

EMPRENDIMIENTO ABCREATIVO

Yesica Natalia Marín Velásquez

Gineth Lucia Andrade Otalora

Jaime Alejandro Bolívar Diaz

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

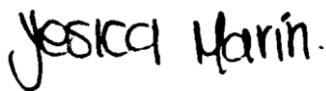
20/11/2020, Bogotá D.C

Creación de Empresas

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Yesica Natalia Marín Velásquez identificada con C.C 1.000.135.546 estudiante del programa de contaduría pública, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos 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 han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



Yesica Natalia Marín Velásquez

C. C: 1.000.135.546

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Gineth Lucia Andrade Otalora identificada con C.C 1.024.591.068 estudiante del programa de contaduría pública declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos 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 han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



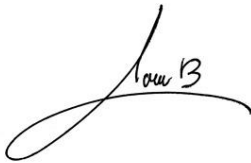
Gineth Lucia Andrade Otalora

C. C: 1.024.591.068

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Jaime Alejandro Bolívar Díaz identificado con C.C 1.070.947.143 estudiante del programa diseño gráfico, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos 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 han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jaime B', written over a horizontal line.

Jaime Alejandro Bolívar Díaz

C. C: 1.070.947.143

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| Introducción | 9 |
| Objetivos. | 10 |
| Claves para el éxito | 11 |
| Ideación. | 12 |
| Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio. | 12 |
| Desarrollo Sostenible | 14 |
| Teoría de valor compartido. | 15 |
| Tecnologías Disputivas | 16 |
| Innovación. | 17 |
| Análisis del sector económico | 18 |
| Pestel | 20 |
| Identificación del problema, necesidad reto u oportunidad. | 23 |
| Árbol de problemas. | 24 |
| Descripción de la idea de negocio | 25 |
| Técnica de ideación | 25 |
| Autoevaluación de la idea de negocio: | 27 |
| Estructura de la idea. | 28 |
| Solución de idea estructurada | 29 |
| Innovación | 30 |
| Idea innovadora | 30 |
| Alternativa de idea de negocio | 31 |
| Fuerzas de la empresa | 31 |
| Contextualización de la empresa | 31 |
| Análisis de la demanda. | 32 |
| Análisis de la oferta. | 33 |
| Análisis de la comercialización | 36 |
| Análisis de los proveedores | 36 |

| | |
|---|----|
| Segmentación del mercado | 37 |
| Bondades del servicio | 37 |
| Buyer de persona | 40 |
| Competencia | 43 |
| Propuesta de valor | 47 |
| Diseño de producto | 48 |
| Definición estratégica | 48 |
| Diseño de concepto | 51 |
| Diseño en detalle | 51 |
| Cadena de distribución | 52 |
| Costo de producción y costo de venta | 53 |
| Validación y verificación | 61 |
| Producción | 63 |
| Ficha técnica | 64 |
| Etapas de ciclo de vida del servicio | 65 |
| Prototipos | 66 |
| Modelo Running lean de ABCreativo | 71 |
| Técnicas de recolección de investigación | 71 |
| Objetivo General | 72 |
| Objetivos Específicos | 72 |
| Hipótesis | 72 |
| Tipo de Investigación | 72 |
| Formulario de encuesta | 73 |
| Tamaño de la Muestra | 74 |
| Tabulación | 75 |
| Referencias | 82 |

Lista de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 - Boletín Técnico Ingresos DANE año 2018 | 18 |
| Tabla 2 - Boletín Técnico Empresas y Empleados DANE año 2018 | 19 |
| Tabla 3 - Identificación de Problemas | 23 |
| Tabla 4 - Puntuación Autoevaluación Idea de Negocio..... | 28 |
| Tabla 5 - Competidores..... | 43 |
| Tabla 6 - Tarifas año 2020 Grupo SRM | 61 |

Lista de Ilustraciones

| | |
|--|--------------------------------------|
| Ilustración 1- Árbol de problema..... | 24 |
| Ilustración 2 - Gráfica Poblacional | 44 |
| Ilustración 3 - Clientes Potenciales..... | 45 |
| Ilustración 4 - Propuesta de Valor | 47 |
| Ilustración 5 - Proceso de Producción | ¡Error! Marcador no definido. |
| Ilustración 6 - Cadena de distribución | 52 |
| Ilustración 7 – Brochure ABCreativo | ¡Error! Marcador no definido. |
| Ilustración 8 - Prototipo Tarjeta de Presentación..... | 67 |
| Ilustración 9 - Prototipo Página Web..... | 69 |

Introducción

Hablar de publicidad y diseño es de gran importancia para la economía de un país, ya que no sólo genera recordación y posicionamiento de marca si no también permite que las empresas y emprendedores crezcan en innovación y crecimiento dentro del mercado. En la actualidad se ve la necesidad que las empresas y emprendedores tienen de dar a conocer sus productos y servicios no solo por medio impreso sino también por medios digitales, pues estos últimos han tomado fuerza debido a todos los cambios que se viven actualmente no solo por la pandemia sino también por los cambios de generaciones y por la inclusión de la tecnología en la cotidianidad.

De esta manera como consecuencia de ver esta necesidad en el mercado el trabajo a realizar a continuación se basa en el estudio del emprendimiento llamado ABCREATIVO dentro de este se encontrará el análisis del entorno social y económico, la idea de negocio, los objetivos planteados, la teoría de valor y propuesta de valor que se va a manejar, además identificará el problema, las necesidades y oportunidades con las que cuenta en el mercado y finalizaremos con el análisis de los servicios que se prestarán. Con esto se logrará crear una estructura de orden para la empresa dando de esta manera lineamientos para cada uno de sus procesos, lo que permitirá evaluar si la empresa cumple con las expectativas necesarias para cubrir la necesidad que se ve en el mercado y si se puede llegar a cumplir con la satisfacción de los clientes.

Objetivos.

General:

1. Lograr formalizar la idea de negocio para ingresar al mercado de diseño y publicidad siendo la marca número uno y líder en estrategias digitales, basados en la creación de experiencias únicas por medio de campañas publicitarias.

Específicos:

1. Analizar el entorno y contexto de la idea de negocio.
2. Identificar el problema, las debilidades, las oportunidades y las fortalezas de la idea de negocio.
3. Analizar la necesidad de nuestros clientes, brindando la mejor solución de una forma atractiva y asertiva.
4. Tener cercanía con nuestros usuarios para prestar un servicio excelente e inolvidable.
5. Identificar los competidores que existen con el fin de mejorar la prestación del servicio.
6. Generar una propuesta de valor única e innovadora a nuestros clientes.
7. Modernizarnos a nivel digital de manera constante para ofrecer servicios nuevos e innovadores.
8. Ser una empresa líder en el mercado virtual y digital con énfasis en el emprendimiento en 5 años.

Claves para el éxito

- 1.** Campañas publicitarias innovadoras generando emociones que creen empatía y amor por las marcas de nuestros clientes.
- 2.** Creación de experiencias únicas en cada uno de los productos o servicios que brinden nuestros clientes.
- 3.** Una comunicación transparente y oportuna con cada uno de nuestros clientes, en diferentes temas como lo son, capacitaciones, asesoría, rueda de negocios, reuniones, etc, siempre de una forma clara y respetuosa.
- 4.** Tener buen uso de los recursos y con ello tratar de proteger al medio ambiente por medio de estrategias para cumplir nuestro desarrollo sostenible.
- 5.** Ofrecer excelentes servicios y de buena calidad.
- 6.** Generar el mejor trato y atención a su vez apoyar los beneficios de la sociedad.

Ideación.

Como plan de ideación se realizará un estudio de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que contempla esta idea de negocio con el fin de visualizar la gestión y los procesos que se pueden reevaluar y/o generar una reingeniería para mejorar la empresa tanto en calidad como en posicionamiento.

Para aplicar la innovación en nuestra empresa se realizarán modificaciones llamativas periódicamente en las páginas y redes sociales de nuestros clientes facilitar la navegación por el mundo digital de sus empresas.

Se resaltar que los diseños van a ser personalizados y se tendrá en cuenta la idea y requerimientos de cada usuario ya que la base de nuestro servicio es satisfacer las necesidades y gustos de cada persona y generar una experiencia agradable.

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.

En la actualidad las empresas tienen el desafío de operar en un entorno competitivo y globalizado, donde la comunicación a través de internet tiene una gran influencia por el alto uso que las personas hacen de ésta. Por ello, es importante desarrollar estrategias, gestionar planes y entender las tendencias que les permitan a las compañías encontrar oportunidades de negocio, construir relaciones y fidelizar a clientes cada vez más informados y con mayor presencia en Internet.

Estas estrategias se pueden realizar en plataformas como lo son las redes sociales, buscadores como Google ADS el cual tiene herramientas para realizar campañas de Marketing digital, logrando así un mayor alcance en visualizaciones de clientes potenciales a un menor costo que una campaña análoga o impresa.

Debido al crecimiento del mercado digital, sitios web, e-commerce, ABCreativo surge con la idea de suplir esta necesidad de reconocimiento y posicionamiento de marca en plataformas digitales, generando empatía con los consumidores hacia las marcas ganando cada vez más clientes y engagement.

Nuestro negocio está enfocado en el mundo digital prestando servicios de marketing, diseños web y tiendas online. Adicional, creamos una guía en el desarrollo y diseño de estos. También ofrecemos el servicio de creación de marca, multimedia y de medios impresos, con esto ABCreativo siempre brindará una unidad visual en diferentes plataformas y piezas gráficas, mejoramos la visibilidad del sitio web fomentando el posicionamiento en los buscadores y realizando campañas creativas digitales.

Desarrollo Sostenible

Somos una empresa de bajo impacto ambiental que busca mantener el medio ambiente en perfectas condiciones para que el mundo futuro pueda aprovechar y utilizar los recursos naturales con los que contamos actualmente.

Por lo tanto, para cumplir con nuestro objetivo ambiental que contribuya con la disminución de gastos implementaremos las siguientes estrategias:

- Aportando a la energía asequible y no contaminada de la ODS daremos una hora adicional de descanso a nuestros colaboradores para así disminuir el consumo masivo de energía y también brindar más bienestar a nuestros mismos.
- Con el fin de contribuir a la ODS en el apartado de vida submarina, agua limpia y saneamiento. Se colocará en marcha el aprovechamiento del agua de lluvia recolectándola constantemente en tanques y creando tuberías con conexión a los sanitarios con la finalidad de usar el agua para vaciar las mismas.
- Adicionalmente haremos énfasis en acción por el clima y la vida de los ecosistemas terrestres apoyando el aprovechamiento de los recursos naturales, fomentando el uso de productos reciclables y/o reutilizables, por consiguiente, empleamos los materiales reciclables para transformarlos en productos funcionales tales como: “Vasos, portavasos, decoraciones, etc.” con el propósito de contribuir con las 3r.

También establecimos el proyecto ABCmejora el cual consiste en emplear una ayuda social económica que ampara la población con limitados recursos, brindando alimentación, vestimenta y educación. Por medio de campañas constantes para recolección de estos. Además, permitiendo la participación voluntaria de público externo e interno de la organización para ofrecer clases educativas a niños y/o adolescentes y así cooperar con la enseñanza de la población colombiana.

Teoría de valor compartido

Como organización que protege los derechos de los seres humanos y promueve el respeto y los valores éticos y morales buscamos lograr el desarrollo de las habilidades personales y comerciales de nuestros empleados, clientes y usuarios externos. Así mismo, generar el empoderamiento y el amor propio.

Para llegar a lograr nuestro propósito colocamos en marcha el proyecto Brand & Image la cual consiste en generar habilidades empresariales y de marketing por medio del cual enseñamos a manejar y/o crear una marca empresarial o personal. Gestionamos el proyecto por medio de capacitaciones virtuales, textos digitales sobre la marca, multimedia donde enseñemos e incentivemos el conocimiento de este y por medio de actividades relacionar con el tema a tratar. Cabe resaltar que lo haremos de forma gratuita para los adolescentes y adultos que deseen mejorar su marca personal o empresarial y/o adquirir conocimientos al respecto.

Igualmente ponemos en marcha nuestro proyecto ABCambiar que consiste en donar el 1% de las ganancias por cada 500 ventas o proyectos realizados para la compra de sillas de ruedas y muletas para su posterior donación a personas con discapacidad y bajos recursos económicos.

Tecnologías Disputivas

Somos una empresa que trata de ir a la vanguardia e ir evolucionando a medida que el mercado y el entorno lo requiere, pues intenta que sus procesos se simplifiquen con apoyo de las diferentes herramientas, programas y aplicaciones de diseño lo que permite contribuir a la mejora de los trabajos y de las necesidades de sus clientes. De esta manera, ABCreativo está manejando las siguientes herramientas tecnológicas:

- a. Google Ads permite realizar campañas digitales que logran aumentar la visibilidad de la marca de sus clientes a nivel nacional e internacional ya que se mejora el posicionamiento de términos no posicionados en el SEO.
- b. Plataformas digitales permiten estar en la web y estar al alcance de todo el mundo y a su vez consolidar los negocios permitiendo almacenar diferentes tipos de información de estos.
- c. Gestores de Contenido permiten crear contenido online debido a que son programas y aplicaciones que crean un entorno de trabajo en el cual se crean, administran y gestionan la información del sitio web.

d. Ecommerce o Ventas Online permite realizar la compra y venta de productos y servicios en una plataforma virtual teniendo en cuenta el modelo o perfil comercial del cliente

e. Sitios Web adaptables o responsivos permite que la información de los clientes se adapte a los diversos dispositivos tecnológicos que aparecen en el mercado brindando así una excelente cobertura.

Innovación.

En ABCreativo queremos dar a conocer una nueva forma de manejo a nuestros productos y/o servicios ya que a diferencia de otras empresas dedicadas a la misma actividad nos brindan productos y/o servicios básicos que no aportan un valor agregado.

Como proyecto de innovación se implementará el uso múltiple de nuestros productos y/o servicios dándoles una finalidad con valor agregado, como por ejemplo en medios impresos realizar tarjetas de publicidad y a su vez sean utilizadas como portavasos y en medios digitales crear una plataforma de marketplace que permita diseñar al cliente su marca y a la vez subir sus productos, este proyecto se hace con el fin de mejorar la utilidad de los productos y/o servicios para atraer la atención de todos nuestros clientes.

Análisis del sector económico

En el mercado existen cuatro actividades económicas: industrial, comercial, servicios y financiera, para nuestro caso nos enfocaremos en la actividad económica de servicios pues dentro de esta encontramos servicios de transporte, construcción, alojamiento, comunicaciones, turismo, educación, publicidad entre otros.

ABCreativo es una empresa que presta servicios publicitarios y por ende es de gran importancia saber los últimos datos estadísticos que se están manejando para tener una visión más profunda de cómo está la actividad publicitaria frente a las otras actividades.

De acuerdo con el estudio publicado por el DANE más reciente nuestra actividad refleja los siguientes datos:

- Variación de Ingresos entre el año 2017 y 2018 tuvo un aumento lo que permite visualizar que el sector está en constante crecimiento como se representa en la siguiente gráfica:

*Tabla 1 - Boletín
Técnico Ingresos DANE año*



En el siguiente gráfico del DANE podemos observar que las empresas de publicidad representan el 2,36% dentro del total de las empresas por servicios registrados durante el año 2018, igualmente se puede observar que el género masculino es el que predomina en esta industria pues representa el 57% sobre el total del personal ocupado.

| Sección* | Descripción actividad económica | Número de empresas | Número de Personal Ocupado | Número de Personal Ocupado Femenino | Número de Personal Ocupado Masculino |
|----------|---|--------------------|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| H1 | Almacenamiento y actividades complementarias al transporte | 462 | 69,735 | 23,848 | 45,887 |
| H2 | Correo y servicios de mensajería | 87 | 20,858 | 6,503 | 14,355 |
| I1 | Alojamiento | 585 | 40,145 | 20,579 | 19,566 |
| I2 | Restaurantes, catering y bares | 504 | 100,808 | 58,526 | 42,282 |
| J0 | Actividades de edición | 127 | 10,156 | 4,821 | 5,335 |
| J1 | Producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas | 43 | 7,367 | 4,326 | 3,041 |
| J2 | Actividades de programación y transmisión de televisión | 44 | 8,462 | 3,144 | 5,318 |
| J3 | Telecomunicaciones | 217 | 53,345 | 18,446 | 34,899 |
| J4 | Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos | 294 | 99,540 | 28,184 | 41,356 |
| LN1 | Actividades inmobiliarias y alquileres sin operario | 297 | 17,619 | 7,083 | 10,526 |
| M1 | Actividades profesionales, científicas y técnicas | 111 | 37,331 | 39,815 | 57,716 |
| M2 | Publicidad | 150 | 35,134 | 20,022 | 15,112 |
| N2 | Agencias de Viaje | 89 | 8,848 | 5,573 | 3,275 |
| N3 | Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a | 1,062 | 930,362 | 390,324 | 540,038 |
| N4 | Actividades administrativas y de apoyo a oficinas y otras actividades de apoyo a las empresas | 199 | 161,661 | 90,116 | 71,545 |
| P | Educación superior privada | 166 | 94,195 | 48,683 | 45,512 |
| Q | Salud humana | 857 | 231,116 | 168,795 | 62,321 |
| R | Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y esparcimiento ^b | 196 | 40,463 | 26,129 | 14,334 |
| S | Otras actividades de servicios | 157 | 19,017 | 9,653 | 9,364 |

Tabla 2 - Boletín Técnico Empresas y Empleados DANE año 2018

Fuente: Boletín Técnico Encuesta Anual de Servicios año 2018 DANE

Por eso podemos decir que la actividad publicitaria puede crecer aún más, pues aun estadísticamente no representa un porcentaje representativo frente a las demás actividades de servicio, igualmente el # de empresas a nivel publicitario es bajo a comparación de las otras actividades lo que permite pensar que si hay posibilidades de generar más empleo y tratar de involucrar más en la actividad al género femenino pues este tan solo representa un 43% y aunque no es bajo sería de gran importancia apoyar e involucrar este género en la actividad.

Pestel

a. Políticos:

Analizando el sector político con respecto a los impactos que puedan tener dentro de nuestra organización logramos evidenciar que los cambios de gobernantes, leyes y normas, así como los acuerdos con los países extranjeros pueden afectar a la organización por medio de la percepción interna del país generando una disminución de comercio y alianzas con el mercado exterior. Adicionalmente, en cambios de gobiernos y políticas se puede ver el impacto en cuestión de tarifas de impuestos e intereses. También podemos ver variaciones en las normas que acogen a los empleados como el tiempo de maternidad.

b. Económicos:

En el aspecto económico podemos vernos afectados por los cambios que se pueden presentar con respecto a la estabilidad del gobierno ya que la determinación de estos en muchos aspectos como el ánimo inversionista, el gasto estatal e incluso la tasa de cambio pueden generar la volatilidad económica de la empresa. Así mismo, un punto importante que puede alterar la economía de la empresa es la inflación ya que esto permite que una persona tenga menos ingresos de lo habitual ya que bajan las ventas por lo que si la inflación es mayor a el poder adquisitivo se disminuye la adquisición por parte del público. Además, el nivel de la tasa de interés puede ser beneficioso o riesgoso ya que si baja la empresa tendrá mayor liquidez de lo contrario disminuye la misma.

c. Socio – Culturales:

Verificando los aspectos socio- culturales pueden brindar ventajas o desventajas con los cambios constantes de las necesidades de la sociedad ya que este tipo de cambio transforma los hábitos de compra y consumo de bienes o servicios y por este motivo pueden o no impactar en las actividades de la empresa de igual manera la calidad de vida dado que el incremento de recursos económicos de la sociedad permite conllevar un mayor poder adquisitivo. En tanto al punto de vista cultural se debe tener en cuenta que según tradiciones el servicio puede no ser aceptado por alguna parte de la población.

d. Tecnológicos:

Examinando el entorno tecnológico visualizamos que es uno de los puntos que más nos pueden llegar a afectar por ser una empresa que maneja medios informáticos para desarrollar las actividades relacionadas al servicio, podemos ver como riesgo la infraestructura tecnológica pues, al no mantener renovado, actualizado y controlado puede generar límites en la comunicación, riesgos de seguridad, etc.

Por añadidura podemos tomar como exposición las fallas o cortes eléctricos no reportados previamente ya que implica una pérdida en producción, afectan los tiempos de entrega de cada proyecto y hay pérdidas en productividad de los empleados. Constantemente se están generando cambios en el código de programación o nuevos dispositivos. Por lo cual, sería necesario entrar a realizar diversos diseños responsivos y conocer los nuevos códigos para emplearlos

e. Ecológico:

En los últimos años se ha visto el impacto del medio ambiente en la sociedad, por lo cual se crearon leyes para la protección ecológica del país. Es decir, que toda empresa tiene la obligación de aplicar estrategias y/o planes que contribuyan a la mejora ambiental. En este caso, como inseguridad tenemos el incumplimiento de las nuevas leyes o sus actualizaciones incurriendo a faltas legales. Evidenciamos que el desempeño ambiental suele reflejar mejoras continuas generando óptimas condiciones en la planificación, producción y comercialización y si no se aplican sistemas o procesos ecológicos se generaría una desmejora en los procesos anteriormente mencionados. Además, el entorno exterior ambiental nos puede afectar en cuanto al consumo de los recursos como “luz” o la falta de aquellos recursos provenientes del medio ambiente

f. Legales:

La existencia de patentes es uno de los problemas más usuales en el mercado ya que puede existir el mismo producto a un precio inferior y provoca el surgimiento de la competencia desleal y en muchos casos la violación de la propiedad intelectual. Igualmente, por parte del gobierno se han implementado muchas leyes que protegen al empleado en todos los casos, como se mencionó anteriormente cuando en el gobierno se generan modificaciones en las leyes o normas en cuanto a licencias, maternidad o protecciones al empleado nosotros como empresa debemos aplicarlas y acoplarnos a los cambios que pueden ser benéficos o perjudicar en la gestión de la administración

Identificación del problema, necesidad reto u oportunidad

Problema: Falta de conocimiento de los usuarios frente al posicionamiento de marcas creadas en las diferentes plataformas.

Necesidad: Necesidad de posicionamiento de marcas para desarrollar e implementar estrategias digitales para captación de clientes.

Reto: ¿Cómo lograr que las personas y empresas puedan incrementar el posicionamiento y la recordación de marca en el mercado?

Esto se lograría capacitando e informando a las marcas sobre el marketing digital y ofrecerles estrategias innovadoras y eficaces para que las marcas puedan posicionarse en los primeros lugares en plataformas digitales.

Oportunidades: Crecer de forma competitiva frente a las grandes marcas ofreciendo una atención al cliente excelente y eficaz

| Criterio | Problema 1 | Problema 2 | Problema 3 |
|---|--|--|-----------------------------|
| | Ser nuevos en le mercado y a su vez ser una empresa innovadora | El empleamiento de nuevas tendencias del mercado | Servicios multi funcionales |
| Conocimiento o experiencia | 3 | 5 | 5 |
| Asesoramiento de un experto (si se requiere ¿lo tenemos? | 4 | 5 | 5 |
| Alcance(tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?,¿ tenemos acceso a informacion7datos7cifras,¿puedo darte alguna solicion | 5 | 5 | 5 |
| Tiempo(posible solucion) | 4 | 4 | 5 |
| Costos(posible solucion) | 3 | 5 | 5 |
| Impacto¿ es trascendental?¿Representa un desafio para ustedes? | 5 | 2 | 5 |
| ¿Qué tanto les llama la atencion el desarrollo del problema? | 5 | 5 | 5 |
| TOTAL | 29 | 26 | 35 |

Tabla 3 - Identificación de Problemas

Fuente: Elaboración Propia.

Árbol de problemas



Ilustración 1- Árbol de problema

Fuente: Elaboración Propia

Descripción de la idea de negocio

ABCreativo es una empresa de publicidad que surge con la idea de suplir la necesidad de reconocimiento y posicionamiento de marcas en plataformas digitales, generando empatía con los consumidores hacia las marcas ganando cada vez más clientes y engagement.

Los servicios que se prestarían serían: aplicaciones web, diseño gráfico análogo y digital, campañas publicitarias, tiendas Online, Manejo de redes sociales y plataformas digitales cuyo reto es estar en permanente actualización y formación para implementar las novedades o tendencias que el mercado exija con un equipo de trabajo idóneo que se especialice en cada una de las áreas demandadas por nuestros clientes para de este modo poder brindar una asesoría y servicio óptimo con excelentes resultados.

Como parte innovadora se pretende ofrecer doble funcionalidad en las soluciones a las necesidades de los clientes mediante nuestros productos y/o servicios como por ejemplo en medios impresos se realizarían tarjetas de publicidad que a su vez puedan ser sean utilizadas como portavasos y en medios digitales se crearía una plataforma de marketplace que permita diseñar al cliente su marca y a la vez subir a promocionar sus productos y/o servicios.

Técnica de ideación

- Lluvia de Ideas
- Identificación del Problema:

¿Cómo lograr que las personas y empresas puedan incrementar el posicionamiento y la recordación de marca en el mercado?

Rol de los Participantes: Grupo creativo

Conclusiones:

- ✓ Implementar campañas y dinámicas comerciales por redes sociales.
- ✓ Establecer calendarios con acciones y plazos teniendo en cuenta la competencia del mercado.
- ✓ Optimizar los contenidos que se manejan de la marca para ampliar el impacto en el público objetivo.
- ✓ Revisar los comentarios, sugerencias, quejas y reclamos que la marca tenga con el fin de dar mejoras y buscar necesidades que se puedan subsanar.
- ✓ Crear diferencias frente a la competencia ya sea en diseño e impacto de imagen de marca.
- ✓ Enfocar los mensajes de acuerdo con el objetivo que tiene la marca para de esta manera impactar de la forma que se requiere.
- ✓ Utilizar las diferentes herramientas que Google ofrece para un mejor manejo y difusión de la marca.
 - Crear una plataforma de marketplace que permita diseñar al cliente su marca y a la vez subir a promocionar sus productos y/o servicios
- ✓ Crear diseños análogos que permitan al cliente la utilización de este para varias funcionalidades (Ejem: Tarjetas que sirvan como portavasos).

Autoevaluación de la idea de negocio:

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

Elaborado por: Jonathan Moreno R./Coordinador del Servicio de Atención al Emprendedor

| | A | | B | | C |
|--------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Total de afirmaciones valoradas en 1 | 5 | x | 1 | = | 5 |
| Total de afirmaciones valoradas en 2 | 5 | x | 1 | = | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|-----------|
| Total de afirmaciones valoradas en 3 | 5 | x | 1 | = | 5 |
| Total de afirmaciones valoradas en 4 | 5 | x | 1 | = | 5 |
| PUNTAJE TOTAL | | | | | 20 |

Tabla 4 - Puntuación Autoevaluación Idea de Negocio

Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 = Tiene UD, una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

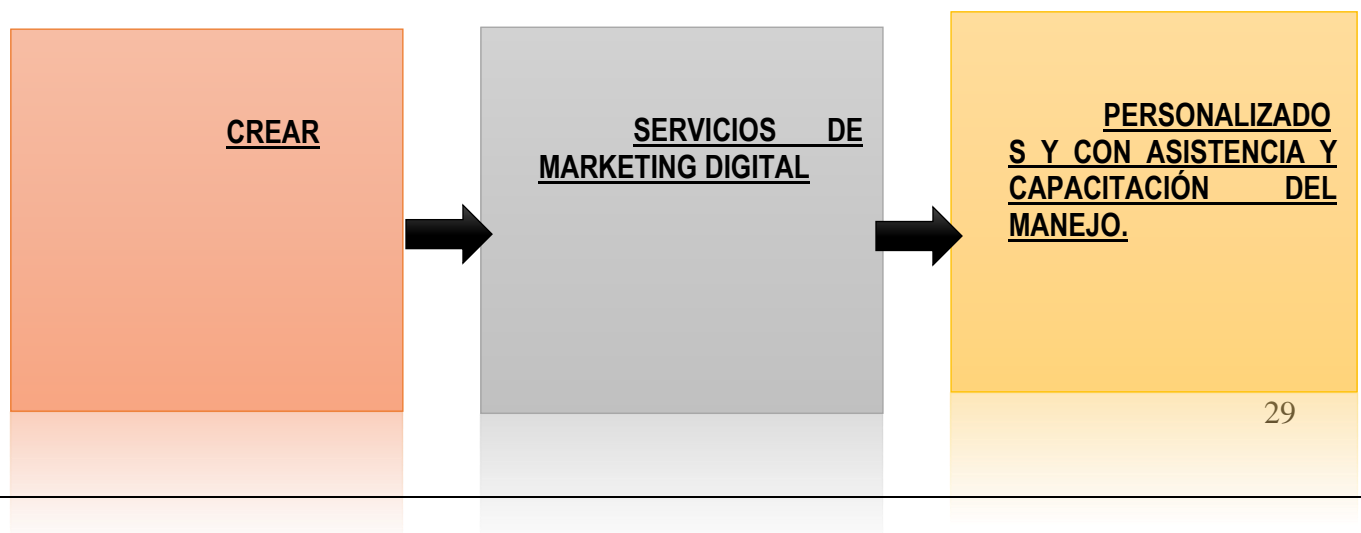
Estructura de la idea

| ¿Cuál es el producto o servicio? | Marketing Digital |
|----------------------------------|--|
| ¿Quién es el cliente potencial? | Empresas y emprendedores de cualquier producto y/o servicio |
| ¿Cuál es la necesidad? | Crear posición en el mercado digital para aumentar ventas y reconocimiento. Teniendo en cuenta, que el mundo virtual es una gran oportunidad para el sector comercial. |

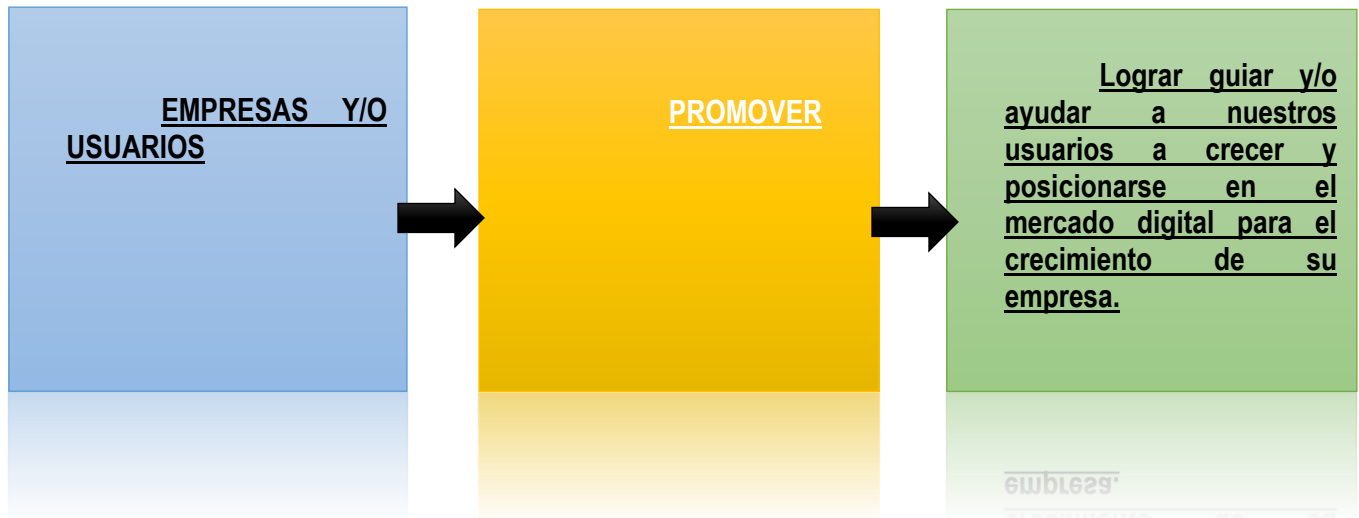
| | |
|---|--|
| <p>¿Cómo funciona el producto o servicio?</p> | <p>Inicialmente contamos con redes sociales y páginas para que nuestros clientes tengan contacto directo con nuestra empresa, inicialmente se genera una asesoría sobre el servicio que quiera adquirir el mismo. Luego, se plantean ideas innovadoras tomando en cuenta la opinión y preferencias del cliente y finalmente ejecutamos lo planteado y se hace la muestra final. Este puede solicitar actualizaciones y cambios e incurriríamos a dar asesorías y cambios según lo prevean los usuarios</p> |
| <p>¿Por qué lo preferirían?</p> | <p>Será de preferencia nuestra empresa ya que prestamos asesorías, seguimiento y capacitaciones para el manejo del servicio y adicionalmente, empleamos diseños únicos y basados en las ideas de los usuarios para generar una personalización de los servicios prestados.</p> |

Solución de idea estructurada

¿Cómo podemos...



Para que los ...



Innovación

Idea innovadora

ABCreativo como parte innovadora pretende ofrecer doble funcionalidad en las soluciones a las necesidades de los clientes mediante nuestros productos y/o servicios como por ejemplo en medios impresos se realizarían piezas gráficas tales como tarjetas, volantes, carpetas, etc. que contribuyan al medio ambiente en la utilización para nuevos proyectos y en medios digitales se crearía una plataforma de Marketplace que permita diseñar al cliente su marca y a la vez subir a promocionar sus productos y/o servicios en la misma.

Alternativa de idea de negocio

1. Ofrecer capacitaciones de marketing digital gratuitas con ideas innovadoras y modernas para ejercer el mismo de manera constante cada vez que se obtengan 50 ventas para cada usuario.
2. Brindar asesorías del manejo de redes sociales y control de estas para promover la gestión virtual de la empresa aumentando su posición en el mercado.
3. Generar por medio de los materiales usados en impresiones, porta vasos, cestas de papel etc.
4. Incentivar a los usuarios a generar ideas digitales por medio de nuestra página virtual y así mismo recibir bonos por cada vez que se venda el prototipo y/o idea.

Fuerzas de la empresa

Contextualización de la empresa

| | |
|-----------------------------|---|
| Nombre de la Empresa | ABCreativo |
| Actividad Económica | <i>Actividades</i> especializadas de diseño |
| Tamaño | Microempresa |
| Ubicación | Funza, Cundinamarca |

Análisis de la demanda.

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios y su comportamiento?

Nuestros usuarios manejan estos tres tipos de personalidades:

1. Tradicional: Corresponde a la población que se sitúan en su zona de confort y no son abiertos al cambio.
2. Impulsivo: Son aquellos usuarios que se dejan llevar por sus emociones y gustos y quieren adaptarse al cambio rápidamente.
3. Escéptico: Son aquellos que se oponen a los cambios y no creen en las nuevas tecnologías.

¿Cuál es el tamaño del mercado?

En este mercado se ha visto un potencial crecimiento, debido a que los emprendedores y empresas que tenían miedo al cambio digital y solo permanecían en lo análogo han visto la necesidad de involucrarse a este mundo para que sus negocios vayan a la vanguardia, por eso la mayoría han decidido utilizar plataformas digitales como app de domicilios (Delifast, Rappi, Beat, etc) lo que hace que haya más oportunidad de negocio y crecimiento en el mercado.

¿Habrá espacio para mi idea de negocio?

Debido que ABCreativo está enfocado en su mayor parte al mercado digital del diseño y la publicidad, vemos una gran oportunidad de negocio para contribuir a impulsar las marcas que lo necesitan mediante la implementación de tiendas online, sitios web entre otros servicios que pueden apoyar al crecimiento del mercado, lo que hace que tengamos gran cavidad en este.

Análisis de la oferta

De acuerdo con los resultados de la última encuesta anual de servicios publicada por el DANE en el mercado existen 150 empresa destinadas a los mismos servicios que ABCreativo pretende desarrollar, lo que nos obliga a proponer ideas innovadoras donde desarrollemos nuestra propuesta de valor la cual consiste en darle un enfoque diferente a los diseños logrando un doble uso.

ABCreativo actualmente es consiente que tiene algunos puntos débiles frente a sus competidores debido al tiempo en el mercado y el posicionamiento en el mismo, también al capital de inversión e infraestructura

Igualmente se pretende competir con precios más ajustados y asequibles, así como también ideas personalizadas y originales que permitan marcar la diferencia ante los demás, con esto queremos llegar hacer una de las marcas líderes en Marketing digital y publicidad teniendo en cuenta la renovación de nuestras herramientas tecnológicas a medida que la actualidad lo requiera y a su vez día a día ampliar los conocimientos frente a los diferentes cambios del mercado y de la era digital, que cada vez abarca mas espacio en nuestras vidas convirtiéndose en una necesidad cotidiana de nuestros usuarios.

Dentro del mercado las principales empresas que ofrecen servicios similares o iguales al de ABCreativo se encuentran las siguientes:

| Empresa | ¿Fundada en? | ¿Quiénes son? | ¿Cuáles son sus Clientes? |
|-----------------|---------------------|---|---|
| SANCHON BBDO | 1936 en Maizales | Es una agencia dedicada a crear ideas que le importen a la gente | AVianca, Chevrolet, Pepsi, Av villas |
| DDB | 1986 en New York | Líder en el desarrollo y atención de los espacios que sirven al cliente para tener mejores formas de construir sus marcas de una manera integral. | Cámara de Comercio de Medellín, Alcaldía de Medellín |
| LEO BURNETT | 1935 en Chicago | Es una agencia que afirma que una buena publicidad tiene que ser directa, creíble, y acompañada por el estímulo emocional del calor. | Coca-Cola, Kellogg's, Marlboro, McDonald's. |

| | | | |
|----------------------------|-------------------------|---|--|
| <p>OGILVY & MATHER</p> | <p>1948 en New York</p> | <p>Es una agencia de publicidad, mercadeo y relaciones públicas</p> | <p>Sunoco, Helena Rubinstein</p> |
| <p>MULLENLOWE SSP3</p> | <p>1996 en Brasil</p> | <p>Es una red de servicios integrados de comunicación y marketing.</p> | <p>Aguila, el Tiempo, Frisby</p> |
| <p>McCANN</p> | <p>1930</p> | <p>Es una red de agencias publicitarias que transforman marcas y hacen crecer los negocios</p> | <p>Terpel, Sura, Roche, Noel, Mastercard</p> |
| <p>J WALTER THOMPSON</p> | <p>1864 en New York</p> | <p>Fue pionero en muchas prácticas y procedimientos publicitarios, por lo que se considera por muchos como el padre y creador de la agencia</p> | <p>HSBC, Nestlé, Ford</p> |

| | | | |
|------|------|--|--|
| | | publicitaria moderna | |
| GREY | 1977 | Es una agencia publicitaria que considera que la creatividad resuelve problemas de negocios. | Marval, Direct tv, Ramo, EPM, Alquería |

Análisis de la comercialización

Los servicios generalmente se distribuyen por medio de correos electrónicos y plataforma que permiten transferir archivos, pues no se requiere ningún tipo de transporte para su desarrollo y entrega.

Analisis de los proveedores

Para la prestación del servicio los proveedores que se requieren son los siguientes:

| PROVEEDOR | SERVICIO O PRODUCTO | COSTO PROMEDIO |
|------------------|--------------------------------|---------------------------|
|------------------|--------------------------------|---------------------------|

| | | |
|--------------|------------------------|-----------------------------|
| Abobe | Software de diseños | La anualidad \$2.000.000 |
| Claro | Servicio Internet | Plan mensual \$ 200.000 |
| Panamericana | Papelería | Mensual \$ 200.000 |
| Hosgator | Hosting | La anualidad \$ 260.000 |

Segmentación del mercado

Bondades del servicio

1. **Calidad de nuestro producto:** la alta calidad nos permite una mayor rentabilidad con nuestra competencia.

2. **Fidelización:** Nos basamos en la mayor lealtad con todos nuestros clientes y consumidores.

3. **Atracción de nuevos clientes:** ya que brindamos servicios personalizados y de la mejor calidad generando una buena imagen.

4. Confiabilidad: Este es el enlace que realizamos como empresa con nuestros clientes y consumidores.

5. Referencias: el voz a voz, nos genera buena reputación a la empresa por nuestro excelente servicio al cliente y nos da reconocimiento y confiabilidad con otro posible cliente.

6. Motivación: Aquella nos resulta de manera muy útil ya que en un buen ambiente de trabajo ya que esto nos influye demasiado a la hora de realizar un buen servicio al cliente.

7. Una clara definición como empresa: esto nos permite que el cliente o consumidor vea nuestros productos o servicio como productos únicos a diferencia de los productos de la competencia.

8. Reducción de gastos en marketing: De acuerdo con esto se puede generar una estrategia de marketing para poder optimizar las campañas y llegar de esta manera a un número mayor de personas sin gastar más recursos.

9. Alto nivel de ventas: ya que los clientes satisfechos vuelven a comprar de nuestros productos y servicios como también lo recomiendan lo cual genera más tráfico comercial.

10. Disposición para adquirir nuestros productos y servicios: Un cliente satisfecho y atendido de una manera adecuada se interesa por conocer más acerca de nuestro portafolio de productos y servicios generando una confianza y fidelidad.

11. Clientes nuevos: la empresa capta clientes nuevos a través de buenas referencias y la buena publicidad de la empresa ya que un cliente satisfecho es un potencial vendedor ya que lo maneja de acuerdo con su experiencia con nuestro servicio y producto

12. Menos quejas y reclamos: La disminución de estos casos nos permite una mejor fluidez a la hora del mejoramiento tanto en nuestros procesos como a la hora de prestar un buen servicio.

13. Añadir detalles a cada servicio prestado: Creamos un toque único y personalizado para cada cliente que se ajuste a su necesidad y quede satisfecho ya sea con nuestros productos y servicios.

14. Valorar las necesidades de cada cliente: esto nos permite tener un mejor acercamiento con el cliente y nos permite conocer más a fondo sus necesidades y así poder resolver sus problemas ya que como empresarios debemos saber cómo se siente el cliente y la mejor forma de brindarle un excelente servicio o producto.

15. Capacitación del personal: la capacitación del personal nos permite prestar un mejor servicio y que todos nuestros colaboradores estén en la capacidad de tomar decisiones en caso de que no se encuentre un líder que lo apoye y asesore.

Buyer de persona



- Miedo al fracaso, este es el mayor miedo de un empresario ya que existe mucha competencia en el mercado digital que ofrece productos iguales o similares.
- Miedo a lo desconocido, es una frustración o temor de no conocer el mundo digital ya que se presta a la incertidumbre a las situaciones desconocidas que se pueden presentar

- Deseo al crecimiento en el mundo comercial y al reconocimiento.
- Sueña con el progreso personal por medio de sus proyectos y logros empresariales.
- Tener manejo, control y mejoras en temas financieros, fiscales, legales.
- Desarrollo empresarial de forma universal por medio del mercado digital

Vive en: Colombia
 Estudios:
 Administrador de empresas profesional.
 Adulto sin hijos
 Mujer o hombre 20 a 40 años
 Ingreso de 1.500.000

Está intentando crecer en el mercado digital para aumentar sus ventas y su posición en el comercio obteniendo mayor crecimiento.

Esto lo hace ejecutando planes de mejora digital, creación de páginas web y redes sociales mejorando la interacción por las mismas. Generando empatía por los medios virtuales más usados en la modernidad y/o actualidad.

- Innovando en el mundo digital
- Mantener actualizadas sus redes y páginas.
- Creando multicanales de comunicación.
- La competitividad en el mercado virtual es uno de los grandes obstáculos.
- La variedad y gran cantidad de productos iguales o similares en la

“El resultado de un buen empresario es un cliente satisfecho”
“Peter Druker”

- Nuestros clientes los podemos encontrar a nivel mundial, se destacan por ser empresas nuevas o grandes que estén interesadas en un diseño profesional e innovador para sus sitios web o redes sociales con el fin de ser atractivos en el mundo virtual y generar así un reconocimiento y posicionamiento de mayor fuerza. ABCREATIVO es un negocio de B2B por lo tanto nuestros clientes principales son las empresas o compañías que están entrando en el comercio y/o el comercio virtual que buscan aumentar sus ventas, fidelizar clientes, tener prestigio para tomar potencia y crecimiento empresarial.

- **Valores del cliente ideal:**

- ✓ Cliente que invierte en el desarrollo personal o empresarial.
- ✓ Toma acción e implementa lo aprendido por medio de nuestras asesorías.
- ✓ Interés por adquirir conocimientos, habilidades y experiencia.
- ✓ Es proyectado y con metas fijas y establecidas.
- ✓ Tolerante al riesgo.

- Se relaciona constantemente con ejecutivos, empresarios o empleados de una empresa y recurre a empresas nuevas y/o grandes, frecuenta constantemente a capacitaciones o charlas de emprendimiento y se vincula con personas con experiencia, también tiene vinculación con su familia y/o amigos. Es empleado en una empresa y tiene espíritu de emprendedor.

- **Necesidades urgentes:**

- ✓ Mejorar la calidad y disminuir gastos.
- ✓ Generar una imagen positiva.
- ✓ Obtener financiación.
- ✓ Crear reconocimiento en el mercado.
- ✓ Fidelización de clientes.

- **Bondades y segmentación:** Teniendo en cuenta las bondades que poseemos y que nombramos previamente en el punto número uno, se puede identificar como estas se ajustan a nuestro cliente ideal ya que en ellas se realiza un análisis de empleo con cada uno de nuestros respectivos clientes ya que ello serán nuestros posibles vendedores de manera indirecta ya que nos ayudaran a al crecimiento de la publicidad voz a voz y del mismo moda atrayendo nuevos clientes lo cual nos beneficia como compañía, es por ello que nos basamos en tener el mejor servicio al cliente posible de la mano de una capacitación idónea a nuestros colaboradores que nos permita suplir las necesidades de nuestros clientes en un 100% permitiéndonos fidelizar a cada cliente, de este modo nuestra compañía contara con uno de los mejores portafolios en cuanto a producto y servicio brindando ideas innovadoras para cada cliente y consumidor generando ventas más altas, calidad en nuestros servicios y productos y mejoras continuas en nuestros procesos.

Competencia.

En el mercado local más cercano uno de los fuertes competidores que evaluamos es el que está ubicado en el sector del Ricaurte, pues allí se encuentra el centro de artes gráficas y dentro de este la competencia se encuentra mucha diferencia en precios y calidad lo que permite exista desviación de clientes potenciales.









| | | | |
|---|--|---|--|
|  | <p>SANCHO BBDO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1936 en Maizales • Es una agencia dedicada a crear ideas que le importen a la gente • Algunos clientes: AVianca, Chevrolet, Pepsi, Av villas |  | <p>Mullenlowe SSP3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1996 en Brasil • Es una red de servicios integrados de comunicación y marketing. • Algunos Clientes: Aguila, el Tiempo, Frisby |
|  | <p>DDB</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1986 en New York • Lider en el desarrollo y atención de los espacios que sirvan al cliente para tener mejores formas de construir sus marcas de una manera integral. • Algunos clientes: Cámara de Comercio de Medellín, Alcaldía de Medellín |  | <p>McCANN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1930 • Es una red de agencias publicitarias que transforman marcas y hacen crecer los negocios • Algunos cliente: Terpel, Sura, Roche, Noel, Mastercard |
|  | <p>LEO BURNETT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1935 en Chicago • Es una agencia que afirma que una buena publicidad tiene que ser directa, creible, y acompañada por el estímulo emocional del calor. • Algunos clientes: Coca-Cola, Kellogg's, Marlboro, McDonald's. |  | <p>J WALTER THOMPSON</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1864 en New York • Fue pionero en muchas prácticas y procedimientos publicitarios, por lo que se considera por muchos como el padre y creador de la agencia publicitaria moderna • Algunos Clientes: HSBC, Nestlé, Ford |
|  | <p>OGILVY & MATHER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1948 en New York • Es una agencia de publicidad, mercadeo y relaciones públicas • Algunos Clientes: Sunoco, Helena Rubinstein |  | <p>GREY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundada en 1977 • Es una agencia publicitaria que considera que la creatividad resuelve problemas de negocios. • Algunos Clientes: Marval, Direct tv, Ramo, EPM, Alqueria |

Tabla 5 - Competidores

Fuente: Elaboración propia

- **¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podría comprar su producto o productos similares al suyo?**

-

La población potencial se distribuye en la siguiente gráfica:

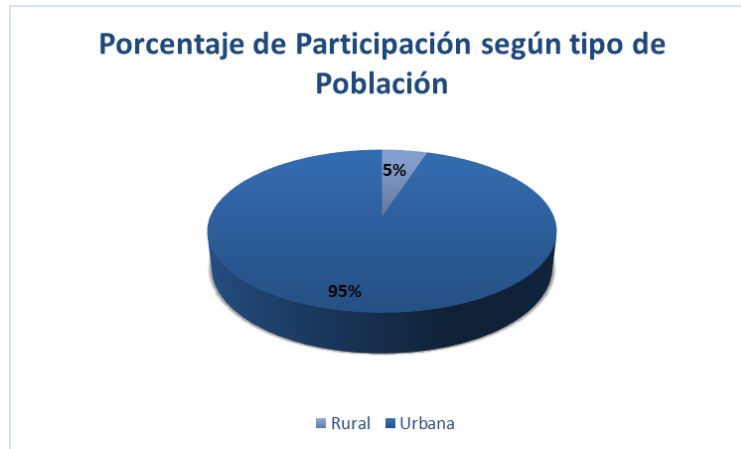


Ilustración 2 - Gráfica Poblacional

Fuente: Elaboración propia

a. En el tipo de población rural se centraliza principalmente en los negocios que se encuentran ubicados en las carreteras y requieren darse a conocer y mejorar su imagen.

b. En el tipo de población Urbana se encuentran los clientes más potenciales pues en esta población encontramos los siguientes clientes potenciales:

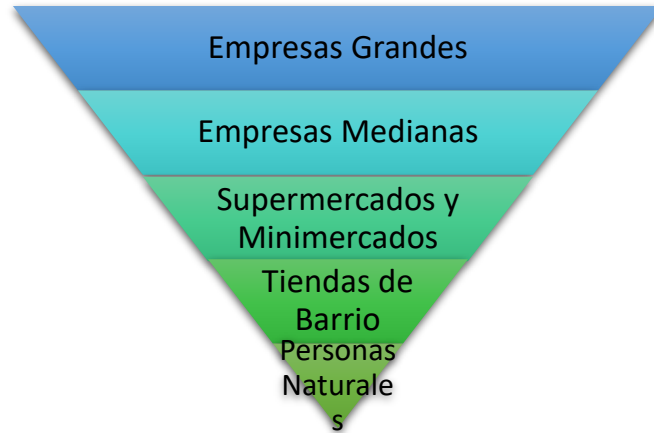


Ilustración 3 - Clientes Potenciales

Fuente: Elaboración propia

Los sectores a los que dirigimos el servicio son:

Terciario

Comercial y de servicios

Incluimos todos los sectores debido a que el diseño y la publicidad se aplica a todos sin ninguna restricción pues se manejan son diferentes necesidades que se pueden suplir.

- **¿Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo?**

Existen las siguientes razones:

- a) Poca capacidad de adquisición: Pues los servicios de diseño y publicidad representan un valor adicional que muchos usuarios no presupuestan dentro de sus gastos mensuales por lo que prefieren utilizar otros métodos más económicos.
- b) Falta de Conocimiento: Los usuarios pueden llegar a pensar que el costo del diseño y la publicidad son más elevados frente a la retribución que esta puede generar.
- c) Aplicación y uso de programas o plataformas gratuitas: Algunos interesados toman esta opción al existir plataformas de fácil manejo y aplicación.
- d) Competencia con precios inferiores: En el mercado existe competencia que ofrece precios inferiores lo que permite que varios usuarios escojan estas alternativas.

- **¿Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto?**

Los usuarios con alto potencial de adquirir nuestros servicios los agrupamos en los siguientes grupos:

- a) Quienes desean crear marca propia.
- b) Quienes desean hacer un mejoramiento de marca.
- c) Quienes desean posicionar la marca

- **¿Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto?**

Con lo anterior, acaba de definir su mercado potencia, disponible, meta y objetivo, siendo este último al que finalmente vale la pena realizar TODOS los esfuerzos para alcanzarlo (logística, mercadeo u otros esfuerzos promocionales).

Siempre tenga presente que segmentar conlleva a optimizar recursos y maximizar ingresos, pues sin dejar de ofrecer/vender productos a otros, ese segmento de clientes es el que representará la porción más representativa de ingresos o rentabilidad por cliente a nuestra compañía.

Propuesta de valor

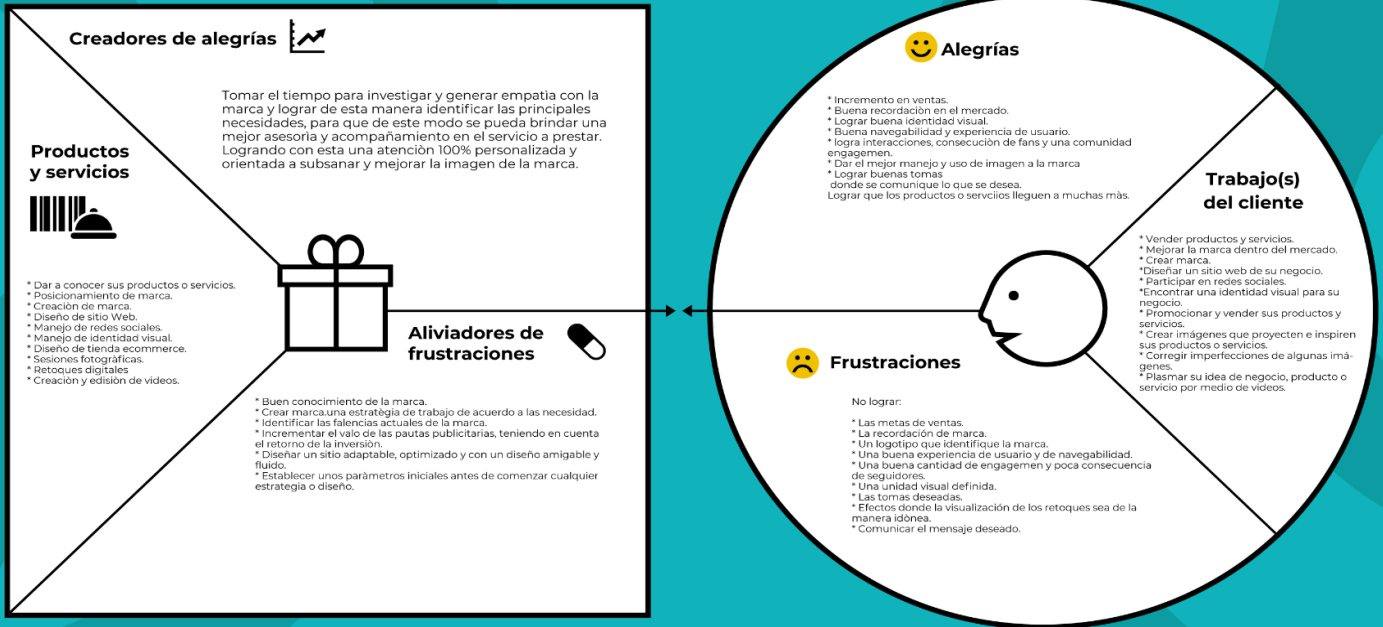
Ilustración 4 - Propuesta de Valor

Fuente: Elaboración propia

EL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR

Propuesta de valor

Segmento de mercado



ABCREATIVO

Diseño de producto

Definición estratégica

1. **Ley no. 527 de 1999 - Comercio Electrónico:** “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.”.

En esta ley se controla o vigilan los procedimientos con intercambio de datos, información adquirida, enviada, almacenada que sean generados por medios electrónicos con el fin de garantizar la seguridad y privacidad de los mismo; también encontramos la firma digital generada como consentimiento de ambas partes sobre un intercambio, proceso o acuerdo y así garantizar que no sea modificada después de firmada.

Se mantendrá la validez jurídica y legal de los mensajes de datos y se implementaran criticas sanas para su garantía, los documentos e información deben ser archivados para su futura consulta y así mismo, deben ser verídicas, confiables, integridad.

2. Artículo 91, Ley 633 de 2000: "Todas las páginas web y los sitios de internet de origen colombiano que operan en el internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiera o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el registro mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera. "

En esta ley se informa que toda empresa del sector comercial o financiero de forma virtual debe inscribirse en el registro mercantil y suministrar información a la DIAN por lo tanto se debe hacer registro en cámara de comercio para que pueda prestar sus servicios de forma controlada y vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Se debe tener en cuenta que la persona natural o jurídica representante de la entidad debe ser de origen colombiano para regir sobre esta ley y así cumplir con las obligaciones de la normatividad de industria y comercio y sus respectivos impuestos.

3. Ley 1581 de 2012: “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.”

Ley modelo de la cnudmi sobre comercio electrónico: “Ley Modelo sobre Comercio Electrónico aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional”

Estas leyes brindan el derecho de los usuarios a consultar, verificar y actualizar los datos personales brindados a las entidades que archivan en bases de datos dicha información. En esta ley se aplican los principios tales como: legalidad en tratamiento de datos, veracidad, calidad, libertad, transparencia, acceso y circulación restringida, seguridad y confidencialidad.

También evidenciamos que es obligación de la entidad tener autorización del usuario para tratar y/o realizar cualquier proceso con los datos personales del mismo. Así mismo, debe ser informado el tipo de tratamiento al que será sometidos sus datos, sus derechos y la identificación, dirección física o electrónica y teléfono del responsable del tratamiento.

4. Ley 1480 de 2011: “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.”

Los objetivos de esta ley constan de proteger, promover y garantizar la efectividad y la libertad de los derechos, las obligaciones y responsabilidades de los productores, proveedores y consumidores.

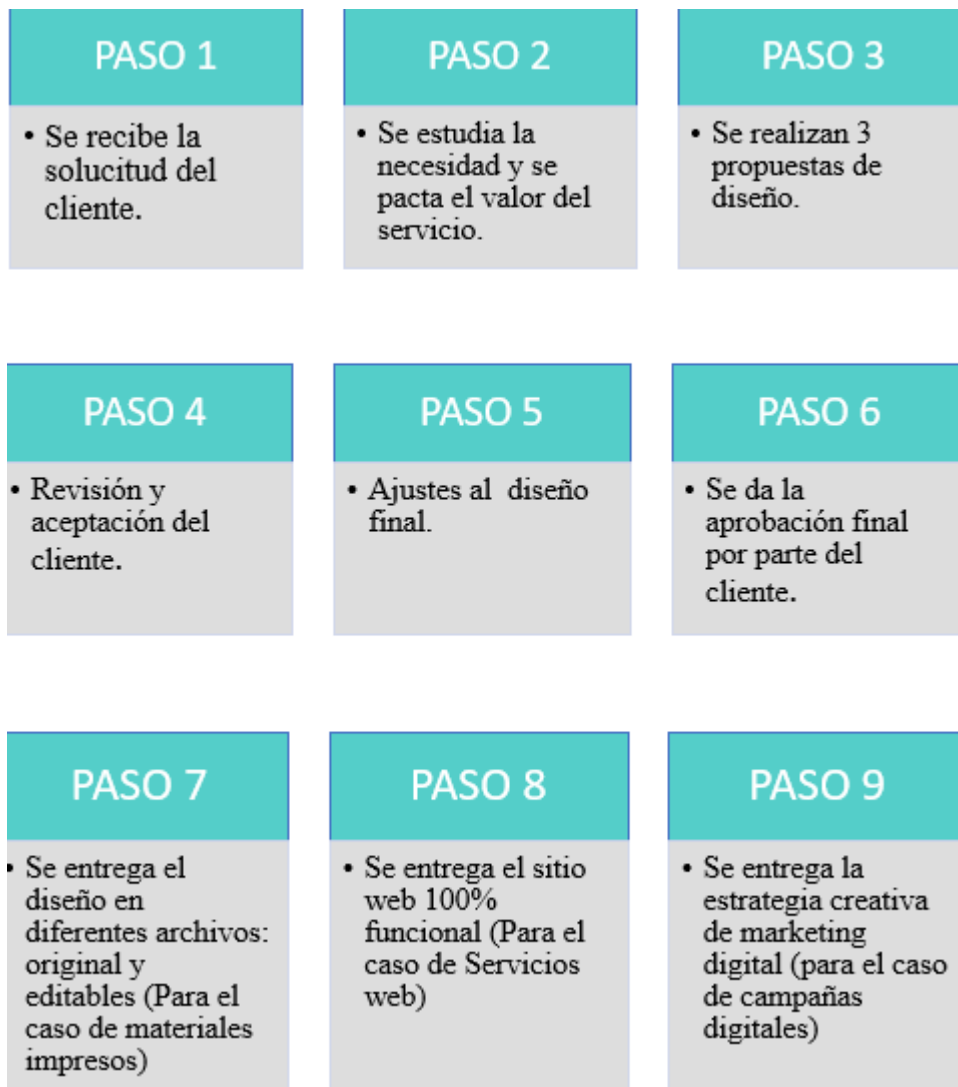
Hablamos de los derechos del consumidor, proveedor y productores en cuanto al derecho de protección, participación, representación, elección, información, elección, calidad, seguridad.

Diseño de concepto

| MATERIALES | MAQUINARIA |
|---|--|
| <p data-bbox="378 747 748 814">Software de edición como:</p> <ul data-bbox="331 856 651 1182" style="list-style-type: none">• Adobe Illustrator• Adobe Photoshop• Adobe InDesing• Adobe Premier• Adobe Affter Efects• Wordpress• Joomla• Papel para impresión• Papel Fotográfico | <ul data-bbox="898 842 1227 1052" style="list-style-type: none">• Computadora• Impresoras a láser• Equipo Fotográfico• Tableta digitalizadora• Tableta digital• USB |

Diseño en detalle

- Proceso de producción



Cadena de distribución

Ilustración 5 - Cadena de distribución

Fuente: Elaboración Propia



Costo de producción y costo de venta

La utilidad que se determina para todos los servicios es del 30% sobre el costo de producción

| SERVICIO | COSTO DE PRODUCCIÓN | PRECIO DE VENTA |
|--------------------------|---------------------|-----------------|
| CREACIÓN DE MARCA | | |
| Creación de nombre | \$425.200 | \$552.760 |
| Logo para Empresa | \$550.000 | \$715.000 |
| Rediseño de logo | \$404.000 | \$525.200 |
| Slogan para Empresa | \$525.000 | \$682.500 |

| | | |
|--|-----------|-------------|
| Papelería básica (Sobre, hoja carta, tarjeta personal, tarjeta lord) | \$325.000 | \$422.500 |
| Manual de Imagen básico (explicación - planimetría - colores- fuentes -usos (sin aplicaciones) | \$320.000 | \$416.000 |
| PUBLICIDAD EXTERIOR | | |
| Valla | \$404.000 | \$525.200 |
| Pasacalle | \$161.000 | \$209.300 |
| Pendón | \$161.000 | \$209.300 |
| Señalética (estudio del espacio, directorio, subdirectorio y ubicación se piezas) | \$850.000 | \$1.105.000 |
| Pieza señalética genérica zonal | \$120.999 | \$157.299 |
| Bus Completo | \$850.000 | \$1.105.000 |
| Lateral Bus | \$370.000 | \$481.000 |
| Aplicación de logo a una pieza | \$40.769 | \$53.000 |
| Diseño estampado de Camiseta o Cachucha | \$161.000 | \$209.300 |
| Uniformes | \$639.000 | \$830.700 |
| Creación de un souvenir | \$570.000 | \$741.000 |
| P.O.P. / MERCHANDISING | | |
| Decoración vitrina | \$920.000 | \$1.196.000 |

| | | |
|---|-------------|-------------|
| Botón – pin | \$40.769 | \$53.000 |
| Diseño de Stand | \$1.250.000 | \$1.625.000 |
| Carpeta sencilla (2cuerpos + bolsillo) | \$289.000 | \$375.700 |
| Carpeta especial (hasta 3 cuerpos + troquel+ bolsillo) | \$370.000 | \$481.000 |
| Empaque de producto | \$850.000 | \$1.105.000 |
| Etiqueta de producto | \$370.000 | \$481.000 |
| Etiqueta – marquilla | \$105.900 | \$137.670 |
| IMPRESOS | | |
| Plegable / Brochure 3 cuerpos | \$390.000 | \$507.000 |
| Plegable / Brochure 2 cuerpos | \$265.000 | \$344.500 |
| FOLLETO: Manual, Cuadernillos, (similares) x pagina | \$48.923 | \$63.600 |
| Diseño portada – contraportada | \$325.000 | \$422.500 |
| Catalogo – hoja | \$81.539 | \$106.001 |
| Afiche – poster | \$250.000 | \$325.000 |
| Volante Media Carta / Oficio (1 cara) | \$120.999 | \$157.299 |
| Volante Media Carta / Oficio (2 caras) | \$180.000 | \$234.000 |
| Invitación, Tarjetas Navidad, Cumpleaños, Similares | \$146.900 | \$190.970 |

| | | |
|--------------------------------------|-----------|-------------|
| Bolsa | \$200.000 | \$260.000 |
| Blíster | \$490.000 | \$637.000 |
| Boletería | \$120.999 | \$157.299 |
| Calendario – Almanaque | \$639.000 | \$830.700 |
| Caratula CD corporativo 1 cara | \$161.000 | \$209.300 |
| Caja CD corporativo (Diseño Packing) | \$720.000 | \$936.000 |
| Carnet | \$120.999 | \$157.299 |
| Caratula CD corporativo 2 caras | \$325.000 | \$422.500 |
| Diploma | \$200.000 | \$260.000 |
| Correo directo básico | \$250.000 | \$325.000 |
| Aviso interior | \$289.000 | \$375.700 |
| Dispensador | \$259.000 | \$336.700 |
| Diseño estructural empaque | \$850.000 | \$1.105.000 |
| Adaptación de empaque | \$639.000 | \$830.700 |
| Escarapela | \$105.900 | \$137.670 |
| Exhibidor | \$250.000 | \$325.000 |
| Rompe tráfico | \$200.000 | \$260.000 |
| Sello | \$48.923 | \$63.600 |
| Diseño editorial – libro x hoja | \$65.229 | \$84.798 |
| Portada y contraportada libro | \$404.000 | \$525.200 |
| Portada y contraportada revista | \$404.000 | \$525.200 |

| | | |
|--|-----------|-----------|
| Diseño editorial – periódico x página | \$161.000 | \$209.300 |
| Portavaso | \$57.077 | \$74.200 |
| Diseño editorial – revista x página | \$120.999 | \$157.299 |
| Libreta | \$161.000 | \$209.300 |
| Hoja adicional Carta restaurante | \$48.923 | \$63.600 |
| Carta restaurante 2 cuerpos | \$289.000 | \$375.700 |
| Individual mesa – restaurante | \$146.900 | \$190.970 |
| Menú | \$161.000 | \$209.300 |
| Biombo | \$639.000 | \$830.700 |
| Sticker | \$97.300 | \$126.490 |
| Programa de evento | \$97.300 | \$126.490 |
| Punta de góndola | \$550.000 | \$715.000 |
| PRENSA Y REVISTA | | |
| (diseño en 2 tintas o tintas especiales se le incrementa un 20%) | | \$- |
| Doble Página | \$550.000 | \$715.000 |
| Página | \$404.000 | \$525.200 |
| Media | \$259.000 | \$336.700 |
| Roba página | \$325.000 | \$422.500 |
| Cuarto | \$161.000 | \$209.300 |
| Octavo | \$120.999 | \$157.299 |
| FOTOGRAFÍA Y VIDEO | | |

| | | |
|--|-------------|-------------|
| Story Board o guion comercial Tv (30" 8 cuadros) | \$1.200.000 | \$1.560.000 |
| Story Board o guion video institucional 3 minutos 40 cuadros) | \$2.899.000 | \$3.768.700 |
| Dirección en Pre-producción, Producción y Edición | \$1.850.000 | \$2.405.000 |
| Retoque digital x foto (no se cobra por hora ya que ahora se hacen más rápido) | \$65.229 | \$84.798 |
| Codirección producción comercial | \$1.200.000 | \$1.560.000 |
| Codirección producción video institucional | \$1.660.000 | \$2.158.000 |
| Hora sesión fotográfica (no incluye personal extra y viáticos) | \$170.000 | \$221.000 |
| Día de Sesión fotográfica (no incluye personal extra y viáticos) | \$1.200.000 | \$1.560.000 |
| Pago por foto elegida | \$325.000 | \$422.500 |
| DISEÑO WEB | | |
| Página básica HTML (inicio y 4 pagina interna) | \$590.000 | \$767.000 |
| Página básica HTML con formulario activado | \$720.000 | \$936.000 |
| Página interna adicional | \$97.300 | \$126.490 |

| | | |
|--|-------------|-------------|
| Página básica híbrida | \$1.057.000 | \$1.374.100 |
| Página híbrida interna adicional | \$131.000 | \$170.300 |
| Página básica en flash | \$1.300.000 | \$1.690.000 |
| Página adicional interna en flash | \$170.000 | \$221.000 |
| Banner | \$145.000 | \$188.500 |
| Multimedia (depende de su complejidad) | \$1.250.000 | \$1.625.000 |
| Sitio web inteligente (automatizado) sin BackEnd | \$1.050.000 | \$1.365.000 |
| Sitio web inteligente (automatizado) con BackEnd (básico+) | \$1.660.000 | \$2.158.000 |
| Diseño y Programación de Sitio web inteligente (automatizado) con BackEnd (avanzado) sin roles y máximo un usuario admin | \$4.100.000 | \$5.330.000 |
| Pago por foto elegida | \$325.000 | \$422.500 |
| Diseño y Programación de Sitio web inteligente (automatizado) con BackEnd (avanzado) roles de usuario (hasta 3), autenticación de usuarios | \$6.190.000 | \$8.047.000 |

| | | |
|---|-------------|-------------|
| Administración presupuesto campañas publicitarias (GOOGLE ADWORDS) x cada campaña | \$190.000 | \$247.000 |
| Diseño y Programación de Páginas de Aterrizaje | \$161.000 | \$209.300 |
| Implementación open source (Joomla, Drupal, OsCommerce, WordPress) sin desarrollo de módulos personalizados | \$459.000 | \$596.700 |
| Administración open source (Joomla, Drupal, OsCommerce, WordPress) según volumen de info mensual/semanal | \$679.000 | \$882.700 |
| Asesoría y desarrollo de estrategia SEO en un sitio web existente | \$639.000 | \$830.700 |
| Formularios para recopilar información por medio de internet con validación en JavaScript y php | \$97.300 | \$126.490 |
| Diseño de intranet básica | \$1.500.000 | \$1.950.000 |
| Diseño de Plantillas en Flash | \$190.000 | \$247.000 |
| Diseño de Plantillas en HTML | \$139.000 | \$180.700 |
| Diseño interfaz de intranet | \$529.000 | \$687.700 |
| OTROS | | \$- |
| Segundo de Animación 2D | \$92.307 | \$119.999 |

| | | |
|--|-------------|-------------|
| Diseño de E-books | \$1.150.000 | \$1.495.000 |
| Diseño de E-books para dispositivos móviles | \$1.150.000 | \$1.495.000 |
| Presentaciones en PDF animado | \$1.150.000 | \$1.495.000 |
| Diseño de juegos en flash | \$1.500.000 | \$1.950.000 |
| Diseño de aplicaciones para Facebook | \$1.500.000 | \$1.950.000 |
| Levantamiento de Arte de Logo | \$40.769 | \$53.000 |
| Ilustraciones especiales (Debe tenerse en cuenta su complejidad) | \$81.539 | \$106.001 |
| ilustración de Historietas | \$2.300.000 | \$2.990.000 |

Tabla 6 - Tarifas año 2020 Grupo SRM

Fuente: Tarifas año 2020 Grupo SRM

Validación y verificación

- ✓ **Eficacia del producto:** Este indicador nos permite medir la satisfacción de las necesidades del cliente obtenido por nuestro servicio y para medirlo se generan evaluaciones posteriores para obtener *feedback* del cliente.

- ✓ **Competitividad:** Se mide la competitividad de nuestra organización con relación a nuestros competidores y así planear y crear estrategias para responder a la demanda del mercado.
- ✓ **Nivel de ventas:** Se mide la cantidad de ventas ya que es necesario conocer si existe una demanda del servicio y el crecimiento de este para evaluar si el producto tiene un buen nivel de calidad.
- ✓ **Diseño y desarrollo:** En este medimos las metas de aceptación del cliente sujeto a cambios y mejoras por parte de este y recomendaciones nuestras.
- ✓ **Satisfacción del cliente:** En este medimos el grado de satisfacción del cliente en cuanto al servicio y la eficiencia en resolución de quejas y/o reclamos.
- ✓ **Procesos de auditorías:** Realizar una medición y posterior control de las auditorías internas, las auditorías realizadas por clientes y de certificación.
- ✓ **Entrega puntual:** Medición de la cantidad de entregas puntuales en las fechas establecidas originalmente y así mismo medir las entregas tardías.
- ✓ **Funcionalidad:** Medir la correcta aplicación del servicio ya que los servicios inmateriales se valorizan por la funcionalidad que el consumidor requería.

- ✓ Cumplimiento de ordenes: Se mide desde inicio a fin verificando si se logra satisfacer las necesidades y/o demandas del consumidor y realizar las entregas dentro del plazo podremos evidenciar una buena calidad de servicio.
- ✓ Nivel de rediseño: Aquí podemos medir las veces que sufran cambios los diseños finales propuestos por nosotros nuestros clientes, pues esto se tomaría como devoluciones del servicio.

Producción

Brochure ABCreativo





Ilustración 7 – Brochure

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica

| | | |
|---|--|----------------------|
| Ficha técnica del servicio | | Vigencia desde: 2020 |
| | | Versión 1 |
| Servicio de comercio electrónico | | |
| Nombre de la empresa | ABC Creativo | |
| Calidad | <p>En Colombia el marco normativo a nivel nacional relacionado con el comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley 527 del 18 de agosto de 1999 <p>Cumpliendo con la normatividad y las leyes solicitadas por el registro mercantil, cámara de comercio y el sistema de superintendencia de comercio y a su vez la ley 527.</p> | |
| Generalidades | <p>ABC Creativo Presta el servicio de diseño de archivos editables, diseños del sitio web 100% funcional y de estrategia creativa de marketing digital.</p> <p>Igualmente generamos asesorías para el buen manejo de los servicios para que sean funcionales y cumplan las necesidades y /o demandas del cliente.</p> | |

Etapa de ciclo de vida del servicio

Etapa de Crecimiento: el servicio se está dando a conocer por los buenos resultados que se ha tenido y las buenas recomendaciones de los clientes ya obtenidos, nuestras ventas han aumentado generando una estabilidad que nos ha permitido posicionarnos en el mercado, nuestro propósito en esta etapa es reforzar el nombre de nuestra marca pues somos conscientes que el mercado está lleno de competidores que nos obligan a mantenernos en la vanguardia con

todos los cambios y actualizaciones que están en el mercado para logran siempre satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Prototipos

- **Características del producto o servicio:**

- ✓ Estudio previo a la necesidad: Se realiza para tener un conocimiento exacto del emprendimiento o de la empresa para lograr satisfacer la necesidad.
- ✓ Innovación: Se trata de crear experiencias únicas en cada uno de los diseños.
- ✓ Novedoso: Consiste en realizar trabajos originales que no posean similitud entre ningún otro.

- ✓ Publicidad inteligente: Consiste en brindar asesoría pertinente al cliente para identificar la mejor manera de impulsar su negocio a través de la publicidad debido a que cada cliente tiene una manera diferente de darse a conocer.
- ✓ Imaginación: Se busca crear nuevos diseños que salgan de la monotonía de los diseños tradicionales.
- ✓ Persuasivo: Con esto se logra captar transmitir el mensaje adecuado para cada publicidad dependiendo del público objetivo.
- ✓ Original: Se trata de manifestar ideas propias de cada cliente dependiendo del sector del mercado.

- **Características del Prototipo:**

Prototipo N°1: Tarjetas de presentación



Ilustración 6 - Prototipo Tarjeta de Presentación

Fuente: Elaboración propia Tarjeta de presentación 4.12

Equipos y Materiales:

- ✓ Computador IMAC
- ✓ Software Illustrator
- ✓ Tableta digitalizadora
- ✓ Equipo de Fotografía
- ✓ Micro SD
- ✓ Internet

Procedimiento:

1. Estudio de la marca: Se realizó a profundidad el estudio del brief y el manual de imagen corporativa para conocer los usos correctos del logo y colores corporativos.
2. Solicitud de la información para implementar en la pieza gráfica.
3. Propuestas de diseño: Se realizan 3 propuestas de diseño en el software Illustrator manejando el color corporativo de la marca como fondo y el logo alineado a la derecha, teniendo en cuenta que se quiere generar una empatía con el cliente se apto por hacer la tarjeta en forma de corazón ya que el isotipo tiene la misma forma. En la parte trasera de la tarjeta se manejó fotografía de producto en contragrafismo para dar una imagen de sobriedad y elegancia. En el uso de la tipografía se encuentra una de paloseco en uso Bold y Light para conservar su diseño estilizado.

Interacción del cliente con el prototipo

Se puede dar:

- ✓ Rueda de negocios.
- ✓ Presentación comercial.
- ✓ Eventos Públicos y privados donde existan posibles clientes.
- ✓ Ferias empresariales.
- ✓ *Prototipo N° 2: Página Web*



Servicios

Ilustración 7 - Prototipo Página Web

Fuente: Elaboración propia Página Web

Link: <https://trchile.cl/>

Equipos y Materiales:

- ✓ Computador IMAC
- ✓ Software Illustrator
- ✓ Gestor de Contenidos (Wordpress)
- ✓ Tableta digitalizadora
- ✓ Equipo de Fotografía
- ✓ Micro SD
- ✓ Internet

Procedimiento

1. Estudio de la marca: Se realizó a profundidad el estudio del brief y el manual de imagen corporativa para conocer los usos correctos del logo y colores corporativos.
2. Solicitud de la información para implementar en el sitio web.
3. Propuestas de diseño: Se realizan 3 propuestas de diseño en el software Illustrator con la maquetación de header, slide de imagen, sección de servicios, sección de contacto y footer (Pie de Página). Una vez seleccionado el diseño final por el cliente se procede a comprar el dominio y el hosting luego se pasa a diseñar y maquetar en la plataforma de gestión de contenidos Wordpress y realizar los respectivos ajustes y linkear todo el sitio.
4. Publicación de sitio en la web

Interacción del cliente con el prototipo:

Se puede dar:

- ✓ Rueda de negocios.
- ✓ Presentación comercial.
- ✓ Eventos Públicos y privados donde existan posibles clientes.
- ✓ Ferias empresariales.
- ✓ Correos masivos.
- ✓ Redes sociales.
- ✓ Por la adaptabilidad (diseño responsive) se puede evidenciar en cualquier ordenador y dispositivo móvil.

Modelo Running lean de ABCreativo

| Modelo Running Lean de la empresa ABCreativo | | | | |
|--|--|---|--|---|
| Problemas | Solución | Propuesta de Valor | Ventaja Especial | Segmento de Clientes |
| <ul style="list-style-type: none"> - Diseños innovadores a la hora de actualizar su imagen corporativa - Satisfacer la necesidad del cliente por completo, en cuanto al producto o servicio. - Productos de buena calidad y precios óptimos | <ul style="list-style-type: none"> - Excelentes diseños innovadores - Productos y Servicios de calidad - Diseños exclusivos <div style="background-color: #e0e0e0; text-align: center; font-weight: bold; padding: 2px;">Métricas Clave</div> <ul style="list-style-type: none"> - Medición de la atención personalizada a cada cliente - Tiempo y cumplimiento de entrega de los diseños o productos | <p>Proveemos servicios personalizado acaparando las necesidades y los requerimientos de los clientes generando diseños innovadores y únicos basados en el proyecto o la idea de los usuarios con alta calidad y asequible para las empresas nuevas y las posicionadas en el mercado. Con esta propuesta se logrará asegurar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Garantías en el servicio - Agilidad en el servicio - Fortalecer el reconocimiento en el mercado - Reducir los Riesgos | <ul style="list-style-type: none"> - Asistencia Individual: - Seguimiento al servicio de manera presencial, telefónica y virtual - Creación de diseños doble proposito. - Asesoría en la publicidad y el diseño de acuerdo a cada mercado. <p style="text-align: center;">"Idealízalo, plántalo y pon en marcha con los mejores diseñadores de tu imagen corporativa."</p> <div style="background-color: #e0e0e0; text-align: center; font-weight: bold; padding: 2px;">Canales de Distribución</div> <ul style="list-style-type: none"> - Página web oficial - Cuenta empresarial de Facebook - Cuenta empresarial de Instagram - Whats.App empresarial | <p>Empresarios y/o emprendedores: Edad: 24-50 años Sexo: Hombres y mujeres Ubicación: Latinoamérica</p> <p>Clase social: 2 en adelante</p> <p>Hábitos: Personas con proyectos y estudios empresariales.</p> <p>Características: Usuarios proyectados, sin miedo al fracaso, arriesgadas y con interés en el autodesarrollo.</p> |
| Estructura de Costos | | Flujos de Ingresos | | |
| <div style="background-color: #e0e0e0; padding: 2px;">Costos Fijos</div> <ul style="list-style-type: none"> - Servicios Públicos - Licencias Programas | <div style="background-color: #e0e0e0; padding: 2px;">Costos Variables</div> <ul style="list-style-type: none"> - Costos de Capacitación del personal - Mantenimiento de equipos - Actualizaciones de programas | <div style="background-color: #e0e0e0; padding: 5px; font-weight: bold; display: inline-block;">PUNTO DE EQUILIBRIO</div> | | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Diseño análogo: Ingreso calculado por el tipo de servicio - Diseño Digital: Ingreso calculado por el tipo de servicio - E-commerce: Ingreso calculado por el tipo de servicio - Tiendas Online: Ingreso calculado por el tipo de tienda. | | |

Técnicas de recolección de investigación

Esta encuesta es parte del trabajo de investigación que se está realizando cuya finalidad consiste en conocer el uso actual que se están dando a las marcas identificando de esta manera las principales necesidades que los consumidores tienen frente al posicionamiento de la marca y a su vez logrando evaluar si la idea innovadora que pretendemos desarrollar es bien acogida. La información suministrada será confidencial y solo se divulgará con autorización previa.

Objetivo General

- Analizar la importancia del Marketing en el posicionamiento de las marcas durante el año 2020.

Objetivos Específicos

- Identificar el manejo actual que tienen las marcas.
- Evaluar los principales factores que los consumidores ven necesario para un buen manejo de su marca
- Determinar el grado de importancia que tiene la propuesta de valor que nuestro proyecto.

Hipótesis

- Desconocimiento de nuevas plataformas y opciones de marketing.

Tipo de Investigación

Esta investigación será cuantitativa debido a que pretendemos recabar y analizar datos numéricos por medio de una encuesta la cual nos permitirá recoger la información necesaria para nuestra investigación. Cabe aclarar que para realizar este tipo de investigación plantearemos preguntas claras y concretas que nos permitan tomar decisiones para alcanzar nuestros objetivos.

Formulario de encuesta

Investigación de mercado para medir el manejo de las marcas e identificar el grado de aceptación de las propuestas de valor del proyecto

Nombre o razón social: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

1. ¿A qué sector pertenece?

- a. Servicios
- b. Industrial
- c. Comercial
- d. Financiero

2. ¿Cree usted que la publicidad que maneja su empresa es adecuada?

SI

NO

3. Está satisfecho con el tiempo de entrega de los trabajos de diseño y publicidad

SI

NO

4. Cuanto tiempo en días considera que es lo máximo que se debería demorar en recibir los entregables de diseño y publicidad

- a. 3 días
- b. 8 días
- c. 15 días
- d. 30 días

5. ¿Qué medios de publicidad utiliza actualmente?

- a. Impresos
- b. Digitales
- c. Otros.

¿Cuáles? _____

6. ¿Qué otro tipo de publicidad le gustaría incursionar?

- a. Página web
- b. Tienda online
- c. Pautas publicitarias
- d. Catálogos virtuales
- e. Otros

¿Cuáles? _____

7. Dentro de las siguientes opciones ¿Cuáles le gustaría que se tuvieran en cuenta para el manejo de su marca?

- a. Diseño personalizado
- b. Diseño doble propósito
- c. Asistencia individual
- d. Asesoría en publicidad y diseño según el sector del mercado

8. Le gustaría que el proveedor que maneja su marca le realizará seguimiento donde se mida el impacto de ha generado el manejo del marketing

SI

NO

Tamaño de la Muestra

Inicialmente realizaremos la encuesta a 100 establecimientos y emprenderos del municipio de Funza pues pretendemos iniciar el desarrollo de nuestra idea de negocio por este municipio.

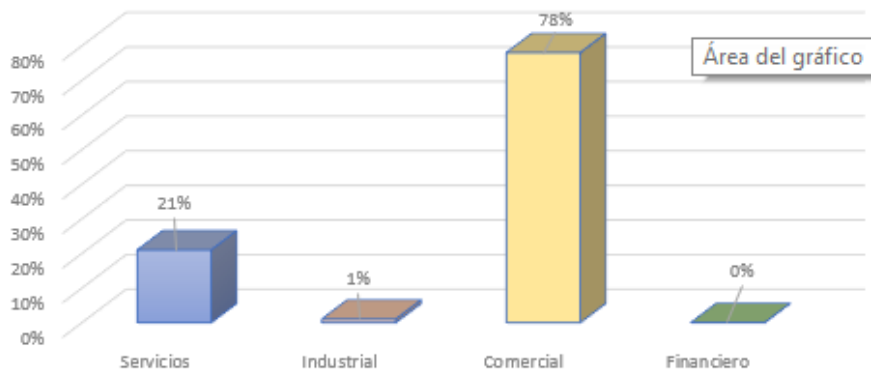
Tabulación

Tabulación

¿A qué sector del mercado pertenece?

| | | |
|----------------------|------------|-------------|
| Servicios | 21 | 21% |
| Industrial | 1 | 1% |
| Comercial | 78 | 78% |
| Financiero | 0 | 0% |
| Total muestra | 100 | 100% |

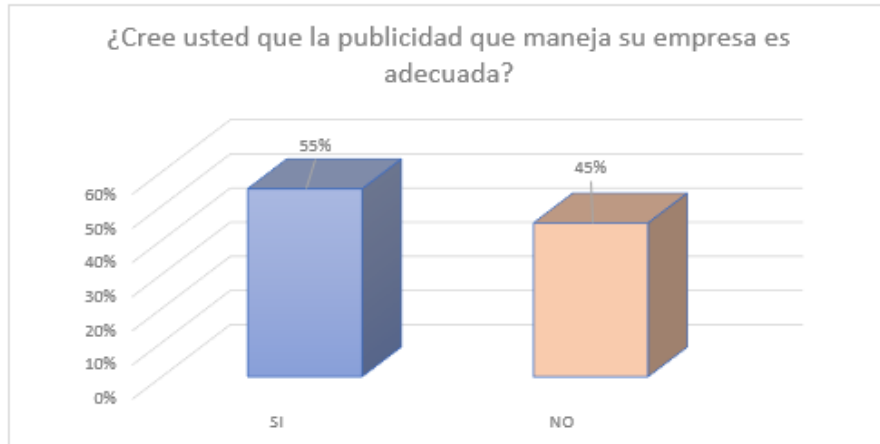
¿A qué sector del mercado pertenece?



Análisis de la Tabulación: En el Municipio de Funza encontramos más negocios y emprendimientos dedicados al sector comercial y al de servicios, del sector industrial no se pudo tener tanta información pues la mayoría de las industrias se encuentran dentro de parques industriales y no fue posible el acceso igualmente, no se logró tener ninguna cercanía con establecimientos del sector Financiero pues los que están establecidos en el municipios son negocios grandes que ya tienen su marca posicionada.

! ¿Cree usted que la publicidad que maneja su empresa es adecuada?

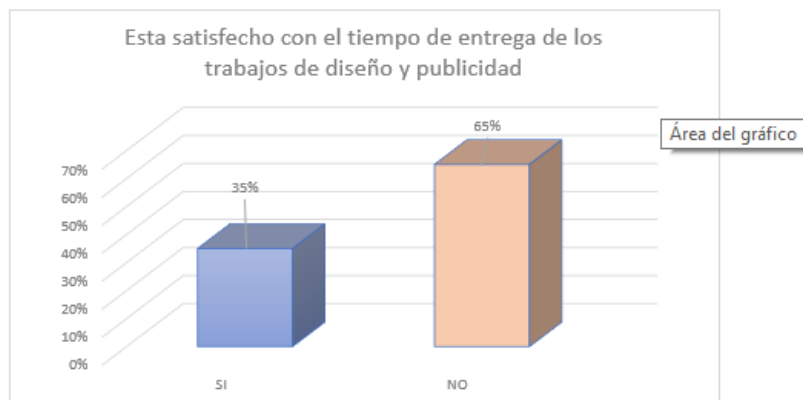
| | | |
|---------------|-----|------|
| SI | 55 | 55% |
| NO | 45 | 45% |
| Total Muestra | 100 | 100% |



Análisis de la Tabulación: Del total de la muestra evidenciamos dentro del total de la muestra el 55% está conforme a la publicidad que viene manejando, pero un 45% no está conforme por lo que podemos analizar que a pesar de que el % de no conformidad no supera al 50% de la muestra si hay falencias y posibilidades de mejora donde nuestra idea de negocio tendría viabilidad y fácil inclusión en el mercado local.

3 Esta satisfecho con el tiempo de entrega de los trabajos de diseño y publicidad

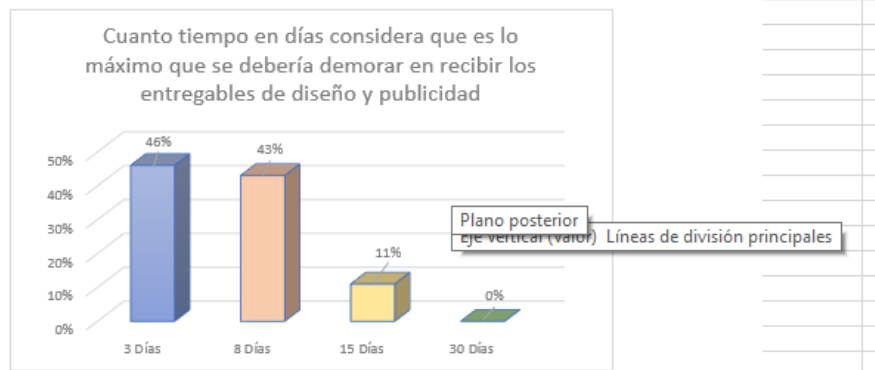
| | | |
|---------------|-----|------|
| SI | 35 | 35% |
| NO | 65 | 65% |
| Total Muestra | 100 | 100% |



Análisis de la Tabulación: Se evidencio que a pesar de que la mayoría está satisfecha con la publicidad el 63% está inconforme con las entregas de los trabajos y tan solo el 35% está satisfecho con el tiempo de entrega. En este punto evidenciamos un factor de gran importancia que se podrían subsanar y de esta manera lograr una captación del cliente con ABcreativo

Cuanto tiempo en días considera que es lo máximo que se debería demorar en recibir los entregables de diseño y publicidad

| | | |
|----------------------|------------|-------------|
| 3 Días | 46 | 46% |
| 8 Días | 43 | 43% |
| 15 Días | 11 | 11% |
| 30 Días | 0 | 0% |
| TOTAL MUESTRA | 100 | 100% |



Análisis de la Tabulación: Frente a los días de entrega se evidencio que se busca tener un tiempo de entrega entre 3 y 8 días preferiblemente, pues dentro de este rango se sitúa la mayor cantidad de encuestados con un 89% sobre el total de la muestra. Estos tiempos de entrega también es un factor para evaluar pues aquí también se podría entrar a trabajar sin embargo hay que tener claro sobre el tipo de trabajo pues todo depende de esto. ABCreativo dentro de sus puntos innovadores tiene esta propuesta, pero es importante realizar un listado con tiempos de entrega donde se pueda evidenciar con que tipos de trabajo se podría

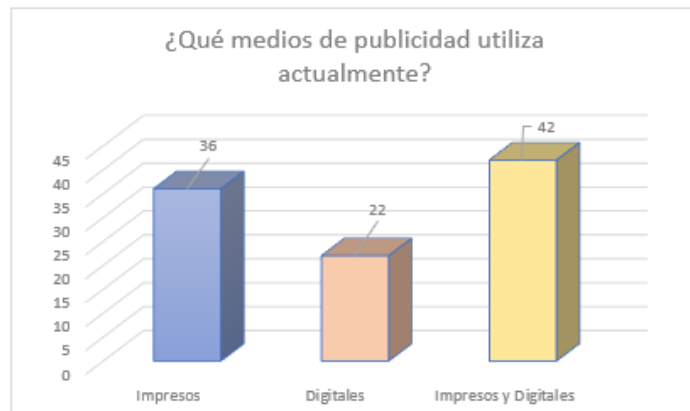
establecer estas fechas máximas de entrega y con cuales no, con el fin que se mantengan claras las ideas y no se entre a engañar al consumidor.

¿Qué medios de publicidad utiliza actualmente?

| | |
|-----------------------|------------|
| Impresos | 36 |
| Digitales | 22 |
| Impresos y Digitales | 42 |
| TOTAL MUESTRAS | 100 |

0

Cuales?



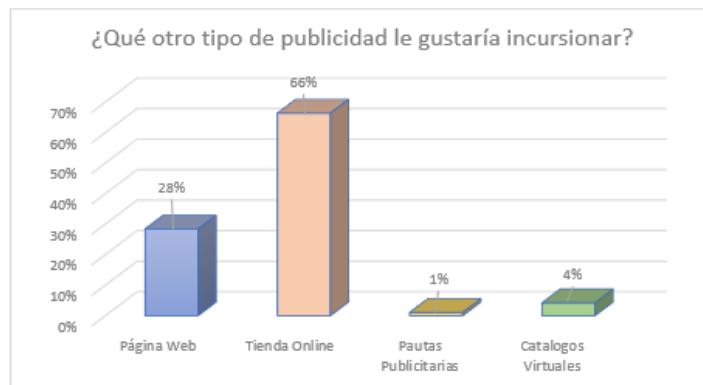
Análisis de la Tabulación: Se puede observar que en el municipio de Funza la publicidad digital tan solo represente un 22% lo que deja ver que hay gran potencial donde se puede impulsar todos los canales digitales que existen para posicionar una marca, de esta manera evidenciamos que los impresos representan un 36% y tan solo un 42% ya aplica las maneras de publicidad y aunque lo impreso también sería un campo donde ABCreativo puede trabajar la idea inicial es potencializar el uso de herramientas digitales por lo que se propone hacer visitas a estos clientes potenciales para mostrarles los beneficios tanto de costos como de posicionamiento en el mercado. Adicionalmente gran parte de los que utilizan medios

digitales se centran básicamente en publicidad por redes sociales, pero también se pueden abarcar con ellos nuevas propuestas de plataformas que aún no conocen.

6 ¿Qué otro tipo de publicidad le gustaría incursionar?

| | | |
|----------------------|------------|-------------|
| Página Web | 54 | 28% |
| Tienda Online | 126 | 66% |
| Pautas Publicitarias | 2 | 1% |
| Catalogos Virtuales | 8 | 4% |
| TOTAL MUESTRA | 190 | 100% |

Otros



Análisis de la Tabulación: De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia el interés que tiene el 66% de los encuestados de implementar tiendas online y el 28% en las páginas web esto representa una oportunidad de nuevos mercados pues ABCreativo puede contribuir con la implementación de estas herramientas logrando de esta manera incrementar el posicionamiento tanto de las marcas de los clientes como la marca propia ganando credibilidad y la oportunidad de un buena voz a voz.

Igualmente se evidencia menos interés tanto en pautas como en catálogos web, pues tan solo abarcan el 5% del total de los encuestados lo que nos da viabilidad para enfocarnos a trabajar en lo que realmente las marcas están requiriendo.

7 Dentro de las siguientes opciones ¿Cuáles le gustaría que se tuvieran encuesta para el manejo de su marca?

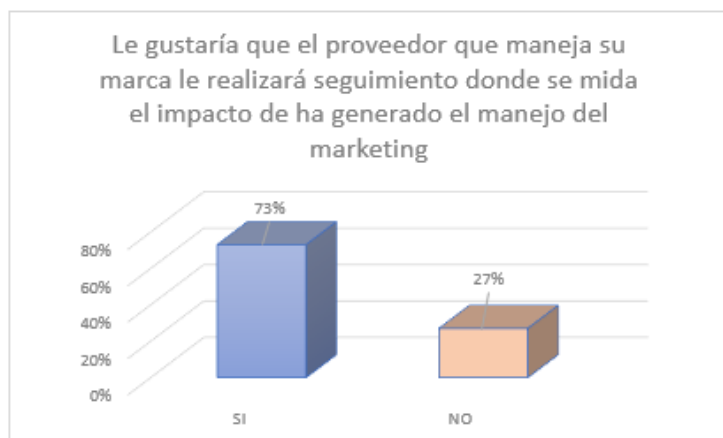
| | | |
|--|------------|-------------|
| Diseño Personalizado | 100 | 100% |
| Diseño doble propósito | 100 | 100% |
| Asistencia Individual | 100 | 100% |
| Asesoría en publicidad y diseño de acuerdo a cada sector del | 100 | 100% |
| TOTAL MUESTRA | 100 | 400% |



Análisis de la Tabulación: Con los resultados obtenidos logramos verificar que nuestras propuestas de valor son de gran aceptación pues todos los encuestados seleccionaron todas las opciones lo que nos da la orientación que nuestra idea de negocio es totalmente viable sobre esta población y tenemos que comenzar a crear un plan de acción para comenzar a abarcar inicialmente a los encuestados y lograr trabajar en el manejo de sus marcas.

Le gustaría que el proveedor que maneja su marca le realizará seguimiento donde se mida el impacto de ha generado el manejo del marketing

| | | |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 73 | 73% |
| NO | 27 | 27% |
| TOTAL MUESTRA | 100 | 100% |



Análisis de la Tabulación:

Análisis de la Tabulación: De acuerdo con los resultados obtenidos el 73% de los encuestados les gustaría que se les realizará este seguimiento y un 27% no le gustaría lo que implica que podría evaluarse como una opción para complementar los servicios que ABCreativo pretende prestar ya que brindamos la oportunidad de hacer un seguimiento en tiempo real del crecimiento y posicionamiento de la marca, para tomar decisiones acertadas y optimizar las campañas y así llegar al mayor número de clientes potenciales de una forma asertiva.

Referencias

- N.N ,(2019) Sector Terciario en Colombia: Actividades Principales, <https://www.lifeder.com/sector-terciario-colombia/#:~:text=El%20sector%20terciario%20de%20Colombia%20es%20uno%20de%20los%20m%C3%A1s%20desarrollados.&text=En%20econom%C3%ADa%2C%20el%20sector%20terciario,de%20ofrecer%20y%20distribuir%20productos.>
- N.N, (2018) Ejemplos de Valor Compartido, <https://helpingbydoing.org/ejemplos-de-valor-compartido/>
- N.N, (2018) Como hacer un análisis pestel, <https://ingenioempresa.com/analisis-pestel/>
- Ley 507- comercio electrónico, http://secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html
- Artículo 91, Ley 633 de 2000, <https://cijuf.org.co/codian05/abril/o21357.html#:~:text=El%20Art%C3%ADculo%2091%20de%20la%20Ley%20633%20de%202000%20prev%C3%A9%20lo%20siguiente%3A&text=Es%20decir%2C%20que%20si%20el,de%20la%20ley%20antes%20mencionad>
[a.](#)
- Tu modelo de negocio-Alexander Osterwalder.
- Creación de empresas guía práctica, Arévalo Reyes Hector Darío.
- Creación y gestión de empresas, Pedro Aceituno Aceituno. Ediciones 7