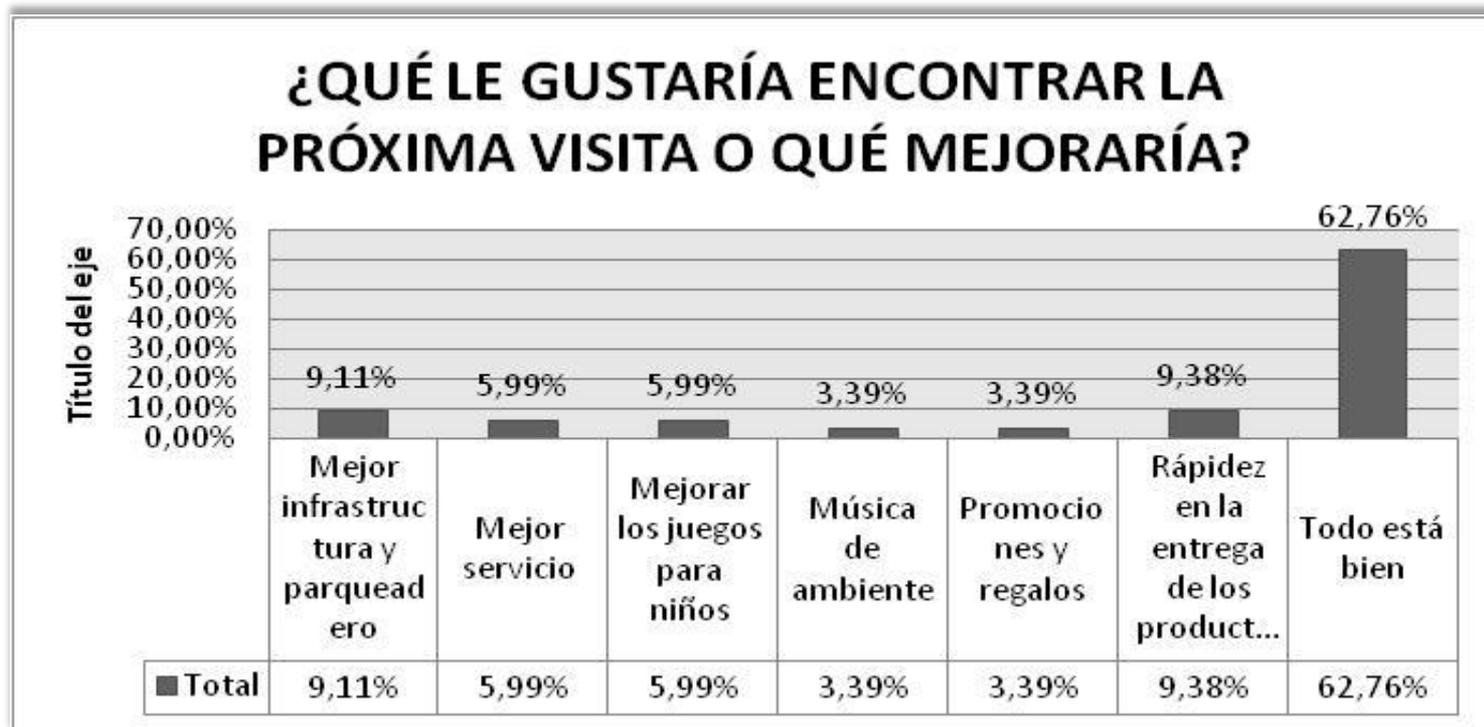
# RESULTADOS ENCUESTAS



Fuente: AGUDELO, Silvia. Diagnóstico situacional Zirú's Pizza. Proyecto fase práctica para aprobar el segundo semestre. Universidad autónoma de Bucaramanga. Administración de empresas formación dual universitaria. Bucaramanga. Julio de 2012. 50 páginas.



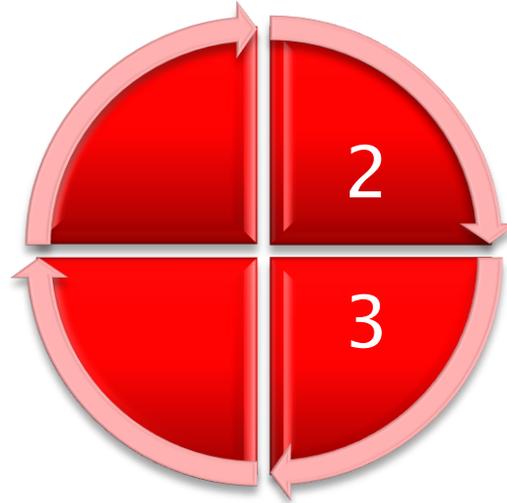
# RESULTADOS ENCUESTAS



Fuente: AGUDELO, Silvia. Diagnóstico situacional Zirus Pizza. Proyecto fase práctica para aprobar el segundo semestre. Universidad autónoma de Bucaramanga. Administración de empresas formación dual universitaria. Bucaramanga. Julio de 2012. 50 páginas.



# OBJETIVOS ESPECÍFICOS



- Identificar las técnicas de comunicación y de visual Merchandising apropiadas a Zirus Pizza desde el análisis de las estrategias actuales.
- Diseñar las técnicas de visual Merchandising que serán incluidas en el manual de identidad corporativa de Zirus Pizza dando inicio al establecimiento del mismo.



# EJECUCIÓN

Listado  
proporcionado  
por el  
diseñador

Análisis y filtro  
del listado

Definición de  
las técnicas a  
implementar en  
el manual.

Toma de  
fotografías y  
análisis de las  
técnicas

Realización del  
manual

Video resumen



# TABLA DE CONTENIDO

## 1. Introducción

## 2. Presentación del manual de identidad corporativa

- Importancia de manual
- Objetivos

## 3. Zirus Pizza

- Reseña histórica
- Misión
- Visión

## 4. Logotipo y Slogan

## 5. Decoración de la marca dentro del establecimiento

- Mesas
- Acrílicos
- Cenefas
- Cuadros
- Habladores
- Caja de empaque
- Buzón de sugerencias
- Vajilla (platos, vasos, soperas)



*Pasión que te gusta!*

ZIRUS  
pizza

# TABLA DE CONTENIDO

## 6. Avisos exteriores y publicidad

- Caja de luz
- Estructuras metálicas
- Ventanales
- Paredes
- Fachada
- Domicilios motos
- Pendones
- Botones institucionales
- Corona infantil

## 7. Litografía y papelería

- Menú
- Tarjetas de presentación
- Catálogos
- Facturas manuales



*Pasión que te gusta!*

ZIRULI  
pizza

# TABLA DE CONTENIDO

- Hojas membrete
- Cupones directorio
- Bonos de regalo
- Banderines
- Imanes domicilios
- Volantes

## 8. Uniformes

## 9. Chefs

## 10. Servicios

- Zona de juegos
- Zona de eventos
- Ambientación
- Cocinerito Rico

## 11. Servicio electrónico

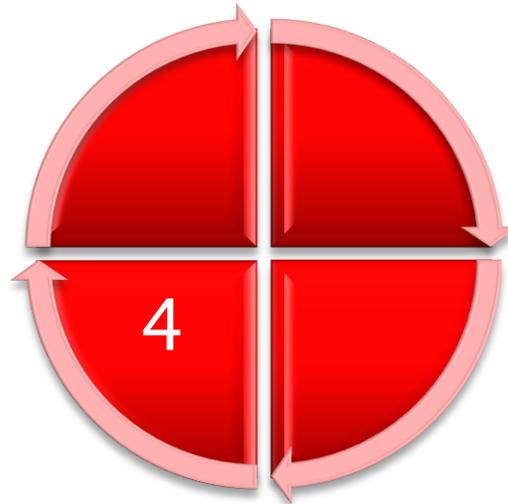
- Pedidos electrónicos
- Sitio Web



*Pasión que te gusta!*

ZIRLU'S  
pizza

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS



- Establecer indicadores de medición que permitan la evaluación de la efectividad del manual de identidad corporativa durante su implementación.



# MEDICIÓN Y RESULTADOS

Planeación y  
diseño del  
examen

Se definen las  
especificaciones  
de la  
capacitación

Se realiza la  
presentación del  
manual

Se aplica el  
examen a los  
asistentes e  
inastentes a la  
capacitación.

Se evalúan los  
exámenes

Se analizan los  
resultados  
finales de la  
capacitación.



# ESPECIFICACIONES

- ▶ Fecha: 20 de Diciembre de 2012
- ▶ Hora: 9:00 am
- ▶ Duración: 1 hora
- ▶ Lugar: Salón de eventos del punto de venta de la 56



# CAPACITACIÓN



Pasión que te gusta!

# CAPACITACIÓN



# EVALUACIÓN

## ▶ ASISTENTES:

5 personas obtuvieron una calificación = 5

3 personas obtuvieron una calificación = 4

1 persona obtuvo calificación = 4.4

Promedio de la calificación = 4.6

La calificación obtenida por los asistentes a la capacitación fue en promedio 4.6.

## ▶ INASISTENTES:

2 Personas obtuvieron una calificación = 4.7

2 Personas obtuvieron una calificación = 4

2 Persona obtuvo una calificación = 3.75

2 persona obtuvo calificación = 3.2

Promedio de la calificación = 3.9

La calificación obtenida por los que no asistieron a la capacitación fue en promedio 3.9



# RESULTADOS



Asistieron 9 personas



Comunicación efectiva= (Asistentes a la capacitación / Citados a la capacitación) \*100

Comunicación efectiva =  $(9/17)*100 = 0.53*100 = 53\%$



Se evidenció un aumento del 18% en el conocimiento del personal, al pasar de 3.9 a 4.6 de calificación.



Los asistentes expusieron su punto de vista sobre las técnicas visuales analizadas y propusieron ideas novedosas.



# PROPUESTAS

Diseñar nuevos depósitos de servilletas

Estandarizar el diseño de los acrílicos

Diseñar chalecos para los domiciliarios

Modernizar los baúles de domicilios

Cambiar el diseño de los menús

Emplear nuevos banderines

Estandarizar el diseño de las vajillas



# CONCLUSIONES

- ▶ Luego de realizar el análisis situacional de Zirus Pizza se logró determinar la inexistencia de una estandarización de procesos de comunicación corporativa en todos los puntos de venta de la empresa, lo cual desencadenó en la necesidad de establecer el manual de identidad corporativa.
- ▶ Se Identificaron las técnicas de comunicación y de visual Merchandising que se usan actualmente en la compañía, se filtraron y determinaron las apropiadas al manual de identidad corporativa; se comenzó a establecer el manual, tomando fotografías de cada una de las técnicas y aplicando análisis a la misma, lo cual finalizó con el establecimiento del manual de identidad corporativa y contribuyó a mejorar la comunicación corporativa de la empresa.



# CONCLUSIONES

- ▶ Se realizó una capacitación al personal de la compañía sobre las técnicas visuales de Zirus Pizza, además se aplicó un examen a los asistentes e inasistentes a la capacitación, el cual funcionó como indicador de medición para determinar la efectividad del manual de identidad corporativa.



# RECOMENDACIONES



Realizar capacitaciones a todo el personal...



Mejorar la comunicación ...



Actualizar la visión de la compañía...



Revisar la decoración de las mesas...



Especificar el uso de los habladores...



Mejorar el uso de los buzones de sugerencias...



# RECOMENDACIONES



Dar la misma importancia a todas las sucursales...



Darle un mejor uso a los televisores...



Actualizar el manual de identidad corporativa periódicamente...



Implementar las propuestas analizadas en la capacitación...



ZIRLI  
Pizza

MUCHAS GRACIAS



*Pasión que te gusta!*