

ESTUDIO PARA LA CREACION DE EMPRESA DE PUBLICIDAD
“MÁS CREATIVO”

CRISTIAN ALEXANDER GUTIÉRREZ PALACIO
RODRIGO CARDONA JARAMILLO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES,
TECNOLOGÍA DISEÑO GRÁFICO
MEDELLÍN
2013

ESTUDIO PARA LA CREACION DE EMPRESA DE PUBLICIDAD
“MÁS CREATIVO”

CRISTIAN ALEXANDER GUTIÉRREZ PALACIO
RODRIGO CARDONA JARAMILLO

Trabajo de grado para optar el título
de Tecnólogos en Diseño Gráfico

Asesor:

Mg. WILLIAM GUERRERO ORTEGA
Educación - Docencia

TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
DECANATURA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES,
TECNOLOGÍA DISEÑO GRÁFICO
MEDELLÍN
2013

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín (07/ 06/ 2013)

DEDICATORIA.

Queremos dedicarle este trabajo primero que todo a Dios por dar la fuerza suficiente para seguir adelante y por sembrar en las personas sentimientos de paz y alimentarnos cada día con pensamientos de querer crecer como persona para proyectar la luz interior al mundo.

A nuestros padres gracias por darle color a nuestras vidas.

Por confiar siempre en nosotros, encontrar el camino correcto, y la razón de ser.

A los familiares, amigos y amigas, de quienes hemos recibido siempre apoyo sincero ya que gracias a ellos despertó en nosotros el interés de crear, la curiosidad por investigar, la pasión de descubrir el mundo.

A la memoria de nuestros padres.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer sinceramente a nuestros padres y hermanos quienes contribuyeron de terminantemente para que pudiéramos culminar los estudios superiores. Gracias a todas las personas que estuvieron siempre apoyándonos, para ellos los más sinceros agradecimientos.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	10
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	12
JUSTIFICACIÓN.....	13
OBJETIVOS	15
General	15
Específicos.....	15
1. REFERENTE TEÓRICO.....	16
2. METODOLOGÍA.....	25
2.1. Tipo de estudio.....	27
2.2. Método de investigación.....	28
2.3. Población	29
2.4. Muestra	30
2.5 Técnicas de recolección	31
2.6. Tratamiento de la información	31
3. RESULTADOS DEL PROYECTO.....	43
3.1 Clase Empresarial.....	43
3.1.1 Sector Económico:	45
3.1.2 Misión	45
3.1.3 Visión.....	46
3.1.4 Valores	46
3.1.5 Objetivos Corporativos	47
3.2 Estructura organizacional.....	47
3.2.1 Descripción de la estructura organizacional	48
3.3 Imagen corporativa.....	50
3.3.1 Logotipo.....	50
3.3.2 Papelería	51
3.3.3 Uniformes	53

3.3.4 Colorimetria	54
3.4 Costos:.....	55
3.4.1 Costos laborales.....	55
3.4.2 Costos Maquinaria:.....	56
3.4.3 Enseres:	57
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES.....	64
BIBLIOGRAFIA.....	66
CIBERGRAFIA	67
ANEXOS	68
GLOSARIO.....	73

LISTAS ESPECIALES

	Pág.
Tabla 1. Total costos laborales.....	55
Tabla 2.Total costos Maquinaria.....	56
Tabla 3.Total Costos de los enseres.....	57
Tabla 4.Proyección de ventas y pagos de deuda.....	60
Tabla 5. Tipo de empresa.....	68
Tabla 6. Persona que atendió la entrevista.....	69
Tabla 7. Calificación de acceso a empresa de publicidad.....	69
Tabla 8. ¿Sabe que son los vinilos decorativos con adhesivos?.....	70
Tabla 9. ¿Utiliza publicidad en la entrada de su negocio?.....	70
Tabla 10. ¿Le gustaría cerca una empresa de publicidad?.....	70
Tabla 11. ¿Le gustaría personalizar su negocio por medio de vinilos Adhesivos ?.....	71
Tabla 12. Después de la descripción que le dimos de la empresa ¿Que tanto le gustaría tenerla cerca?.....	71
Tabla 13. ¿Que tanto le interesa este tipo de producto?.....	71
Tabla14. ¿Estaría dispuesto a pagar el precio descrito para el producto?.....	72

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfico 1. Tipo de Empresa.....	32
Gráfico 2. Como califica el acceso a una empresa de publicidad en el sector....	33
Gráfico 3. Utiliza publicidad en la entrada del negocio.....	34
Gráfico 4. Les gustaría cerca una empresa de publicidad.....	35
Gráfico 5. ¿Sabe que son los vinilos decorativos con adhesivos?.....	36
Gráfico 6. Le gustaría personalizar su negocio por medio de vinilos adhesivos...	37
Gráfico 7. Después de la descripción que le dimos de la empresa ¿Que tanto le gustaría tenerla cerca?.....	38
Gráfico 8. ¿Que tanto le interesa este tipo de producto?.....	39
Gráfico 9. Estaría dispuesto a pagar el precio descrito para el producto.....	40

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de grado se trata de crear una empresa de diseño gráfico, prestadora de servicios gráficos publicitarios en general. Teniendo en cuenta el énfasis de especialización en un servicio o producto el cual se llama decoración en vinilo adhesivo para ventanales, vitrinas, decorados de interiores y exteriores entre otros ya que es una necesidad expresada por los usuarios de este tipo de servicios.

Hay muchas maneras de definir un problema. La vía hacia la reflexión creativa que parece más rápida estriba en “partir desde el final”. ¿Cuál es el final? El resultado mensurable específico que se pretende conseguir. Cuando las personas observan un déficit en alguna situación, posee una imagen intuitiva de la situación futura en que se haya eliminado el déficit y logrado la armonía laboral o el objetivo de esta. Poseer una imagen mental razonablemente clara de cómo será una solución, si la encuentra. Una vez que ésta claro el fin, entonces el reto creativo consiste en descubrir maneras de alcanzarlo.

Este producto revoluciona la idea del diseño cuando puede hacer que cualquier superficie lisa pueda ser personalizada, la variedad de diseños permite que haya combinaciones para todos los gustos. Los demás servicios a resaltar tales como tarjetas personales, logos, imagen corporativa, volantes, pendones, avisos luminosos, plegables, vallas, decorados, menú, afiches, señalizaciones, brochure, catálogos y adhesivos serán otros servicios del excelente portafolio de “MÁS CREATIVO”. Servicios que le ayudarán a posicionarse en el complejo medio publicitario.

Con este proyecto se quiere abarcar un sector específico con los productos o servicios ya ofrecidos, pero a proyección se quiere innovar en la creación de una empresa especializada y los servicios que le brindaran al sector empresarial.

La ubicación del proyecto o empresa estará situada en el municipio de Medellín en el área Metropolitana, su ubicación exacta será en la carrera 65 en los alrededores de la terminal del norte, un sector muy transitado de reconocidas áreas industriales; en este lugar no hay empresa alguna de publicidad y diseño por lo tanto se puede manejar un mercado muy amplio, la gran perspectiva es entrar o abarcar toda la terminal de transportes del norte y los predios industriales que hay a sus alrededores.

La investigación se va realizar con empresas de todo tipo de enfoque. Además realizar un estudio objetivo, llegar al punto de que es lo que quiere el cliente para así llenar satisfactoriamente sus expectativas, se hará un análisis del mercado con el fin de conocer a sus competidores, sus debilidades y basados en ellas formar y construir el servicio apropiado.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La gran problemática de mercado del sector Caribe y de la Terminal del Norte como tal son la cantidad de avisos publicitarios de negocios o empresas en mal estado y deterioro, en material panaflex utilizado para la impresión de diseños para avisos luminosos.

¿Será posible que la empresa MÁS CREATIVO aporte la solución de estos problemas existentes tanto en la Terminal del Norte como en sus alrededores?

Teniendo en cuenta la cantidad de ventanales que se encuentran en la Terminal del Norte, MÁS CREATIVO se dio a la tarea de observar la poca implementación de adhesivos decorativos y publicitarios en locales empresariales.

¿Qué tanta posibilidad tendrá MÁS CREATIVO para abrirse espacio en la implementación de recursos, como ventanales para adhesivos publicitarios en locales comerciales como empresariales?

También se detectó que en la Terminal del Norte se encuentran señalizaciones internas como externas en muy mal estado y ubicadas en lugares poco estratégicos para la buena comprensión del usuario

¿Podría MÁS CREATIVO por medio de un estudio estratégico solucionar el problema de señalética que enfrenta hoy en día la Terminal del Norte?

JUSTIFICACIÓN

La creación de la empresa gráfica publicitaria MÁS CREATIVO surge de la necesidad de comunicar una imagen mediante medios escritos; eventos, características u otros motivos que tendrán las empresas y personas, posicionando su imagen corporativa o individual. La empresa gráfica, brindará a sus clientes soluciones gráficas integrales, atendiendo todas las necesidades publicitarias impresas, tanto en diseño como impresión.

El giro que tiene la empresa, es la producción de bienes terminados con servicios intangibles, debido que cada producto elaborado previa a una orden de un cliente pasará por varias etapas de producción para su entrega, entre ellos el modelado del producto en el centro de diseño. A su vez la empresa también podrá entregar servicios de diseño gráfico y actividad a fin de la empresa.

Sobre la ciudad de Medellín existen aproximadamente treinta y dos empresas formales de diseño gráfico que ofrecen servicios en esta categoría, la mayoría de ellas no están especializadas y por esto es generalizado el incumplimiento en sus servicios, estas empresas -todas- subcontratan la mayoría de ellas servicios complementarios, situación que encarece mucho más los productos de este tipo.

Claro está, que si se observa la cantidad de agencias publicitarias y litografías que trabajan como informales se encuentra un índice bastante grande, por todos estos factores que influyen en la competitividad de este gremio, exige sentido diferencial al máximo frente a la lucha del mercado.

“MÁS CREATIVO” como empresa de servicios de diseño gráfico especializados, llenara un vacío existente en el sector Caribe, cerca de los predios de la terminal del norte, su producto estelar o enfatizado, los vinilos decorativos son adhesivos

propicios para ser colocados en paredes, puertas, ventanas e incluso en vehículos y motos.

El producto destacado de la empresa MÁS CREATIVO, es idóneo para la nueva forma de anunciar, ya que es un material adhesivo muy resistente que se encuentra en diferentes colores, se puede cortar en gran variedad de figuras y formas de una manera que no queda ningún tipo de fondo y lo más importante es que puede durar muchos años en interiores, siempre y cuando no esté sobre paredes con humedades, superficies rugosas o cerca de fuentes de calor, tiene una menor durabilidad en exteriores.

Estas ventajas lo hace más llamativo para decoración en interiores, pero puede utilizarse en afiches comunes en diferentes lugares. El vinilo adhesivo que se utiliza para esta propuesta consta de tres capas, la primera, es la Base que es el soporte donde viene pegado el vinilo, es una base siliconada para que no actúe el adhesivo y se pueda despegar correctamente.

La segunda es el Transportador que es el encargado de llevar todas las piezas del motivo hasta la pared o lugar donde se pondrá, conservando formas, distancias, etc. Y la tercera parte es el Vinilo Adhesivo donde mediante un plotter de corte se dibuja el motivo, eliminando las partes sobrantes. Es aquí donde va el adhesivo y por tanto es la parte que queda instalada.

También es importante destacar el hecho de que con la conformación de la empresa “MÁS CREATIVO”, se lograra contribuir con ocho (8) o más empleos directos en la ciudad de Medellín e indirectos en otros países de la región. Por medio de exportaciones de productos de decoración, tema que se entrara a analizar más detenidamente.

OBJETIVOS

General

Conocer las necesidades de diseño gráfico publicitario de las empresas ubicadas en la Terminal del Norte y sus alrededores, con énfasis en vinilos decorativo.

Específicos

- Investigar los productos y servicios que requieren las empresas del sector
- Conocer las necesidades de aplicación de diseño e imagen corporativa de las empresas ubicadas en la Terminal del Norte y sus alrededores
- Determinar el valor de la inversión para creación de la empresa MÁS CREATIVO.

1. REFERENTE TEÓRICO

“La publicidad comprende la creación de diseños publicitarios impresos como revistas, libros, periódicos, flayers, trípticos y también otros soportes como imágenes corporativas, televisión e internet” Para el montaje de la empresa MÁS CREATIVO, es muy importante este concepto, ya que, en este momento está latente esta fase desarrollo de los medios de comunicación, y aquí es cuando se busca integrar la publicidad al desarrollo del mercado, para los productos y las empresas. (Thompson 2008; p.1).

Figura:1 Aviso decorativo en ventanal en almacén



Fuente: extraído el 19 de abril de 2013 desde <http://bogotacity.olx.com.co/publicidad-avisos-frosted-o-sandblasting-iid218564691>

Figura:2. Aviso decorativo de empresa.



Fuente: extraído el 19 de abril de 2013 desde <http://bogotacity.olx.com.co/publicidad-avisos-frosted-o-sandblasting-iid218564691>

Y es por eso, que la razón social de la empresa “MAS CREATIVO”, surge de la innovadora idea del mercado de decorado en adhesivo. Este producto tiene muchas ventajas, de las cuales se mencionaran algunas como las más representativas.

El vinilo decorativo tiene la ventaja de poder emplearse en numerosas superficies de diversas formas y colores diferentes, esto ayuda a ofrecer mayor valor agregado de buen servicio. Y puede resaltarse la calidad del material, sus procesos de corte, durabilidad, formas y trazos, y su composición y su proceso de instalación.

Figura: 3.Corte en vinilo adhesivo.



Fuente: extraído el 22 de abril de 2013 desde <http://vinyling.com/vinilos-decorativos>.

De todas maneras antes que el producto las ideas de cómo diseñar e instalar son insumo principal del rubro del negocio, ya que quizá pueda ser sencillo conseguir opiniones a preguntas sobre la publicidad más efectiva, o los deseos del consumidor, pero es difícil lograr hechos, y las preguntas se basan en resultados rastreables de anuncios que pueden ser probados y medidos.(Caples, J1998; 1,12).

Pero aun así en el área de publicidad general, el exceso de propaganda es juzgado solo por la opinión y la apariencia. Se lanzan costosas campañas que, a menudo, reditúan bien a un anunciante; la publicidad consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones sin ánimo de lucro, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado, meta en particular o audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas "American Marketing Asociación(1975)

Pero quienes venden por los medios tradicionales y están apegados a su trabajo saben esto. Sin embargo todavía hoy los anunciantes son muy dados a las modas caprichosas y la poca innovación, sabiendo que son muchos los vendedores los que escriben anuncios publicitarios.

Según los autores del libro "Publicidad", para los anunciantes "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir", a su vez autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"(Kotler& Armstrong 1931).

Pero todas estas situaciones están en constante cambio por ejemplo:

Con el nacimiento de Internet, no sólo ha nacido un nuevo canal de comunicación, ha nacido también un canal de investigación, un canal de venta y un canal de atención y de servicio al cliente. Con Internet ha nacido una nueva generación de consumidores; son aquellos críos que descubrieron la informática con el Spectrum y que ahora son consumados navegantes, que buscan, miran y compran utilizando su tarjeta de crédito. La televisión entró primero en la clase alta. Internet ha empezado por la gente más joven.

Ha nacido el comercio electrónico, donde lo más importante ya no es el dinero con el que uno cuenta, sino la imaginación que cada empresa sea capaz de desarrollar. En Internet una marca puede anunciarse y personalizar el mensaje para cada persona, según sus preferencias, llegando a la venta efectiva del producto en cuestión, y al cobro del mismo, por un medio, evidentemente, también electrónico. Ahora cualquier pequeña compañía puede

poner su tienda y hacer llegar sus marcas y sus productos a quien desee comprarlos, esté donde esté la empresa y sus potenciales clientes.(Basat, L, 1993, p.5)

Pensando un poco en esta creciente influencia social de los medios de comunicación que circula en relación con la expansión de la actividad publicitaria, se puede visualizar un mercado en el cual los nuevos medios tienen una presencia e importancia creciente, en consonancia con una mayor disponibilidad económica. La empresa MÁS CREATIVO apunta a que la publicidad refuerce la asociación que se establece entre el consumo de bienes y servicios y la satisfacción de los clientes.

Las tendencias en la publicidad deben ser analizadas en el contexto de una serie de cambios sociales generales, que han experimentado los diferentes tipos de clientes en las últimas décadas; donde los hábitos de consumo han determinado un profundo cambio en los valores y en las actitudes sociales.

En la actualidad la sociedad tradicional ha tenido un incremento sin precedentes de la libertad individual, a su vez, los valores individuales favorecen la libertad de elección, no sólo respecto de las preferencias de consumo, sino en diferentes ámbitos de la vida personal. Este proceso de individualización está presente en el conjunto de las sociedades de nuestro entorno. (Caplow, 1995, Inglehart, 1998).

En ese sentido, el enfoque de la empresa MÁS CREATIVO, está apuntando a la innovación en la expresión de la libertad individual y en un mercado con una mayor abundancia de productos, en el cual“ el consumidor se convierte en un agente o elemento activo, dotado de una creciente capacidad de gasto, con unas pautas de consumo, dominadas por la abundancia relativa, cada vez más complejas y cambiantes” (Navarro, 1995).

Para el nuevo concepto de empresa que se está generando en el presente trabajo la publicidad ha sido definida como “un proceso de comunicación externa, interpersonal y controlada que, a través de medios masivos, pretende dar a conocer un servicio, idea o institución, con objeto de informar y/o influir en su compra o aceptación” (García, 1997).

Por tanto, la publicidad que se ofrece en esta nueva empresa persigue los dos objetivos básicos de la publicidad, que son informar, por medio de transmitir conocimientos y datos sobre los productos y servicios y persuadir ejerciendo una influencia en el consumidor.

Con los avisos en vinilos decorativos por lo menos se puede lograr la fijación del recuerdo del anuncio en la memoria, algo que rara vez se consigue limitándose a transmitir las cualidades de un producto. En este caso la empresa MÁS CREATIVO busca “compaginar las necesidades funcionales de llamar la atención, comunicar correctamente el mensaje y centrarse en hechos objetivos o subjetivamente verdaderos” por medio de un avanzado estudio, para la integración de un paquete completo de servicios publicitarios.(Moliné, 1999).

Van Dalen y Meyer consideran que “la observación juega un papel muy importante en toda investigación porque le proporciona uno de sus elementos fundamentales; los hechos”. Esto da mayores parámetros para además diseñar el brochure y la mejor oferta publicitaria para el sector.(Van Dalen y Meyer 1981)

También se realizó un proceso de observación directa, que dé a cuerdo a los autores que definen la observación como: “la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”. (Sierra y Bravo1984)

Autoadhesivo: Sustrato revestido con una capa de adhesivo por una de sus caras y protegido por un soporte temporal siliconado; se aplica en especial a la producción de calcomanías y etiquetas.

Imagen corporativa: Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción.

Identidad corporativa: De una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores de toda empresa. La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificar de las demás, y colocarse en mayor o menor escala.

Identidad visual: Son los rasgos visualmente reconocidos por el receptor que sirven como identificación de la organización. Actúa como estímulo recordatorio de la institución.

Papelería comercial: La papelería comercial de la empresa es un aspecto muy importante a tener en cuenta, ya que es la forma en la que se transmite la imagen de la compañía a clientes y proveedores.

Con ellos se transmite el posicionamiento de la empresa, plasmado en el diseño del logotipo, por lo que debe mantener una coherencia en sus aplicaciones en los distintos elementos de comunicación que vayan a ser utilizados.

Un diseño coherente de la papelería con la línea gráfica del logotipo, favorece la creación de una imagen positiva de marca, la hace reconocible y consolida las expectativas creadas a través de los productos y servicios ofertados.

Incluye:

- | | | |
|-----------|-------------|-----------|
| -Tarjetas | -Carpetas | -Postales |
| -Carta | -Facturas | |
| -Sobre | -Tarjetones | |

Vinilo adhesivo: El vinilo se obtiene a partir del cloruro de vinilo cloro etileno($H_2C=CHCl$). Es un gas sin color que se incendia fácilmente y no es estable a altas temperaturas. Tiene un olor levemente dulce y se trata de una sustancia manufacturada que no se produce espontáneamente en la naturaleza. Se puede formar por la descomposición de otras sustancias tales como el tri cloro etano, tri cloro etileno y el tetra cloroetileno.

A parte del uso que se le dio para la fabricación de discos fonográficos en la industria de la publicidad y las artes gráficas impresas se encuentra muy extendido su uso debido a sus múltiples aplicaciones. El vinilo puede ser usado como soporte de impresión como vinilo impreso. Su color es el blanco ya que debe comportarse como perfecto soporte para el resto de los colores y entre sus propiedades destacan la durabilidad, la flexibilidad y la posibilidad de ser retirado fácilmente una vez que ha cumplido con su cometido como reclamo publicitario promocional.

También se utiliza intensamente como material de marca como vinilo de rotulación. Su alta maleabilidad permite que sea fácilmente deformado y cortado, permitiendo que pueda usarse como material para construir siluetas, textos y logotipos.

El vinilo de rotulación se presenta en una gran multiplicidad de colores permitiendo construir todo tipo de figuras 2D que se usan habitualmente en la rotulación corporativa de espacios, oficinas, eventos, stands, vehículos. También se utiliza un adhesivo más resistente que el de los vinilos promocionales de impresión, debido a que generalmente se usan para montajes más duraderos que los vinilos de las campañas promocionales.

Figura: 4. Decoración en vehículo corporativo con adhesivo.



Fuente: extraído el 22 de abril de 2013 desde <http://reprocentro.es/impresion-digital/materiales-flexibles/impresion-en-vinilo-adhesivo/#.UXKifKJg9Mk>.

Su duración se prolonga entre 1 y 7 años y en algunos casos los de máxima calidad pueden durar 10 años sin sufrir deterioros en montajes exteriores sometidos a las inclemencias climatológicas. Extraído el 4 de mayo de 2013 desde <http://www.popartplay.com/impresion-digital-conceptos-tecnicos/> que es vinilo

2. METODOLOGÍA

En cumplimiento de los objetivos planteados, se realizará un especializado estudio de mercado que aporta para la formación de la idea de negocio, mediante el análisis de los resultados tipo cualitativo y cuantitativo.

Cualitativo

Los estudios cualitativos se utilizan tanto en los estudios de evaluación como en los de investigación. En otras palabras, los números y datos estadísticos son generalmente sustituidos por una rica descripción narrativa. Sin embargo, últimamente se han diseñado programas de computadora que permiten cuantificar los datos cualitativos sin sacrificar la riqueza del análisis cualitativo.

Una de las razones para la evaluación cualitativa en general es que no se puede asumir que las metas de los programas puedan ser establecidas de manera clara, y los objetivos para medir los logros son en algunos casos extraordinariamente difíciles o teóricamente imposibles (Guban y Lincoln 1981; Patton, 1980). En adición, los métodos cuantitativos no son aplicables a todas las situaciones. (Posavac, 1989).

La investigación cualitativa se aplicara básicamente en los programas empresariales de PC, a nivel grafico buscando ir a la vanguardia con los diseños, para la realización de los trabajos publicitarios; con la optimización de calidad correspondiente en todos los servicios de la empresa para la calidad de insumos a utilizar en los servicios ofrecidos.

Por ejemplo el factor cualitativo de MÁS CREATIVO son los vinilos decorativos ya que se busca competir en cuanto a calidad del material, para poder ofrecer una mayor durabilidad. Lo mismo se aplicara para los demás productos.

Los proponentes de la evaluación cualitativa mantienen que los programas son altamente sensitivos al contexto específico en el cual es ofrecido. Un proyecto determinado funciona diferente en los diversos lugares donde se lleva a cabo. Un programa puede funcionar a las mil maravillas en un lugar y no cumplir su misión en otro. Por otro lado, en estudios donde no se tenga mucha información, tal vez lo más idóneo sea conseguir una información amplia y profunda, la cual se obtiene solamente a través de un estudio cualitativo.

Cuantitativo

El método cuantitativo se realizara mediante la formación de preguntas relacionadas con el montaje de la empresa publicitaria, para luego convertirse en un método o formato de encuestas, ya que serán muy útiles en observar que servicio se presta por qué y saber si se tiene una buena acogida, por los encuestados que primordialmente son el público objetivo de la compañía.

La metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos:

- Su naturaleza es descriptiva.
- Permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.
- Los métodos de investigación incluyen: Experimentos y Encuestas.
- Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

Este estudio se basa en la realización de encuestas, buscando principalmente las motivaciones y razonamientos de los consumidores, “Mediante las encuestas se puede llegar a un estudio observacional en el cual se recaudan datos por medio de un cuestionario prediseñado, tiene la ventaja de que no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación” tal como lo dice (Michelin 1972p.78-88).

Se puede entonces usar este estudio para conocer el panorama general del mercado, y adquirir así datos ricos y profundos que serán útiles en la empresa, ayudando a resolver problemas subjetivos. Y así llenar de oportunidades únicas como ideas acerca del producto o servicio que se está evaluando.

La buena interpretación de estos datos, es lo que va ayudar a construir una empresa sólida y más competitiva en el mercado, porque su aporte al proceso de investigación es resultado fundamental, con este método de análisis se da la posibilidad de revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio.

2.1. Tipo de estudio

En el marco de la creación de la empresa MÁS CREATIVO, será determinante la realización e investigación para la efectividad “Un estudio de mercado consiste básicamente en analizar la oferta y la demanda de un bien o servicio dentro de un

mercado y por tanto, determinar la penetración que éste pueda tener en el mercado real” (Bego, L 2010)

Con la observación objetiva y el conocimiento previo del lugar se pueden determinar variables importantes a la hora de tomar decisiones acertadas en cuanto al negocio. El estudio de mercado se realizará en los alrededores de la zona norte de la ciudad de Medellín exactamente donde estará situado el montaje de la empresa MAS CREATIVO, será en los predios de la Terminal del Norte.

El objetivo que se busca es conocer las necesidades de diseño gráfico publicitario de las empresas ubicadas en los alrededores de la Terminal del Norte, sobre utilización de publicidad mediante vinilo decorativo y demás servicios.

Para esto se realizará un estudio de mercado enfocado a la investigación de datos y proceso de observación. Se tomara en cuenta un pequeño grupo ya que la zona está compuesta básicamente por locales de alistamiento y reparación de vehículos, y negocios relacionados, también algunos otros establecimientos empresariales que podrían ser un mercado potencial de importancia relevante.

Las fuentes y técnicas de recolección de información que se trabajaran son las encuestas y entrevistas virtuales. Se busca con esto, de manera formal establecer en un sector adecuado para implementar el producto de la forma más apropiada posible sacándole el mejor provecho a los alrededores del sector donde se ha definido establecer.

2.2. Método de investigación

Los datos e información que se necesita para tomar decisiones sobre la empresa se obtendrán a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a

una muestra representativa de la población objetiva en estudio, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Las preguntas fueron seleccionadas buscando que fueran las más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación. Tanto como las entrevistas como con la información directa, se podrá hacer un mejor panorama del entorno de la empresa, y fundamentar la base de esta propuesta.

Otra estrategia que se va a utilizar es el método empírico analítico porque este va ayudar a construir una empresa de más cosas que están pasando y que hacen necesidad en la vida cotidiana porque su aporte al proceso de investigación es resultado fundamental de la experiencia, este método posibilita revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio. Su utilidad destaca la entrada en campos inexplorados o en aquellos en los que destaca el estudio descriptivo.

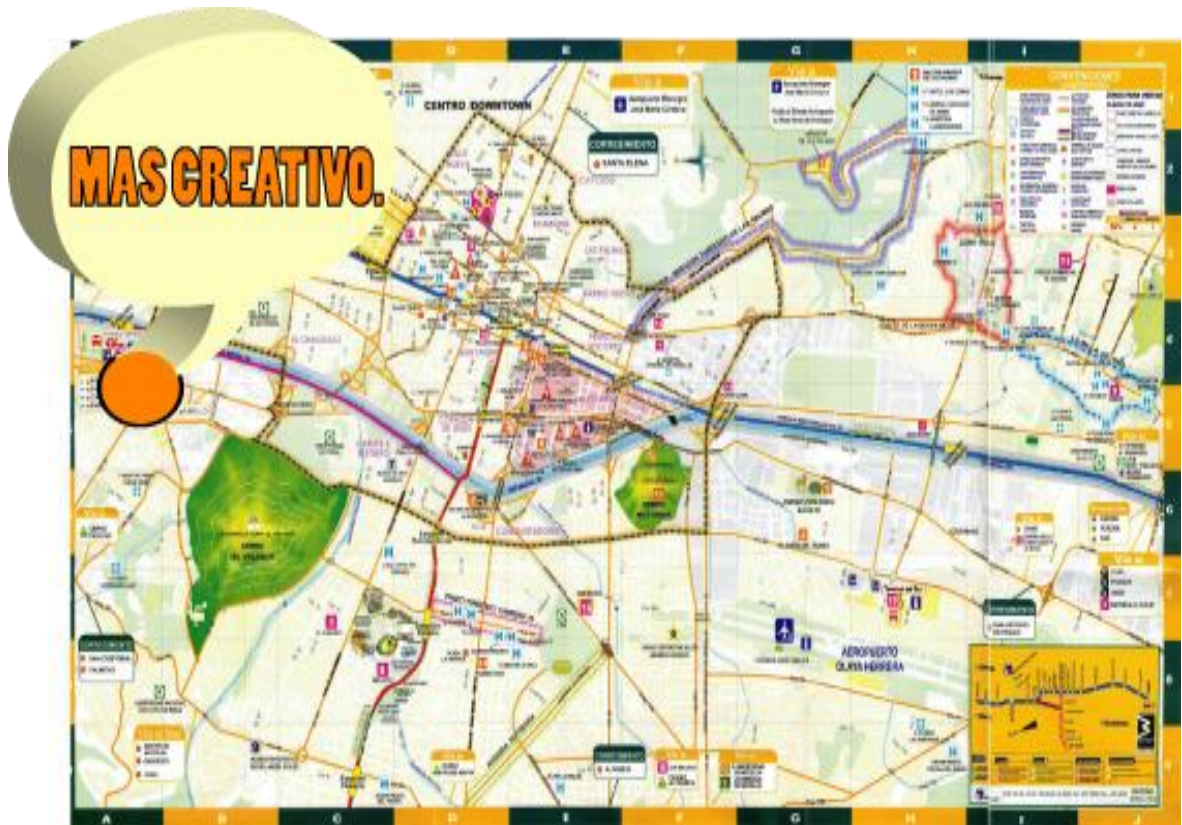
2.3. Población

El mercado Potencial de “MÁS CREATIVO” se encuentra ubicado en el sector norte de la ciudad de Medellín, en la carrera 65 cerca de la Terminal del Norte lugar Caribe. Limita por el norte con el municipio de bello, por el sur, al centro de la ciudad.

Se estima respecto a los estudios realizados hasta el momento por medio de recopilación de datos extraídos de la guía de páginas amarillas de la ciudad de Medellín, en el sector de la Terminal del Norte se encuentran alrededor de 527 locales comerciales, que se convertirían en el público objetivo de este estudio. El resultado de negocios comerciales encontrados al momento funcionando en los alrededores de la Terminal de transporte es una cantidad importante de mercado abarcar.

Se puede ver en el siguiente grafico una zona posible representada en el siguiente mapa, de ubicación de la empresa MÁS CREATIVO en la ciudad de Medellín.

Figura: 9 Mapa de zona de montaje de la empresa.



Fuente: extraído el 26 de abril de 2013 desde <http://mappery.com/map-of/Medellin-Map>

2.4. Muestra

La muestra se toma de los alrededores de la zona de la Terminal del Transporte del Norte de la ciudad de Medellín, y de unos cuantos locales comerciales de ese mismo centro comercial; al azar fueron seleccionadas las direcciones electrónicas de 100 negocios, recopilando datos del directorio telefónico de las páginas amarillas de la ciudad, de diferentes categorías y especialidades, y se les aplico una encuesta virtual, en forma de formulario cibernauta por el aplicativo google docs.

2.5 Técnicas de recolección

Se hará un proceso de observación con el fin de recolectar información. Los datos cuantitativos provenientes de las encuestas virtuales se tabulan en una tabla de Excel y se clasifican de acuerdo al tipo en las tablas que se anexan, estos resultados pueden llevar el rumbo de la idea de negocio hacia otros sectores de mercado que quizá no se hubieren contemplado. Así mismo los resultados son graficados para mejor interpretación permitiendo una visualización completa de las diferentes situaciones presentadas en las encuestas.

Los resultados en graficas demuestran el impacto de la empresa MÀS CREATIVO en el sector, con el público al cual se dirige, a través de este estudio de mercado se pueden conocer tanto las oportunidades como los riesgos. Mediante este estudio se preparara a la empresa para poder conocer que se va a encontrar en el mercado, ya que lanzarse a éste sin conocerlo aumenta las posibilidades de fracaso por falta de preparación, estructura, promoción u otros aspectos que afectan al éxito de la empresa.

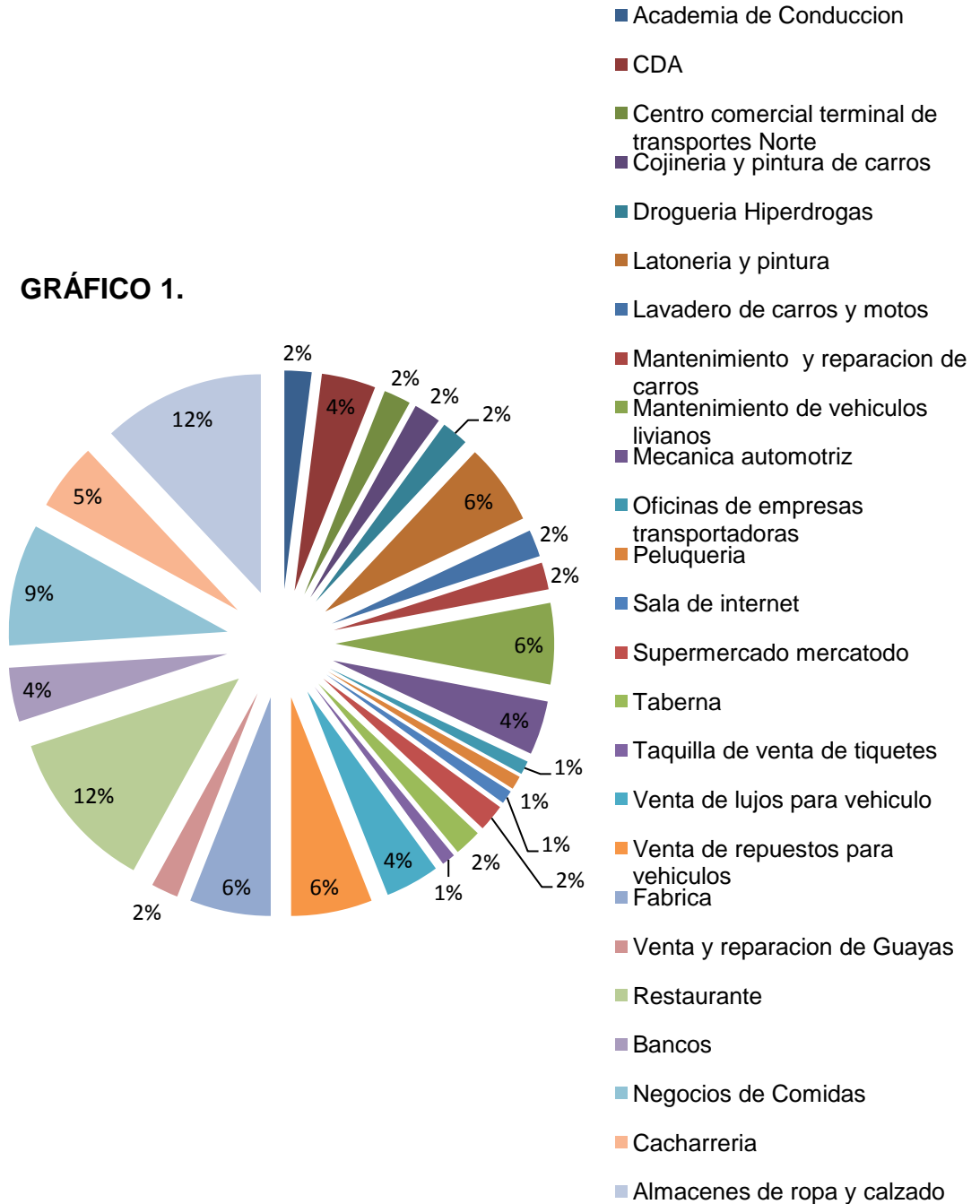
Por tanto, el objetivo de este estudio de mercado es, explicar cómo se comportan los mercados en los que se introducirá el producto, evaluar qué efecto tendrá la entrada de ese producto en el mercado y facilitar la valoración de los costes que supone esta introducción y de los beneficios que se pueden obtener.

2.6. Tratamiento de la información

En el siguiente grafico se puede observar la tabulación de empresas del sector con sus respectivos porcentajes, derivando la cantidad de cada uno de estos.

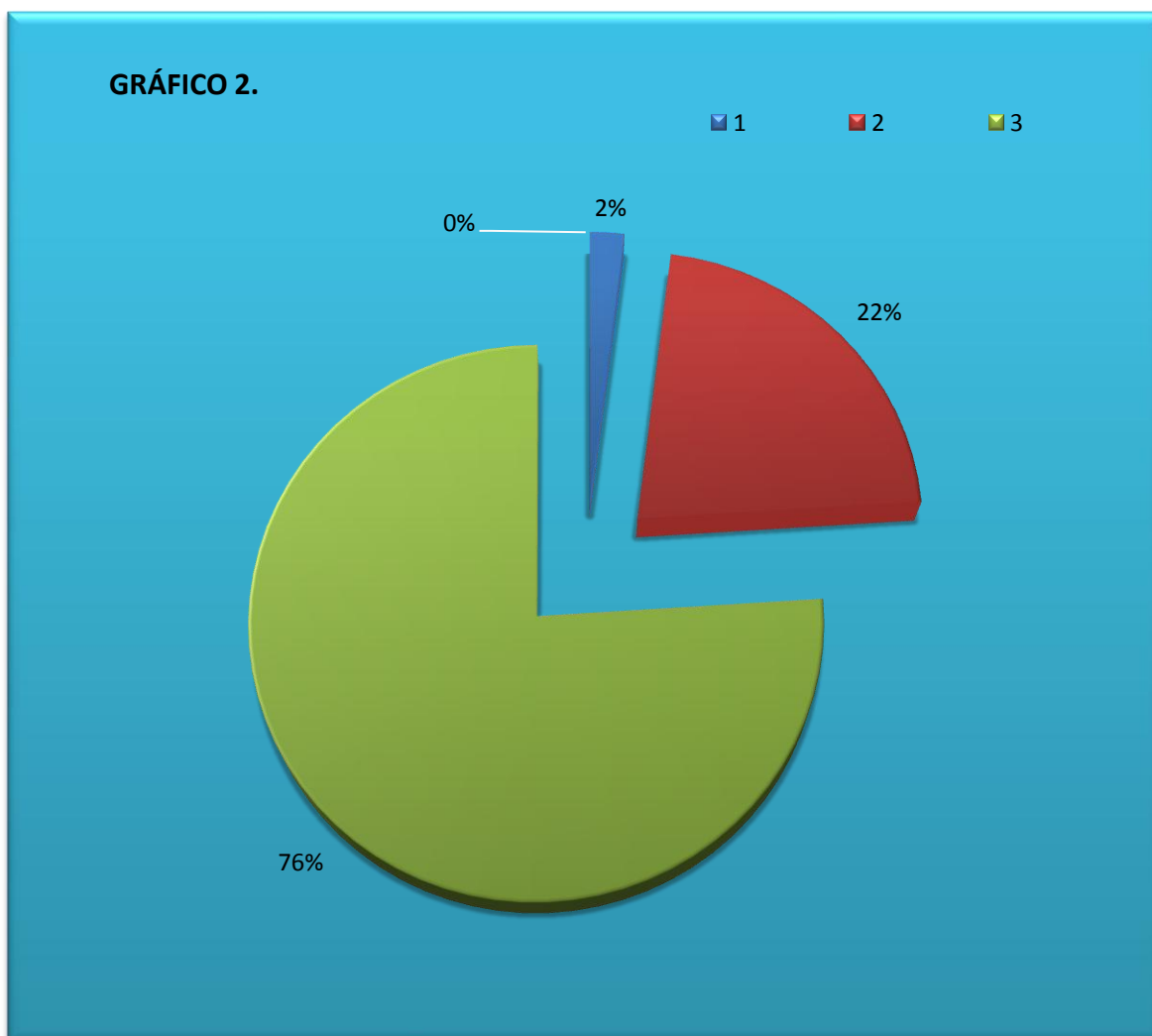
Tipo de Empresa

GRÁFICO 1.



Fuente propia.

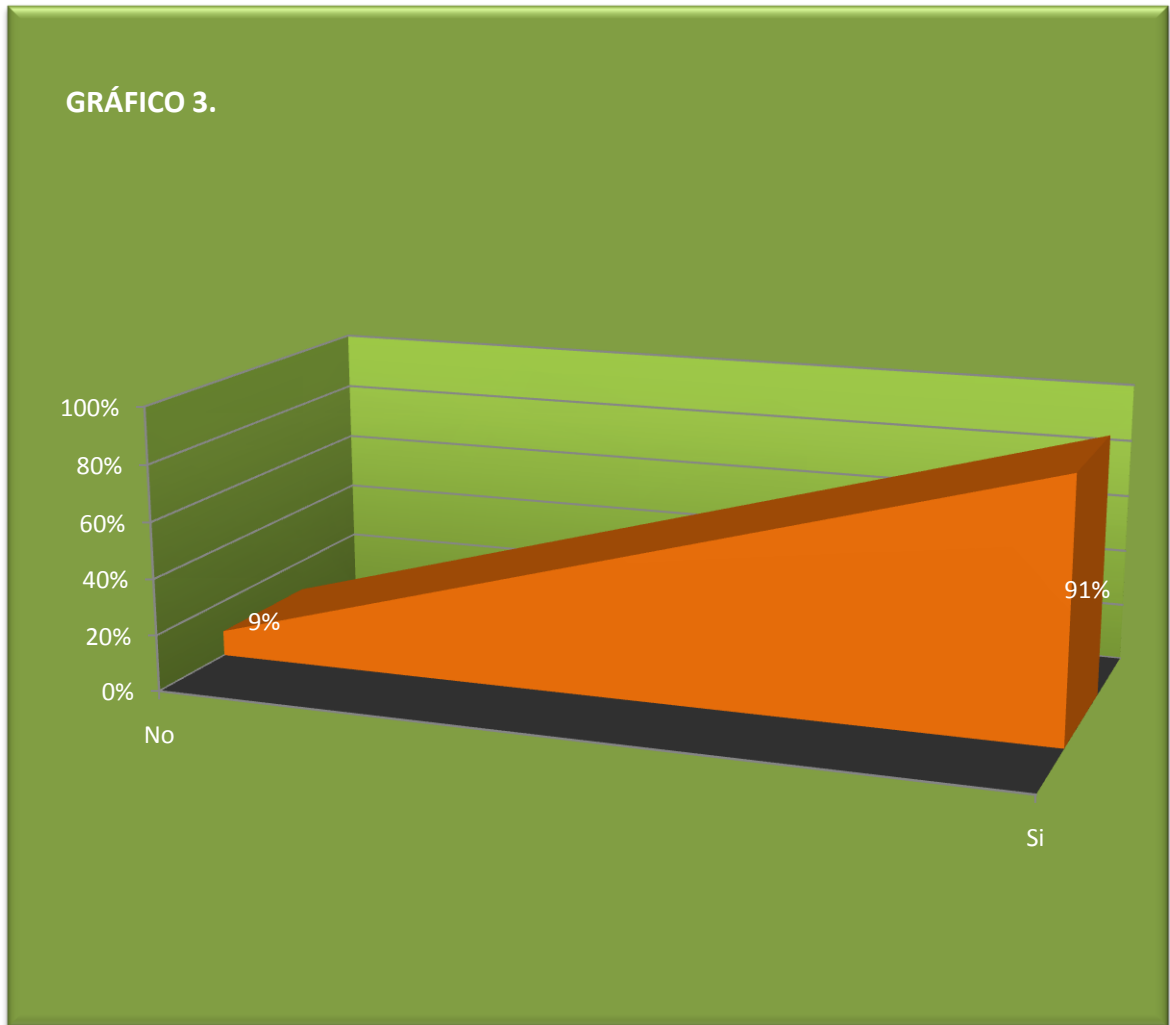
¿Cómo califica el acceso a una empresa de publicidad en el sector?



Fuente propia

Análisis: Como muestra el gráfico número dos se observa que el 76% de las personas encuestadas dicen que es complicado que una empresa gráfica publicitaria ingrese en el sector, por lo tanto es difícil el montaje de la empresa, pero se determina que no es imposible.

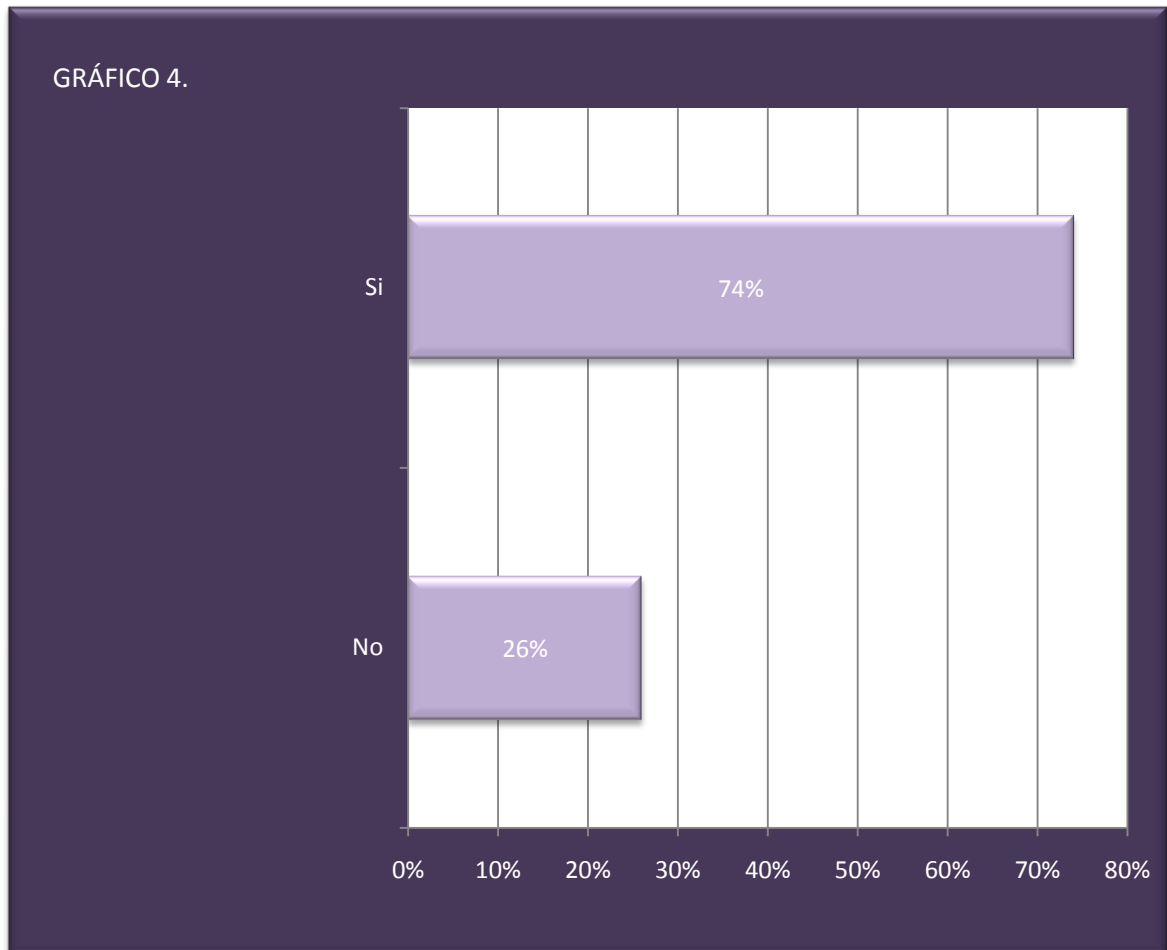
¿Utiliza publicidad en la entrada del negocio?



Fuente propia.

Análisis: En el gráfico tres se puede observar que un porcentaje bastante alto que corresponde al 91% de las personas encuestadas, si utilizan publicidad en la entrada de negocio o empresa, mientras que un porcentaje menor correspondiente al 9% no lo utiliza o no les interesa, por lo tanto lo consideran es un medio fundamental para la promoción de su negocio.

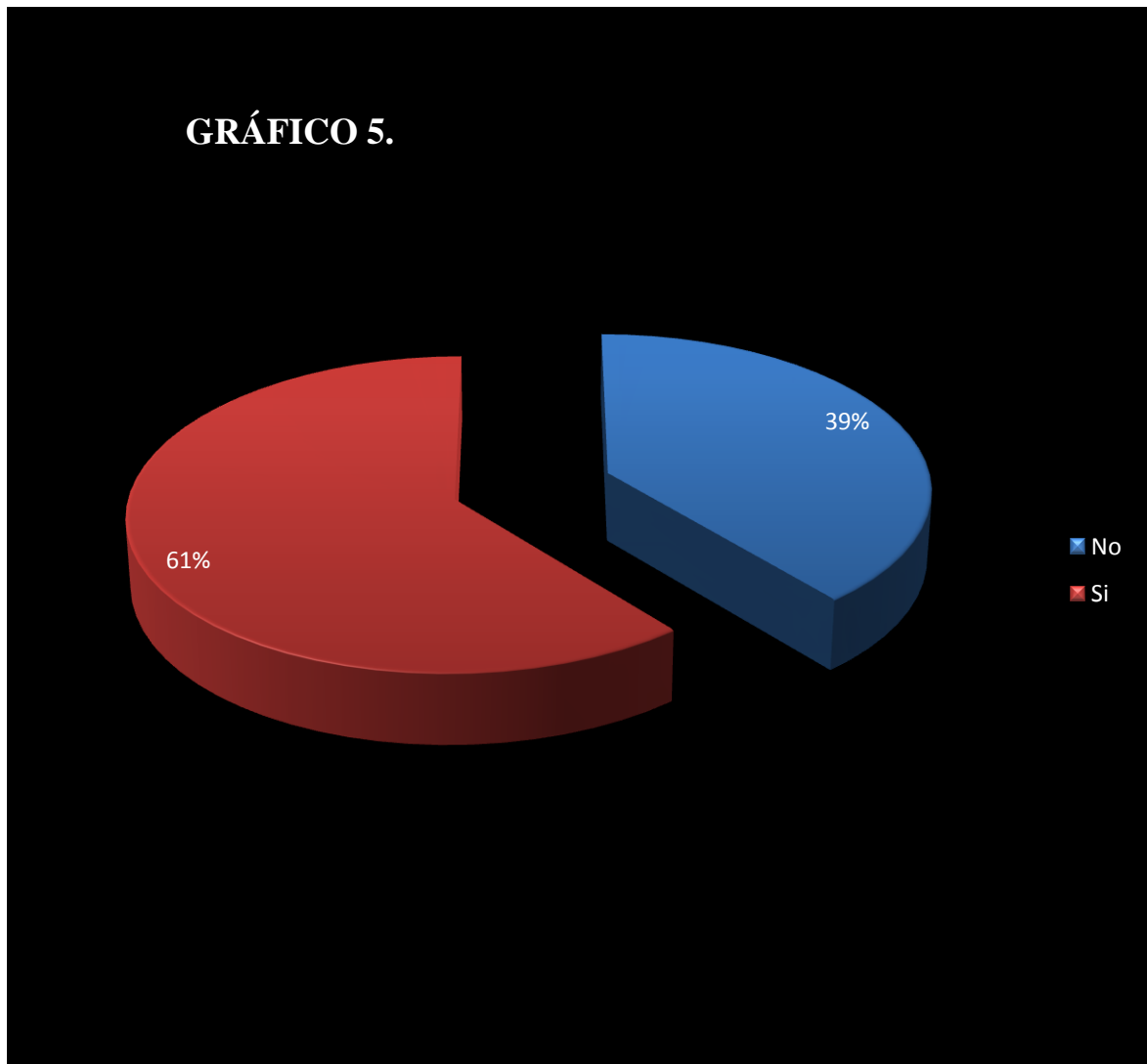
¿Le gustaría tener cerca una empresa de publicidad?



Fuente propia.

Análisis: En el grafico cuatro se observa una gran posibilidad, que la empresa MÁS CREATIVO se instale en el sector Caribe, ya que se nota una gran aceptación por medio de las personas y empresas encuestadas, correspondiente a un 74% de aprobación y un mínimo porcentaje del 26% de negativismo ante el montaje de la empresa, dada la aceptación de los clientes es fundamental un centro publicitario en el lugar.

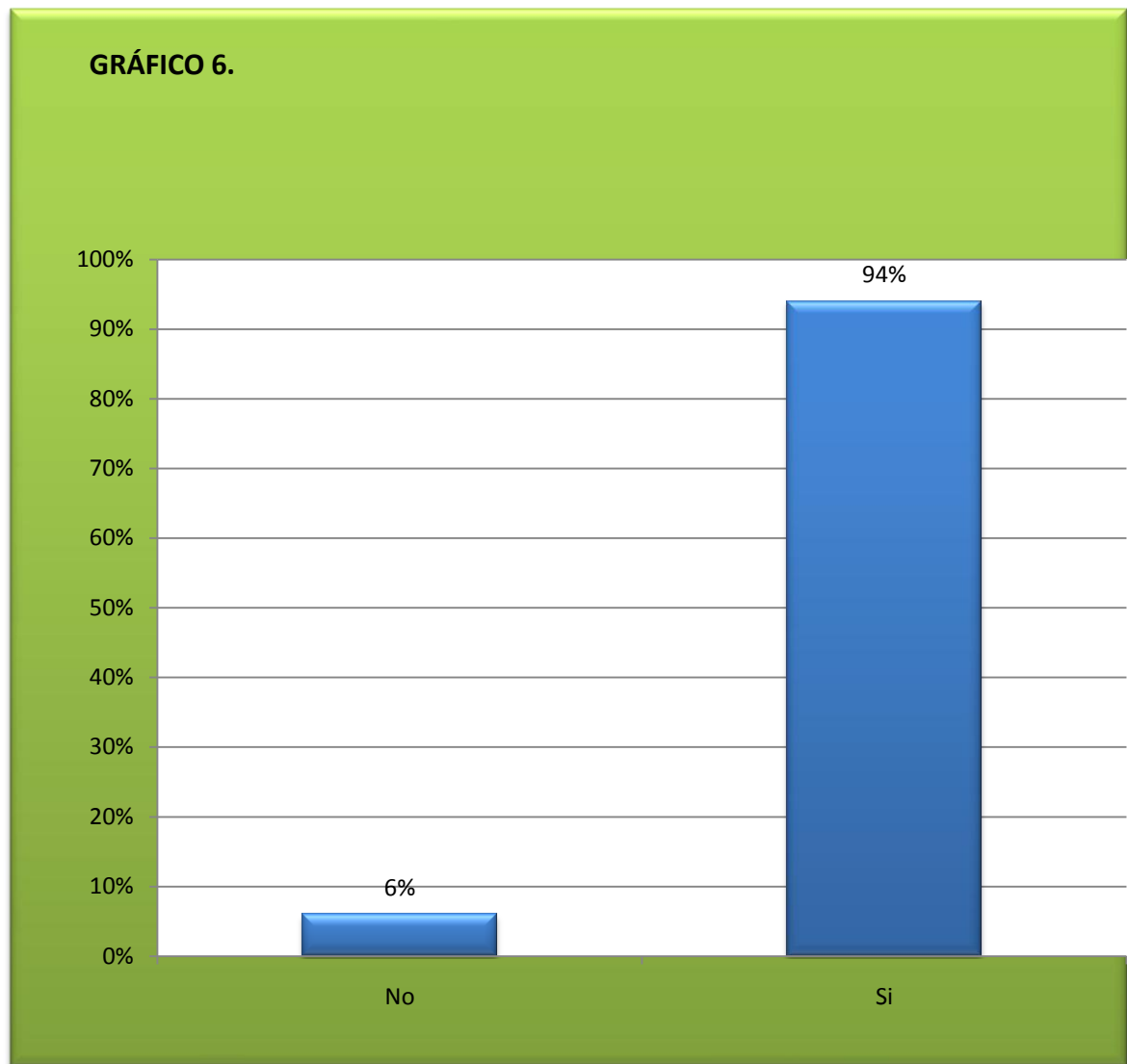
¿Sabe usted que es el vinilo decorativo en adhesivo?



Fuente propia

Análisis: En la pregunta del gráfico cinco realizada sobre el vinilo decorativo se pudo ver que un 61% de los clientes potenciales conocen el producto e insumo y un 39% no sabe no lo conoce, por medio del conocimiento que tiene el público objetivo sobre el material, es primordial para la publicidad que puedan elegir para sus decorados en vinilo. .

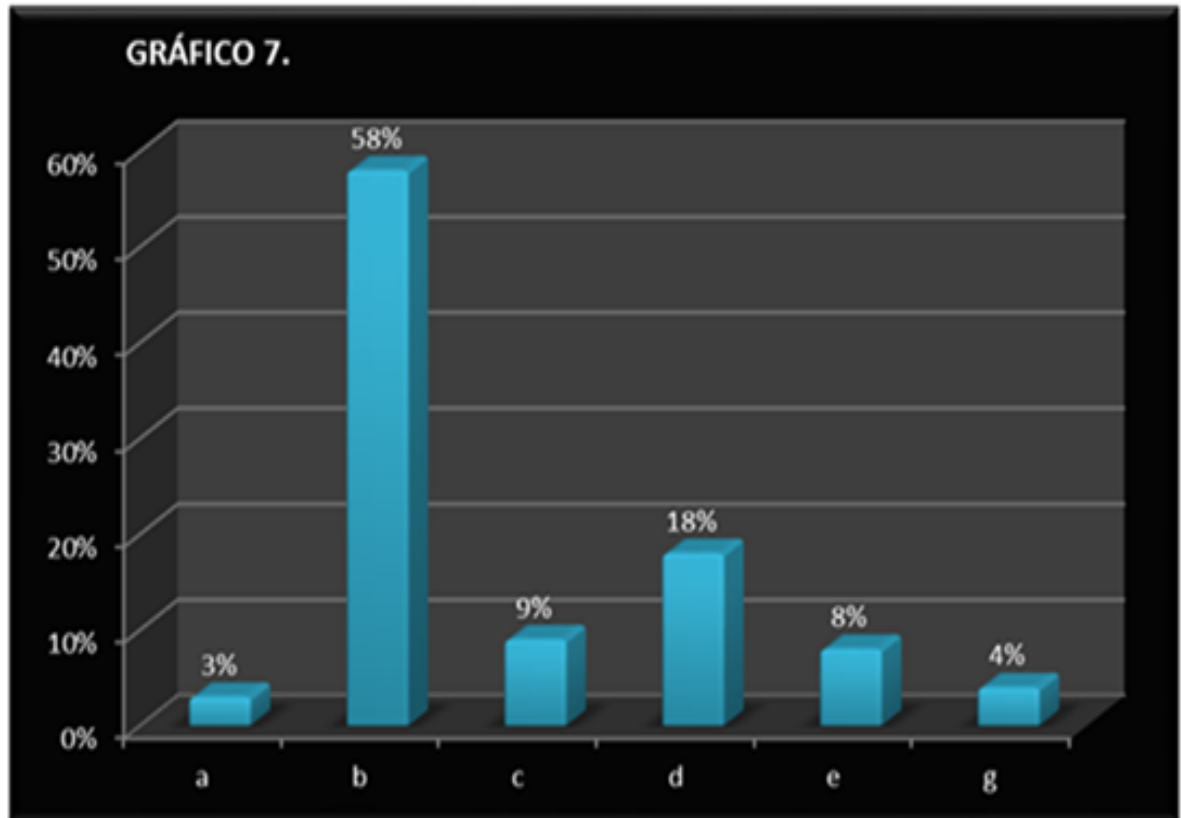
¿Le gustaría personalizar su negocio por medio de vinilos adhesivos?



Fuente propia

Análisis: Como muestra el grafico seis, se analizó que en su mayoría, 94%le gustaría personalizar su negocio por medio de vinilos decorativos y un mínima cantidad del 6% no le interesa, se considera una oportunidad para aplicar este nuevo producto en el sector.

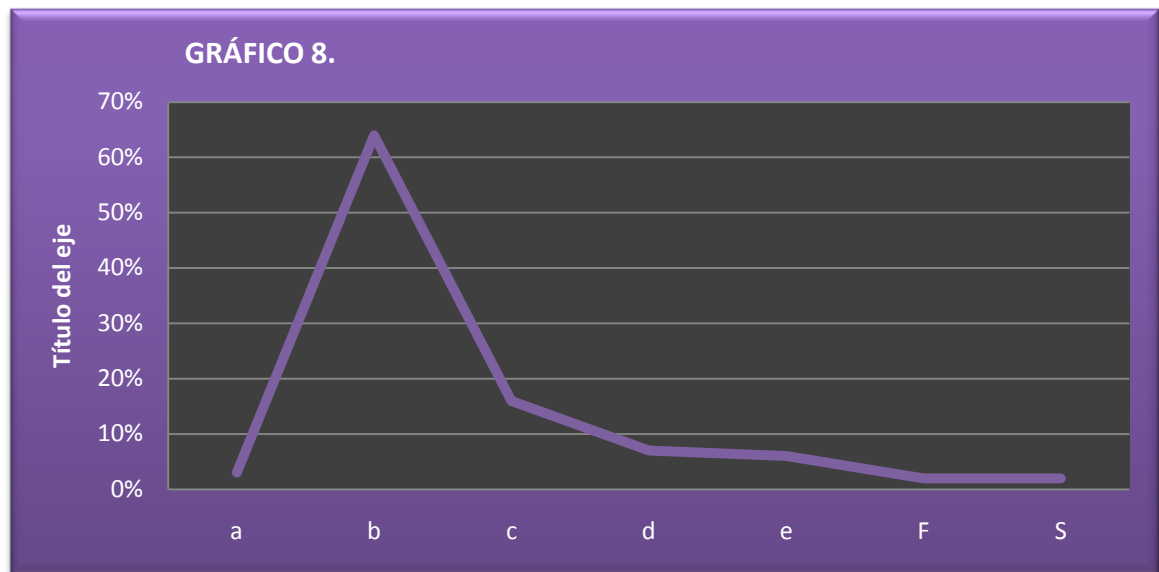
¿Después de la descripción de los servicios que le ofrecerá la empresa que tanto gustaría en tenerla cerca?



Fuente propia.

Análisis: Después de una correcta descripción de los servicios que prestara la empresa, A. en un 3% dice que no le interesa, B. un 58% estuvo de acuerdo en que le gustaría mucho tenerla cerca y utilizar sus servicios, C. él 9%le da lo mismo, D al 18% no está seguro si es bueno o malo para ellos, E. al 8% le gustaría saber más sobre lo que se ofrecerá, G. el 4% no respondió a la pregunta realizada, es de suma importancia la opinión de la mayor parte de los encuestados ya que se podrá tener más seguridad al ofrecer los servicios y hacer efectivo el montaje de la empresa.

¿Que tanto le interesa este tipo de producto?

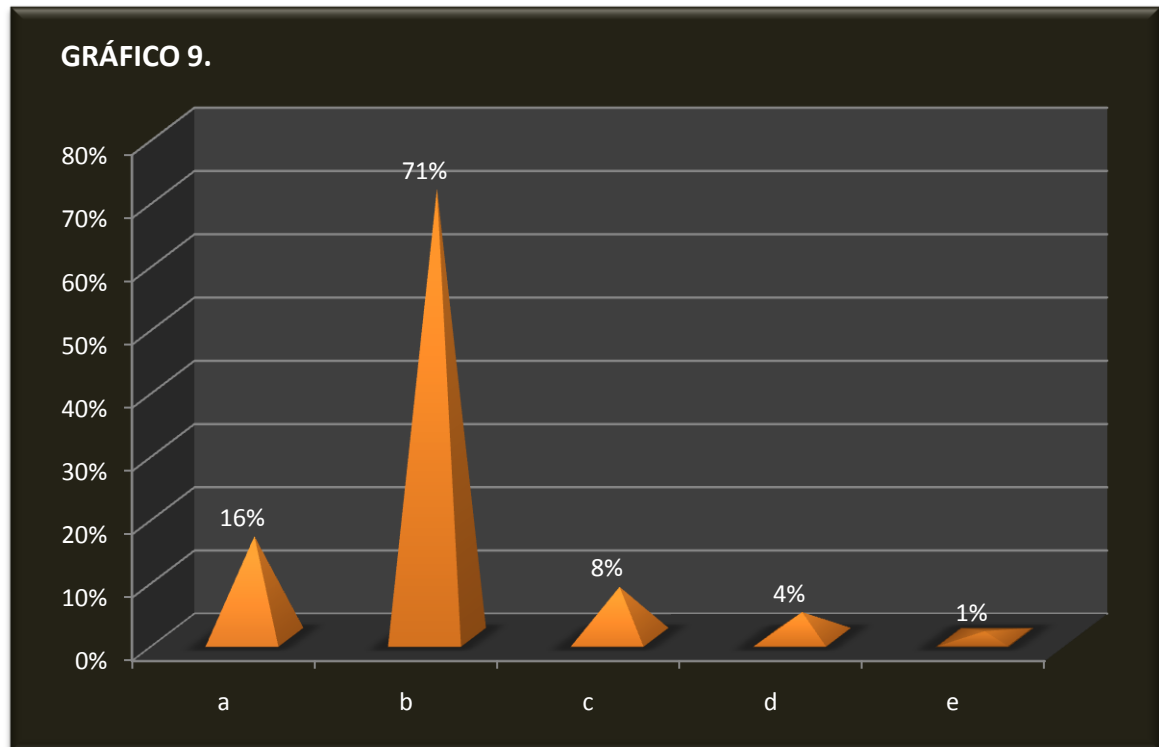


Fuente propia.

Análisis: Así mismo después de una correcta descripción del producto de vinilos decorativos en adhesivos, al encuestado visualizar las muestras por medio de imágenes enviadas en las encuestas respectivas por medio del aplicativo utilizado, el 64% aproximadamente dijo que probablemente si los compraría, las otras personas contestaron que ya tenían la publicidad necesaria en sus negocios y empresas, pero en la pregunta se deduce según los consumidores, que este producto les puede interesar para ampliar sus líneas de negocios.

Uno de los gráficos más representativos a la hora de tomar decisiones es el anterior, ya que en él, se determina la aceptación del precio del producto, lo que da ventajas, sin embargo, hay que tener en cuenta que este tipo de recolección de información tiene una variable que puede llegar a ser transformadora de datos, ya que, las personas que se encuestan pueden mentir a la hora de dar las respuestas solicitadas. Hay, por supuesto, aceptación al valor de las respuestas y esto da los datos necesarios para deducir ciertas situaciones.

¿Estaría dispuesto a pagar el precio descrito para el producto?



Fuente propia.

Análisis: En el gráfico nueve se define que en un 71% estaría dispuesto a pagar el precio descrito correspondiente al valor mínimo de un vinilo adhesivo de medidas a 35.cm de ancho por 50.cm de alto a: 65.000 mil pesos y en sus límites en ancho para el producto que corresponde a las medidas de 60.cm de ancho por 200.cm de alto a un valor equivalente de: 280.000 mil pesos en él que un 16% no estaría dispuesto, un 8% no sabe, el 4% no le interesa y el 1% no contestó.

De todas formas el estudio fue complementado con el proceso de observación y verificación visual de datos e información, tal como los avisos de la zona y el tipo de empresas que en ella se encuentran. Todos los negocios y locales que hay en el entorno inmediato son el mercado potencial escogido y está muy inexplorado todavía.

Análisis general de Gráficos expuestos:

En la presente investigación se llega a concluir que el 50% de las empresas del sector Caribe son de transporte, pueden estar interesadas en utilizar servicios de publicidad mediante la exploración del mercado; el 76% considera que es complicado el acceso a empresas de publicidad en el sector para hacer un cambio en los avisos publicitarios y un 22% dice que es fácil, según las personas del tramo de la Terminal un pequeño porcentaje no utiliza publicidad en la entrada de su negocio, mediante la tabulación número 4 se pudo determinar que a un 74% de las personas le parece muy importante y les gustaría una empresa prestadora de servicios publicitarios cerca al sector.

Respecto a los estudios realizados también se pudo analizar y concluir de manera positiva que aunque un gran porcentaje encuestado no conoce que son los vinilos decorativos.

Es muy importante el impulso que puede tener MÁS CREATIVO en la implementación de este servicio en el sector ya que se investigó y no hay competencia alguna en el lugar. Todos los negocios y locales que hay en el entorno inmediato son el mercado potencial escogido y está muy inexplorado, ya que, es una zona muy grande abarcar.

Se logra concluir en el gráfico número nueve que el producto de los vinilos decorativos tiene muy buena acogida por medio de los futuros clientes o empresarios que en un 71% estarían dispuestos a pagar el precio equivalente por el producto el cual equivale al valor mínimo de un vinilo adhesivo de medidas a 35.cm de ancho por 50.cm de alto a: 65.000 mil pesos. Ya en sus límites a lo ancho, para el producto que corresponde a las medidas de 60.cmpor 200. cm de alto a un valor equivalente de: 280.000 mil pesos en él que un 16% no estaría dispuesto, un 8% no sabe, el 4% no le interesa y el 1% no contesto.

Será una excelente oportunidad para el desarrollo épico de la empresa en la zona, ya que se determina luego de los análisis correspondientes realizados en el transcurso textual del proyecto MÁS CREATIVO, que en el sector Caribe Terminal Norte cuenta con gran cantidad de empresas y locales comerciales. Lo cual es de suma importancia para alcanzar que la empresa obtenga los objetivos y el pleno desarrollo en las actividades y objetivos propuestos para su durabilidad y estabilidad en el lugar.

3. RESULTADOS DEL PROYECTO

MÁS CREATIVO, busca ser una empresa prestadora de los servicios publicitarios gráficos e impresos. Que será caracterizada por ofrecer a sus clientes servicios permanentes de asesoría en publicidad y venta de anuncios gráficos, enfocándose en la fortaleza del gremio, pero también participando en eventos empresariales y sociales y en espectáculos y conciertos; con esta actividad se busca dar un primer paso, hacia la ampliación de su mercado y de su portafolio de productos.

La actividad de esta empresa, está principalmente enfocada hacia el servicio, se podría decir que su razón de ser y de subsistencia se encuentra en el servicio al cliente. Pues, a pesar que dentro de sus procesos se encuentra el diseño y la elaboración de productos publicitarios gráficos e impresos, el momento en el que cada producto es montado y presentado a sus clientes, es el realmente importante para evaluar la satisfacción del cliente y así mismo para evaluar la imagen de la empresa.

La prestación de los servicios publicitarios gráficos e impresos consiste en atender a todas las necesidades del cliente en cuanto al diseño, el desarrollo y el montaje de la pieza publicitaria, es decir, debe haber disposición e ingenio disponibles todo el tiempo no solo en los momentos de la atención inicial del cliente sino también durante el desarrollo y montaje de las piezas, por eso es tan importante el dar un buen servicio.

3.1 Clase Empresarial

Razón social: MÁS CREATIVO S.A.S. El nombre de la empresa está acorde con la actividad que realiza la empresa y su intención comunicativa es muy llamativa, el nombre tiene una doble intención e interpretación en un par sentidos, jugando

con las palabras más y creativo. En el nombre de la empresa, la creatividad tiene gran importancia debido a que ésta es la mayor acción de la empresa y es la actividad en la cual la compañía busca constituirse y desarrollarse en el mercado y sector.

Constitución.- MÁS CREATIVO se constituye como sociedad por acciones simplificadas, por una persona natural, quien será responsable por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Personalidad jurídica.- Será representada por el administrador de la empresa.

Naturaleza.- La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Constitución y Prueba de la Sociedad. La sociedad por acciones simplificada MÁS CREATIVO se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño.

El domicilio principal de la sociedad está ubicado en la ciudad de Medellín, la empresa tiene un término de duración indefinido. La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad. MÁS CREATIVO, es una empresa cuya labor principal consiste en, la prestación de servicios de publicidad mediante la comunicación comercial, que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación, convirtiéndose en la responsable de crear anuncios publicitarios

que dan a conocer los productos de dichas empresas, a la vez que influyen sobre el consumidor de manera que opte sobre el producto o la marca del anunciante.

Su actividad económica principal se encuentra en la prestación de los servicios publicitarios gráficos e impresos. La estrategia de esta empresa, está en elaborar productos y elementos gráficos e impresos, con los mejores materiales y con los estándares de calidad más altos y exigentes del mercado. Su ideal, consiste en brindarles a los clientes la mejor calidad y el mejor servicio, garantizándoles la resistencia y permanencia de los productos publicitarios frescos, innovadores y llamativos, acompañados de un servicio oportuno y eficiente, contando con ocho empleados en un sistema denominando el montaje industrial y su formación general consiste en los departamentos laborales, maquinaria, herramientas, insumos, las personas que manejan cada áreas son todos trabajadores de planta.

3.1.1 Sector Económico:

MÁS CREATIVO, pertenece al sector de los servicios o sector terciario, el cual incluye todas las actividades que no producen bienes materiales de forma directa sino que, son bienes que ofrecen servicios que satisfacen determinadas necesidades de un sector en específico de la población. Incluye todo lo relacionado al comercio, turismo, sanidad, actividad civil, ocio, entretenimiento, entre otros.

MÁS CREATIVO se ubica dentro de éste grupo y atiende los diferentes sectores donde haya la necesidad de anunciar algo, sin importar sus características, siempre y cuando pueda satisfacerse por medio de un diseño y/o producto publicitario.

3.1.2 Misión

Consolidarnos como la empresa de servicios publicitarios más innovadora de la ciudad de Medellín, que provee a los clientes de productos y servicios de la mejor

calidad, ya que es posible obtener, a través del análisis de sus necesidades de comunicación; estrategias modernas, congruentes y creativas que busquen la recordación de los mensajes y la preferencia del auditorio; teniendo en mente siempre la ética como nuestra razón de ser para lograr relaciones comerciales y se llegue a la generación de valor.

3.1.3 Visión

Vemos al futuro cercano, la oportunidad de ubicarnos como la agencia publicitaria más importante de la ciudad con base en nuestras relaciones serias y duraderas, con los clientes, los medios, los proveedores y colaboradores. Por lo tanto las necesidades de estos se solucionan como un todo y no por partes.

3.1.4 Valores

- La **creatividad** como madre de la comunicación publicitaria es una condición “Sine Qua Non” para nosotros, no sólo como parte de los mensajes, también como parte de las estrategias, tácticas y acciones de mercado.
- En MÁS CREATIVO el valor de la **ética**, trasciende con nosotros las puertas del hogar y es trasladado a cada uno de nuestros colaboradores. Aquí, vemos a nuestros colaboradores como parte de una familia verdaderamente, esto nos garantiza su lealtad, entrega y permanencia con nosotros.
- La **excelencia** para sobre pasar las expectativas de nuestros cliente por eso se les brindara un servicio personalizado de las más alta calidad.

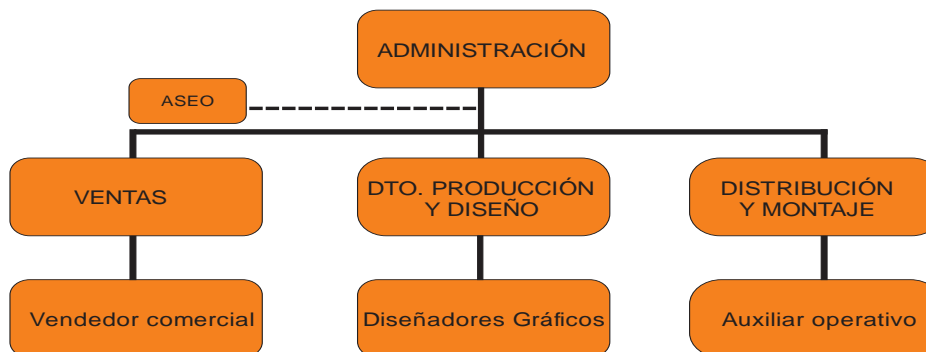
- El **conocimiento** por eso es importante contar con personal altamente calificado para así ofrecer soluciones integrales que se ajusten a las necesidades de los clientes.

3.1.5 Objetivos Corporativos

Los objetivos corporativos de la empresa buscan crear metas y propósitos a largo, corto y mediano plazo. Por medio de trazar un plan de negocios y de crecimiento corporativo durante los siguientes tres años a la constitución de la empresa, buscando contrarrestar las amenazas y debilidades de la misma.

Dentro de los objetivos de la empresa, se encuentran en obtener ventas en el primer año de \$ 180.000.000 millones de pesos, de este monto que se genera tener ganancias de \$70.000.000 millones de pesos en ganancias para propietarios, ampliar su portafolio de productos y servicios con elementos y platos innovadores y ampliar su portafolio de clientes y expandir sus mercados. La adquisición de nuevas e innovadoras herramientas tecnológicas, hacen parte de las estrategias que utiliza la empresa para cumplir con los dos objetivos mencionados anteriormente; se pretende por medio de estos elementos posicionarse mejor en el mercado y lograr estar en un nivel mejor y superior al de la competencia.

3.2 Estructura organizacional



3.2.1 Descripción de la estructura organizacional

Administración.

Esta área se cargara de la dirección planeación y organización de la empresa, en relación al ejercicio de la actividad comercial, profesional, industrial o artesanal con el fin de promover de forma directa y/o indirecta, la contratación de servicios, derechos u obligaciones. Con una gran responsabilidad de cumplir todos los objetivos propuestos.

Producción y Diseño (diseñadores gráficos)

Estas personas deben estar capacitadas para el desarrollo de ideas y estrategias graficas publicitarias, así se logrará un excelente desempeño empresarial y competitivo en el mercado objetivo. Los diseñadores inicialmente, se encargarán también de manejar las siguientes maquinas: litográfica, que es una primaste bicolor para la impresión de papelería comercial, el corte, una guillotina original perfecta, una maquina flexo grafica para vinilos decorativos, y una máquina de botones publicitarios. PLOTTER UNICUT DE REDSAIL para vinilos decorativos.

Para el área de diseño se necesitaran mínimo dos empleados uno FreeLancer y otra persona directa estos se encargaran de manejar y optar por la productividad de las diferentes maquinas del lugar, en circunstancias de mucho trabajo serán contratadas otras dos personas por prestación del servicio FreeLancer, para el tiempo que sea necesario.

Esta área se encargará de revisar los diferentes acabados que arrojaran las diversas máquinas de revisar y empacar los diferentes productos que saldrán al mercado, tales como, adhesivos, vinilos decorativos, papelería comercial, botones, panaflex, entre otros productos tangibles que emergerán del lugar.

Ventas (Vendedor comercial)

Esta área se encargara de visitar a los comerciantes y empresarios del sector objetivo, para realizar la venta de todos los productos y objetos publicitarios de la empresa. Y aquí es donde se responderá al cliente con todas las inquietudes que tenga, sobre la tecnología de punta que se implementara en la nueva empresa a formaría que las pruebas sherpas necesitan un sistema de control de calidad total con gestión de color completa.

Para aprovechar las auténticas ventajas del flujo de trabajo totalmente digital, se necesita un sistema que le permita comprobar todo, desde el diseño del formulario de impresión hasta la calidad del archivo de datos. Un sistema que le permita detectar y corregir las costosas imperfecciones. Las empresas de ritmo rápido y grandes volúmenes necesitan sistemas rápidos que no sacrifiquen la calidad en aras de la productividad.

Distribución y montaje (auxiliar operativo)

Será una persona la cual se encargara de repartir todos los productos a los respectivos clientes y coordinar los montajes de los anuncios publicitarios.

Aseadora

El área de limpieza es muy importante ya que es primordial mantener en óptimas condiciones el establecimiento, del aseo depende la calidad en los productos del establecimiento y esta persona trabajara como FreeLancer, la cual sea preferiblemente de sexo femenino.

3.3 Imagen corporativa

3.3.1 Logotipo



Fuente propia.

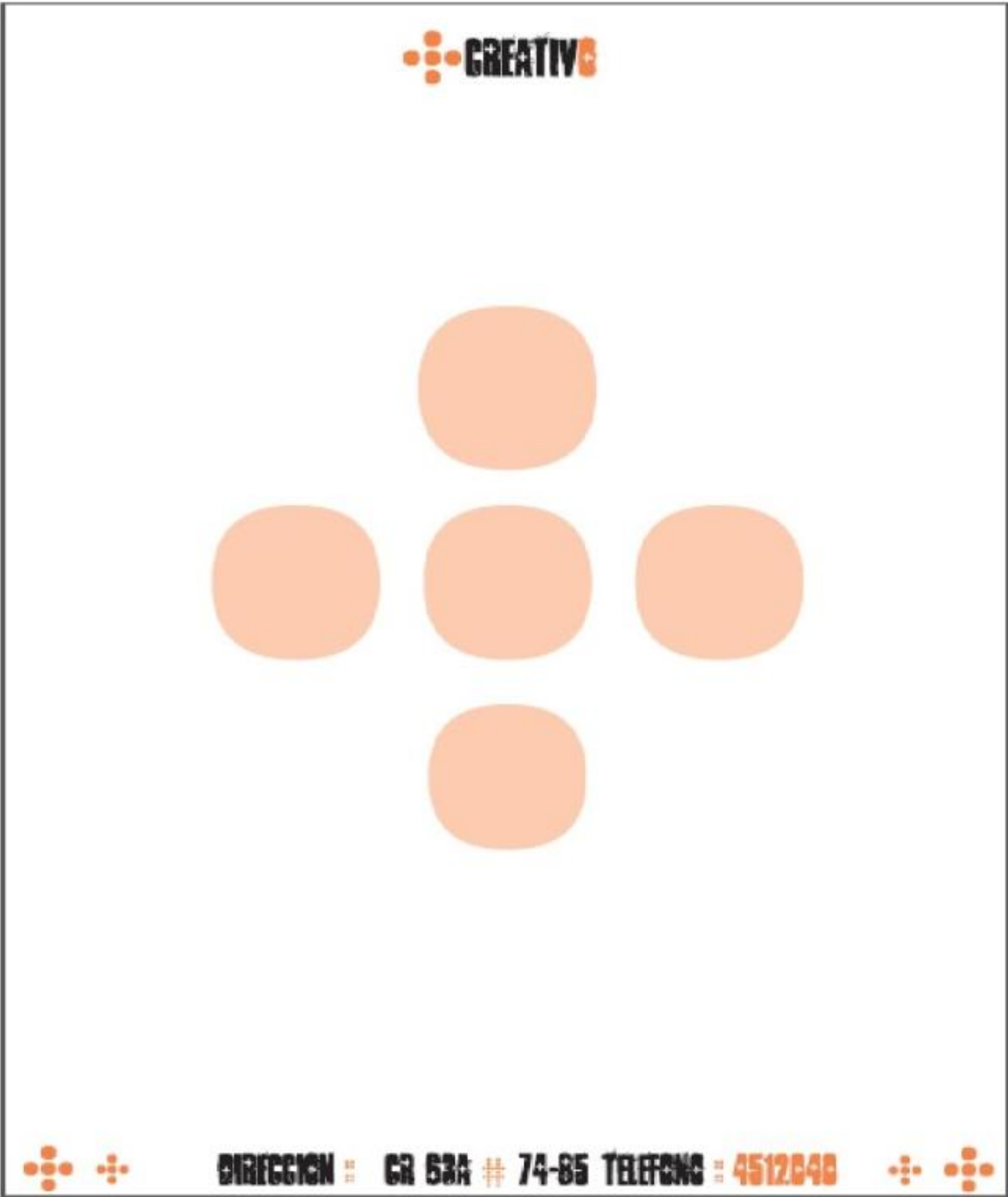
Logotipo pancartas y avisos.



Fuente propia.

3.3.2 Papelería

Hoja menbrete



Fuente propia.

Sobre



Fuente propia.

Carpeta



Fuente propia.

3.3.3 Uniformes



Fuente propia.

Los uniformes serán utilizados por el personal directo de la empresa y serán entregados como dotación, dos veces al año.

3.3.4 Colorimetría

Los colores corporativos del logotipo juegan un papel fundamental en el contexto de la Identidad Visual de nuestra empresa. Todos los proveedores, sin excepción, deben ceñirse estrictamente a las siguientes referencias de color.

Para cualquier impresión o aplicación del logotipo, se deben tener en cuenta las referencias de los colores que se adjuntan como muestra, al final de este manual.

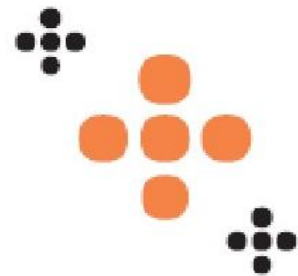
Siempre que se realicen impresiones en policromía, los colores deberán imprimirse con los porcentajes de color aquí indicados.

Cuando se hagan reproducciones litográficas que requieran colores planos, se deben tener en cuenta estas referencias universales para las guías de color CMYK.

	C	M	Y	K
Naranja	0%	60%	80%	0%
Negro	0%	0%	0%	100%

	R	G	B
Naranja	231	128	68
Negro	31	26	23

Colorimetría
Colorimetría



Fuente propia.

3.4 Costos:

Los costos del proyecto se han establecido teniendo en cuenta diferentes factores importantes y actuales, con el fin de minimizar los riesgos de pérdida o de mal funcionamiento, se tiene previsto los costos directos desde todos sus frentes, con el fin de iniciar la gestión de la forma correcta y así prestar el mejor servicio y dejar la mejor primera impresión de la empresa en el sector.

3.4.1 Costos laborales.

Son según el personal que se tiene proyectado de la siguiente forma, serán 6 empleados directos, como operadores laborales, y 5 indirectos como FreeLancer, partiendo desde el sueldo del Administrador que será de \$1.200.000 y los demás empleados tendrán un sueldo dependiendo de los servicios prestados a la empresa en el transcurso del mes, ya que serán 5 personas contratadas como FreeLancer, los cuales serán trabajadores para ahorrar costos en el proceso después del tercer mes de funcionamiento de la empresa.

Los empleados directos tendrán un básico mensual de \$700.000, y los indirectos tendrán un salario básico por prestación de servicios de \$25.000 la hora.

Total costos laborales

Tabla:1.

Ítem	Descripción	Mes cubierto	Valor unitario	Valor total
1	Administrador	Primero y segundo mes	\$1.200.000	\$ 2.400.000
2	Empleados directos (6)	Primero y segundo mes	\$4.200.000	\$ 8.400.000
3	Empleados indirectos (solo por imprevisto los primeros 2 meses)	Por hora	\$25.000	\$ 1.000.000
Total		Dos meses	\$5.425.000	\$11.800.000

Fuente: Propia.

3.4.2 Costos Maquinaria:

Maquina litográfica GTO 46: para la fabricación de papelería comercial en general, que es una primaste bicolor. Plotter de corte: de 60cm de ancho, para vinilos decorativos de marca Roland. Guillotina litográfica: Original perfecta que será utilizada para el corte de la tarjetería, volantes entre otros. Máquina de botones publicitarios: Nueva. El plotter digital será sub contratado en sus servicios en un lapso de tiempo ya que este, en el mercado es de un alto costo, y es de suma importancia en la empresa el cual genera más o menos un 60% de los servicios de una industria publicitaria para la impresión de lonas, vallas publicitarias, adhesivos completos y panaflex translucido para avisos luminosos, al ser esta una máquina de excelentes condiciones y para la plena producción empresarial.

Total costos Maquinaria

Se determina que en los primeros meses de la formación empresarial se llevará a cabo una estrategia para el ahorro de dinero en la maquinaria de un alto costo, el cual se llama plan terceros. Este consiste en sub contratar servicios a más bajo costo con industrias publicitarias ya constituidas, las cuales cuentan con una gran cantidad de aparatos de impresión entre otros, ya que la empresa no contara con tanto capital al empezar el proyecto. Sin dejar a un lado los planes de lograr el montaje adecuado respecto a la maquinaria de MÁS CREATIVO se trabajará arduamente para la implementación de estos.

Tabla: 2.

Ítem	Articulo	Valor
1	Maquina litográfica GTO 46	\$ 23.000.000
2	Plotter de corte	\$ 3.000.000
3	Guillotina litográfica	\$ 2.500.000
4	Máquina de botones publicitarios	\$ 900.000
Total		\$ 29.400.000

Fuente propia.

3.4.3 Enseres:

Básicamente para el montaje de la empresa es fundamental tener un excelente espacio de trabajo, óptimas condiciones para el buen desarrollo de los trabajos laborales, en la oficina los enseres que se necesitan a groso modo son: computadores, mesas de oficina, sillas, aire acondicionado, tubular o sofá, módulos empresariales, mesa de madera larga para corte de papel y material, mesa de juntas, archivado, locker, botiquín, teléfono, tele fax, equipo de soldadura, careta, taladro profesional, martillo, segueta, escaleras metálica en tijera, escaleras tres cuerpos, prensas hidráulicas, juego maestro automotriz en pulgada, juegos en estuche portaherramientas.

También se necesita un gabinete mega pesado para herramienta, caja porta herramientas metálica, juego de dados en pulgada, juego de llaves ajustables, llaves combinadas jumbo 12 puntas, mesa de juntas, juego de brocas, juego destornillador de precisión, pisas extra largas con puntas, mazos de goma, caladora corte de madera pequeña, pulidora de disco abrasivo oxido de aluminio, juego de limas, juego de metros, juego de bisturí, remachadoras, juego de espátulas flexibles, desengrásate base agua, cascos con ajuste de intervalos, protector facial o careta, orejeras, kit de arnés, cables de seguridad, guantes de protección industrial, porta herramientas industrial.

Total Costos de los enseres

Tabla: 3.

Ítem	Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
1	Computadores	5	\$ 900.000	\$ 4.500.000
2	Mesas de oficina	5	\$ 230.000	\$ 1.150.000
3	Cillas	5	\$ 70.000	\$ 350.000
4	Aire acondicionado	3	\$ 250.000	\$ 750.000
5	Tubular o sofá	1	\$ 385.000	\$ 385.000
6	Módulos empresariales	3	\$ 850.000	\$ 2.550.000

Tabla 3. (Continuación)

Ítem	Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
7	Mesa de madera larga para corte de papel y material	2	\$ 250.000	\$ 500.000
8	Mesa de juntas	1	\$ 860.000	\$ 860.000
9	Archivador	1	\$ 210.000	\$ 210.000
10	Locker	1	\$ 390.000	\$ 390.000
11	Botiquín	1	\$ 60.000	\$ 60.000
12	Teléfono	2	\$ 35.000	\$ 70.000
13	Tele fax	1	\$ 180.000	\$ 180.000
14	Equipo de soldadura	1	\$ 400.000	\$ 400.000
15	Careta	1	\$ 40.000	\$ 40.000
16	Taladro profesional	2	\$ 180.000	\$ 360.000
17	Martillo	3	\$ 27.000	\$ 81.000
18	Segueta	3	\$ 42.000	\$ 126.000
19	Escaleras metálica en tijera	3	\$ 145.000	\$ 435.000
20	Escaleras tres cuerpos	2	\$ 120.000	\$ 240.000
21	Prensas hidráulicas	3	\$ 220.000	\$ 660.000
22	Juego maestro automotriz en pulgada	1	\$ 380.000	\$ 380.000
23	Juegos en estuche portaherramientas	3	\$ 87.000	\$ 241.000
24	Gabinete mega pesado para herramienta	1	\$ 460.000	\$ 460.000
25	Caja porta herramientas metálica	1	\$ 115.000	\$ 115.000
26	Juego de dados en pulgada	1	\$ 80.000	\$ 80.000
27	Juego de llaves ajustables	1	\$ 65.000	\$ 65.000
28	Llaves combinadas jumbo 12 puntas	1	\$ 52.000	\$ 52.000
29	Mesa de juntas	1	\$ 860.000	\$ 860.000
30	Juego de brocas	1	\$ 48.000	\$ 48.000
31	Juego destornillador de precisión	1	\$ 56.000	\$ 56.000
32	Pisas extra largas con puntas	3	\$ 12.000	\$ 36.000
33	Mazos de goma	2	\$ 28.000	\$ 56.000
34	Caladora corte de madera pequeña	1	\$ 190.000	\$ 190.000
35	Pulidora de disco abrasivo oxido de aluminio	1	\$ 360.000	\$ 360.000
36	Juego de limas	1	\$ 85.000	\$ 85.000
37	Juego de metros	1	\$ 45.000	\$ 45.000
38	Juego de bisturí	1	\$ 24.000	\$ 24.000
39	Remachadoras	3	\$ 38.000	\$ 114.000
40	Juego de espátulas flexibles	1	\$ 45.000	\$ 45.000
41	Desengrásate base agua	1	\$ 25.000	\$ 25.000

Tabla 3. (Continuación)

Ítem	Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
42	Cascos con ajuste de intervalos	4	\$ 40.000	\$ 160.000
43	Protector facial o careta	2	\$ 18.000	\$ 36.000
44	Orejas	3	\$ 23.000	\$ 69.000
45	Kit de arnés	2	\$ 120.000	\$ 240.000
46	Cables de seguridad	2	\$ 63.000	\$ 126.000
47	Guantes de protección industrial	3	\$ 17.000	\$ 51.000
48	Porta herramientas industrial	1	\$ 315.000	\$ 315.000
Total		93	\$ 9.495.000	\$ 18.631.000

Fuente propia.

Según los datos anteriores el costo total del proyecto es de \$ 59.831.000. Este dinero será obtenido por porcentajes mediante diferentes fuentes tales como: financiación bancaria de un 70%, recursos propios en un 25%, el otro 5% de los costos del proyecto se planea conseguir mediante financiamiento directo con los productores, este es el caso de los muebles, herramientas básicas y otros materiales de trabajo.

Teniendo en cuenta los estudios realizados y la proyección de mercados en la zona, el primer y segundo mes de funcionamiento será crucial para imprimir la mejor imagen de la empresa, y realizar el mercadeo planeado, ya que se proyecta que para el tercer mes, debe haber una entrada de ganancias que permitan la sostenibilidad del personal y se logren cubrir los costos indirectos básicos de funcionamiento.

El financiamiento tiene una proyección de pago de cinco años, cuyas cuotas son de \$4.000.000 semestrales, \$3.000.000 de financiación bancaria y \$1.000.000 de financiación en almacenes, que se empiezan a cubrir a partir del segundo semestre de funcionamiento. La proyección en ventas y en el pago de la deuda se puede visualizar en el siguiente cuadro:

Proyección de ventas y pagos de deuda.

Tabla: 4

Proyección de ventas por semestres		Financiamiento bancario 70%	Pagos a Créditos Financiamiento al 25%	Nomina por semestre	Totales
		\$41.881.700	\$14.957.750	\$32.550.000	\$ 89.389.450
1	\$45.000.000	0	0	\$32.550.000	\$37.550.000
2	\$49.000.000	\$6.000.000	\$ 2.000.000	\$32.950.000	\$ 41.950.000
3	\$55.000.000	\$6.050.000	\$ 2.050.000	\$33.300.000	\$ 42.300.000
4	\$57.000.000	\$6.050.000	\$ 2.250.000	\$33.550.000	\$ 41.550.000
5	\$60.000.000	\$6.100.000	\$ 2.900.000	\$33.980.000	\$ 42.980.000
6	\$63.000.000	\$5.100.000	\$ 2.200.000	\$34.250.000	\$ 41.550.000
7	\$67.000.000	\$5.150.000	\$ 1.150.000	\$34.750.000	\$ 41.050.000
8	\$69.000.000	\$4.150.000	\$ 1.150.000	\$35.050.000	\$ 40.350.000
9	\$73.000.000	\$3.281.000	\$ 1.287.000	\$35.350.000	\$ 39.918.000

Fuente propia.

CONCLUSIONES

Como se ha podido evidenciar a lo largo de este trabajo, la empresa de publicidad MÁS CREATIVO ayudara a construir marca, y se prepara para la búsqueda de generación de vínculos emocionales con sus clientes, y edificar en este una estructura de credibilidad hacia la empresa. Si se analiza en el alrededor inmediato del entorno objeto de estudio no existen empresas de publicidad y diseño con las características de la empresa MÁS CREATIVO.

El enfoque de desarrollo no es distinto de las preocupaciones centrales de toda empresa de enfrentarse a la competencia, la cual se ha visto fortalecida por el fenómeno de la globalización y las exigencias cada vez más fuertes por parte de los consumidores por comprar productos de mayor calidad y precio competitivo, todo ello ha permitido que la idea de creación de una empresa de publicidad de la categoría que presentamos compita no solo a nivel nacional sino que ahora se hará con mayor intensidad.

Por tanto el énfasis en el estudio de las nuevas tecnologías y los nuevos materiales son cruciales para el éxito del negocio, teniendo en cuenta que la competencia se determina mediante la propiedad de un conjunto de actividades de una organización que puede contribuir a mejorar el desempeño y crear más valor para la empresa. Para el caso de la empresa MÁS CREATIVO, se cuenta con innovaciones tecnológicas, una cultura de calidad, un pensamiento de mejora continua, una buena implementación, la eliminación de errores y la existencia de un liderazgo a plenitud.

Visualizando el entorno se puede apreciar una gran oportunidad para el desarrollo épico de la empresa en la zona, ya que se determina luego de los análisis correspondientes realizados en el transcurso textual del proyecto MÁS

CREATIVO, que en el sector Caribe Terminal Norte cuenta con gran cantidad de empresas y locales comerciales. Lo cual es de suma importancia para alcanzar que la empresa obtenga los objetivos y el pleno desarrollo en las actividades y objetivos propuestos para su durabilidad y estabilidad en el lugar. Por todo lo anterior se llega a concluir que el sector Caribe, es un buen nicho de mercado para el tipo de empresa propuesto, y que pueden estar interesadas en utilizar servicios de publicidad mediante la exploración del mercado.

También se puede evidenciar mediante el estudio realizado que un pequeño porcentaje de negocios del sector no utiliza publicidad en la entrada de su negocio, esto proporciona las herramientas para comenzar haciendo la publicidad propia de la empresa para ser reconocida en el sector. De tal forma que atraiga a todo tipo de clientes y llame la atención de los transeúntes, así se estaría posicionando la marca por medio de la recordación.

Respecto a los estudios realizados también se pudo analizar y concluir de manera positiva que aunque un gran porcentaje encuestado no conoce que son los vinilos decorativos, esta dispuestos a pagar por ellos y a tenerlos en sus vitrinas y en su publicidad. También se logró observar que los avisos de los negocios del sector son demasiado escuetos y pasados de moda, y que en su mayoría se encontraban en mal estado.

Tanto para el sector como para la ciudad, es muy importante la implementación de este servicio en el sector por la falta de competencia, y porque todos los negocios y locales que hay en el entorno inmediato son el mercado potencial escogido y está muy inexplorado, ya que, es una zona muy grande abarcar. Se logra concluir que la idea de la empresa y el producto de los vinilos decorativos tienen muy buena acogida por parte de los futuros clientes y/o empresarios que estarían dispuestos a pagar el precio equivalente por el producto

Teniendo en cuenta que la empresa empezara a formarse y que no es fácil el montaje de un proyecto de esta índole, se concluirá que en los primeros meses no se compraran todas las maquinas, serán solo las necesarias, y más bien se determina sub contratar con terceros los servicios de los demás productos e impresos para ahorrar costos.

RECOMENDACIONES

Para el caso de la empresa de diseño gráfico, se recomienda analizar y reconocer el uso del material que se ofrece y su poder en la creación de los productos apropiados para la zona, con el fin de transmitir de manera adecuada los mensajes e ideas en pro de la necesidad del cliente y la complementación de sus ideas, más específicamente la inclusión de la misma en el desarrollo de estrategias de marketing social por parte de la empresa.

Por otro lado se recomienda utilizar el diseño gráfico, como interdisciplinar dentro de la empresa unificando la innovación y los materiales que se utilizara, buscando cada vez más procesos de interacción con las demás ramas del saber, buscando el posicionamiento de la empresa como un referente importante en la comunicación visual de la zona, y por consiguiente en la comunicación empresarial.

Es necesario implementar publicidad llamativa y propagandística, en todos los lugares posibles del local y su alrededor de forma que genere expectativa. De este modo los clientes potenciales podrán ver el diseño y los materiales en su máximo desempeño, hasta los reacios con el tiempo, podrán apreciar la calidad y duración de los productos y servicios que la empresa ofrece y se convertirán en usuarios constantes.

Se recomienda ampliar el portafolio de servicios dado el segmento escogido, ya que hay extensa variedad de empresas, locales, negocios y tipos de servicios.

Es muy importante el impulso que puede tener **MÁS CREATIVO** en la implementación de este servicio en el sector ya que se investigó y no hay competencia alguna en el lugar. Todos los negocios y locales que hay en el

entorno inmediato son el mercado potencial escogido y está muy inexplorado, ya que, es una zona muy grande abarcar.

Se requiere incluir en las políticas empresariales el reconocimiento de la gestión ambiental como una prioridad y conducir los procesos con responsabilidad en este aspecto, además cumplir con la legislación e integrar los principios y las prácticas de conservación, intentando la reducción y prevención de la contaminación.

Téngase en cuenta que la gestión ambiental es uno de los nuevos pilares del sostenimiento empresarial, y la empresa MAS CREATIVO, estará dispuesta a llevar a cabo todas aquellas acciones que redunden en beneficio de la comunidad y sector en general.

Debido que la empresa no cuenta con la capacidad económica necesaria para el monto total de la maquinaria adecuada, es de suma importancia tener convenios con demás empresas de la ciudad que cuenten con los servicios necesarios para suplir las necesidades de sub contratación de MÁS CREATIVO.

BIBLIOGRAFIA

- Álvarez, A. (2003). *Publicidad en el tercer sector*. Madrid: Vicente, Bennet y Elosa Nos Aldas Editores, 28 - 36
- Bassat, L. (2004). *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Editorial Folio S.A, 42 - 49
- Beelen, P. (2006). *Publicidad 2.0*. Barcelona: Creativecommons Editores, 51 - 66
- Cerdá, R. (2000). *Manual de publicidad*. Madrid: Ramón Cerdá San Juan Editores. 88 - 94
- Ogilvy, D. (Ed). (2012). *Confesiones de un publicitario*. Barcelona: Editorial Oikos-Tau,g.a.27 - 55
- Pinar, M. (2008, febrero). *Creatividad publicitaria y nueva formas de comunicación*. Ponencia presentada en el V simposio de profesores universitarios de Creatividadpublicitaria, Madrid, 33 - 43
- Sanchez, L. (2004) *jóvenes y publicidad*. Madrid: Ancares gestión grafica Editores, 77 - 94
- Serna, A. (2006) *doble clik, publicidad, creatividad y diseño*. Ordes: A Coruña editores. 92 – 106

CIBERGRAFIA

Publicidad, (2011, 12 de julio). Publicidad, avisos, frosted o sandblasting. Extraído el 19 de abril de 2013 desde <http://bogotacity.olx.com.co/publicidad-avisos-frosted-o-sandblasting-iid-218564691>.

Publicidad, (2011, 12 de julio). Publicidad, avisos, frosted o sandblasting. Extraído el 19 de abril de 2013 desde <http://bogotacity.olx.com.co/publicidad-avisos-frosted-o-sandblasting-iid-218564691>.

Vinyling, (2012, 08 de febrero). Vinyling vinilos o pegantinas. Extraído el 22 de abril de 2013 desde <http://vinyling.com/vinilos-decorativos>.

Reprocentro, (2010, 12 de junio). Impresión digital de vinilo adhesivo. Extraído el 22 de abril de 2013 desde <http://reprocentro.es/impresion-digital/materiales-flexibles/impresión-en-vinilo-adhesivo/#.UXKifKJg9Mk>.

Mappery, (2009, 24 de septiembre). Medellín Map. Extraído el 26 de abril de 2013 desde <http://mappery.com/map-of/Medellin-Map>.

ANEXOS

Anexo1. Tablas de resultados generales del estudio.

Tipo de Empresa	Cantidad de este tipo
Academia de Conducción	2
CDA	4
Centro comercial terminal de transportes Norte	2
Cojinería y pintura de carros	2
Droguería Híper drogas	2
Latonería y pintura	6
Lavadero de carros y motos	2
Mantenimiento y reparación de carros	2
Mantenimiento de vehículos livianos	6
Mecánica automotriz	4
Oficinas de empresas transportadoras	1
Peluquería	1
Sala de internet	1
Supermercado Merca todo	2
Taberna	2
Taquilla de venta de tiquetes	1
Venta de lujos para vehículo	4
Venta de repuestos para vehículos	6
Fabrica	6
Venta y reparación de Guayas	2
Restaurante	12
Bancos	4
Negocios de Comidas	9
Cacharrería	5
Almacenes de ropa y calzado	12
Total general	100

Tabla 5: fuente propia

Persona que atendió la entrevista	Cuenta de Persona entrevistada
Administrador	16
Atención a Usuarios	6
Auxiliar administrativa	6
Cajera	13
Contratista	2
Despachador	2
Dueña	2
Dueño	30
Encargado	2
Mecánico	2
Mesera	2
Operario	2
Regente	2
Vendedor	13
Total general	100

Tabla 6: fuente Propia.

Califique del uno al tres el acceso a una empresa de publicidad para un aviso en su empresa donde uno es fácil, dos es complicado y tres es difícil.	Cuenta de acceso
1	2
2	22
3	76
Total general	100

Tabla 7: fuente propia.

¿Sabe que son los vinilos decorativos con adhesivos?	Cuenta de sabe de vinilos
No	39
Si	61
Total general	100

Tabla 8: fuente propia

¿Utiliza publicidad en la entrada de su negocio?	Cuenta de Utiliza
No	9
Si	91
Total general	100

Tabla 9: fuente propia

¿Le gustaría tener cerca una empresa de publicidad?	Cuenta de le gustaría
No	26
Si	74
Total general	100

Tabla 10: fuente propia

¿Le gustaría personalizar su negocio por medio de vinilos adhesivos?	Cuenta de personalizar
No	6
Si	94
Total general	100

Tabla 11: fuente propia

Después de la descripción que le dimos de la empresa ¿Que tanto le gustaría tenerla cerca?	Cuenta de gustaría cerca
a	3
b	58
c	9
d	18
e	8
g	4
Total general	100

Tabla 12: fuente propia

¿Que tanto le interesa este tipo de producto?	Cuenta de interesa
a	3
b	64
c	16
d	7
e	6
f	2
s	2
Total general	100

Tabla 13: fuente propia

¿Estaría dispuesto a pagar el precio descrito para el producto?	Cuenta de dispuesto
a	16
b	71
c	8
d	4
e	1
Total general	100

Tabla 14: fuente propia

GLOSARIO

Autoadhesivo: Sustrato revestido con una capa de adhesivo por una de sus caras y protegido por un soporte temporal siliconado; se aplica en especial a la producción de calcomanías y etiquetas

Marketing estratégico: Conocer las necesidades (problemas) y deseos actuales y futuros de los clientes identificando diferentes grupos de posibles consumidores en cuanto a sus gustos y preferencias o segmentos de mercado; para valorar el potencial e interés de esos fragmentos, atendiendo a su volumen, poder adquisitivo, competencia o grado de apremio en querer resolver el problema o colmar el deseo.

Imagen corporativa: Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción.

Identidad corporativa: De una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa. La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificar de las demás, y colocarse en mayor o menor escala.

Identidad visual: Son los rasgos visualmente reconocidos por el receptor que sirven como identificación de la organización. Actúa como estímulo recordatorio de la institución.