

## RECONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD VISUAL PARA AUMENTAR EL VALOR DE MARCA DE LA EMPRESA “ESENCIA NEGRA”.

Para nosotros los estudiantes, incurrir en un trabajo de grado puede sonar una tarea realmente agotadora y frustrante, sin embargo, no siempre tiene que suceder de esta manera. El primer paso, y tal vez el más difícil, es elegir un tema que se acople a las necesidades y gustos de cada persona, aquí radica en gran parte lo grato o frustrante que pueda ser realizar dicho trabajo, ya que en el proceso se tendrá gran relación con el tema elegido y sus variantes. En mi caso he decidido realizar junto a una compañera un proyecto de investigación con gran componente cultural afrocolombiano, abordado desde un punto de vista publicitario mediante Esencia Negra, una empresa creada hace 5 años que pretende transmitir la cultura del pacífico colombiano debido a los orígenes bonaerences de su fundadora Eloísa Montaña. Ofrece al público prendas de ropa y accesorios para hombres y mujeres, la empresa cuenta con un completo equipo de trabajo conformado por Elo Montaña, quien es la dueña y diseñadora principal de las prendas, Jofer de Jara y Mauro Murillo quienes son diseñadores de modas y realizan colaboraciones bajo el nombre de la marca, y finalmente un equipo de comunicación. Además este año la empresa fue la imagen para la convocatoria que se abre anualmente a las personas interesadas en participar como empresas dentro del Festival Petronio Álvarez.

Sin embargo, a lo largo de su trayectoria se ha identificado que es necesario para la empresa Esencia Negra aumentar el valor de marca mediante el rediseño de su ámbito visual para así mejorar la percepción que el público objetivo tiene de la misma, debido a que los principios que quiere reflejar la marca no se han logrado comunicar de manera correcta con anteriores estrategias, generando fallos perjudiciales para las actividades comerciales de la empresa.



### **Emily Raquel Cerón Rosero.**

*Programa Académico: Publicidad*

*Semillero: CoolHunters*

*Palabras Claves: Publicidad, Valor de Marca, mujeres, USC.*

Por lo tanto, el objetivo principal de la investigación es aumentar el valor de marca de la empresa Esencia Negra en mujeres de 25 a 35 años de estrato 5 de Santiago de Cali asistentes a la zona preferencial del Festival Petronio Álvarez en el año 2020 y la línea de investigación del presente proyecto, será “Cultura, Educomunicación e Información” debido al alto contenido cultural afrocolombiano que rescata del pasado la marca Esencia Negra.

Para finalizar, es importante resaltar que actualmente esta investigación está en proceso, y se seguirá indagando en los diferentes factores tanto internos de la empresa como en el contexto que se desarrolla y en antecedentes que aporten para la creación de un adecuado rediseño visual, que pueda cumplir con los objetivos planteados a lo largo de la investigación y de la misma manera se realice un aprendizaje personal que fortalezca los conocimientos en el mundo de la publicidad. 