



JUAN DAVID GONZZÁLEZ GONZZÁLEZ
DEIBYD SNEIDER SANCHEZ CAMARGO
LAURA VANESA RODRIGUEZ CHAMORRO

Instagram: @PestelDesingners
Facebook: Pestel Designers
Teléfono: 310 293 8303

Enero 2020.

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN
Diseño Gráfico
Creación de Empres





Compromisos del Autor

Yo Laura Vanesa Rodríguez Chamorro identificado con C.C 1.001.093.294 estudiante del programa Diseño Gráfico de claro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.





Compromisos del Autor

Yo Juan David González González identificado con C.C 1.000.215.357 estudiante del programa Diseño Gráfico de claro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.





Compromisos del Autor

Yo Deiby Sanchez Camargo identificado con C.C 1000127435 estudiante del programa Diseño Grafico de claro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.





TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
OBJETIVOS	10
CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL	12
CAPÍTULO 2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO - CLIENTE	28
CAPÍTULO 3: LEGISLACIÓN	36
CAPÍTULO 4 PROPUESTA DE VALOR	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79

TABLA DE FIGURAS

Figura 1: Recolección y formulación de análisis del árbol de problemas conformado de sus causas y sus respectivos efectos.....	18
Figura 2: Recolección y formulación de análisis del árbol de objetivos.....	19
Figura 3: Método SEIS SOMBREROS creada por Edward de Bono.....	24
Figura 4: Logotipo de la empresa creada.....	27
Figura 5: Cronograma de actividades.....	40
Figura 6: Proceso de producción.....	48

TABLA DE RECUADROS

Tabla 1: Criterio Ideas del proyecto.....	14
Tabla 2: Valoración ideas del negocio.....	21



Tabla 3: Total, valoración.....	22
Tabla 4: Tecnología.....	39
Tabla 5: Materiales.....	43
Tabla 6: Morfología.....	45
Tabla 7: Recursos propios y de terceros.....	48
Tabla 8: Recopilación y análisis de información.....	49
Tabla 9: Costos y presupuestos.....	50
Tabla 10: Proveedores.....	51
Tabla 11: Estrategias.....	53
Tabla 12: Responsables.....	56





Resumen

Con base a un análisis de metodología de comunicación con el diseño en una infografía, videoclip y exposiciones. Uno de los aspectos del reciclaje de las pilas es que, muchos de los materiales que las pilas, son metales pesados, están hechas de componentes altamente tóxicos y que genera contaminación en el ambiente, lo cual es preocupante el reciclaje en las pilas ya que es uno de los materiales que contaminan más de lo normal.

Tras una ardua investigación, buscando a fondo la situación de contaminación y tratando de buscar soluciones, nos percatamos que en Colombia si se aplica el reciclaje de baterías pero hasta el día de hoy es algo que se puede decir que no está muy bien implementado, puesto a que estos contenedores solo los encontramos en algunos puntos de la ciudad y que no todos estamos cerca de ellos.

Con base en lo anterior es una solución que no cumple las expectativas que debería generar, por lo tanto, la forma más práctica para solucionar esta problemática es generar los recursos suficientes para concientizar a la gente y enseñar a la gente a reciclarlo de la mejor manera.

Tomado de: Ecología Verde [Ecología Verde]. (2 de agosto 2018). El reciclaje de las PILAS - ¿CÓMO SE RECICLAN? [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GTmRB5Vvikc>.



Introducción

A través del tiempo la contaminación es un tema que pone en riesgo al planeta, ríos se secan, bosques se acaban y la capa de ozono se deshace día tras día, los humanos generan al año en promedio de basura unos 21.000 millones de toneladas de desechos lo cual es un panorama bastante preocupante y que en un futuro nos puede afectar gravemente a todos.

Por suerte de nosotros, muchas empresas de gran impacto en la sociedad están empezando a generar un cambio significativo desde sus productos o servicios y lo cual producen una conciencia a sus clientes; cabe resaltar que hay empresas que están sacando el máximo provecho a esto como lo viene siendo la economía azul que consiste en el mayor aprovechamiento de todos los recursos utilizados en un producto para generar nuevos procesos o productos y también encontramos el tan aclamado esquema de economía circular en donde la vida útil del producto se puede alargar indefinidamente para sacar más beneficios y cuidar el ambiente.

Las baterías son un objeto que tienen una utilidad importante en nuestra labor, ya sea para equipos de sonido, juguetes, controles y entre otros, son útiles, hasta un punto, las baterías son uno de los mayores contaminantes para el ambiente, una sola batería alcalina puede contaminar más de 167 mil litros de agua y es algo espeluznante si pensamos en la sostenibilidad de nuestros recursos a futuro, y aún falta mencionar el daño que nos genera a nuestros cuerpos si estas no son desechadas de la mejor manera, pues, se sabe con exactitud que una sola pila de reloj es capaz de matar a un bebe en buen estado de salud.



Con todos los argumentos expresados anteriormente, nos decidimos a crear nuestra empresa de servicios PESTEL DESIGNERS el cual tiene como objetivo brindar un buen servicio a la comunidad de Kennedy los cuales tienen en Bogotá uno de los índices de mayor contaminación a nivel de localidad y además de ello queremos ser ejemplo de que se puede concientizar a la gente de aprender a reciclar y desechar de buena manera las baterías, además dar servicios de asesoramiento ya sea piezas gráficas o cualquier otro tipo de trabajo con el fin de ayudar a la localidad.





Objetivos

Objetivos General

Minimizar el impacto negativo socio ecológico de los residuos contaminantes como las baterías, productos metálicos compuestos por mercurio y productos reciclables.

Objetivos específicos

- Compilar diversos datos los cuales nos proporcione información sobre el reuso y desecho correcto de estos materiales.
- Diseñar diversas propuestas gráficas las cuales promuevan el correcto proceso de recolección de baterías, objetos de metal y diversos residuos que afecten al medio ambiente.
- Hipotetizar los posibles resultados que obtengamos de este proyecto con el fin de visualizar un futuro para el mismo.

Claves para el éxito

Idea innovadora

Esta idea partió de la necesidad y la problemática de la contaminación que se tiene, además no muchas empresas de diseño ofrecen un servicio con el objetivo de mejorar el ambiente.

Cuidado del ambiente

La empresa dentro de la mayoría de sus objetivos tiene metas con el ánimo de mejorar y cambiar drásticamente la calidad del ambiente, generar un impacto dentro de la comunidad.

Excelente servicio al cliente



Es primordial brindar un excelente servicio al cliente debido a que estos tienen la opinión final sobre la calidad de la empresa y así mismo cumplir con sus necesidades de una forma correcta.

Creatividad y calidad de trabajo

Se generarán creación de piezas gráficas las cuales demuestran todo el potencial de creatividad que se puede tener frente a un tema importante y que puede llegarle a toda la comunidad y su nivel de calidad de trabajo demostrando en nivel que se tiene como empresa.





Capítulo 1

Introducción e información general

Problemática

Se evidencia la falta de visibilidad a las empresas relacionadas con la recolección de objetos reciclables, pilas o productos de metal, junto con esto la falta de ideas prácticas y creativas para la reutilización de materiales, ya que los usuarios no saben cómo deshacerse de los productos compuestos reciclables y de metal que se encuentran compuestos por mercurio como las pilas.

Objetivos de desarrollo sostenible

- Salud y bienestar
- Trabajo decente y crecimiento económico.
- Acción por el clima.
- Vida submarina.
- Vida de ecosistemas terrestres.

Relación con los objetivos.

- Al deshacerse de una manera correcta de este producto se puede evitar que niños y adultos mayores puedan afectar su sentido nervioso provocando su muerte o estado de coma, sin mencionar las graves lesiones en pulmones y daños en los riñones.
- Brindar un servicio
- Generar conocimiento en las personas con respecto a la contaminación que producen las pilas en el ambiente.



- Cuando no se reutilizan las pilas de la forma adecuada y termina en el agua, esta puede contaminar en gran magnitud el agua por los elementos químicos con los que está hecha.
- En el momento en el que dejamos una sola pila mal reciclada pueden dañar gravemente los ecosistemas terrestres durante 500 años pues estas suelen ser muy tóxicas.

Teoría del valor compartido

Teniendo en cuenta los sectores más afectados por la contaminación en la ciudad de Bogotá, decidimos enfocarnos en el sector de Kennedy con el fin de proponer una solución viable a esta problemática y ver cómo afecta en el índice de contaminación.

Pestel

Factores Políticos: Debido a que somos una empresa en desarrollo nuestro principal problema en el factor político es no tener de manera clara y concisa nuestras regulaciones frente al estado y las responsabilidades que podemos abordar con totalidad y claridad. Sin embargo, nos basamos en las políticas definidas en el artículo o documento de la RAEE - Política Nacional: Gestión Integral de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos.

Factores Económicos: Se puede decir que nuestra empresa posee un sistema económico compartido debido al intercambio de recursos físicos e intelectuales, al mismo tiempo se busca que nuestros clientes encuentren en nuestro servicio una solución factible y eficiente para el correcto desechamiento de las baterías. Por otro lado, se busca que se dé un buen proceso de concientización a la comunidad y al mismo tiempo generar múltiples empleos.

Factores sociales: Con la creación de esta empresa se busca que las personas que se encuentran situadas en este barrio logren tener un mejor espacio de esparcimiento libre de todo objeto que





perjudique su salud, junto con esto también se busca que nuestro servicio se encuentre en un lugar accesible para toda la comunidad para evitar posibles confusiones o posibles errores, todo esto con el fin realizar el debido cumplimiento de la Ley 1480 Estatuto del Consumidor el cual como objetivo tiene la protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad, el acceso de los consumidores a una información adecuada -de acuerdo con los términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas, la educación del consumidor y la protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo a lo establecido con el código de infancia y adolescencia.

Factor tecnológico: Teniendo en cuenta la situación actual decidimos actuar por los medios tecnológicos para poseer un mayor alcance en el público objetivo, así también se busca tener un medio de comunicación seguro y didáctico en el cual el consumidor se pueda apoyar para recibir algún servicio o referencia para mantener a salvo su hogar.

Factores del entorno (Ambientales): Teniendo en cuenta la problemática escogida y el documento de la Resolución 1297 de 2010 en Colombia, más específicamente con la información obtenida por parte de los estudios del Ministerio del ambiente, nuestra empresa posee una labor muy importante frente al ambiente debido a que lo que buscamos es disminuir la contaminación en este sector de la ciudad, al mismo tiempo se busca comprender los efectos que pueda traer nuestra empresa en un futuro con la debida realización de la misma, se puede decir que fue el motivo por el cual realizamos esta idea de empresa.

Factor legal: Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente la empresa al estar siendo iniciada no se ha especificado en qué regulaciones tiene que realizar frente al estado y qué responsabilidades se pueden abordar con total claridad.



Tabla 1

Criterio Ideas del proyecto

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Conocimiento o experiencia	3	3	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿Lo tenemos?)	1	1	1
Alcance (Técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)	2	2	4
Tiempo (posible solución)	2	2	3
Costos (posible solución)	1	1	1
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	3	1
¿Qué tanto les llama la atención el Desarrollo del problema?	3	4	5
TOTAL	17	16	19



En la tabla previa se da un análisis acerca de las ideas y la disposición o el conocimiento que tenemos hacia esas mismas.

Árbol de Problema:

Como involucrados tenemos las empresas y comunidad en general los cuales no saben cómo darle un segundo uso o como desecharlas correctamente.

Teniendo en cuenta lo sucedido a inicios de año en Bogotá y su creciente contaminación fluvial decidimos centrarnos en la falta de ideas prácticas y creativas por parte de las empresas para dar a conocer o compartir la reutilización de productos metálicos como las pilas que afectan al medio ambiente en todas sus formas.

Causalidad-efecto

Causa:

Las fábricas son un conjunto muy variado de empresas que realizan procesos productivos con distintos tipos de materiales. Algunos especialmente tóxicos, por ejemplo, el mercurio, por lo tanto, al compartir piezas o ideas acerca de la reutilización de estos materiales estarían haciendo parte de una ironía.

Efecto:

- Las personas no tendrán la información necesaria para poder reutilizar los elementos que compren (en especial las pilas).
- Afectaciones en niños o adultos de la tercera edad.



- Serias enfermedades para la salud, tales como afecciones respiratorias, cáncer, intoxicación entre otras.

Causa:

Reutilizar productos metálicos no es totalmente común o no se ha hecho muy visible, por lo tanto, las empresas no prestan mucha atención a esto para así compartir buenas piezas o estar interesados en ellas.

Efecto:

- La comunidad se mantendrá desinformada acerca de los procesos que se realizan con los productos metálicos.
- No se tomará como información importante para la sociedad.



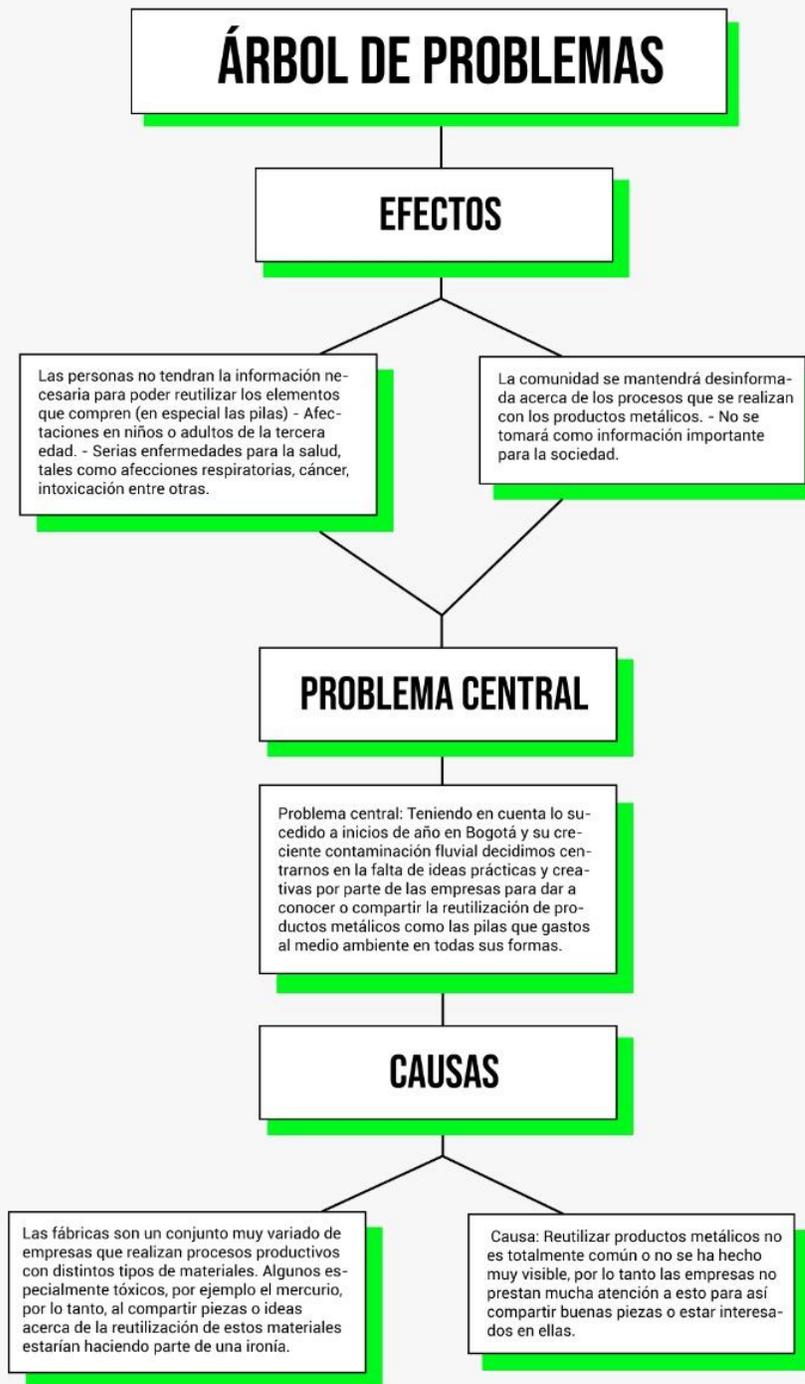


Figura 1: Recolección y formulación de análisis del árbol de problemas conformado de sus causas y sus respectivos efectos

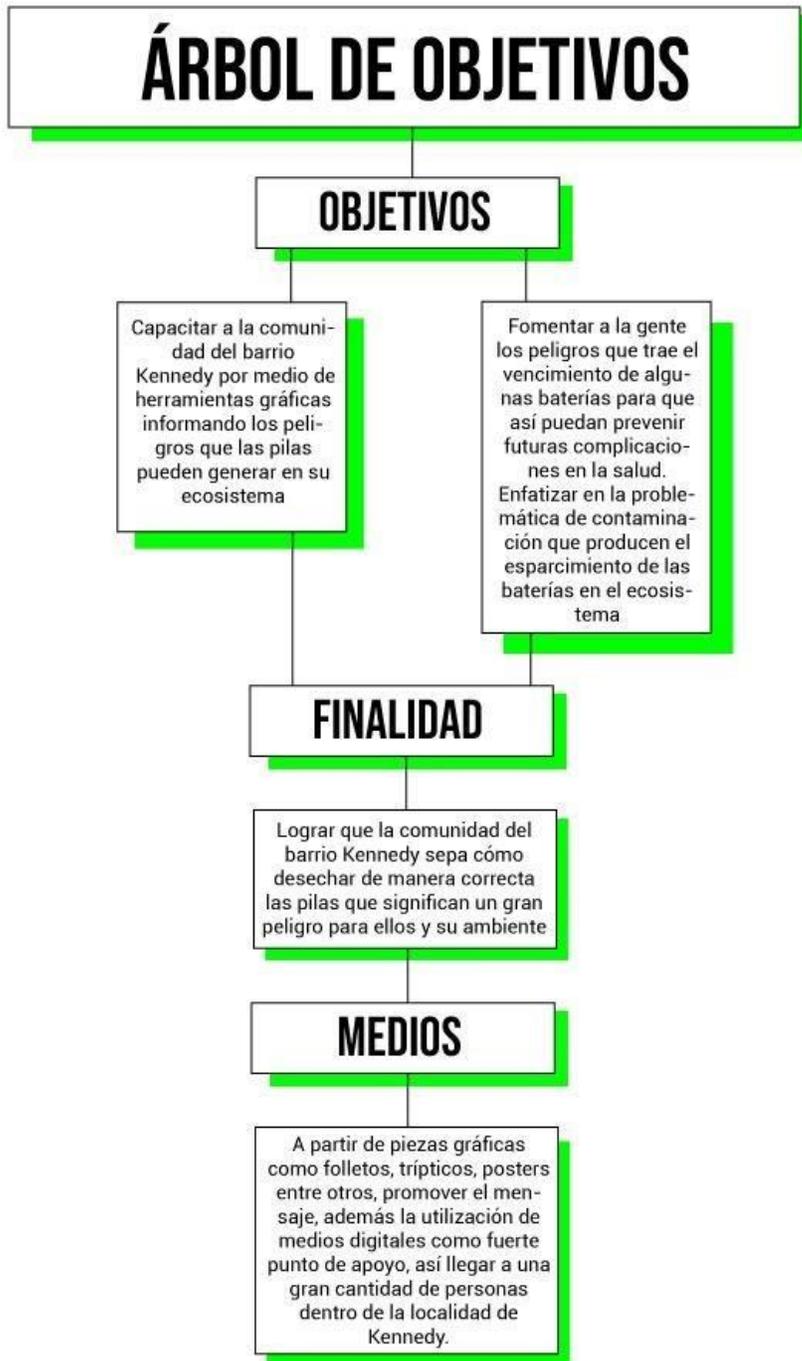


Figura 2: Recolección y formulación de análisis del árbol de objetivos

**Pregunta problema:**

¿Cómo a partir de propuestas gráficas o servicios se puede promover en el barrio Kennedy la reutilización de productos metálicos como las pilas y el conocimiento sobre cómo afecta el mal uso de estas en el hogar?

Innovación:

- Ideas

- A Partir de propuestas gráficas promover el mejor desechamiento de residuos altamente contaminantes como lo son las pilas.
 - Promover la compra de pilas recargables para evitar el consumo de pilas genéricas que dañan al entorno.
 - Mediante la creación de piezas publicitarias, mostrar a la comunidad la correcta reutilización de las pilas.
 - Mostrar guías o carteles donde se avise la posición de la recolección de pilas dentro del sector donde estamos ubicados.
 - Poder contribuir desde la parte del diseño un impacto que en verdad genere un cambio ecológico
 - Poder ayudar a la contribución de la creación de contenedores que funciones de dos formas, si es en conjuntos que se pueda colocar en el punto donde se deja la basura, pero si no se vive cerca de estos puntos, hacer un contenedor en las canecas plásticas o metálicas que quedan cerca de cada barrio.
-
-

**Autoevaluación de la idea de negocio:**

Poder contribuir desde la parte del diseño un impacto que en verdad genere un cambio ecológico

Tabla 2**Valoración ideas del negocio**

INTERÉS/DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	F				V
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer					5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad					5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio				4	
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.			3		
	0	0	1	1	2

En la tabla previa se da un análisis acerca de las ideas y la disposición o el conocimiento que tenemos hacia esas mismas.

**Tabla 3****Total, valoración**

	A		B		C
Total, de afirmaciones valoradas en 1	0	X	1	=	0
total, de afirmaciones valoradas en 2	0	X	2	=	0
total, de afirmaciones valoradas en 3	1	X	3	=	3
total, de afirmaciones valoradas en 4	1	X	4	=	4
total, de afirmaciones valoradas en 5	2	X	5	=	10
PUNTAJE TOTAL					17

En la tabla previa se realiza la suma de la disposición o el conocimiento que tenemos hacia las ideas o afirmaciones anteriormente propuestas.

Servicio

Ofrecer piezas gráficas que ayuden a resolver la problemática de contaminación que generan las baterías, además de esto, también pueden adquirir servicios de asesoría a nivel gráfica, dándole al cliente una ayuda como punto de inicio para resolver sus problemáticas locales que se vean



involucradas con este tema. Sabemos que este servicio es bastante favorable porque sabemos que con los asesoramientos y las ideas innovadoras que podemos brindar hacia la empresa ayudaremos a solucionar sus dudas o problemas con respecto a la contaminación de las pilas.

Cliente potencial

Empresas que se encuentren interesadas en la protección ambiental

Necesidad

La necesidad de generar un cambio fuerte y salvar los ecosistemas que se ven comprometidos con el tema, además, muchas empresas actuales generan grandes ingresos con el tema ecológico y ayudan en gran parte al ambiente.

Funcionamiento servicio

Generar un servicio de asesoramiento o creación de piezas gráficas que tengan que ver con el tema.

Idea de negocio final

Prestar servicios de asesoramiento hacia la comunidad, realizando piezas gráficas u otro tipo de ayudas para resolver el problema en las empresas con enfoque ecológico. Transformar el enfoque de las empresas para poder contribuir a la salvación de muchos ecosistemas y entornos perjudicados por el problema.





Figura 3: Método SEIS SOMBREROS creada por Edward de Bono

VERBOS

Prestar

TEMA

servicios

CARACTERÍSTICA

Asesoramiento hacia la comunidad, realizando piezas gráficas u otro tipos de ayudas para resolver el problema

USUARIOS

Las empresas con enfoque ecológico.



VERBO INSPIRADOR

Transformar

PROPOSITO INSPIRADOR

El enfoque de las empresas para poder contribuir a la salvación de muchos ecosistemas y entornos perjudicados por el problema.

Alternativas a la idea de negocio inicial

- Crear puntos de recolección de las pilas en lugares donde no comúnmente se vea.
- Asesorar a las empresas ofreciendo el servicio de diseño de aplicación donde se muestre dónde están los puntos de control de recolección de la empresa misma.
- Diseñar piezas gráficas y actividades para la empresa que asesoramos donde se muestre el cómo los clientes pueden reciclar sus pilas o saber dónde están sus puntos de recolección.
- Crear unas piezas gráficas con movimiento o didácticas que puedan servir como método ecológico e informativo hacia las personas de cómo estas pueden reciclar las pilas o en donde las pueden depositar.

Competencia

Dentro de lo que cabe como competencia para nuestra empresa, encontramos una empresa llamada Nalpi (Nacional de pilas Central SAS) la cual brinda su servicio para la información sobre la recolección de pilas, sin embargo, no se logra encontrar información sobre la misma, lo único que se logra de saber de la empresa es que tiene ciertos puntos de recolección como: Bulevar - Salitre Plaza, entre otros.



Adicionalmente, el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible crea ciertas acciones y actividades en ciertas partes de la ciudad que ayudan a la mejora de la comunicación y puntos de recolección de pilas.

Alternativas a tu idea de negocio inicial con respecto a la competencia

Con respecto a nuestra competencia, los puntos de recolección que estos tienen son de forma bastante alta, sin embargo, estos son bastante alejados unos de otros y las personas lo tienen a un largo alcance; por lo tanto, nos enfocaremos en puntos más pequeños como barrios o zonas pequeñas donde no encuentren de forma cercana un punto de recolección.

Nuestra aplicación es una idea innovadora ya que Nalpi no cuenta con ninguna pieza gráfica o elemento que identifique sus puntos de recolección, adicionalmente sería de buena calidad y bastante informativa.

Observando nuestra competencia, esta no cuenta con ninguna forma gráfica o medio audiovisual donde muestre quienes son, qué puntos de recolección tiene o de qué forma los clientes o personas comunes pueden reciclar las pilas.

La única pieza gráfica que Nalpi y el ministerio tienen son las que usan en las canecas de recolección, poniendo su nombre y para qué son esas canecas, sin embargo, no se ha compartido mucho acerca de este modo de recolección.

Idea de negocio final

“Mediante el asesoramiento a empresas crear piezas gráficas con el fin de servir como método ecológico e informativo para las personas de cómo se pueden reciclar las pilas y donde las pueden depositar.”





Decidimos tener en cuenta esta idea pues al observar la información de la competencia y analizar los posibles resultados esta idea nos proporciona un campo amplio de investigación y ayuda para el medio ambiente, junto con esto ayudar a mitigar en un gran porcentaje de las problemáticas contaminantes que generan estos objetos, puesto a que como ya saben es un objeto altamente tóxico y dañino para cualquier tipo de vida en la tierra y sus recursos con ella.

Identidad Corporativa



Figura 4: Logotipo de la empresa creada





Capítulo 2

Segmentación de mercado - Cliente

Bondades del servicio

- Promover el cuidado del medio ambiente
 - Evita riesgos en la salud del consumidor
 - Incentivar a desechar de manera correcta de sus basuras
 - Conocimiento de los puntos de recolección
 - Creación de conciencia hacia el medio ambiente
 - Mejoramiento en los espacios de esparcimiento
 - Informar a la comunidad
 - Promueve el uso de otras herramientas que tengan un mismo fin
 - Ayuda al posicionamiento de una empresa
 - Identidad a la empresa
 - Responsabilidad a la hora de realizar las tareas con el objetivo de cumplir con las metas propuestas.
 - Proactividad al tomar la iniciativa, emprender acciones y asumir la responsabilidad de que las cosas sucedan sin dejar que el entorno influya negativamente en nuestro proceso.
 - Interés por el tema que escogimos y por la empresa en sí.
-
-



- Empatía al mostrar cercanía y comprensión con el resto de compañeros de trabajo ayuda a crear un clima laboral favorable.
- Compromiso con las actividades de la empresa y con los proyectos en los que se trabaja.
- Capacidad de trabajar en equipo brindándonos mejores ideas para una mejora del medio ambiente.



Buyer del cliente

Miedos y frustraciones y ansiedades

Uno de mis mayores miedos es vivir rodeado de un espacio o ambiente contaminado por las baterías, al mismo tiempo verse involucrado a un familiar en su estado de salud, al mismo tiempo mi mayor ansiedad es querer ayudar de una forma significativa a la comunidad y lo que más me frustra el no poder colaborar a la comunidad o a su propia familia.

Deseos, necesidades, anhelos y sueños

Deseo poder deshacerme de forma rápida y fácil de la batería que uso a diario. Anhele tener un espacio confortable y tranquilo, fuera de las toxinas que las baterías producen en mi hogar.





Sueño conocer las distintas formas de recolección de las baterías para que estas no afecten a mi familia o a mí mismo.

Aspectos geográficos y demográficos

La persona debe de vivir en la ciudad de Bogotá para ser más específicos en la localidad de Kennedy, al mismo tiempo debe de estar entre los estratos 2 y 3, junto con esto debe de estar en un rango de edad de los 25 a 35 años.

Importancia para el cliente

Actualmente no se tienen buenos conocimientos dentro de la comunidad acerca del método de recolección y reutilización de las baterías, es importante porque al saber este tipo de cosas porque de este modo las personas tendrán en cuenta las ideas proporcionadas y se tendrá mucho más cuidado con el medio ambiente.

Finalidad al cumplir las metas

Mostrar ideas gráficas y creativas para que el cliente conozca la forma de recolección de las baterías, adicionalmente se proporcionará ciertos avisos y basuras especiales donde los clientes pueden depositar estas. La barrera que puede existir es el dinero y la forma de llamar la atención de nuestros clientes, basándonos en los aspectos geográficos que estos tienen.

Frases que mejor describen las experiencias

- Al fin y al cabo, somos lo que hacemos para cambiar lo que somos.
- La tierra no es del hombre, el hombre es de la tierra.
- Procuremos siempre que nuestros actos, dejen una huella verde en nuestro camino.

Factores adicionales a tener en cuenta





La viabilidad y éxito de la empresa, que sea popular, que tenga conocidos que referencian esta empresa como una buena y que la forma de atención y los tiempos de trabajo sean los mejores.

Segmentación y descripción del cliente

En su mayoría los clientes que se preocupan por el medio ambiente y la adquisición de conocimiento acerca de la recolección suelen encontrarse en estratos bajos como lo son el 1,2,3 y en especial la localidad de Kennedy. Se relaciona constantemente con personas que se preguntan y desean adoptar el conocimiento sobre la recolección de pilas, teniendo un orden para su reutilización y recolección normal de productos desechables. Tiene en cuenta los puntos de venta y recolección de pilas en las tiendas y canecas puestas por el distrito. Nuestro cliente ideal sería una persona muy comprometida con la causa ambiental y el factor riesgo que puede generar tanto en su entorno en la calle como en su propia familia, además sería una persona comunicativa que ayudaría a darle el visto bueno de la empresa y de esta forma se conocería mejor. Una persona que además de realizar este gesto, se comprometa individualmente a hacer labores ecológicas para generar ejemplo. Actualmente, es necesario tener un número de aproximadamente 10 personas que tengan los ideales de nuestro cliente, con ello, se podría realizar una voz a voz compartiendo la información, el servicio que ofrecemos está dirigido para las personas que estén interesadas en este tipo de innovación. Con respecto a las personas que necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al de nosotros, debemos tener en cuenta nuestra competencia pues, aunque no existan muchas, estas no tienen un buen conocimiento o enfoque en el tema. Las personas que presentan alto potencial de adquirir su producto.

Valores del cliente ideal





- Empatía
- Interés
- Fidelidad
- Actitud positiva
- Pensamiento sostenible y ecológico
- Ambientalistas

Necesidades del cliente ideal

Deshacerse de forma rápida y fácil de la batería que usa a diario. Tener un espacio confortable y tranquilo, fuera de las toxinas que las baterías producen.

PERFIL DEL CLIENTE

Nuestros clientes buscan constantemente el cuidado de su espacio laboral y personal, al mismo tiempo busca promover el cuidado del medio ambiente y que más personas se sumen a esta causa que es tan vital para todos nosotros. Se encuentra rodeado por un problema principal el cual ignora constantemente, este problema es la falta de puntos de recolección de baterías lo cual lo obliga a olvidar el correcto proceso de recolección del material.

Otro problema que rodea a nuestro cliente puede llegar a ser la ignorancia de lo peligroso que puede ser no deshacerse de estos objetos y como los mismos ponen en riesgo su calidad de vida. Nuestro cliente busca cubrir necesidades como la subsistencia, protección, entendimiento, participación y creación, esto con el fin de poder solventar todas las necesidades que le rodean.



Nuestro cliente desea sentirse cuidado, escuchado y apoyado por la empresa debido a que lo que busca no solo un cambio para el medio ambiente, sino que también busca cuidar su salud y la salud de las personas que le rodean

Frustraciones

Según nuestra idea de emprendimiento para que sea considerado “demasiado costoso” viene de dos factores, el primero de ellos sería el tiempo porque claramente un trabajo de esta índole no se hace de la noche a la mañana así que esto puede hacer que la gente desista y el otro factor es que dependiendo el caso se pueden requerir ciertos sustratos o materias primas y esto obviamente es un esfuerzo extra por que nosotros tendríamos que costearlo.

Estos clientes se fijan en la calidad de atención que se brinde y el nivel de satisfacción que tengan sobre el resultado final puesto que el servicio que están pidiendo sea de interés para los demás y que de esta forma se puedan cumplir sus expectativas, otro desafío es ver que lo que invirtieron en nuestro servicio se vea recuperado y dejado un buen impacto.

Ellos suelen preocuparse porque su servicio solicitado se vea remunerado y sea de satisfacción para su fin deseado.

Alegrías

En nuestro caso, como somos una empresa que brinda el servicio hacia nuestros clientes para un mejor ambiente y que nuestros clientes conozcan más acerca de la recolección de pilas, por lo tanto, lo que los haría felices es el interés y el tiempo que se le brinda para escuchar sus ideas. Como clientes ellos esperan la mejor calidad en sus pedidos, de esta manera, cuando se realicen trabajos ellos esperan más calidad de la que suelen pensar o poner en el momento de mandar a realizar un trabajo.



Sin embargo, como solución ofrecemos generar ideas y procesos no tan complejos ni costosos para que nuestros clientes puedan acceder a ellos de forma fácil, rápida y económica. Teniendo en cuenta que los clientes consideran “exitoso” el servicio cuando una pieza solicitada produce el reconocimiento y llama la atención, llegando a alcanzar la meta del cliente con el producto.

Productos y servicio

Como empresa debemos tener una personalidad creativa e innovadora respondiendo a problemas de comunicación. Tener el dominio de herramientas tecnológicas y el conocimiento del entorno en todas sus manifestaciones para poder solucionar las problemáticas de nuestros clientes.

MAPA DE VALOR

Aliviadores de frustraciones

No genera ahorros de dinero, tiempo y esfuerzo, puesto como se explicó anteriormente el tiempo es con lo que menos contaremos, puesto a que es un servicio que consumirá tiempo, generará un esfuerzo extra porque tendremos que poner de nuestra parte y ahorros de dinero muy poco, pero se verá todo recuperado con la paga.

Una manera de lograr aceptación por el cliente mostrando testimonios, hechos, recorrido histórico como empresa y otros recursos que muestran resultados satisfactorios y que generan excelentes resultados. Puede llegar a arreglar algunas problemáticas con respecto al poco conocimiento dentro de la comunidad, pero en aspecto socioeconómico no afecta, ni ayuda a mejorar puesto que las piezas ayudan de mejor manera hacia el medio ambiente. Para eliminar riesgos que les asusta podemos ir mostrando al cliente ciertos avances para correcciones oportunas, además un estudio que genere tranquilidad en los usuarios.



Como lo dice uno de nuestros objetivos es ayudar a la reutilización correcta de las baterías puesto a que comúnmente estas se desechan de mala forma o se dejan sin botar y puede perjudicar a la salud de las personas. Se comparte de mejor forma la información acerca de las pilas, su reutilización y el lugar donde podemos depositarlas, mostrando hacia la comunidad que hasta lo más pequeño puede contaminar tanto dentro como fuera de la casa.

Generadores de Alegrías

Se realizarán diversas piezas en donde se utilizan sustratos no tan pesados para el medio ambiente, ahorrando energía y ofreciendo un producto de calidad.

Desde un principio nuestra empresa se basa en generar piezas gráficas distintas e innovadoras que no solo sirvan de guía, sino que también sean funcionales a la hora de ponerlas para el público, dando a conocer la información más importante. Dependiendo de la pieza a la que nos refiramos, la vida de los usuarios siempre será facilitada pues nuestro punto es mostrar un trabajo bastante explícito con la información más importante que queramos colocar.

La forma de recolección de las pilas será mucho más fácil y se podrá ver mucho más, generando un cambio dentro de la población a la hora de depositar sus productos metálicos contaminantes. Se cumplirá el deseo de cuidado, prevención y recolección que siente el cliente, al mismo tiempo se le dará la sensación de seguridad y salud a nivel personal.

Con esto pretendemos brindar mejor información acerca de la recolección de pilas, crear piezas que ayuden a esparcir esta información y de paso les ayude a los clientes a saber dónde pueden depositar estas.





Capítulo 3 LEGISLACIÓN

LEY 527 DE 1999 (agosto 18)

Legislación

Texto original de la Ley 527 de 1999: ARTÍCULO 41. La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las facultades que legalmente le han sido asignadas respecto de las entidades de certificación, y adicionalmente tendrá las siguientes funciones: 1. Autorizar la actividad de las entidades de certificación en el territorio nacional. 2. Velar por el funcionamiento y la eficiente prestación del servicio por parte de las entidades de certificación. 3. Realizar visitas de auditoría a las entidades de certificación. 4. Revocar o suspender la autorización para operar como entidad de certificación. 5. Solicitar la información pertinente para el ejercicio de sus funciones. 6. Imponer sanciones a las entidades de certificación en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio. 7. Ordenar la revocación de certificados cuando la entidad de certificación los emita sin el cumplimiento de las formalidades legales. 8. Designar los repositorios y entidades de certificación en los eventos previstos en la ley. 9. Emitir certificados en relación con las firmas digitales de las entidades de certificación. 10. Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección del consumidor, en los mercados atendidos por las entidades de certificación. 11. Impartir instrucciones sobre el adecuado cumplimiento de las normas a las cuales deben sujetarse las entidades de certificación.



Tomado de: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. (3 de octubre 2006).

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO LEYES DE INTERÉS.

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf

La Política nacional para la gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) se ha formulado de manera articulada con los objetivos y estrategias de las siguientes políticas ambientales:

1. La política de residuos o desechos peligrosos, en cuanto a sus lineamientos hacia la prevención, reducción de la generación y manejo ambientalmente adecuado de los residuos, así como en el impulso al aprovechamiento y reciclaje de los residuos.
2. La política de producción y consumo sostenible, en cuanto a sus objetivos para generar un cambio hacia patrones de producción y consumo sostenibles, mediante estrategias como el ecodiseño, las compras públicas sostenibles, el fomento a la competitividad empresarial, etc.
3. La Política para la gestión ambiental urbana, que promueve la coordinación y el fortalecimiento institucional entre las entidades territoriales y las autoridades ambientales y la participación ciudadana para incrementar la cultura, la conciencia ambiental y el grado de participación de los ciudadanos en la solución de los problemas ambientales urbano-regionales.
4. La Política nacional de educación ambiental que es el instrumento del Sistema Nacional Ambiental (SINA), orientador de los procesos de educación ambiental para el desarrollo sostenible, que refuerza lo contemplado en la ley General de Educación (Ley 115 de 1994) y sus decretos reglamentarios.
5. La Política nacional para la gestión integral de residuos sólidos – CONPES 3874 de 2016 cuyo enfoque es la gestión de los residuos no peligrosos y busca aportar al desarrollo sostenible y a la



adaptación y mitigación del cambio climático, y plantea la base inicial para avanzar hacia la economía circular desde la gestión integral de residuos sólidos. A partir de esta, se quiere lograr que el valor de los productos y materiales se mantengan durante el mayor tiempo posible en el ciclo productivo, que los residuos y el uso de recursos se reduzcan al mínimo, y que los recursos se conserven dentro de la economía cuando un producto ha llegado al final de su vida útil, con el fin de volverlos a utilizar repetidamente y seguir creando valor.

Tomado de: © Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2017

Link: https://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-74967_recurso_21.pdf

Ley 1480 del 2011

La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad. El acceso de los consumidores a una información adecuada - de acuerdo con los términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas. La educación del consumidor. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo a lo establecido con el código de infancia y adolescencia.

Tomado de: Superintendencia de industria y comercio. Estatuto Del Consumidor Ley 1480 del

2011. Gobierno Nacional. Gobierno De Colombia. Recuperado de

[https://www.sic.gov.co/estatutos-](https://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor#:~:text=Ley%201480%20de%202011&text=La%20protecci%C3%B3n%20de%20)

[consumidor#:~:text=Ley%201480%20de%202011&text=La%20protecci%C3%B3n%20de%20os%20consumidores,permita%20hacer%20elecciones%20bien%20fundadas.](https://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor#:~:text=Ley%201480%20de%202011&text=La%20protecci%C3%B3n%20de%20os%20consumidores,permita%20hacer%20elecciones%20bien%20fundadas.)

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible



RESOLUCIÓN 2246 DE 2017(Octubre 31)

“Por la cual se modifica el artículo 10 de la Resolución 1297 de 2010 y se dictan otras disposiciones”.

Tomado de: MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE . (3 De Noviembre 2017). *RESOLUCIÓN 2246 DE 2017*. Google Chrome. Diario Oficial Recuperado de https://xperta.legis.co/visor/temp_legcol_2c169c30-378a-4e54-a312-324c95f36799



Capítulo 4 Propuesta de valor

Definición estratégica (Cronograma)

Figura 5: Cronograma de actividades

Diseño de Concepto (Tecnología y materiales)

Tabla 4

Tecnología

Tecnologías	Descripción
Impresora Laser	La impresora a utilizar es una CANON PIXMA iP8750 la cual posee características como: Impresora A3+ de primera calidad con conectividad inalámbrica para entusiastas de la fotografía El sistema de 6 tintas incluye tinta gris para obtener excepcionales impresiones en color y en blanco y negro Eficaces depósitos de tinta independientes sustituibles individualmente y tintas XL opcionales Impresión desde smartphones y tablets con la aplicación PIXMA Printing



	<p>Solution</p> <p>Compatible con Apple AirPrint, Google Cloud Print y PictBridge inalámbrico</p>
Plotter de corte	<p>Plotter de corte panel de control LCD + teclado CPU 32 bits.</p> <ul style="list-style-type: none">- 2 Mb de memoria.- Lectura de marcas de registro por sensor óptico.- Software y drivers de control incluidos.- Modo de posicionamiento y corte.- Servomotores.- 2 Rodillos de arrastre Instalación y control plug and play - USB .- Dimensiones 672 x 338 x 266 mm (6000-40).- Dimensiones 925 x 338 x 266 mm (6000-60).- Peso 12 kg y 15 kg respectivamente.- Dimensiones máximo de corte: 375 mm x 50 m (6000-40).- Dimensiones máximo de corte: 603 mm x 50 m (6000-60).- Velocidad máxima: 600 mm / min (6000-40).- Velocidad máxima: 900 mm / min (6000-60).



	<ul style="list-style-type: none">- Aceleración máxima: 21,2 m/seg.- Presión de corte regulable: 300 -330 g (6000-40).- Presión de corte regulable: 450 -500 g (6000-60).- Resolución mecánica 0,005 mm.- Disponible en soporte para modelo 6000-60.- Disponible modelo 6000-120 con una dimensión de corte de 1213 mm x 50 m
Barnizadoras	<p>Ara-profi comercializa la barnizadora PMA UV KC 48 D para impresiones digitales y fotografía, gracias a su formato reducido, es una máquina idónea para pequeñas y medianas tiradas.</p> <p>Incorpora un sistema de aplicación mediante rodillo y el curado del barniz se realiza mediante lámparas UV ofreciendo un acabado de calidad. Los ajustes de la misma se realizan de forma rápida al igual que la limpieza de la misma.</p> <p>Monta en su cabezal un sistema de limpieza de rodillo inferior para que así no se dañen las impresiones por la cara que está todavía sin barnizar o que no se quiere proteger. El equipo se suministra con alimentador automático de barniz y reciclado del mismo.</p>
Guillotina Automática	<p>PMA Product España distribuye en exclusiva Grafcut, fabricante europeo de equipos de corte de altas prestaciones. Accionamiento hidráulico en pisón y cuchilla con regulador frontal para trabajar con el ajuste necesario dependiendo</p>



	<p>del producto a cortar. Pisón frontal de acción rápida y mesas laterales incluidas.</p> <p>Este modelo monta una pantalla táctil de 4" para realizar todos los ajustes necesarios incluyendo sus 100 memorias y 100 pasos de corte en cada una de ellas, programa específico para corte de tarjetas. Anchura máxima de papel 520 mm, profundidad máxima de corte 530 mm, altura máxima de corte 80 mm, corte mínimo 30 mm (60 mm con falso pisón). Colchón de aire frontal y trasero adicional para mover sin esfuerzo resmas de papel. Este equipo cuenta con toda la estricta normativa de seguridad CE, incluyendo fotocélulas frontales.</p>
Computador	<p>Procesador: Ryzen 5 3600</p> <p>Placa base: Gigabyte B450M DS3H</p> <p>Tarjeta gráfica: Gigabyte GTX 1050 Ti</p> <p>Memoria RAM: Corsair Vengeance LPX 2x4 GB</p> <p>SSD: Crucial MX500 250 GB</p> <p>Disco Duro: Western Digital Blue 1TB</p> <p>Fuente de alimentación: Seasonic S12III 500</p> <p>Caja: Nox Infinity Neon</p>



En la tabla previa se da un análisis acerca de los materiales tecnológicos que se necesitan para las impresiones y los productos necesarios para las impresiones o pedidos por parte de las empresas que soliciten nuestra ayuda.

Tabla 5

Materiales

MATERIALES	DESCRIPCIÓN
Barnices Digitales	Barniz digital para secado por calor o lampara UVI. Tamaño: 5l. <hr/> Para máquinas de lámpara UVI. Tamaño: 5l.
Papel láser	Hay un tipo de papel para impresora hecho específicamente para impresoras láser. El papel láser está hecho para combinar con las características de una impresora láser y mantener mejor el polvo de tóner. Lo mejor es imprimir



	etiquetas de direcciones y de correo, o para cheques o recibos.
Tintas	Canon CLI-551XL Negro Canon CLI-551XL Cian Canon CLI-551XL Magenta Canon CLI-551XL Amarillo Canon CLI-551XL Gris
Papel blanco brillante	Este tipo de papel es el que generalmente usamos cuando imprimimos documentos. Tiene superficies lisas que ofrecen mejores resultados para imprimir textos e imágenes simples. No tiene textura y se puede usar para imprimir a una cara o a doble cara.
Papel mate	Para uso diario y general, este papel para impresora funciona bien con impresoras de inyección de tinta. Su superficie es absorbente y de secado rápido de las tintas.
Papel satinado	A menudo se confunde con el papel fotográfico debido a su superficie ligeramente brillante. Bueno para uso general, sin embargo, es propenso a mancharse. Resulta un papel de calidad para fotos, pero cuesta un tiempo secar la tinta cuando se imprime



Papel fotográfico	Específicamente para imprimir fotografías. Este papel para impresora tiene una superficie brillante que crea imágenes de colores vibrantes. La única diferencia es que es de secado rápido y viene en diferentes tamaños de papel, revestimiento y pesos.
Cartulina	Otro tipo de papel para impresora comúnmente utilizado, es el mejor para las manualidades debido a su superficie resistente y gruesa. Tarjetas de felicitación, invitaciones, álbum de recortes y tarjetas de presentación son solo algunos de sus muchos usos.

En la tabla previa se muestra acerca de los materiales que se necesitan para las impresiones y los productos necesarios para las impresiones o pedidos por parte de las empresas que soliciten nuestra ayuda.

Tabla 6

Morfología

MORFOLOGÍA	FUNCIONAMIENTO
Medidas del papel	Son distintas de acuerdo al papel que se requiera o se solicite ya que no todos los papeles tienen las mismas medidas, sin embargo, nuestras máquinas se basan en un tamaño DIN:



DIN 4A0 : 1682×2378 mm
DIN A0 : 841×1189 mm
DIN A2: 420×594 mm
DIN A4: 210×297 mm
DIN A6 : 105×148 mm
DIN A8 : 52×74 mm
DIN A10 : 26×37 mm

Diseño de Producto - fabricación

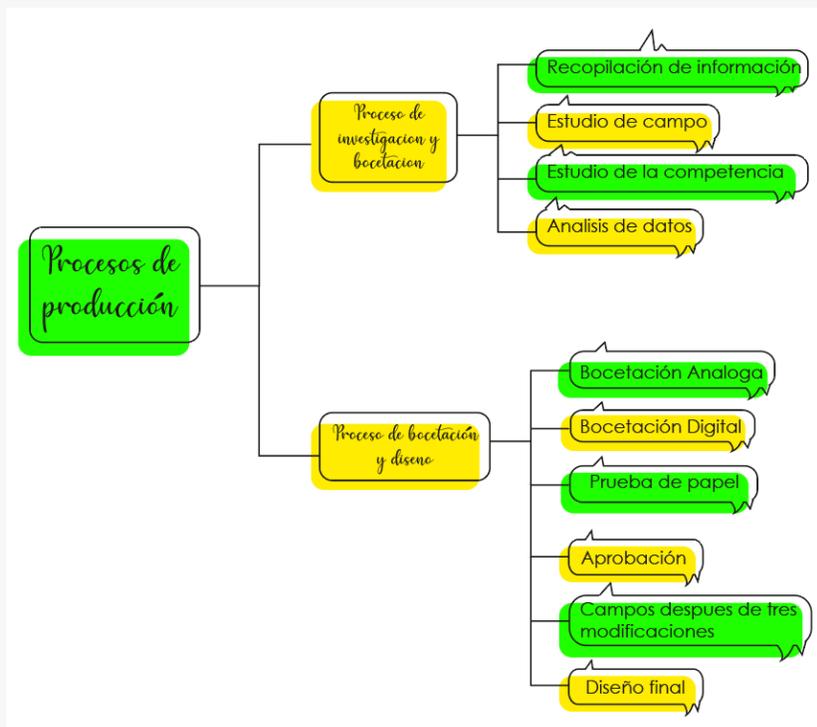


Figura 6: Proceso de producción



Distribución

La empresa en cuestión decide comunicarse con nosotros debido a que necesitan la creación de marca y de propuesta gráfica.

Nosotros Pestel Desing somos una empresa que se dedica a la creación y producción de piezas gráficas, con el apoyo y trabajo de diversos estudiantes de diseño gráfico.

En este caso nuestro trabajo es la creación de la marca, imagen y piezas gráficas para una empresa la cual se encarga de la recolección de productos altamente contaminantes.

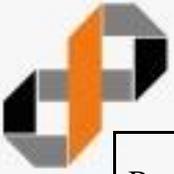
Se contrata a la empresa Distribuciones RP S.A.S la cual tendrá el cargo de hacer llegar las piezas gráficas impresas a la empresa conocida como Lökkies, al mismo tiempo en el caso de que se entregue algún soporte por medio digital se realizará por parte del correo del diseñador encargado.

Recursos propios y terceros

Tabla 7

Recursos propios y de terceros

PROPIOS	TERCEROS
Impresora Laser	Papeles
Computadores	Tintas



Barnizadoras	Empaquetado
Guillotina automática	Distribución
Plotter de corte	

En la tabla anterior distribuimos la información acerca de cómo obtenemos nuestros materiales y quien nos aporta.

PROCESO DE PRODUCCIÓN DISEÑO GRÁFICO

Fase 1a: Proceso de investigación y votación.

Fase 1.1a: COSTOS DE INVESTIGACIÓN: Recopilación y análisis de la información

Tabla 8

Recopilación y análisis de información

Cliente	Características de cada fase	Tiempo de la investigación	hora de análisis	Total valor horas
Recopilación de	Se realiza una recopilación medio	4 (horas)	3.000	12.000



información	online			
Estudio de campo	Se realizará un recorrido en los diferentes sectores que realicen este tipo de producto	3 (horas)	3.000	9.000
Estudio de la competencia	Se realizará una investigación de la competencia, como trabaja esos productos, que características tiene, tipo de papel, su diseño, etc.	1 día (8 horas)	3.000	24.000
Análisis de datos	Se realizará la recolección de datos y su análisis	4 horas	3.000	12.000
TOTAL, GENERAL DE INVESTIGACIÓN		19 horas	12.000	57.000

En la tabla anterior distribuimos la información acerca de los precios en cuanto a la recopilación y análisis de información con respecto a la creación de una pieza.

Fase 1b: PROCESO BOCETACIÓN Y DISEÑO

Tabla 9

Costos y presupuestos



Cliente	Características de cada fase	Hora	Valor Hora	Total, horas
Bocetación Análoga	En este momento del proceso se trabaja de forma análoga, la parte de creación	6 horas	3.000	18.000
Bocetación digital	En este momento se realiza el proceso de bocetación digital y se trabajará en software de diseño (Illustrator)	1 días (8 horas)	3.000	24.000
Prueba de impresión en papel	Se realizará una prueba de impresión verificando color, tipografía, composición	se realizan 4 pruebas de impresión // 3 horas	3.000	9.000
Aprobación del cliente	Se realiza el envío al cliente medio online	1 hora	2.000	2.000
Cambios después de tres	Cada cambio después de el tercer cambio	1 días (8 horas)	4.000	32.000



modificaciones				
Diseño final	Entrega final se entrega al cliente el archivo listo para impresión	2 días (16 horas)	6.000	96.000
TOTAL, GENERAL DE INVESTIGACIÓN		42 horas	21.000	181.000

En la tabla anterior distribuimos la información acerca de los precios en cuanto la creación de una pieza gráfica para la empresa.

Resultados

Fase	Total
Fase 1a	57.000
Fase 1b	181.000
Valores Totales	238.000

En la tabla anterior distribuimos la información acerca de la totalidad de los precios.

Tabla 10



Proveedores

Proveedor	Producto
CORRUGADOS DE COLOMBIA S.A.S.	Papeles
Protoner Toners & Tintas Compatibles Ultra Premium	Tintas
EMPAQUES Y CARTONES S.A.S.	Empaquetado
Distribuciones RP S.A.S	Distribución

En la tabla anterior mostramos las empresas que están aliadas con nosotros para la distribución de productos y para la recolección de estos.

Verificación y validación

Tabla 11

Estrategias

ESTRATEGIAS	CUMPLE/NO CUMPLE
Creación del logo que nos identifique como diseñadores con respecto a la	CUMPLE



problemática de las pilas.	
Tener un buen manejo de plataformas y organización de la empresa, dando un buen servicio al cliente.	CUMPLE
Producir piezas gráficas de calidad dirigidas a las empresas enfocadas en este tipo de problemática de las pilas.	CUMPLE
Enfocarnos en la comunidad de Kennedy	CUMPLE
Mostrarnos como una empresa de calidad en términos de diseño y enfoque ecológico frente a las empresas dentro del barrio de Kennedy.	CUMPLE

En la tabla previa damos de forma organizada las estrategias necesarias para la creación de piezas y promoción de nuestra empresa.

Tabla 12

Responsables

Responsable	Rol
Jefe de Diseño	Es el encargado de revisar cada proceso realizado para la creación producción y distribución de la pieza trabajada



Diseñador Gráfico	Es el responsable de atender el cliente, realizar el proceso de diseño y creación de servicio y entrega de trabajos al prensista.
Prensista	<p>Es el encargado de la verificación de los acabados de las piezas correspondientes del servicio ,al mismo es el responsable de generar el formato de pre prensa.</p> <p>Junto con esto es el trabajador que prepara y opera diferentes clases de máquinas para imprimir textos en un solo color, dibujos sobre papel y otros similares.</p> <p>Ajusta su prensa, recibe las formas, enmarca, coloca el papel, entinta y la pone a funcionar; saca las pruebas y realiza el tiro; vigila el correcto funcionamiento de la máquina, su lubricación y mantenimiento</p>
Refiladores	Encargados de realizar y revisar que las piezas tengan un perfecto estado en el corte.
Plegadores	Es el trabajador encargado de realizar los debidos dobleces en las piezas realizadas
Empacadores	Son los encargados de empacar las piezas y verificar que el producto se encuentre en buen estado antes de ser enviado al cliente.

En la tabla previa mostramos el organigrama de la empresa.



Tabla 13

Indicadores de calidad

Calidad	Indicadores
Arte Grafico	¿Tiene toda la información? Logotipo de la empresa ¿Presenta defectos en los acabados? Unidades completas ¿Presenta defectos en los patrones? Diferencia de tonos ¿Presenta defectos el papel? ¿Presenta roturas? Otros
Acciones de control	Políticas de devoluciones

En la tabla previa damos los niveles de calidad de nuestros productos como lo que son las piezas graficas ecológicas.

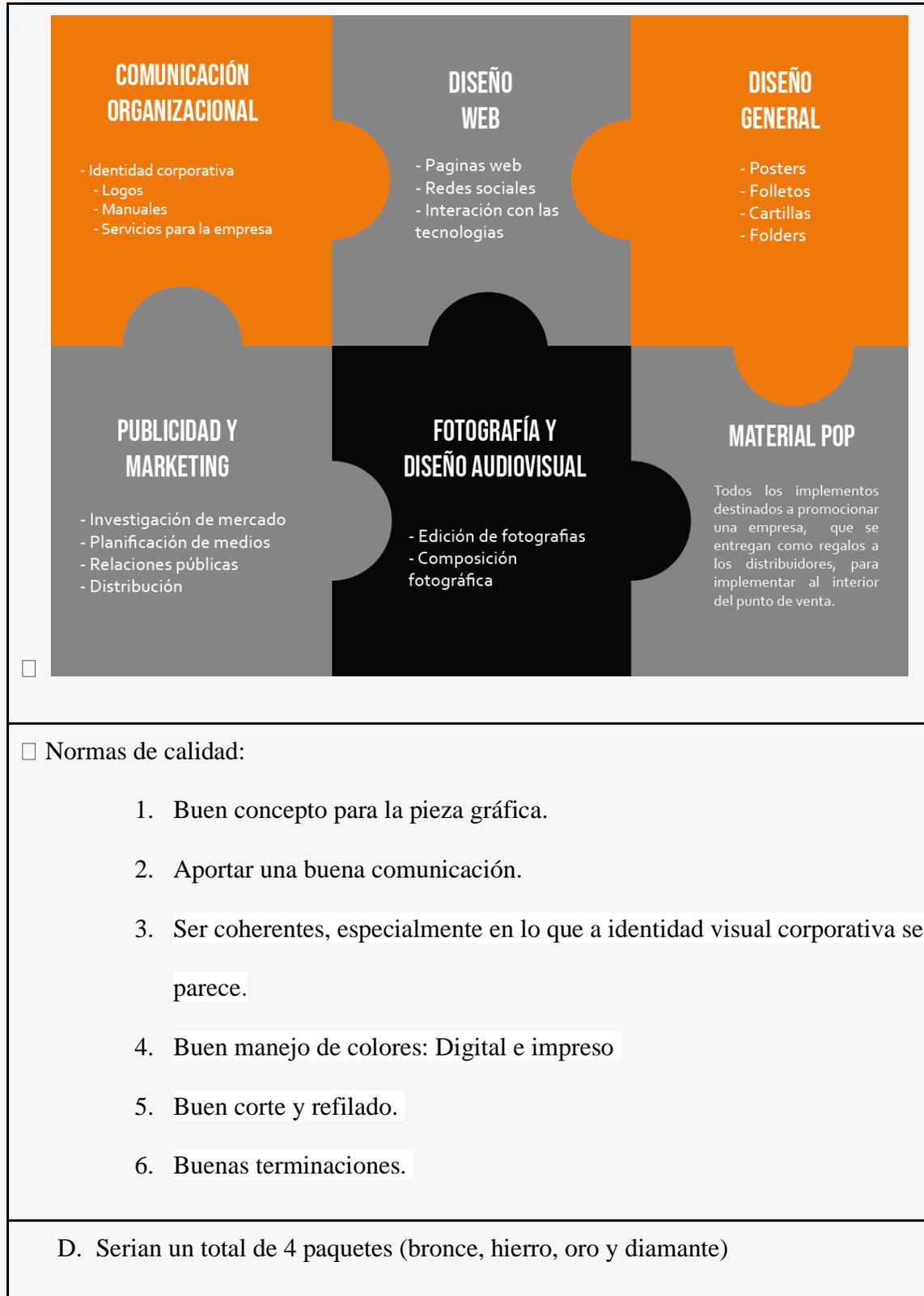
Competidores



Nombre del Competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Mouse interactivo	Servicio de diseño gráfico	Servicio individual: \$3.500.00	Servicios de Packaging y Branding	Bogotá, Colombia
Movidagráfica	Servicio de publicidad y posicionamiento web	Paquetes desde \$4.000.000	Paquetes de ofertas de servicios	Bogotá, Colombia y Barcelona, España
All Branding SAS	Servicio de diseño, publicidad y Branding	Servicios entre \$3.800.000 y \$6.000.000	Material P.O.P Merchandising Empaques	Bogotá, Colombia

Ficha técnica

Ficha Técnica Del Servicio
A. Paquete de diseño y publicidad (de paquete bronce a paquete diamante)





- Bronce: Diseño básico (impresos) Creación de imagen corporativa básica (identificador y manual corporativo)
- Hierro: Diseño medio (impresos, papelería) Diseño web básico (creación de página autosustentable más un dominio) Imagen corporativa media (identificador, manual corporativo, mock ups no aplicables y mascota)
- Oro: Diseño avanzado (impresos, papelería, material P.O.P) Diseño web medio (creación de página autosustentable, tres dominios, campaña en redes sociales) Imagen corporativa avanzada (identificador, manual corporativo, mock ups aplicables, mascota)
- Diamante: Diseño avanzado (impresos, papelería, material P.O.P) Diseño web avanzado (creación de página autosustentable, cinco dominios, campaña en redes sociales y publicidad en internet) Imagen corporativa avanzada (identificador, manual corporativo, mock ups aplicables, mascota y material merchandising) Plus: Campaña publicitaria básica (Sesión fotográfica corta, manual publicitario + campaña básica)

E. Página web con gran alcance y llamativa, redes sociales (Instagram, Facebook), chat WhatsApp y línea telefónica. publicidad e impresos (posters, panfletos, trípticos) publicidad web (redes sociales e internet)

Publicidad e impresos (posters, panfletos, trípticos) publicidad web (redes sociales e internet) Además se cuenta con un brochure donde se muestra el servicio de forma rápida y llamativa.



□ La pieza se entrega inmediatamente antes de impresa o su finalización digital, su conservación depende de la finalidad de la pieza gráfica y el material en el que esté hecho.

- Piezas digitales: Utilizarlas únicamente en los espacios a los que va dirigido (Facebook - Instagram - Twitter - etc).
- Piezas impresas: Mantenerlas en lugares frescos y secos para evitar arrugas o manchas con las tintas. No doblar dependiendo del material en el que se imprima.

H. Se da una garantía por paquete

- Bronce: 3 meses
- Hierro: 5 meses
- Oro: 8 meses
- Diamante: 1 año

I. Los servicios adicionales que no estén inscritos se cobrarán por cantidad y tiempo de diseño.

- Recomendaciones por tipo de cliente: ya que somos una empresa de diseño y nuestros clientes son empresas que quieren promocionar su negocio verde, etc, nuestras recomendaciones van en general exponiendo lo siguiente:
 - Tener la idea clara de lo que se quiere diseñar.
 - Tener el material claro en el que se quiere imprimir, su gramaje



y su cantidad. (En caso de que no lo sepa, preguntar por el catálogo de papel dentro de la empresa).
<ul style="list-style-type: none">• Saber que servicio requiere exactamente.
ELABORÓ
REVISÓ
APROBÓ

Prototipo

Características del servicio

Se presenta un servicio completo de diseño que se basa en asesorar a los clientes principales los cuales son las empresas con interés de cuidar el medio ambiente para que atraigan de forma más llamativa y didacta la atención de sus propios clientes (personas naturales), los cuales mencionamos como adicional en este instante, en su mayoría apoyamos campañas ecológicas, en especiales la recolección de pilas y con esto buscamos que los clientes habituales se informen y conozcan nuevas formas de apoyar el cuidado del medio ambiente. Tendremos servicios, descritos en la página web y redes sociales, como lo son:

- **Diseño gráfico:** Al solicitar el servicio de Diseño Gráfico o también llamado Diseño Avanzado, ofrecemos al cliente distintas formas de presentar su papelería, con diseños innovadores y diferentes para cambiar un poco lo habitual y lo común al momento de solicitar una de estas piezas.



- Diseño web: Ofreceremos un portal dedicado para que los clientes organicen sus datos, incluyendo el seguimiento de órdenes y reclamaciones, permitiéndole a los clientes descargar facturas, ver envíos pendientes, etc, todo desde un mismo lugar.
- Imagen corporativa avanzada: Dentro de este espacio se maneja la imagen de la marca, como el conjunto de creencias, actitudes o percepciones que tienen los públicos sobre una empresa. Es decir, es la forma en que ese público interpreta el conjunto de señales procedentes de los productos, servicios y comunicaciones, emitidas por la marca.
- Campaña publicitaria básica: En este espacio ofreceremos un conjunto de piezas creadas con el objetivo de difundir tu marca y la idea del cuidado del medio ambiente. Se presentarán las mismas ideas, el mismo slogan, los mismos estilos y colores, entre otros aspectos similares.

Características del prototipo

Lo que se quiere realizar en el prototipo es una página web que contenga todo tipo de información acerca de nosotros, quienes somos, lo que se hace y otro tipo de información que le permita al cliente tener un general sobre nuestra empresa y que es lo que hacemos, además de ello, habrá una serie de prototipos de concepto que muestren mock ups sobre cómo se vería nuestra marca reflejada en varios montajes.

Además, se crearían también páginas en facebook e instagram para apoyar a la página principal, lo cual también contará con cierta información, pero más que todo publicidad para que se conozca mucho más fácil la empresa.

Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo





El cliente podrá interactuar con el prototipo al entrar en contacto con nuestra página web donde será capaz de encontrar información necesaria sobre la empresa, ejemplos de productos que puede realizar la empresa, cotización sobre los servicios a recibir, redes sociales de la empresa, información de contacto y medios de comunicación entre la empresa y el cliente.

Evidencia del prototipo

Ahora que tienes tu Prototipo, queremos verlo, dependiendo el formato que escogiste puedes relacionarnos imágenes, link de videos (recuerda que deben ser hechos por el grupo), links de páginas web entre otros.

<https://juandagogo322.wixsite.com/website>





Lienzo Lean Canvas

<p>Problema:</p> <ul style="list-style-type: none"> Principalmente el cliente tendrá un problema de comunicación, 	<p>Solución:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se encarga de generar una comunicaci 	<p>Propuesta de valor Única:</p> <p>Se ofrecen diferentes</p>	<p>Ventaja injusta:</p> <p>“Nos enfocamos en la promoción</p>	<p>Segmento de clientes:</p> <p>Se tiene como cliente principal las</p>
---	--	--	--	--



<p>pues no tendría ni los medios ni la publicidad para comunicar su campaña publicitaria, lo cual hace que nuestro servicio sea óptimo para resolver los problemas de este tipo de cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El impacto negativo en el ambiente que puede generar, una campaña publicitaria. En nuestra empresa se genera un trabajo con conciencia ambiental lo cual es viable para un trabajo como el que se requiere. 	<p>ión indirecta entre empresa y cliente a través de la publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayuda a generar promoción y reconocimiento a la empresa. • Genera una comunicación más cercana y fácil de realizar para el cliente a través de las páginas web. 	<p>tipos de paquetes lo cual hace que sea más económico a la hora de elegir una empresa de diseño que preste estos servicios pues cabe resaltar que se cuenta con 4 paquetes cada uno mejor que el anterior y a un precio muy cómodo para este tipo de clientes.</p>	<p>y divulgación mediante piezas gráficas y asesoría de campañas relacionadas con el cuidado del medio ambiente en referente a los productos metálicos”</p>	<p>empresas interesadas en el cambio y mejoramiento del medio ambiente ya que muchas veces en la creación de campañas publicitarias o creación de otros procesos de diseño, ellos requieren de una agencia de diseño.</p>
	<p>Métricas Clave:</p> <p>Adquisición: (Potenciales clientes)</p> <p>Clasificación: (Satisfacer las necesidades de un tipo de cliente en específico)</p> <p>Activación: (Experiencia por parte de la empresa y Análisis de Características empresariales)</p> <p>Retención: (Fidelidad del</p>	<p>Slogan: Somos los encargados de traer tu idea de la imaginación a la realidad.</p>	<p>Canales:</p> <p>El servicio se hará llegar por un servicio de paquetería, el cual se encargue de dejar el servicio en buen estado y al cliente. Se poseen canales propios de comunicación para realizar cualquier consulta o duda que se genere el</p>	



	<p>cliente frente al resultado)</p> <p>Ventas: (Generación Ingresos)</p> <p>Recomendación:(Referencias y Nuevos clientes)</p>		<p>cliente</p> <p>Los canales de comunicación de nuestra empresa son digitales a partir de las redes sociales de la misma, las cuales se encuentran monitoreadas por nosotros mismos.</p>	
<p>Estructura de costes:</p> <p>Gastos fijos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago de materias prima (sustratos, tintas, papeles, entre otros) • Pago de local y servicios (internet, luz, agua, gas) • Pago a empleados • Pago de licencias de programas • Pago de impuestos <p>Gastos variables</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remodelaciones • Fondo para daños • Fondo para caso de emergencias 		<p>Fuentes de ingresos:</p> <p>Se manejan diferentes opciones de pago, como lo son por medios web, tarjeta de crédito, efectivo y entre otras, solo con la excepción de que es un pago a contra entrega (mitad al empezar el trabajo y la otra parte al terminar).</p> <p>Se generan ingresos por medio de nuestros servicios, para poner un ejemplo podríamos indicar que sería como un contrato de obra labor, la cual consiste en que nos pagaran por el servicio que se haya realizado. Se puede ser un poco flexible con los precios, pues si este cliente pide un paquete (sin importar cual) más un servicio individual, se puede llegar a un descuento aplicando términos y condiciones.</p>		

Lienzo Lean Canvas 2

<p>Problema: Dar a conocer los diferentes procesos con respecto a los métodos de diseño proporcionados por las asesorías de</p>	<p>Solución: Mostrar un concepto creativo pero que se enfoque en lo</p>	<p>Propuesta de valor Única: Nuestra agencia o</p>	<p>Ventaja injusta: “Nos enfocamos en la promoción</p>	<p>Segmento de clientes: Tenemos como segundo</p>
--	--	---	---	--



<p>diseño hacia las empresas y sus campañas.</p> <p>Obtener más información acerca de los procesos de recolección y reutilización de las pilas mediante piezas gráficas con movimiento y didácticas que atraigan su atención y lo vean más innovador.</p>	<p>requerido desde un principio para dar a conocer una buena información.</p> <p>Cada pieza gráfica que se realice debe tener una señal de innovación única y distinta a las ya puestas por otras asesorías en referente al tema del cuidado del medio ambiente.</p> <p>Se enfocarán en brindar conocimiento acerca de los productos metálicos</p>	<p>empresa se basa en asesorar a los clientes principales para que atraigan de forma más llamativa y didacta la atención de los clientes, los cuales mencionamos en este instante, en su mayoría apoyamos campañas ecológicas, en especiales la recolección de pilas y con esto buscamos que los clientes habituales se informen y conozcan nuevas formas de apoyar el cuidado del medio ambiente con productos metálicos.</p> <p>Slogan: Somos los encargados de traer tu idea de la</p>	<p>y divulgación mediante piezas gráficas y asesoría de campañas relacionadas con el cuidado del medio ambiente en referente a los productos metálicos”</p> <p>Canales:</p> <p>Cuando el servicio esté listo de acuerdo a los pedidos del cliente, se hará llegar por un servicio de paquetería, el cual se encargue de dejar el servicio en buen estado y al cliente.</p> <p>Se poseen canales propios de comunicación</p>	<p>cliente a la persona habitual que compra las pilas a las empresas que crean estas o a las tiendas cerca de sus viviendas, este cliente está ubicado en la localidad de Kennedy puesto que es el lugar en donde menos se tiene una buena comunicación de este tema.</p>
	<p>Métricas Clave:</p> <p>Adquisición: (Potenciales clientes)</p> <p>Clasificación: (Satisfacer las necesidades de un tipo de cliente en específico)</p> <p>Activación: (Experiencia por parte de la empresa y Análisis de Características empresariales)</p> <p>Retención: (Fidelidad del cliente frente al</p>			



	<p>resultado)</p> <p>Ventas: (Generación Ingresos)</p> <p>Recomendación:(Referencias y Nuevos clientes)</p>	<p>imaginación a la realidad.</p>	<p>para realizar cualquier consulta o duda que se genere el cliente como por ejemplo Páginas Web, Redes Sociales o Números de teléfono. Los canales de comunicación de nuestra empresa son digitales a partir de las redes sociales de la misma, las cuales se encuentran monitoreadas por nosotros mismos.</p>	
<p>Estructura de costes:</p> <p>Gastos fijos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago de materias prima (sustratos, tintas, papeles, entre otros) • Pago de local y servicios (internet, luz, agua, gas) • Pago a empleados • Pago de licencias de programas • Pago de impuestos <p>Gastos variables</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remodelaciones • Fondo para daños • Fondo para caso de emergencias 		<p>Fuentes de ingresos:</p> <p>Se manejan diferentes opciones de pago, como lo son por medios web, tarjeta de crédito, efectivo y entre otras, solo con la excepción de que es un pago a contra entrega (mitad al empezar el trabajo y la otra parte al terminar). Se generan ingresos por medio de nuestros servicios, para poner un ejemplo podríamos indicar que sería como un contrato de obra labor, la cual consiste en que nos pagaran por el servicio que se haya realizado. Se puede ser un poco flexible con los precios, pues si este cliente pide un paquete (sin importar cual) más un servicio individual, se puede llegar a un descuento aplicando términos y condiciones.</p>		



El Lean Canvas está basado en el Modelo de Negocio diseñado por Alex Osterwalder. Gracias a Ash Maurya podemos disfrutar de una adaptación específica del canvas de modelo de negocio para emprendedores que están trabajando en su idea de negocio a la hora de lanzarla. De este modo entendemos que este modelo tiene distintos puntos de trabajo de los cuales escogimos canales; ¿Pero en qué nos basamos para escoger este modelo de trabajo propuesto por Osterwalder?

Primero que todo, es claro remarcar que nuestra empresa se centra en la creación y desarrollo de contenido específicamente para dar imagen a diversos tipos de proyectos en su mayoría basados en mejorar la calidad del medio ambiente; tales como trabajos de diseño, fotografía, realización de campañas publicitarias, diseño web y entre otros trabajos de los cuales nos encargaremos.

Por este motivo, es de vital importancia que se tenga una buena comunicación tanto interna como externamente, puesto que se tienen en cuenta diversos factores como lo es mejorar en la competitividad, la organización que se tiene dentro de la empresa, la forma más eficaz en la que la empresa se puede adaptar a cambios en su entorno y fuera de este para así lograr sus objetivos; como ejemplo de esto tenemos al grupo del banco BBVA el cual busca acercar a los empleados la misión de la Fundación para así promover el desarrollo económico y social de personas en vulnerabilidad que cuentan con actividades productivas, suelen darle importancia y basarse en la comunicación interna de la empresa, creando diferentes actividades y juegos como lo es 'Héroes' considerada como una experiencia interactiva de formación destinada a los que se incorporan al Grupo, pero también a reforzar el propósito social de la Fundación, que atiende a más de dos millones de personas en cinco países de América Latina. 'Héroes' es el segundo



proyecto basado en un juego que lanzan, después de ‘Simón’, una aplicación que perseguía mejorar las aptitudes de gestión de equipos.

Tomado de: “Gamelearn Team. (14 de Enero 2020). 5 ejemplos de comunicación interna exitosa. Google Chrome. Gamelearn Recuperado de <https://www.game-learn.com/5-ejemplos-de-comunicacion-interna-exitosa/>”

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente para nosotros es muy importante la manera de comunicación que generamos con el cliente debido a que es un aspecto muy importante para las empresas puesto que se da a entender el mensaje a comunicar, se tiene entendido que la forma más cercana e interactiva para comunicarse con el espectador es desde lo visual ya que entienden de forma directa y rápida la idea que se quiere compartir por parte de las empresas.

En general la comunicación está basada en un proceso común para todo tipo de empresa y, pieza a publicar y compartir. Se enfoca primordialmente en la relación que se tiene con el cliente objetivo puesto que no todos los productos se basan en un mismo público objetivo y en un mismo sector; de esta manera nos podemos basar en algunos estudios realizados hace ya mucho tiempo por parte de la Mass Communication Research, de este grupo de sociólogos estuvo presente Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, entre otros que nos dieron a entender distintas formas y procesos comunicativos que podíamos implementar tanto en piezas gráficas pequeñas como posters y carteles a comerciales de televisión, buscando en su mayoría atraer gente, cambiar la posición social o compartir ideales y que ciertas personas puedan seguirlo.



Un ejemplo claro de este tipo de comunicación general o en donde más se vio pronunciado este tipo de procedimiento fue en la película *NO* dirigida por Pablo Larraín en 1988, se basa en la presión aumenta en contra del dictador chileno Augusto Pinochet, obligándolo a realizar un referéndum por su presidencia. El país votará si Pinochet continúa durante ocho años más en el poder. Los líderes del movimiento del "no" reclutan a René Saavedra, un joven publicista, para difundir su campaña. Con pocos recursos y el constante escrutinio de la gente del dictador, Saavedra y su equipo idean un plan para ganar la elección.

De este modo, teniendo en cuenta todo lo anteriormente mencionado, nos dedicamos a explicar qué tipo de comunicación llevará la empresa internamente y así lograr una buena organización y cumplimiento de objetivos: Principalmente se llevarán a cabo reuniones ya sea como grupo o individuales para de esta manera mantener un contacto directo entre empleados y directores de la empresa; otra forma bastante común para la comunicación interna son los e-mails ya que es un medio en donde puedes gestionar tareas y comunicar procesos para que pueda quedar registro de ciertos tratos o informaciones que se han hecho dentro de la empresa; por último, otra forma un poco más interactiva son los eventos sociales-empresariales, ya que se establecen relaciones personales entre compañeros de diferentes departamentos y afianzar relaciones ya existentes.

Ya hablando de una comunicación externa, con nuestros diferentes tipos de clientes encontramos que nuestra empresa cuenta con un amplio catálogo de canales de comunicación, uno de ellos es nuestra página web en donde aquí encontramos diversa información (producto, quienes somos, números de contacto, cotizaciones, brochure) y añadiendo el plus de brindarle al cliente un medio de pago en línea haciéndolo fácil y sencillo. También se encontrarán nuestras diversas redes sociales y un chat de Whatsapp para una mejor comunicación con el cliente y



también se encuentran aquí las diversas líneas telefónicas de la empresa.

Por último encontramos las campañas de publicidad como lo vienen siendo en impresos, páginas web o redes sociales para darse a conocer de esta manera nuestra empresa.

Por último, es conveniente acotar que no nos hemos dirigido a los demás temas propuestos pues no eran los más acordes con lo que queremos expresar y a base de esta necesidad “los canales” son los más ameno a nuestro proyecto y los que nos ayudaran a difundir mucho mejor el mensaje a nuestros clientes y ofrecer nuestros servicios de la mejor manera.

HIPÓTESIS

En la actualidad, la comunicación se ha visto alterada a través de los recientes años, debido a que todo el mundo tiene una facilidad a la hora de acceder a la información de cualquier tipo, pero esto puede ser tanto positivo como negativo ya que cualquier persona con unos cuantos recursos está en la capacidad de inventar información e inclusive alterar algo que ya existe, siendo algo totalmente malo en lo que compete a nuestro negocio. En este orden de ideas, nuestra posible hipótesis radica en el estudio del cliente, por lo tanto, se encuentran las siguientes ideas para poder realizar un estudio detallado del mercado y, sobre todo, los canales de difusión de nuestro servicio y cómo la gente puede entender el mensaje de la manera correcta sin tergiversar la información y ser precisos para así satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Como punto principal y posible solución a la problemática planteada, tenemos la encuesta que se realizará a un grupo variado de empresas que busquen el asesoramiento gráfico para así conocer sus puntos de vista, identificar nuestro grupo objetivo más influyente y el sector donde estos se encuentran, como forma secundaria se encuentra el acercamiento más personal al cliente, de esta manera se genera confianza y un buen canal de comunicación que en muchos casos esto es lo que buscan muchas personas al buscar un servicio.



De esta manera y teniendo en cuenta los factores externos que rodean a la sociedad actualmente es necesario saber qué idea es la manera más correcta a realizar y por ello decidimos irnos por las encuestas y demás temas explicados, pues bien se sabe que nuestra idea puede tener un gran alcance al público y puede ser de su interés y nosotros como empresa, una de nuestras prioridades es que se pueda comunicar el mensaje de una forma correcta y amena para la satisfacción del cliente sin generar confusiones ni desinterés, por eso se considera que con las herramientas planteadas anteriormente puede cumplir claramente con el problema planteado. En relación con la idea anterior es necesario especificar cuál es la cantidad y el público al cual se dirigirá de esta manera, se tiene previsto realizar una encuesta con una media de población de 5 empresas independientes o personas de régimen jurídico, en su mayoría las responden los jefes o gerentes de estas de forma rápida y fácil. Adicionalmente, se encuestarán 50 personas del régimen natural que están interesadas en los procesos gráficos como los que ofrecemos en Pestel Designers.

Tipo de investigación

Teniendo en cuenta los diversos aspectos necesarios para la realización y definición del tipo de investigación, la empresa decide inclinarse por el método cuantitativo debido a que en su proceso de desarrollo propone algo mucho más enfocado a lo que quiere lograr la empresa, en el caso de su primer paso el método cuantitativo nos ofrece medir fenómenos mediante la utilización de la estadística, al mismo tiempo nos permite realizar una comprobación por parte de la teoría y la hipótesis.

De este modo, teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado también es necesario recalcar que este proceso permite realizar una investigación deductiva, secuencial y probatoria dando con



esto un resultado con precisión que permita la correcta realización de análisis de resultados y conclusiones para el beneficio y desarrollo de la empresa.

Objetivos generales:

Conocer las características de nuestro cliente específico y la relación de variables demográficas, económicas y sociales que estos tienen. De este modo podremos evaluar los comentarios, ideas, pensamientos y estadísticas demográficas como errores, omisiones e inexactitudes.

Objetivos Específicos:

- Saber la opinión de todos los tipos de clientes respecto a la idea de emprendimiento sobre nuestro servicio.
- Conocer las falencias que puede llegar a presentar nuestro servicio, de esta forma generar soluciones para generar las respectivas
- Ver los factores tanto internos (organización de la empresa, publicidad, comunicación) como externos (sociales, económicos, demográficos) que pueden afectar la calidad de nuestro servicio.
- Evaluar los tipos de clientes interesados en el servicio.

Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:



El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por empresas independientes y personas naturales de 18 años en adelante, de la localidad de Kennedy, la cual está conformada por una población de 1,230,539 personas, según fuentes de la alcaldía de Bogotá y la alcaldía local de Kennedy

Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

- $n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (1,230,539)) / ((1,230,539) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$
- $n = ((3.84) (0.25) (1,230,539)) / (1,230,539) (0.0025) + (3.84) (0.25))$
- $n = 1,181,317.44 / 3,076.3475 + 0.96$
- $n = 1,181,317.44 / 3,077.3075$
- $n = 384$

Análisis de encuestas

¿Cuál es tu sexo?

55 respuestas

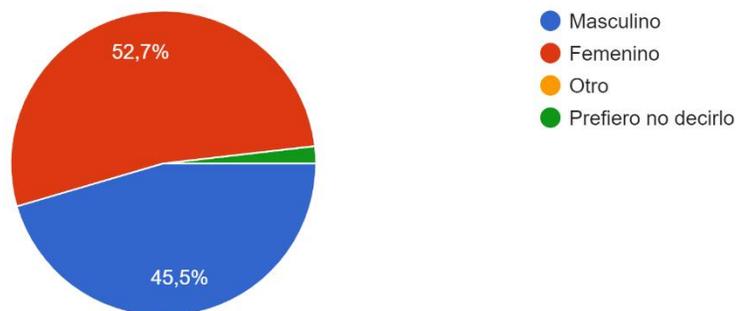




Figura 7: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 1

En esta primera pregunta encontramos las características de los encuestados, en donde encontramos que en su mayoría las mujeres son las más interesadas en el servicio prestado por la empresa Pestel Designers.

¿Cuál es tu grupo de edad?

55 respuestas

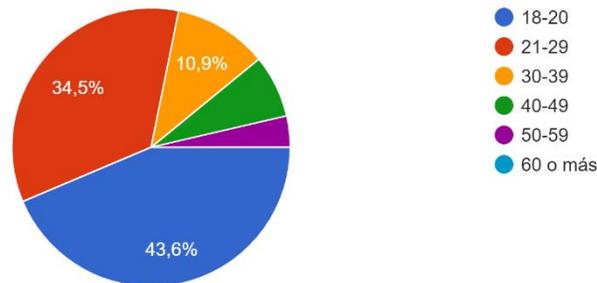


Figura 8: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 2

El grupo de edad que más abunda entre las personas que realizaron esta encuesta es una población entre 18 a 20, esto nos dice que los jóvenes de esta generación si están más preocupados por las nuevas ideas innovadoras y sobre todo con impactos ecológicos.



¿Usted es una empresa independiente o persona natural?

55 respuestas

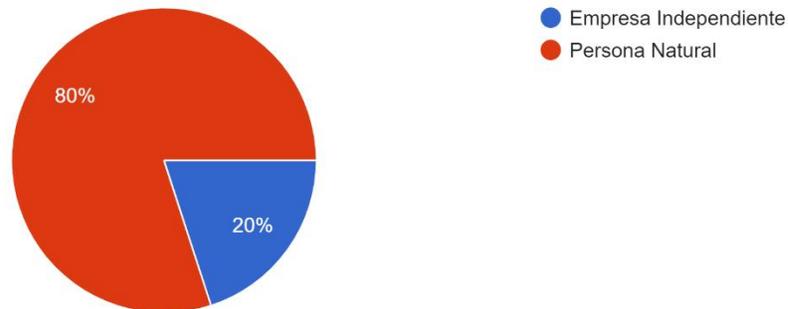


Figura 9: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 3

En su mayoría los encuestados son personas naturales, lo que nos da a entender que muchas de estas personas suelen estar en un entorno crítico y de observación hacia las piezas que producimos como empresa.

¿Qué tan probable es que usted use nuestro servicio?

55 respuestas

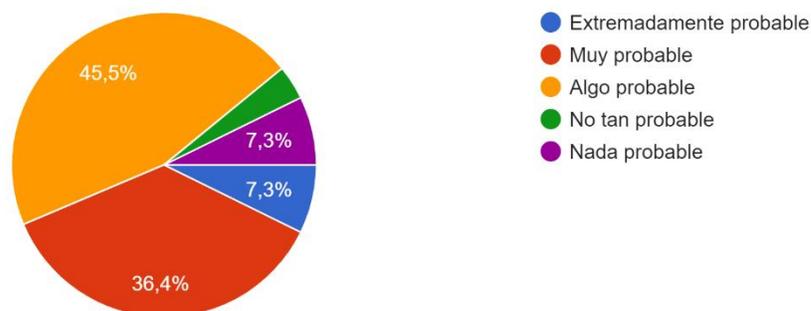




Figura 10: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 4

Las personas aún se ven algo indecisas, pues, suponen ellos que con la poca información y pocas imágenes que se muestran en la encuesta pueda haber dudas, lo cual significa que se deben reforzar los canales de publicidad y además mostrarle al cliente el catálogo que se ha hecho para otras empresas.

¿Conoces algún otro servicio que ofrezca las mismas características?

55 respuestas

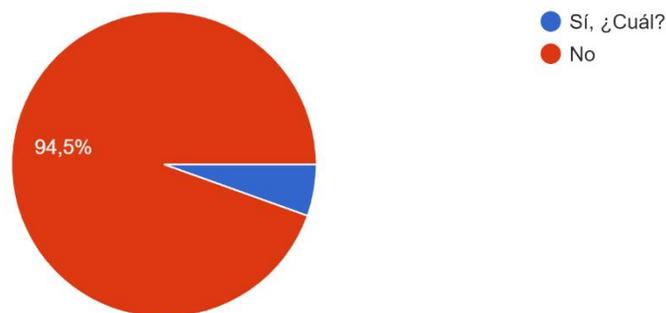


Figura 11: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 5

En esta pregunta nos damos cuenta que en su mayoría las personas no conocen ninguna empresa que esté relacionada directamente con brindar asesoramiento hacia las empresas ecológicas o verdes, lo que nos confirma que el valor agregado de Pestel Designers es efectivo e innovador, además de llamativo y puede llegar a interesar a muchas personas, entre ellas las encuestadas.



¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este servicio antes que otros?

55 respuestas

- La manera que atraen a las personas de forma didáctica, ya que así es más fácil que la gente mire lo que hacen
- Innovación, reciclaje
- Puede apoyar los mecanismos de acción en la empresa al promover el sentido ambiental.
- Compromiso ambiental
- Que sea informativo
- Coste-beneficio
- La calidad.
- Que son super didácticos, brindan buena información al consumidor y tienen excelente asesoramiento.
- Apoyo al cuidado del medio ambiente

Figura 12: Resultados pregunta abierta número 1

En esta pregunta, abundan tres respuestas, la primera de ellas es la atención del cliente ya que los encuestados se ven muy interesados en cómo se brinda el servicio y como se trata al cliente; el segundo punto que abunda es el ecológico, como se mencionó anteriormente la población joven está muy interesada en cómo se desarrolla la empresa en el ámbito ecológico, que campañas se tienen, las estrategias ambientales de la empresa y otros factores; el último nos habla de la calidad, específicamente esperando que el servicio pueda cumplir las necesidades de los clientes y que el resultado sea el que se deseaba buscar.



Si este servicio se encontrara en el mercado, ¿Lo comprarías?

55 respuestas

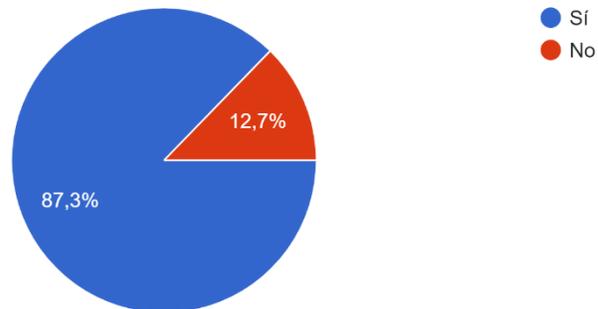


Figura 13: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 7

En su mayoría las personas encuestadas si comprarían nuestro producto, dándonos a entender que estas personas si están interesadas en el tipo de servicio y producto ofrecemos dentro de nuestra empresa, identificando la innovación dentro de esta y ofreciéndonos la oportunidad de mejorar su servicio de publicidad.



Si nuestro nuevo servicio estuviera disponible hoy, ¿Qué tan probable sería que usted o su empresa lo usara en lugar de los servicios de la c...tencia actualmente disponibles en otras empresas?
55 respuestas

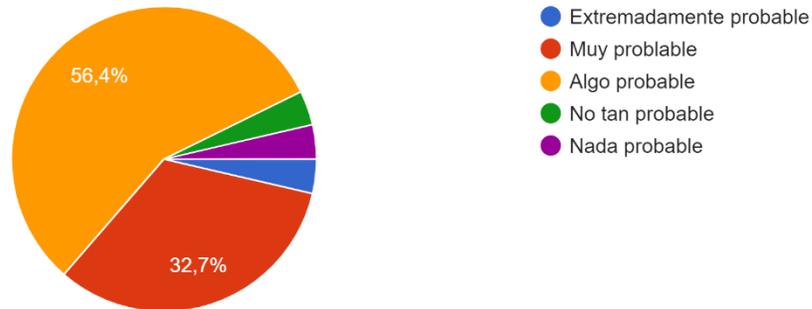


Figura 14: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 8

Se puede ver que las personas aún no darían la total confianza en Pestel Designers, pues, es una empresa que hasta ahora se está adentrando a este mercado y se debe ganar la confianza del público para empezar a remplazar por sus competidores.



¿Qué tan importante es la calidad para su negocio al elegir este tipo de servicio?

55 respuestas

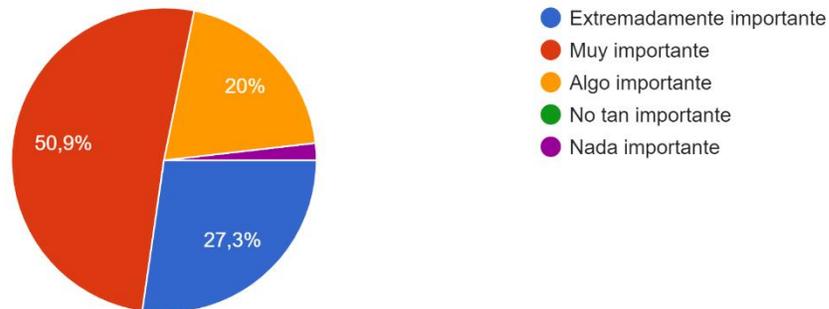


Figura 15: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 9

Dentro de esta pregunta hay una variedad de respuestas que varían entre algo importante y extremadamente importante, aunque ocurra esto, nos damos cuenta que las personas se interesan por la calidad en las piezas que ofrece el negocio, puesto que, aunque pueda ser pequeño el negocio que manejan quieren mostrar una publicidad buena y llamativa.

Si usted considerara un/a(s) nuevo/a(s) servicios en esta área, ¿cuáles serían las dos cosas principales que consideraría? (Marque dos casillas).

55 respuestas

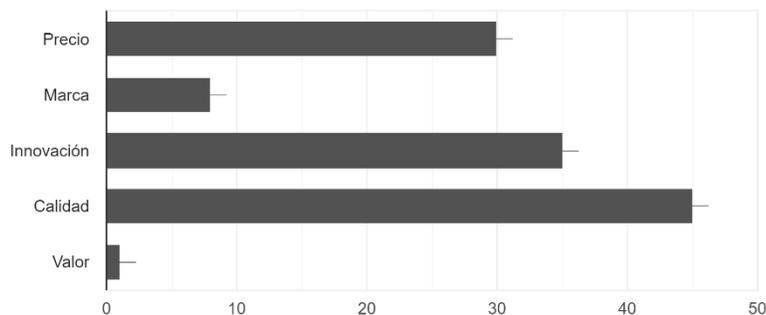




Figura 16: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 10

Hay una necesidad clara, y en esta gráfica se puede ver que la gente quiere ver cosas nuevas e innovadoras que sin duda puedan revolucionar el mercado actual sin embargo, al ser novedoso también exigen que sea un servicio de calidad y que sea para satisfacer sus necesidades.

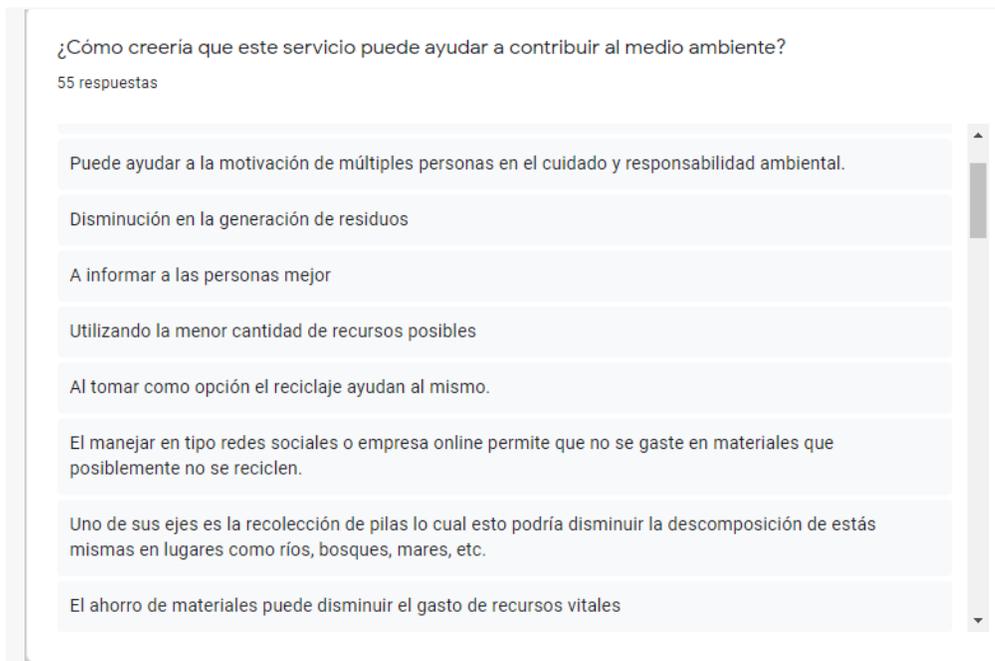


Figura 17: Gráfica de barras frente a la preferencia del cliente

Dentro de las respuestas que variaron mucho en esta pregunta encontramos tres que son más usuales a la hora de pensar en cómo podría ayudar nuestro servicio en un futuro; estas son: Reutilización de materiales ya utilizados, uno de los puntos más importantes dentro del cuidado del medio ambiente es el reciclaje de objetos y materiales que posiblemente ya no nos sirven o no podemos utilizar; Toma de conciencia, esta respuesta nos muestra que de cierta manera nuestra empresa muestra claro sus objetivos y funciones pues esto es lo que queremos lograr



dentro de nuestros clientes; Utilización de elementos biodegradables, los clientes comprenden que nuestra empresa de cierta manera puede ayudar a otras a mejorar su proceso de producción.

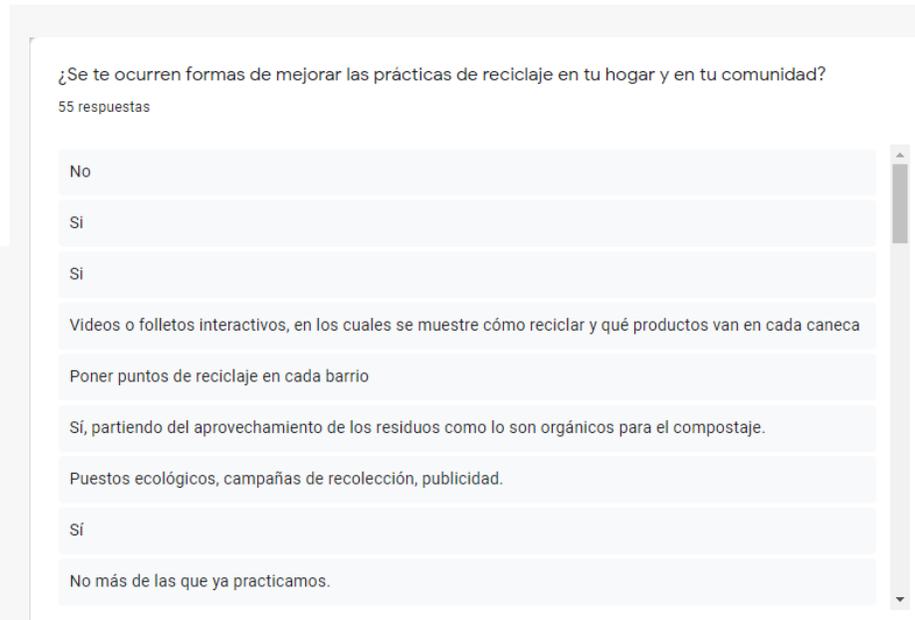


Figura 18: Resultados pregunta abierta número 2

Las respuestas en esta pregunta estuvieron muy indecisas y nada claras, pues, cada persona entiende algo distinto a pesar de ser clara la pregunta, claro está que había una mínima parte que sí entendió y sus acciones eran dirigidas hacia la parte de reciclaje por parte de botellas y tapas plásticas para mejorar algunas comunidades y fundaciones.



¿Cree usted que el resultado se puede ver alterado al usar procesos ecológicos o con fines de ahorrar recursos?

55 respuestas

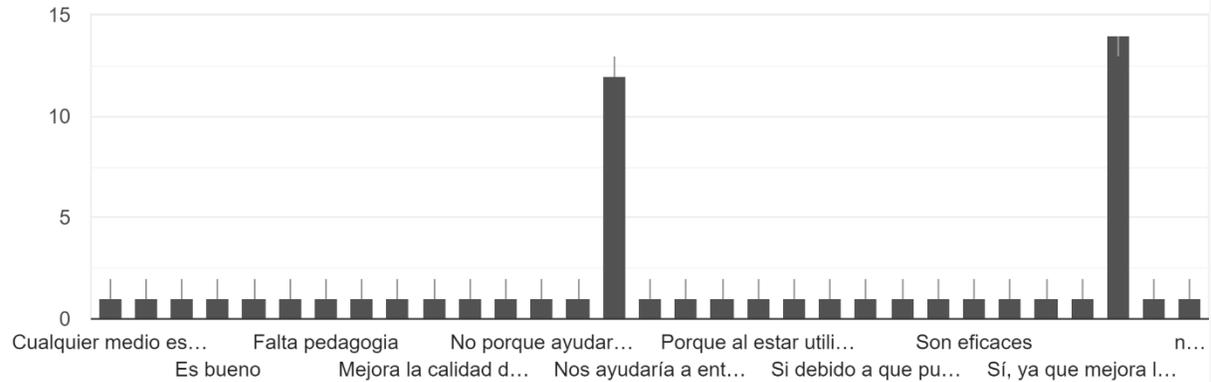


Figura 19: Resultados pregunta abierto número 3

Nuestros encuestados afirman que al utilizar elementos ecológicos en una de nuestras piezas mejora la calidad de los productos y calidad de vida de las personas y el planeta, por lo tanto es bueno y cumple con el objetivo de nuestra empresa.

¿Usted considera que más empresas relacionadas con el diseño deberían tener este modelo de negocio o implementarlo?

55 respuestas

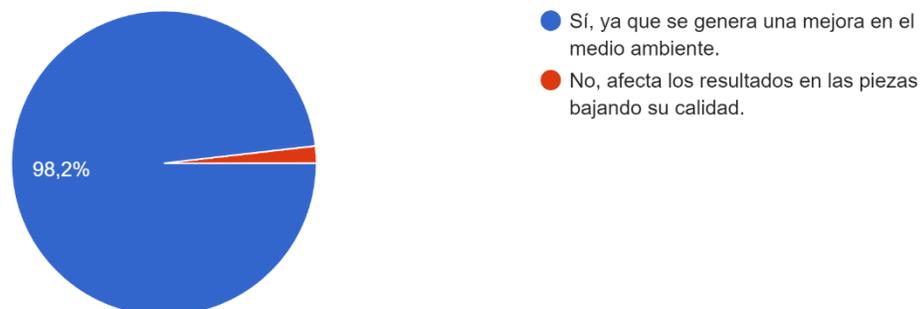




Figura 20: Gráfica de barras referente a la pregunta ¿Cree usted que el resultado se puede ver alterado al usar procesos ecológicos o con fines de ahorrar recursos?

¿Es posible un futuro medioambiental más sostenible con la estrategia de servicio ecológico que manejamos?

55 respuestas

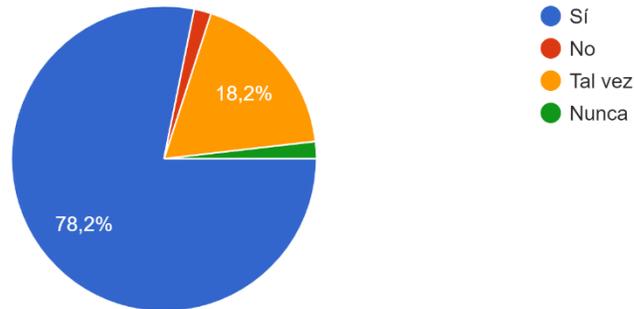


Figura 21: Estadística forma de pastel sobre la pregunta número 14

Muchas personas si quieren ver un cambio, están abiertas a una economía reflejada en modelos ecológicos y que le pueden ofrecer grandes resultados siendo ecológicos y sabiendo ayudar al planeta.

RESULTADOS FINAL:

Muchos de nuestros encuestados afirman y confirman la idea de innovación que tenemos con respecto al cuidado del medio ambiente por medio del diseño, lo que nos demuestra que muchos de estos están interesados por una empresa con estos ideales y buscan buenas opciones para su publicidad o pequeñas piezas importantes.



Bibliográficas

Ecología Verde [Ecología Verde]. (2 de agosto 2018). El reciclaje de las PILAS - ¿CÓMO SE RECICLAN? [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GTmRB5Vvikc>.

La Hipótesis Gaia. (11 de enero 2016). *LA IMPORTANCIA DE RECICLAR LAS PILAS*. La Hipótesis Gaia. NN Recuperado de <https://www.lahipotesisgaia.com/la-importancia-de-reciclar-las-pilas/>

Eco portal. (27 de agosto 2015). *¿Cuánto contamina una pila? Te sorprenderás*. Eco portal. NN Recuperado de <https://www.ecoportel.net/paises/internacionales/cuanto-contamina-una-pila-te-sorprenderas/>

Healy Chillaren. (28 de marzo 2019). *Los peligros de las pilas tipo botón para los niños: un problema creciente*. Healy Chillaren. American Academia O

Pediátricas. Recuperado de: <https://www.healthychildren.org/Spanish/safety-prevention/at-home/Paginas/button-battery-injuries-in-children-a-growing-risk.aspx>

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. (3 de octubre 2006).

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO LEYES DE INTERÉS.

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf



© Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2017

https://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-74967_recurso_21.pdf

La Resolución 1297 de 2010 en Colombia (10 de octubre de 2020)

<http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/RESOLUCI%C3%93N%201297%20DE%202010.pdf>

Superintendencia de industria y comercio. Estatuto Del Consumidor Ley 1480 del 2011.

Gobierno Nacional. Gobierno De Colombia. Recuperado de <https://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor#:~:text=Ley%201480%20de%202011&text=La%20protecci%C3%B3n%20de%20os%20consumidores,permita%20hacer%20elecciones%20bien%20fundadas>.

Alberto Rísquez Valdepeña. (NN). *El correcto desecho de pilas y baterías para reciclar y proteger la salud*. Inecol. Conacyt Recuperado de <https://www.inecol.mx/inecol/index.php/es/ct-menu-item-25/ct-menu-item-27/17-ciencia-hoy/995-el-correcto-desecho-de-pilas-y-baterias-para-reciclar-y-protoger-la-salud>

Frers Cristian. (31 octubre, 2008). *El problema de las pilas*. Google Chrome. EcoPortal.net

Recuperado de https://www.ecoportel.net/temas-especiales/contaminacion/el_problema_de_las_pilas/



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE. (3 De noviembre 2017).

RESOLUCIÓN 2246 DE 2017. Google Chrome. Diario Oficial Recuperado de

https://xperta.legis.co/visor/temp_legcol_2c169c30-378a-4e54-a312-324c95f36799

-de-pilas-y-baterias-para-reciclar-y-proteger-la-salud

