

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, DISEÑO Y BELLAS ARTES

PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO DE GRADO

PLAN DE NEGOCIO

EMPRESA ACTIVA TU MARCA

MARYARY ROJAS MAESTRE

FRANCIS PAOLA MORALES TORO

VALLEDUPAR – CESAR

2018

RESUMEN EJECUTIVO

1. PARAMETROS DEL PROYECTO

1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2 JUSTIFICACIÓN

1.3 MARCO TEORICO

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

1.4.2 Objetivos Específicos

2. PLAN DE MERCADEO

2.1 IDEA DE NEGOCIO

2.2 CARACTERISTICAS Y TENDENCIAS DEL SECTOR

2.3 ESTUDIO DEL MERCADO

2.4 COMPETIDORES

2.5 PRODUCTOS Y SERVICIOS

2.6 DOFA

2.7 PROMOCION

2.8 PRECIO

2.9 POLITICAS DELSERVICIO

3. PLAN ADMINISTRATIVO Y DE RECURSOS HUMANOS

3.1 ORGANIGRAMA

3.2 PLANEACIÓN ESTRATEGICA

3.2.1 Misión

3.2.2 Visión

3.2.3 Valores

3.2.4 Responsabilidad empresarial

4. ANALISIS TÉCNICO

4.1 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS O PRODUCTOS

4.2 OPERATIVIDAD

4.3 RECURSOS TECNICOS

4.4 TABLA DE COSTO RECURSOS TECNICOS

5. PLAN LEGAL

6. ANALISIS FINANCIERO

7. CONCLUSIONES

PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la ciudad de Valledupar se puede evidenciar la falta de interacción que tienen los consumidores con diferentes productos o marcas del mercado actual; Es decir que de alguna forma el consumidor tiene poca experiencia con estos, asimismo, problemas de recordación y reconocimiento con la marca, debido a que las empresas no estimulan, ni persuaden al consumidor de manera creativa, para que así este tenga una experiencia positiva y se integre e interese por la marca, viviendo una experiencia única.

En la ciudad de Valledupar se observa la escasez de diseño innovador, por parte de las empresas ya existentes, ya que tienden a brindar publicidad convencional. Por esto, se ha creado Activa tu marca, para mejorar la gestión, estimulación y posicionamiento de marcas con poco reconocimiento, que se mantengan en crecimiento constantemente. Dándole así, una mayor confianza al consumidor con cada uno de las marcas a promover.

Por otro lado, generaremos publicidad innovadora y creativa, desde el Neuromarketing, originando así un cambio a través la atención, emoción y recordación de los consumidores desde el momento en que comiencen a interactuar con la marca.

Activa tu marca, será la primera empresa en dedicarse al gestionamiento corporativo, de forma directa en la ciudad, debido a que en Valledupar tanto las empresas, como los consumidores se acostumbraron a la publicidad tradicional, que se maneja de forma usualmente y se mantiene con mucha importancia en esta ciudad. Por esto podemos concluir que, la falta de crecimiento, mantenimiento, sostenimiento y el bajo posicionamiento de muchas de las marcas, se ven afectadas por el costumbrismo que se viene llevando a cabo, en relación con la publicidad, en la ciudad de Valledupar.

Debido al mal gestionamiento de marca de la ciudad, Activa tu marca, se comprometerá a ayudar con el crecimiento y enriquecimiento de actividades publicitarias, creando espacios de participación e interacción para el consumidor, dando así ejemplos a todas las empresas publicitarias, para lograr generar un impacto social y visual a través del diseño gráfico. Igualmente, haciendo que la gestión de marca y la identidad corporativa cobre mayor importancia de manera positiva, dejando atrás el costumbrismo, tanto en los consumidores, como en la sociedad.

¿Cómo se podría suplir las necesidades de gestionamiento de marca e identidad corporativa por medio de la creación de una empresa en la ciudad de Valledupar?

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa va a estar situada en la ciudad de Valledupar, también llamada Ciudad de los Santos Reyes del Valle de Upar, es un municipio colombiano, capital del departamento del Cesar. Está ubicada al nororiente de la Costa Atlántica colombiana, a orillas del río Guatapurí, en el valle del río Cesar formado por la Sierra Nevada de Santa Marta al occidente y la serranía del Perijá al oriente; Y reúne a más de 443 414 de habitantes.

JUSTIFICACIÓN

Basándose en que la ciudad de Valledupar no se encuentran empresas dedicada formalmente al gestiona miento de marca, Activa tu marca, busca satisfacer todas esas necesidades que existen en el mercado publicitario y de comunicaciones, basándose en lo principalmente dicho; Activa tu marca, generara Branding y Neuromarketing de manera innovadora y creativa, para ayudar al fortalecer y el crecimiento del sector publicitario y de la ciudad, puesto que esto también beneficiara a la empresa.

Con respecto al crecimiento del sector de servicio y productivo en la ciudad de Valledupar se ha quedado estancado a través de los años, si se puede decir así, debido a la falta de evolución tecnológicas y cambios alternativos que se han venido presentando en la publicidad y que la ciudad de Valledupar, no ha querido acoger de manera positiva. Por eso de alguna manera, se ve afectado en las empresas o marcas locales que existen en la ciudad.

Estará comprometida a asumir grandes retos creativos para el incremento, posicionalmente e identificación de cada marca, empresa o producto que se esté promoviendo, pero también con las empresas que requieran Activa tu marca, como aliada estratégica, para fomentar emprendimiento a nivel local. Así mismo contribuir al buen uso de espacios públicos, a la conservación de los recursos naturales y al gestiona miento de manera positiva y educativa, generando consciencia de manera ingeniosa.

Con lo anterior, se muestra la necesidad de incrementar la producción en el sector publicitario y comunicativo de Valledupar, Igualmente la contribución de Activa tu marca para con esto; que se quiere lograr, a través del Branding y del Neuromarketing, dejando

claro la importancia de interacción e integración que debe existir entre las marcas y los consumidores, bajo cualquier circunstancia.

Activa tu marca, generara gran impacto a nivel local, logrando, primeramente, ser la empresa líder, creativa e innovadora de Valledupar, dedicada profundamente a cada empresa, atribuyéndose del gestiona miento y posicionamiento corporativo de las marcas en Valledupar. Segundamente, ser una empresa líder ecológicamente en la ciudad, aprovechando todas las zonas verdes, los campos y espacios públicos, para llevar a cabo los eventos de gestiona miento empresarial.

Así pues, aportara de manera positiva e importante a la ciudad de Valledupar. Abrirá nuevas puertas para el crecimiento y el desarrollo de esta, interviniendo al consumidor con herramientas básicas del diseño, como a la ciudad de Valledupar, con actividades de participación en los distintos espacios ya mencionados, promoviendo así muchos más intereses por pate de los consumidores.

MARCO TEORICO

- Venecia (1999) La creación de empresa afirma lo siguiente:

“Las empresas, y en general las organizaciones se crean con un propósito determinado como consecuencia de las oportunidades existentes. Este fenómeno ha fortalecido el país ante la crisis económica que enfrenta, así como ante la falta de oportunidades de empleo, ya que, como respuesta a estas dificultades, gran parte de los ciudadanos se han enfocado en crear sus propias fuentes de ingreso mediante proyectos de autogestión, lo cual se refleja en la creación de nuevas empresas.

La creación de nuevas empresas ha sido parte fundamental para la solución de problemas dentro del desarrollo económico del país, con la generación de empleos, innovación empresarial y el crecimiento económico mediante una ventaja competitiva”. (p.15)

Respecto a esto, se puede decir que, la creación de empresa en el país es uno de los sistemas más destacados en el emprendimiento y desarrollo de Colombia, que se forma debido a crisis o carencia que se ven reflejadas diariamente en las necesidades de las personas. La creación de empresa, en efecto beneficia al sector comercial Colombia de una manera u otra, generando más empleo y sostenimiento de las personas individualmente. Como resultado se suman las demás personas, con el fin de seguir fomentando y creando organizaciones para las soluciones y satisfacciones, de los demás, como, las propias.

- Nancy Malacara (agosto, 2015) Activación de marca

“Las activaciones de marca son una disciplina del Below The Line que se caracterizan por lograr una interacción con el consumidor, de tal forma que éste viva una experiencia única que lo haga recordar la marca.

Las activaciones de marca son estrategias de Marketing no masivas que pueden suscitarse en lugares inesperados, en puntos de venta o en eventos de lanzamiento. Están dirigidas a segmentos específicos y son perfectamente combinables con otras acciones BTL, a fin de potenciar la emoción y la sorpresa en quien las vive. Entre sus características está el empleo de altas dosis de creatividad y sentido de oportunidad. De acuerdo con el blog del Marketing Inusual, la activación de marca permite:

-La interacción que logra la marca al persuadir a un consumidor cada vez más evasivo mediante experiencias únicas y que éstas a su vez provoquen el deseo de ser experimentadas por otros.

-Desarrollar un nuevo e innovador tipo de contacto (bajo un espacio y tiempo no convencionales) con los consumidores, siendo así, la creatividad el elemento sorpresa que provoque una acción”.

- José Alberto, 2015, Comportamiento del consumidor “Neuromarketing”

El neuromarketing consiste en la aplicación de técnicas pertenecientes a las neurociencias al ámbito de la mercadotecnia, estudiando los efectos que la publicidad tiene en el cerebro humano con la intención de poder llegar a predecir la conducta del consumidor.

El Neuromarketing es una disciplina de avanzada, que tiene como función investigar y estudiar procesos cerebrales que hacen de una manera clara la conducta y toma de

decisiones de las personas en los campos de acción de marketing tradicional (inteligencia de mercado, diseño de productos y servicios, comunicaciones, precios, branding, posicionamiento, targeting, canales y ventas). De esta manera se puede leer la mente del consumidor, conocer sus deseos, qué lo motiva para asumir, a su parecer, la mejor toma de decisión al comprar o consumir un producto o servicio, independientemente del tamaño de la organización con la que se esté trabajando, el producto que se quiera vender o el tipo de consumidor al cual se quiere dirigir.

Sin duda, el neuromarketing trae consigo un conjunto de recursos de enorme valor para investigar el mercado, segmentarlo y desarrollar estrategias exitosas en materia de productos (diseño, marca) posicionamiento, precios, comunicaciones y canales”.

-Gestión de Marca

“Gestionar una marca es comunicar activa y positivamente su calidad, garantía, coherencia y confianza; su personalidad, utilizando los diferentes elementos de comunicación que la componen: visuales, sonoros, sensoriales, todo lo que afecta directamente su imagen, la percepción del público que les creará apego o desapego”. (Velázquez German, 2012)

OBJETIVOS

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio y un manual de identidad de “Activa tu marca”, una empresa dedicada al gestionamiento de marca, identidad corporativa y piezas gráficas de las empresas ubicadas en la ciudad de Valledupar. El objetivo específico se llevará a cabo, pasado 3 meses después del inicio del proyecto.

Objetivo a corto plazo:

- Promover el diseño creativo e innovador de las marcas en la ciudad de Valledupar.
- Ser la empresa localmente líder ecológicamente.
- Promover elementos del diseño, a través de nuestros productos y servicios.

Objetivo a mediano plazo:

- Llevar el diseño a un nivel de emprendimiento innovador a otras ciudades.
- Mantener el liderazgo, dando así ejemplos e incentivando la responsabilidad social empresarial, a través de nuestros servicios regionalmente.
- Llegar al punto de equilibrio de egresos e ingresos de la empresa.

Objetivo a largo plazo:

- Ser una empresa líder a nivel Nacional con todos los estándares de calidad, en el gestionamiento de marca e identidad corporativa.
- Manejar como base fundamental la creativa, la innovación y el ecologismo, a medida de crecimiento empresarial nacionalmente.
- Mayor obtención de ingresos, que egresos, a nivel de producción.

PLAN DE NEGOCIO

Idea de negocio

Sera una empresa dedicada al servicio de gestionamiento de marca e identidad corporativa, como también hará piezas graficas; Siendo la activación de marca, la idea innovadora en Valledupar, a través de branding y del neuromarketing. Esta idea buscara reforzar el reconocimiento, crecimiento y posicionamiento de las marcas a promover de una manera creativa e ingeniosa, interviniendo al consumidor con herramientas básicas del diseño y aprovechando las zonas verdes, los campos y espacios públicos, para llevar a cabo actividades de participación al consumidor ecológicamente.

CARACTERISTICAS Y TENDENCIAS DEL SECTOR

El sector de servicio, es un sector económico de actividades productiva y comerciales. Su característica principal es satisfacer las necesidades de las personas. Con esto se puede decir que el sector de servicio lleva a cabo la organización y la distribución del sector económico, industrial y artesanal de Colombia.

El sector de servicio en Colombia compone el 57,7% del PIB nacional; por lo tanto, cuenta alto de crecimiento en las últimas décadas, siendo un gran progreso para el mundo.

Según el Heraldo, el sector servicio aporta el 15% de la economía a Colombia; Ayudando a 4,3 millones de colombianos que trabajan en este sector, según el DANE, representa un 19,64% de la población ocupada en el país. (Heraldo, 2015)

El sector de servicio en Colombia promueve diferentes tendencias para así gestionar el crecimiento del mercado, estas son algunas de las tendencias:

- Transformación y adaptaciones constantes en el mercado laboral.
- Avances tecnológicos, que provee nuevas formas de trabajo para el sector.
- Flexibilidad para el incremento de propuesta nuevas e innovadoras.
- Incorporación de la mujeres y jóvenes al mercado actual.

Por otra parte, investiga sobre el desarrollo del marketing y la incrementación de nuevas empresas, Respecto a esto, pudo evidenciar que las empresas extranjeras se destacan muchos en las inversiones de algunas ciudades de Colombia, como lo son Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga, por su atractivo tecnológico, las conexiones estratégicas y potenciales que posee sus mercados, igualmente, el crecimiento sostenible

que brindan garantía a los indicadores de inversionistas. Además, se le suma los incentivos tributarios y la buena formación de profesional.

Segmentación del mercado

Geografía:

La empresa se encontrará ubicada en el perímetro urbano de la ciudad de Valledupar.

- Nacionalidad: colombiana
- Región: Cesar
- Tamaño de la ciudad:
- Clima: Húmedo

Psicología:

- Personalidad: independientes, dependientes, extrovertidos, introvertidos, conservadores, liberales, democráticos, impulsivos, seguros e inseguros.
- Percepción: Actitudes de las personas hacia sí mismo, hacia su trabajo, familia, creencia y valores.
- Actitudes: Autonomía, conservadurismo, impulsividad y seguridad.

Estilo de vida:

- En relación con los beneficios determinar la decisión de compra, enfatiza el lugar de compra.
- Usabilidad, tiempo necesario, ambiente, horarios y atractivo de los servicios.

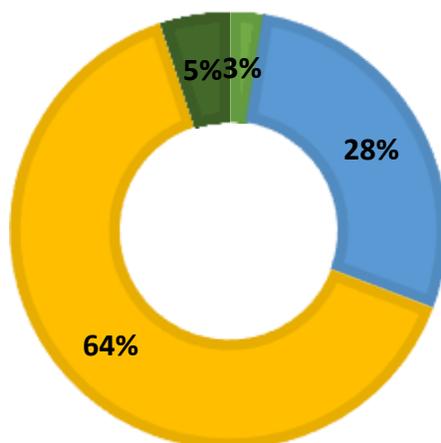
ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio del mercado se llevó a cabo una encuesta, realizada en sector donde va a estar ubicada la empresa Activa tu marca, una investigación del sector en Colombia, asimismo, cómo se encuentra el gestionamiento de marca y la identidad corporativa en Colombia.

A continuación, se encuentra la encuesta y su análisis investigativo:

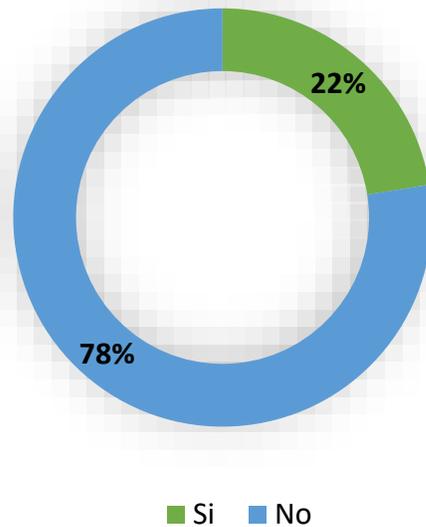
¿CUÁNTAS PERSONAS INTEGRAN SU EMPRESA?

■ 1 Persona ■ 2 a 3 Personas ■ 4 a 5 Personas ■ Más 6 Personas



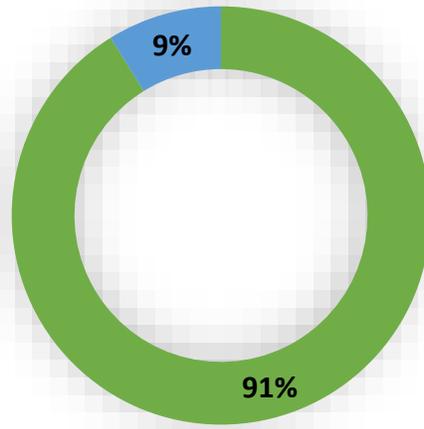
- El 3% de las empresas solo consta de un trabajador.
- El 28% de las empresas tienen de 2 a 3 trabajadores.
- El 64% de las empresas tienen de 4 a 5 trabajadores.
- El 28% de las empresas tienen más de 6 trabajadores en sus empresas o negocios.

¿Conoce usted una empresa que se dedique a la activación de Marca?



- El 22% de las empresas o negocio si conocen empresa dedicada a la activación de marca.
- El 78% de las empresas o negocios no conocen una empresa dedicada a la activación de marca.

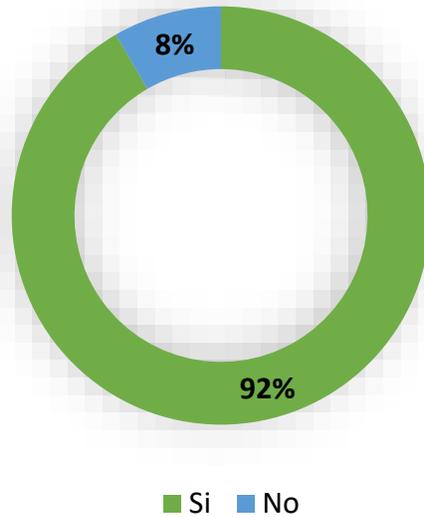
¿Usted utilizaría nuestro servicio para su empresa?



■ Si ■ No

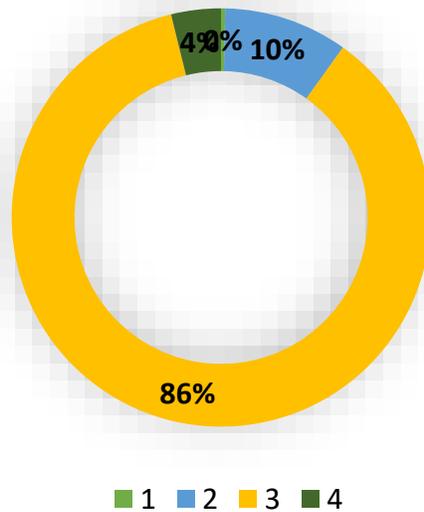
- El 9% no utilizaría nuestro servicio para su negocio o empres
- El 91% si utilizaría el servicio de nuestra empresa activa tu marca

¿Alguna vez le ha realizado publicidad a su empresa?



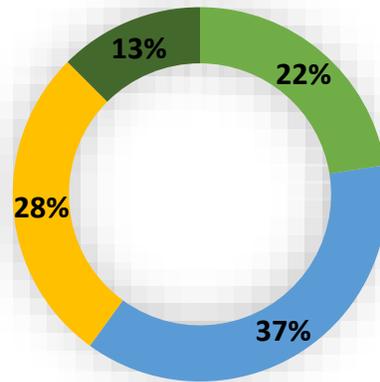
- El 8% de las empresas o negocios no le ha realizado publicidad a su empresa
- El 92% de las empresas o negocios si le ha aplicado publicidad a su empresa alguna vez.

¿En qué estrato se encuentra su empresa?



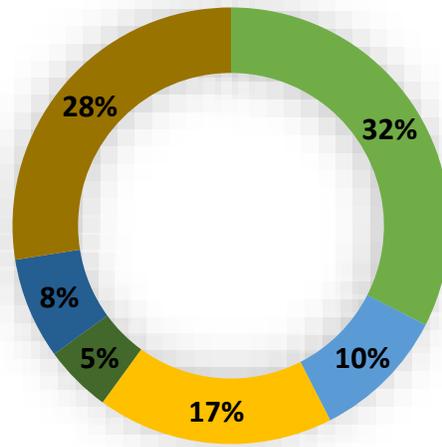
- El 0% de las empresas no se encuentran en el estrato uno
- El 4% de las empresas se encuentran en el estrato cuatro
- El 10% de las empresas se encuentra en el estrato dos
- El 86% de las empresas se encuentran en el estrato tres

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para darle publicidad a su empresa?



- El 13% de las empresas estaría dispuesta a pagar por la publicidad a su empresa un valor de más de un millón de pesos
- el 22% de las empresas estaría dispuesta a pagar por la publicidad de su empresa de cien mil a trescientos mil pesos
- El 28% de las empresas estaría dispuesta a pagar por la publicidad de su empresa de setecientos mil a un millón doscientos mil
- El 37% de las empresas estaría dispuesta a pagar por la publicidad de su empresa de trescientos mil a seiscientos mil pesos

Tipos de Empresa



■ Restaurantes ■ Bar- Estancos ■ Sala de Belleza
■ Diseño de Moda ■ Colegios ■ Produccion y Eventos

- El 5% de las empresas o negocio son de diseño de modas
- El 8% de las empresas o negocio son colegios
- El 10% de las empresas o negocio son bar y estancos
- El 17% de las empresas o negocios son salas de belleza
- El 28% de las empresas o negocios son producción y eventos
- El 32% de las empresas o negocios son de restaurantes

INVESTIGACIÓN DEL SECTOR DE SERVICIO Y GESTIONAMIENTO DE MARCA EN COLOMBIA

Sector de servicio en Colombia:

Como resultado de las encuestas realizadas el 12 de agosto del 2017, dice que el sector terciario es uno de los sectores que más produce empleo en Colombia sin embargo la dificultad es la sostenibilidad, como importancia de este sector de servicio. También en este sector se destaca el peso en transacciones financieras o como forma de intercambio que ha tenido el incremento durante el agregado nacional de producción de 4,6 por ciento en el 2010 a 5,3 por ciento en el 2010.

Con base a estos datos se puede decir que este sector es un multiplicador de empleo sin embargo esto ha tenido ocurrencias al respecto en la baja calidad de empleo que se genera, el cual se concentra en el desarrollo económico y social del país.

El riesgo en la generación de empleo se concentra en ocupaciones de bajos ingresos lo que repercute notablemente la capacidad de demanda, y con esto prevalece los índices de pobreza y marginalidad en amplios sectores del país. Mientras los otros dos sectores como la agricultura y la industria han ido perdiendo campo en cuanto al peso que tiene en la total producción.

(DANE, agosto del 2017)

Gestión de marca en Colombia:

Muchos años atrás, la identidad de una marca y su diseño no eran los objetivos principales de ninguna empresa en el mundo. Ni siquiera los consumidores la determinaban, ya que al comprar algo, solo se basaban en características cualitativas o funcionales del producto.

A finales del siglo 19 y principios del siglo 20 fue cuando las marcas comenzaron a utilizarse ampliamente. La revolución industrial, con sus mejoras en la fabricación y en las comunicaciones, estalló en el mundo occidental, permitiendo el marketing masivo de productos de gran consumo. Aun así, la explosión de las marcas es un fenómeno relativamente reciente comenzado.

Gestionar una marca es comunicar activa y positivamente su calidad, garantía, coherencia y confianza; su personalidad, utilizando los diferentes elementos de comunicación.

El escenario en el que ha vivido Colombia en los últimos años, donde la economía crece, el consumo se expande y la competencia internacional se agudiza, hace que sea necesario convertir en prioridad el fortalecimiento de las marcas y lograr recordación. La competencia es cada vez más dura. El consumidor está abierto a nuevos conceptos, por eso conseguir un punto más de recordación en las marcas es más complejo que hace unos años. Las marcas tienen que moverse más rápidamente si quieren existir en la mente y el corazón de los consumidores.

Las empresas colombianas se han dado cuenta que gestionar marcas de forma ordenada y coordinada les permite evitar inversiones erróneas mediante el enfoque de los recursos existentes hacia marcas que se posicionen fuertemente en el mercado. Esto da cabida al éxito de la empresa, siempre y cuando la gestión del portafolio asegure utilidades y flujo de caja.

El panorama para el desarrollo de las marcas se viene transformando por la agresividad en la competencia en las diferentes categorías. Y las marcas buscan ganar posición entre ellas.

Publicado por Germán Velázquez Vargas (junio, 2012)

Posicionar marcas con branding a través de los cinco sentidos:

El mayor reto del mundo a nivel biológico y social es el de la adaptabilidad; adaptarse para sobrevivir. Y en el caso de lo social, para sobrevivir en un mercado es esencial la generación constante de valor, por ello la innovación debe ser el horizonte al cual apuntar.

Pero para hablar de innovación, específicamente en lo que tiene que ver con posicionamiento de marcas y aumento de ventas de productos o servicios a través de estas, hay que entender que desde finales del siglo pasado se viene dando un cambio de paradigma en la manera de gestionarlas, que tiene que ver con la transformación de lo que antes se consideraba “identidad corporativa”, y que ha evolucionado a lo que hoy se conoce como “branding”.

En Colombia los referentes puntuales de empresas que utilizan al menos un sentido en sus propuestas comerciales, son Coordinadora e Itaú (antes Helm Bank). Para el primer caso, su sonido característico permite identificar a la empresa de manera inmediata e inequívoca; y en el segundo ejemplo, durante su transición de Banco de Crédito a Helm Bank, el branding fue tan completo, que crearon un punto de venta que, por su disposición física y su experiencia de servicio, complementados con un aroma corporativo, hacían sentir al usuario que no estaba en un banco.

De esta manera, cuando se trata de querer posicionar una marca para vender más y mejores servicios, es necesario empezar a pensar en otras categorías para el branding, como los sentidos menos explorados por las marcas (tacto y gusto), que permiten hallar más oportunidades para aprovechar la innovación, la cual requiere continuo trabajo para aportar valor y competitividad; tal y como lo logran Google y Lego, empresas innovadoras por excelencia, que, entre otros esfuerzos, logran articular eficientemente este tipo de estrategias de mercado.

El reto para las empresas, especialmente para las colombianas, es implementar este tipo de branding, lo cual no es tarea fácil, ya que cambiar la mentalidad de seguir haciendo las cosas como las hemos venido haciendo siempre, es una resistencia común, pero el superar el miedo al cambio permite aprovechar mejores oportunidades en el mercado.

Publicado por Francisco Camacho G (junio,2017)

COMPETIDORES

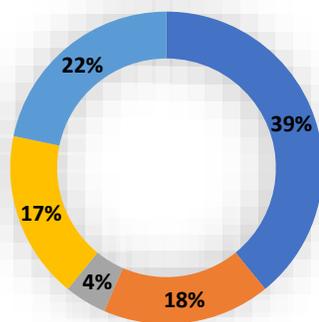
Competidores de activa tu marca, a nivel nacional:

- Pro innova Soluciones S.A.S - Bogotá
- GLP marketing - Bogotá
- Central WO - Bogotá
- Central Pack - Bogotá
- Elíptica - Bogotá
- AFS Group S.A.S - Bogotá
- Imagen Digital – Bogotá
- Publimao - Bogotá
- PixelPro – Bogotá
- VIP Company – Medellín
- Marcactiva- Medellín
- Boicot- Medellín
- Activación emotiva- Medellín
- P&P Medios – Bucaramanga
- Ikonozú – Barranquilla
- Sonovista publicidad –Barranquilla
- Sistole- Activa marca – Barranquilla
- Marcas vitales – Barranquilla

Competidores indirectos de activa tu marca, a nivel local:

- BDigital Publicidad &Marketing S.A.S –Valledupar.
- Publimas&servivios S.A.S – Valledupar.
- Servicios creativos – Valledupar
- Gestion gráfica gh S.A.S -Valledupar
- Marca&servicios – Valledupar

Competidores de "Activa tu marca"



■ Bogotá ■ Medellín ■ Bucaramanga ■ Barranquilla ■ Valledupar

PRODUCTO Y SERVICIOS

Los productos y servicios que ofrece la empresa Activa tu marca son los siguientes:

- Diseño de identidad corporativa de una marca o/y producto.
- Gestionar una marca o/y producto a partir de su activación.
- Creación de piezas publicitarias para marca y/o producto.

ANALISIS DOFA

DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">• Falta de experiencia laboral o a nivel empresarial.• Falta de maquinaria o equipos especializados.• Problemas de viabilidad para cumplir las metas y los logros de la empresa.	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Constituidas por grupo profesional en diseño gráfico.• Brindar publicidad innovadora y creativa.• Producto innovador, es nuevo en el mercado regional.
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">• Cambio climático o desastres naturales a nivel de infraestructura.• Economía del sector del servicio desciendan.• Disminución de los precios por parte de la competencia.	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Hacer alianzas estratégicas con grandes empresas.• Nuestro sector productivo se valorice en el mercado.• Uso de avances tecnologías para nuevas formas de trabajo.

PROMOCIÓN

Activa tu marca, promoverá publicidad con el fin de darse a conocer como empresa creativa e innovadora en la ciudad de Valledupar.

Para promocionar, primeramente, identificara las empresas a las que quieren llegar, seguidamente las escogerá, con el fin de enviar y darse a conocer como empresa, y que se interesen con los productos y servicios que brinda.

Segundamente, teniendo en cuenta estos cuatro factores, Activa tu marca, iniciará y promoverá sus productos y servicios a las empresas escogidas de la siguiente manera:

- **Activación y gestión de la marca:** Se realizará un evento en un espacio público, invitando a las empresas anteriormente escogidas, dándole una muestra sus productos y servicios.
- **Visita a las empresas:** un visitador, se encarga de ir cada empresa, dándose a conocer a través, de un catálogo de productos y servicios.
- **Redes sociales:** Con respecto a la comunicación actual, las redes sociales se ha vuelto el mejor medio de trasmisión para ser publicidad, debido a esto a la frecuente navegación e interacción de las personas con la web.
Activa tu marca, hará publicidad virtual, para contribuir con el ecosistema y los recursos naturales.
- **Envió de correo eléctrico:** enviara un correo personalizado a cada empresa, mostrándole un catálogo de productos y servicios y galería de eventos ya realizados.

PRECIO

El precio es uno de los elementos más importantes y determinantes para una empresa.

Para establecer los precios de los productos y los servicios “Activa tu marca”, tendrá en cuenta varios aspectos estratégicos como:

- Precio que se maneja en la competencia.
- Costo de producción y creación, más la ganancia que se quiere obtener.
- Investigación de mercado, en que se posicionara la empresa.
- Adquisición de los clientes potenciales y reales.
- Determinar los costos fijos y variables de empresa.

PRODUCTOS	PRECIOS
Manual de Imagen corporativo básico	\$ 320.000
Manual de Imagen corporativa definido	\$ 380.000
Logo para Empresa	\$ 120.000
Logo de Evento	\$ 120.000
Logo de Producto	\$ 130.000
Creación de eventos corporativo	\$ 250.000
Creación de concepto visual	\$ 220.000
Creación de test de marca.	\$ 180.000
Diseños de estrategia publicitaria	\$ 260.000
Diseños de stand y espacios	\$ 210.000
Diseños de souvenir	\$ 200.000
Diseños de catálogos	\$ 240.000
Diseño de empaques y etiquetas	\$ 250.000
Diseño de bolsas	\$ 100.000
Diseño de calendarios	\$ 90.000
Diseño de cupones	\$ 100.000
Diseño de memos stick	\$ 130.000
Diseño de sello	\$ 150.000
Diseño de libreta	\$ 160.000
Diseño de Portavaso	\$ 110.000
Diseño de sticker	\$ 80.000
Diseño de cuadernos o agendas	\$ 120.000

POLITICAS DE SERVICIO

Activa tu marca quiere brindar lo mejor a cada cliente y beneficios únicos e inigualables; para lograrlo tendrá en cuenta las siguientes políticas, como aspecto fundamental e importante para el desarrollo y desempeño de la empresa:

- Contará con un equipo de diseñadores gráficos profesionales.
- Manejara precios competitivos y oportunos.
- Tendrá acompañamiento preciso y completo a cada cliente.
- Serán puntuales y leales con las fechas pactadas con el cliente.
- Servirán una experiencia única y agradable en el establecimiento.

Además, tendrá beneficios de valores agregados para un buen servicio al cliente y así mantendrá la satisfacción y expectativa total en los clientes, tales como:

- Asesorías en todo sentido.
- Información veraz y oportuna.
- Entregas a domicilios.
- Diferentes modalidades de pago.
- Calidad del producto.
- Acceso a internet.
- Actitud y trato amable empresarial.
- Establecimiento limpio y ordenado.
- Portafolio de servicio.
- Puntualidad en el servicio.

- **Garantía:** Primeramente, la garantía del producto estará vigente dentro de dos semanas después de su entrega o compra. El proveedor deberá responder por la calidad, la seguridad, el funcionamiento y el buen estado del producto o servicio, si el cliente mantiene su factura de compra; Segundamente la garantía solo implica el arreglo, sustitución o devolución del dinero cuando el producto está totalmente dañado.
- **Correcciones del producto:** El cliente tendrá derecho a dos correcciones por pieza dentro de dos semanas después de su entrega.
- **Manejo de cobro:** Requerimos el 50% del pago total del producto o servicio que se brinda al inicio del contrato y el 50% restante después de su entrega o terminación del producto.
- **Contrato:** Activa tu marca como empresa tiene como requisito la firma de documentos de contratación con empresas interesadas en adquirir sus servicios o productos por tiempo estimado por parte de la empresa y el cliente.
- **Cronograma:** primera mente se inicia por un:

Briefing: Discusiones informales entre el diseñador y el cliente, el diseñador averigua los datos del trabajo del cliente, acordando tiempo, plazo de entrega y presupuesto.

Diseño: el diseñador luego de revisar el brief del trabajo continua a diseñar lo previsto por el cliente asegurándose que ha comprendido el contexto del trabajo y los requerimientos del diseño.

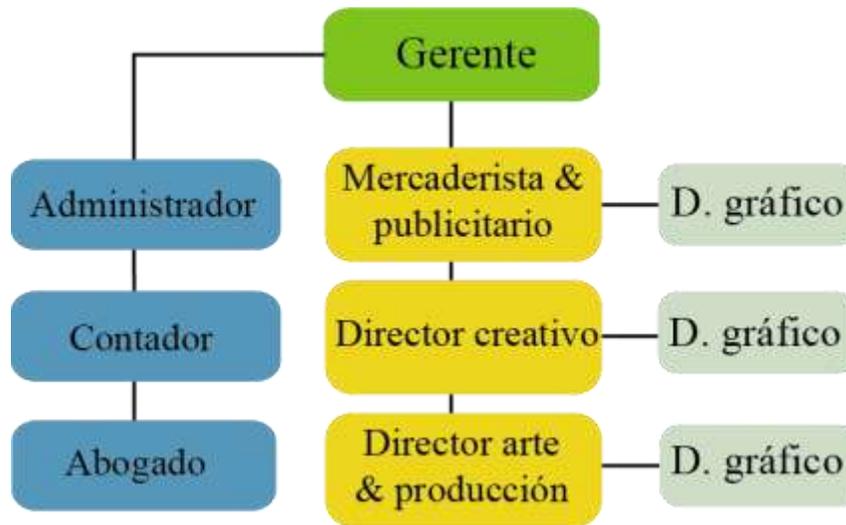
El diseñador realiza los primeros conceptos, ensayos o borradores realizando diseños preliminares eligiendo las más adecuadas para el desarrollo posterior.

El diseñador presenta al cliente los bocetos realizados y explica la decisión del diseño que se ha tomado, se evalúa la presentación visual en comparación con el brief del trabajo.

Luego de la revisión el diseñador continúa definiendo la acordado con el diseño y si es necesario se presenta nuevos diseños.

Artwork: El diseñador prepara el producto final y lo presenta, el cliente aprueba el trabajo o exige respectivos cambios continuamente se entregan otros archivos para la aprobación del diseño.

ORGANIGRAMA



Funciones

- **Gerente:** Tiene la responsabilidad general de administrar los ingresos y los costos de la empresa. El gerente generalmente se preocupa por todas las funciones de mercadeo y ventas, de finanzas y de recursos humanos de la empresa, así como también de las operaciones del día a día. Frecuentemente, el gerente es también responsable de liderar y coordinar las funciones de planeamiento estratégico de la empresa.
- **Administrador:** El administrador es asegurar que la organización opere con eficiencia. Esto requiere que tenga un grupo de características para que pueda administrar a diferentes personas y situaciones dentro de la organización. Las habilidades específicas, esenciales para un administrador efectivo, incluyen buena comunicación y que sea organizado.
- **Contador:** Se encarga de informar al gerente o consejo de administración acerca de los ingresos y egresos efectuados por las operaciones, dando así oportunidad de

efectuar los pagos y cobros correspondientes a su debido tiempo. Proporciona información para la elaboración de pronósticos y presupuestos en la empresa para la toma de decisiones.

El objetivo del departamento de contabilidad es plasmar la información de sus registros en los estados financieros, con el objeto de dar a conocer a los directivos los resultados obtenidos en un determinado periodo de operaciones.

- Registrar las cuentas de los acreedores y deudores.
 - Controlar los gastos de cada uno de los departamentos.
 - Planear presupuestos de compras, ventas, gastos, y de administración.
 - Administración de personal y capital de la empresa, registro de nóminas, seguros, impuestos, gastos legales prestaciones.
 - Archivos de facturas, pagarés, letras, y demás documentos.
 - Elaboran y revisan las facturas.
 - Determina los pagos de sueldos e impuestos y control presupuestal.
- **Abogado:** Se encarga negociar un acuerdo, formalizarlo por escrito con un buen contrato, resolver disputas entre empresas, estudiar la legislación aplicable al negocio y simplificar las cosas a los empresarios, identificar los riesgos y proteger a las empresas de estos.
- **Mercadista y publicitario:** El mercaderista es el promotor de ventas siendo una persona proactiva, desenvuelta y social. Ha de ser una persona capaz de sintonizar con los clientes, y por supuesto un gran conocedor del mercado en el cual se va a trabajar.
- **Director creativo:** El Director Creativo se encarga de administrar el entorno, solamente le corresponde conceptualizar las ideas, las elabora, producen, distribuye campañas publicitarias y anuncios.

- Preparar la presentación de la campaña y asegurarse de la calidad.
- Tiene que estar presente cuando se filma o desarrolla la campaña.
- Servir de asesor a clientes en las áreas de comunicación y producción.
- En resumen sus principales responsabilidades son: contactar a los clientes, supervisar a los empleados, contactar proveedores controlar la calidad final de los trabajos y tiempo de entrega de los mismos.

- **Director arte y producción:** participar en el desarrollo gráfico y conceptual de la campañas.

- Diseñar material gráfico para las diversas necesidades de los clientes de la compañía.
- Dividir toma fotográfica.
- Supervisar y dirigir ilustraciones.

Director de Arte supervisa a los Bocetistas, Ilustradores, Diseñadores, Proveedores y Montaje. Recibe instrucciones del Director Creativo y del Jefe del departamento de arte y es responsable de la calidad de sus trabajos y la de los proveedores externos y de supervisión de los asistentes a su cargo.

- **Diseñador gráfico:** Un diseñador gráfico se encarga de crear conceptos visuales que comunican ideas, mensajes o elementos que identifican a una marca o producto.

- Crear conceptos visuales para publicidad
- Reunirse con cliente para conocer el presupuesto del proyecto
- Asesora a los clientes para crear estrategias de publicidad visual
- Liderar equipos de trabajos
- Presentar diseños e ideas a clientes o directores de arte

PLANEACIÓN ESTRATEGICA

Misión:

Brindar a los clientes experiencia únicas, a través de nuestros servicios, manejando como empresa la calidad, la dedicación y el compromiso en nuestros diseños de manera responsable y amigable con el ecosistema, generando un impacto de innovación e inspiración con nuestra sociedad.

Visión:

Poder llegar a todas las empresas a nivel Nacional en el 2022, dando a conocer la publicidad creativa e ingeniosa. Queremos lograr grandes reconocimientos creando y diseñando sueños, como ser la primera empresa valduparense dedicada al gestionamiento de marca e identidad corporativa, ayudando con el crecimiento y desarrollo cultural de Valledupar.

Valores:

- **Responsabilidad:** Cumpliendo con la calidad tanto del diseño, como del funcionamiento y de la puntualidad al brindar nuestros servicios y/o producto a otras entidades empresariales.
- **Confianza:** Generaremos confianza, A través de la pro-actividad y el intercambio del servicio, entre el consumidor y la marca, dedicados a intereses general al que se quiere llegar con la empresa a promover.

- **Calidad:** Ser eficiente y eficaces en prestación de los servicios y productos, creando nuestro producto con los mejores insumos y maquinaria, para satisfacer las expectativas de nuestros clientes.
- **Compromiso:** Actuar con lealtad a nivel empresarial, para con los compañeros. Apropiándose cada uno de ocupación, aportando crecimiento y reconocimiento a nivel empresarial.
- **Ambiental:** Estar comprometidos con el medio ambiente, a través del reciclaje y realizar diseños con productos biodegradables, generando y concientizando de manera sana al aporte del planeta.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Activa tu marca, estará comprometido con el planeta, ya que de este provienen todos los recursos necesarios para subsistir. Nos comprometemos a no perjudicar el entorno con la fabricación y la producción de los productos, trabajaremos con elementos biodegradables y utilizaremos medidas de ahorro energético en nuestras instalaciones.

Trabajaremos en el entorno social y comunitario, creando zonas verdes en las instalaciones, preocupándose por la naturaleza y la tranquilidad del sector. Contribuyendo y beneficiando a la imagen y el crecimiento social del sector en que nos desempeñamos.

Crearemos responsabilidad con el medio ambiente, a través de los clientes. Agregaremos folletos de cómo se debe hacer el proceso de reciclamiento de los productos después de expirar o terminar su vida útil, promoviendo al cuidado del medio ambiente en cuanto a la contaminación y vinculándonos con la educación de nuestra sociedad, para mejoramiento del Planeta tierra.

ANÁLISIS TECNICO

DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Diseño de identidad corporativa de una marca o/y producto.
 - Manual de Imagen corporativo básico
 - Manual de Imagen corporativa definido
 - Logo para Empresa
 - Logo de Evento
 - Logo de producto independiente
- Gestionar una marca o/y producto a partir de su activación.
 - Creación de eventos corporativo
 - Creación de concepto visual
 - Creación de test de marca.
 - Diseños de estrategia publicitaria
 - Diseños de stand y espacios
 - Diseños de souvenir
 - Diseños de uniformes corporativos
- Creación de piezas publicitarias para marca y/o producto.
 - Catálogos
 - Empaques y etiquetas
 - Bolsas
 - Calendario
 - Cupones
 - Memos Stick

- Sellos.
- Libretas
- Portavasos
- Sticker
- Cuadernos o agendas

OPERATIVIDAD

1. Ingreso del cliente al establecimiento
2. Se le presta la atención al cliente en la recepción.
3. Se le ofrece al cliente todos los servicios o/y productos que manejamos, con la muestra de un catálogo.
4. Se toma una orden con los servicios o/y productos que ha elegido el cliente.
5. El cliente debe pagar el 50% de los servicios al solicitarlos, contando con un plazo de 24 horas después de este y el otro 50% del pago, al estar entregado y terminado todo el servicio.
6. A los 3 días, que el cliente solicite nuestros servicios y/o productos, se debe entregar una bocetación, con el fin de que el cliente conozca el proceso.
7. El cliente tendrá plazo de 2 días, después de la entrega, para correcciones o cambios en el diseño del producto o servicio.
8. El cliente deberá pagar solo en efectivo.

9. La empresa se hará responsable de los daños en los productos o/y servicios, si proviene por los materiales, producción o distribución de los mismos.

10. El cliente no podrá cancelar los servicios después de ser entregada la bocetación.

11. Tanto el cliente, como la empresa deberá firmar una clausula dándole a conocer todas la condiciones y restricciones de los servicios.

12. El cliente tendrá un total acompañamiento, por parte de todos los trabajadores de la empresa, desde el ingreso al establecimiento, hasta que se den por terminados los servicios.

RECURSOS TÉCNICOS

Recursos técnicos:

Utilizaremos los siguientes equipos y herramientas para la realización del servicio o productos, en cuanto a producción:

- Computadores portátiles HP
- Tabla digitalizadora
- Impresora multifuncional EPSON
- Mouse portátiles HP
- Silhouette Cameo 3

Recursos materiales:

Utilizaremos los siguientes materiales e instrumentos para el proceso, ejecución y terminación de los productos.

- Resma de bond (carta)
- Resma de bond (oficio)
- Papel propalcote
- Papel adhesivo
- Tintas
- Lapiceros
- Lápices
- Juego de reglas
- Marcadores

- Exactos
- Mac de corte
- Colbon grande
- Engrapadora
- Perforadora
- Tijeras
- Cauchola

Recursos humanos:

Contaremos con un equipo para desempeñar cada actividad en la empresa y brindar un mejor servicio y acompañamiento a los clientes.

- Administrador de empresa
- Contador
- Abogado
- Diseñadores Gráficos
- Recepcionista

CANT	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO
3	Computadores portatiles hp	\$ 1.189.000	\$ 3.567.000
1	Tabla digitalizadora	\$ 865.000	\$ 865.000
1	Impresora	\$ 549.000	\$ 549.000
3	Mouse portatiles	\$ 83.000	\$ 249.000
2	Escritorios	\$ 520.000	\$ 1.040.000
3	Sillas de escritorio	\$ 59.900	\$ 179.700
4	Sillas rima	\$ 26.900	\$ 107.700
1	Cafetera	\$ 49.900	\$ 49.900
1	Dispensador	\$ 307.000	\$ 307.000
1	Abanico	\$ 79.000	\$ 79.000
1	Resma de bond (carta)	\$ 19.800	\$ 19.800
1	Resma de bond (oficio)	\$ 19.800	\$ 19.800
2	Papel propalcote	\$ 13.000	\$ 26.000
2	Papel adhesivo	\$ 13.500	\$ 27.000
8	Tintas	\$ 12.000	\$ 96.000
12	Lapiceros	\$ 600	\$ 7.200
12	Lapices	\$ 450	\$ 5.400
1P	Juego de reglas	\$ 55.600	\$ 55.600
1P	Marcadores	\$ 86.900	\$ 86.900
3	Exactos	\$ 5000	\$ 15.000
1	Mac de corte	\$ 35.000	\$ 35.000
1	Colbón grande	\$ 10.800	\$ 10.800
1	Engrapadora	\$ 27.000	\$ 27.000
1	Perforadora	\$ 10.000	\$ 10.000
2	Tijeras	\$ 7.000	\$ 14.000
1	Cauchola	\$ 15.500	\$ 15.500
1	Mesa de madera	\$ 320.000	\$ 320.000
		TOTAL:	\$ 7.560.200

PLAN LEGAL



CAMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR
ROJAS MAESTRE MARYARY
Fecha expedición: 2017/10/31 - 11:11:13 **** Recibo No. S000109575 **** Num. Operación. 01C301031024

*** EXPEDIDO A TRAVÉS DEL SISTEMA VIRTUAL S.L.I. ***

CODIGO DE VERIFICACIÓN 7bxuGEdDwt

CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DE PERSONA NATURAL

LA CAMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR CON FUNDAMENTO EN LAS MATRÍCULAS DEL REGISTRO MERCANTIL,

CERTIFICA - DATOS BÁSICOS

NOMBRE o RAZÓN SOCIAL: ROJAS MAESTRE MARYARY
ORGANIZACIÓN JURÍDICA: PERSONA NATURAL
IDENTIFICACIÓN : Cédula de ciudadanía - 1065834623
NIT : 1065834623-5
MATRÍCULA NO : 148775
FECHA DE MATRÍCULA : OCTUBRE 31 DE 2017
DIRECCIÓN : CL 13 A 19 D 32 BARR LAS FLORES
MUNICIPIO / DOMICILIO: 20001 - VALLEDUPAR
TELÉFONO 1 : 3122528896
CORREO ELECTRÓNICO : maryarysfdcl4@hotmail.com

CERTIFICA - DATOS DE NOTIFICACIÓN JUDICIAL

DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN JUDICIAL : CL 15 A 19 D 32 BARR LAS FLORES
MUNICIPIO : 20001 - VALLEDUPAR
TELÉFONO 1 : 3122528896
CORREO ELECTRÓNICO : maryarysfdcl4@hotmail.com

CERTIFICA - RENOVACION

RENOVACIÓN DE LA MATRÍCULA MERCANTIL : OCTUBRE 31 DE 2017
ÚLTIMO AÑO RENOVADO : 2017

CERTIFICA - CONDICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA

QUE EL MATRICULADO TIENE LA CONDICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA.

CERTIFICA - PEQUEÑA EMPRESA JOVEN

QUE EL MATRICULADO TIENE LA CONDICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA JOVEN DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 2 DE LA LEY 1780 DE 2016.

CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONÓMICA

ACTIVIDAD PRINCIPAL : M7310 - PUBLICIDAD

CERTIFICA - INFORMACIÓN FINANCIERA

QUE LA INFORMACIÓN FINANCIERA REPORTADA AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA Y/O A LA FECHA DE LA ÚLTIMA RENOVACIÓN FUE:

ACTIVOS TOTALES : \$3,100,000

CERTIFICA - ESTABLECIMIENTOS

QUE ES PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO EN LA JURISDICCIÓN DE ESTA CÁMARA DE COMERCIO:

*** NOMBRE ESTABLECIMIENTO : ACTIVA TU MARCA
MATRÍCULA : 148776
FECHA DE MATRÍCULA : 2017/10/31
FECHA DE RENOVACIÓN : 2017/10/31
ÚLTIMO AÑO RENOVADO : 2017



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR

CAMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR
ROJAS MAESTRE MARYARY

Fecha expedición: 2017/10/31 - 11:11:13 **** Recibo No. 5000109575 **** Num. Operación. 01C301031024

*** EXPEDIDO A TRAVÉS DEL SISTEMA VIRTUAL S.I.I. ***

DIRECCION : CL 15 A 19 O 32 BKK LAS FLORES
MUNICIPIO : 20001 - VALLEDUPAR
TELEFONO 1 : 3122528896
CORREO ELECTRONICO : maryarysido14@hotmail.com
ACTIVIDAD PRINCIPAL : 87310 - PUBLICIDAD
VALOR DEL ESTABLECIMIENTO : 3,100,000

CERTIFICA

LA INFORMACIÓN ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL FORMULARIO DE MATRÍCULA Y RENOVACIÓN DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE

INFORMA - REPORTE A ENTIDADES MUNICIPALES

QUE LA MATRÍCULA DEL COMERCIANTE Y/O ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO LOCALIZADO EN LA DIRECCIÓN QUE APARECE REPORTADA EN ESTE CERTIFICADO, SE INFORMÓ A LAS SECRETARÍAS DE PLANEACIÓN, SALUD, GOBIERNO, HACIENDA MUNICIPAL DE LA ALCALDIA DE VALLEDUPAR Y BOMBEROS, A EXCEPCIÓN DE AQUELLOS CASOS QUE NO APLIQUE. LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SECCIÓN DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA, NO HACEN PARTE DEL REGISTRO PÚBLICO MERCANTIL, NI SON CERTIFICADOS POR LA CÁMARA DE COMERCIO EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES LEGALES.

CERTIFICA

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS. EL DÍA SÁBADO NO SE DEBE CONTAR COMO DÍA HÁBIL.

VALOR DEL CERTIFICADO : \$2.400

CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)

IMPORTANTE: La firma digital del secretario de la CAMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la Ley 527 de 1999 para validez jurídica y probatoria de los documentos electrónicos.

La firma digital no es una firma digitalizada o escaneada, por lo tanto, la firma digital que acompaña este documento lo podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.

No obstante, si usted va a imprimir este certificado, lo puede hacer desde su computador, con la certeza de que el mismo fue expedido a través del canal virtual de la cámara de comercio y que la persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado impreso, puede verificar por una sola vez el contenido del mismo, ingresando al enlace <https://siivalledupar.confecamaras.co/cv.php> seleccionando la cámara de comercio e indicando el código de verificación 7bxuGEtDWI

Al realizar la verificación podrá visualizar (y descargar) una imagen exacta del certificado que fue entregado al usuario en el momento que se realizó la transacción.

La firma mecánica que se muestra a continuación es la representación gráfica de la firma del secretario jurídico (o de quien haga sus veces) de la Cámara de Comercio quien avala este certificado. La firma mecánica no reemplaza la firma digital en los documentos electrónicos.

*** FINAL DEL CERTIFICADO ***



FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

HOJA 2



Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachaduras ni enmendaduras. En los términos del artículo 196 del Decreto 015 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para una explicación de la Cámara de Comercio, Código Comercio y Fecha Reportación

39 - 20171031

INFORMACIÓN FINANCIERA						
En los términos de la Ley 2000 tomada del balance de apertura de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Exprese los cifras en pesos colombianos. Cúbrala en decimales.						
5	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			ESTADO DE RESULTADOS		
	Activo Corriente	\$ 3,100,000.00	Pasivo Corriente	\$ 0.00	Ingresos Actividad Operativa	\$ 0.00
	Activo No Corriente	\$ 0.00	Pasivo No Corriente	\$ 0.00	Otros Ingresos	\$ 0.00
	Activo Total	\$ 3,100,000.00	Pasivo Total	\$ 0.00	Costo de Ventas	\$ 0.00
			Patrimonio Neto	\$ 3,100,000.00	Gastos Operacionales	\$ 0.00
		Pasivo + Patrimonio	\$ 3,100,000.00	Otros Gastos	\$ 0.00	
		Balanza Social (*)	\$	Gastos por Impuestos	\$ 0.00	
		(*) Si corresponde al Estado en el año de corte		Utilidad / Pérdida Operacional	\$ 0.00	
				Resultado del Periodo	\$ 0.00	
*Especiar las imputaciones del formulario RUES			GRUPO N° 4			
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL, EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS						
1. NACIONAL		1.1. PÚBLICO		1.2. PRIVADO		
2. EXTRANJERO		2.1. PÚBLICO		2.2. PRIVADO		
SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO						
6	APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES	
	\$ %	\$ %	\$ %	\$ %	\$ %	
REFERENCIAS - ENTIDADES DE CREDITO			REFERENCIAS - COMERCIALES			
7	1. NOMBRE	TELEFONO	1. NOMBRE	TELEFONO		
	2. NOMBRE	TELEFONO	2. NOMBRE	TELEFONO		
ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA						
8	CÓDIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA <input type="checkbox"/> OTRO CUAL			NÚMERO DE EMPLEADOS 0		
	Tiene establecimientos, agencias o sucursales: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO CUANTOS 1			Tiene la entidad implementado un proceso de innovación <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO		
	Empresa familiar (definida según para fines tributarios) <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO			Porcentaje de empleados temporales (%) 0		
DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSSEA						
9	MATRÍCULA INMOBILIARIA			MATRÍCULA INMOBILIARIA		
	DIRECCIÓN			DIRECCIÓN		
	BARRIO			BARRIO		
	MUNICIPIO			MUNICIPIO		
	DEPARTAMENTO			DEPARTAMENTO		
	PAIS			PAIS		
LEY 1790 DE 2016						
10	DECLARO BAJO LA RESPONSABILIDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLÓ CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1790 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3			SÓLO EN CASO DE UNA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1790 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA.		
	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			CUMPLÓ <input type="checkbox"/> NO CUMPLÓ <input type="checkbox"/>		
PROTECCIÓN SOCIAL						
11	¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO					
	TIPO DE APORTANTE:	APORTANTE CON 200 O MENOS COTIZANTES	CUENTA CON MENOS DE 200 COTIZANTES	APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 3 DE LA LEY 1689 DE 2016	APORTANTE INDEPENDIENTE	

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es verídica. Fecha:

Nombre de la Persona Natural Registrada en el Libro de la Persona Jurídica

ROJAS MAESTRE MARYARY

FIRMA

Maryary Rojas M.

Documento de Identificación N° 1065834623

CC CE TI PASAPORTE PAS

Cualquier falsedad en los datos reportados será sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 36 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)

Espacio para una explicación de la Cámara de Comercio

Fecha y sello de la Cámara de Comercio



Nro. Lit. 503771
Fecha: 2017/10/31 18:09:17



FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

MATRÍCULA MERCANTIL O RENOVACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS
DE COMERCIO, SUCURSALES O AGENCIAS



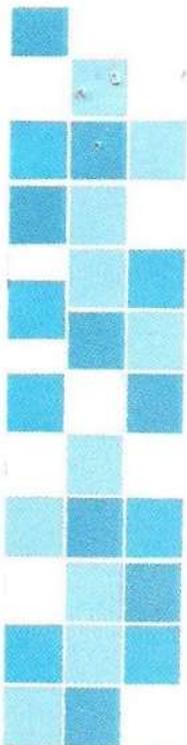
ANEXO 1

ZCYEET

<p>Dirigido a todas las personas físicas y jurídicas que se dedican al comercio, industria o prestación de servicios. En el momento de emitir este documento el artículo 106 del Decreto 019 de 2013 y el artículo 10 del Decreto 1074 de 2015, otorgan facultades de información a quienes deseen conocer los datos de las personas que se dedican al comercio, industria o prestación de servicios. En la versión del artículo 106 del Decreto 019 de 2013 y el artículo 10 del Decreto 1074 de 2015, otorgan facultades de información a quienes deseen conocer los datos de las personas que se dedican al comercio, industria o prestación de servicios.</p>	<p>Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y Policía Nacional</p> <p style="text-align: right;">19 - 20171031</p>
<p>ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO <input checked="" type="checkbox"/> SUCURSAL <input type="checkbox"/> AGENCIA <input type="checkbox"/> MATRÍCULA <input checked="" type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> MATRÍCULA MERCANTIL N° <input type="text"/></p> <p style="text-align: right;">AÑO QUE RENUEVA <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="7"/></p>	
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA	
<p>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA</p> <p>ACTIVA TU MARCA</p> <p>DIRECCIÓN COMERCIAL: CL 15 A 19 D 32 BRR LAS FLORES CÓDIGO POSTAL: <input type="text"/> BARRIO, LOCALIDAD, VEREDA, CORREGIMIENTO</p> <p>TELÉFONO 1: <input type="text" value="3122528896"/> TELÉFONO 2: <input type="text"/> TELÉFONO 3: <input type="text"/></p> <p>MUNICIPIO: VALLEDUPAR DEPARTAMENTO: 001 CESAR UBICACIÓN: LOCAL <input type="checkbox"/> LOCAL Y OFICINA <input type="checkbox"/> VIVIENDA <input checked="" type="checkbox"/> OFICINA <input type="checkbox"/> FABRICA <input type="checkbox"/> FINCA <input type="checkbox"/></p> <p>CORREO ELECTRÓNICO (Obligatorio): maryarysfdci4@hotmail.com</p> <p>DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN JUDICIAL (SOLO PARA SUCURSALES): <input type="text"/> CÓDIGO POSTAL: <input type="text"/> BARRIO, LOCALIDAD, VEREDA, CORREGIMIENTO</p> <p>MUNICIPIO (DE NOTIFICACIÓN): <input type="text"/> DEPARTAMENTO PARA NOTIFICACIÓN: <input type="text"/></p> <p>CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIONES (Obligatorio) (SOLO PARA SUCURSALES): <input type="text"/></p> <p>ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO SUCURSAL O AGENCIA \$ 2,100,000 N° DE TRABAJADORES VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO SUCURSAL O AGENCIA <input type="text" value="0"/></p>	
ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA	
<p>INDIQUE UNA CLASIFICACIÓN PRIMARIA Y MÍNIMO TRES CLASIFICACIONES SECUNDARIAS, TOMADAS DEL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME (SIC)</p> <p>ACTIVIDAD PRIMARIA: <input type="text" value="7310"/> BPO <input type="checkbox"/> OIA <input type="checkbox"/> SMO <input type="checkbox"/> OUI <input type="text"/> SMO <input type="checkbox"/> OUI <input type="text"/> SMO <input type="checkbox"/></p> <p>Indique el código SIC asociado a la actividad económica en desarrollo en la ciudad de Bogotá D.C.</p> <p>DESCRIBA DE MANERA BREVE Y RESUMIDA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE SE REALIZA EN EL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA (Máximo 500 caracteres)</p> <p>POBLICIDAD: <input type="text"/></p>	
<p>3 PROPIETARIO ÚNICO <input checked="" type="checkbox"/> SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> COPROPIETARIO <input type="checkbox"/> EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES: PROPIO <input type="checkbox"/> AJENO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;">PROPIETARIO (B) SI EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO PUEDE MÁS PROPIETARIOS, ADJUNTE FOTOCOPIAS DE ESTE DOCUMENTO FIRMADO CON ORIGINAL</p>	
<p>NOMBRE DEL PROPIETARIO, (PERSONA NATURAL O PERSONA JURÍDICA) ROJAS MAESTRE MARYARY</p> <p>IDENTIFICACIÓN N°: <input type="text" value="1063834623"/> DV <input type="checkbox"/> CC <input checked="" type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> NI <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> MATRÍCULA MERCANTIL DEL PROPIETARIO: MUEVANAT CÁMARA DE COMERCIO A LA QUE PERTENECE: 09</p> <p>DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL: CL 15 A 19 D 32 BRR LAS FLORES</p> <p>MUNICIPIO: VALLEDUPAR DEPARTAMENTO: 001 CESAR</p> <p>TELÉFONO 1: <input type="text" value="3122528896"/> TELÉFONO 2: <input type="text"/> TELÉFONO 3: <input type="text"/></p> <p>DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL: CL 15 A 19 D 32 BRR LAS FL. MUNICIPIO: VALLEDUPAR DEPARTAMENTO: 001 CESAR</p> <p>NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR</p> <p>TIPO DE IDENTIFICACIÓN: CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> NI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> N° <input type="text"/> PAS: <input type="text"/></p> <p><input type="checkbox"/> Cuando declare haber prestado el consentimiento que la información reportada en este formulario es verídica, veraz, completa y exacta</p> <p>FIRMA: <i>Maryary Rojas Maestre</i></p>	
<p>4 NOMBRE DEL PROPIETARIO, (PERSONA NATURAL O PERSONA JURÍDICA)</p> <p>IDENTIFICACIÓN N°: <input type="text"/> DV <input type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> NI <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> MATRÍCULA MERCANTIL DEL PROPIETARIO: <input type="text"/> CÁMARA DE COMERCIO A LA QUE PERTENECE: <input type="text"/></p> <p>DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL</p> <p>MUNICIPIO: <input type="text"/> DEPARTAMENTO: <input type="text"/></p> <p>TELÉFONO 1: <input type="text"/> TELÉFONO 2: <input type="text"/> TELÉFONO 3: <input type="text"/></p> <p>DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL: <input type="text"/> MUNICIPIO: <input type="text"/> DEPARTAMENTO: <input type="text"/></p> <p>NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR</p> <p>TIPO DE IDENTIFICACIÓN: CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> NI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> N° <input type="text"/> PAS: <input type="text"/></p> <p><input type="checkbox"/> Cuando declare haber prestado el consentimiento que la información reportada en este formulario es verídica, veraz, completa y exacta</p> <p>FIRMA: <i>Maryary Rojas Maestre</i></p>	
<p>QUIENQUIER FALSIFICAR, OCULTAR O DESTRUIR ESTE DOCUMENTO SERÁ SANCIONADO DE ACUERDO CON LA LEY 1471 DE 2014 EN CÓDIGO DE COMERCIO Y NORMAS CONCORDANTES Y COMPLEMENTARIAS</p> <p style="text-align: right;">ESTRAGO EXCLUSIVO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO</p>	



Fecha: 2017 MAR 10 10:23



CÁMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR

REG-FT-18
VERSIÓN 6 / 15 DIC 2016

Nº 014725

**CONSTANCIA DE CUMPLIMIENTO
EL ESTABLECIMIENTO**

2017

ACTIVA TU MARCA
MATRÍCULA 148776



SE ENCUENTRA MATRICULADO EN EL
REGISTRO MERCANTIL

PARA FIJAR EN UN LUGAR VISIBLE DE LA OFICINA O ESTABLECIMIENTO



LA MATRÍCULA MERCANTIL DEBE RENOVARSE ANUALMENTE DURANTE LOS TRES (3) PRIMEROS MESES DEL AÑO
VIGENTE HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

ANÁLISIS FINANCIERO

Balance inicial:

Aportes:

Socio 1	\$7.500.000
Socio 2	\$7.500.00
Total de aportes	\$ 15.000.000

Activos empresarial	\$15.000.000
Pasivos empresarial	\$0
Patrimonio empresarial	\$15.000.000

Inversión en activos fijos

Equipos, materiales y herramientas	\$ 7.560.200
Honorarios profesionales	\$ 737.717
Publicidad	\$ 1.300.000
Total	\$ 9.233.517

Análisis de costo

Costos fijos

Arriendo	\$ 250.000
Suministros	\$ 330.000
Servicios	\$ 150.000
Gastos personal	\$ 1.475.434
Total	\$ 2.205.434

Costos variables

Materiales	\$ 200.000
Gatos de transportes	\$ 80.000
Envíos	\$ 100.000
Total	\$ 380.000

Punto de equilibrio

Concepto	
Costos fijos	\$2.205.434
Costos variables	\$380.000
Costo total	\$2.585.434
Costo promedio	\$86.181
Costo variable unit	\$12.667
Margen unit	\$187.333
Punto de equilibrio	11,8

Costos fijos

Arriendo	\$ 250.000
Suministros	\$ 330.000
Servicios	\$ 150.000
Gatos personal	\$ 1,450,434
Total	\$ 2,205,434

Costos variables

Materiales	\$ 200.000
Gatos de transportes	\$ 80.000
Envíos	\$ 100.000
Total	\$ 380.000

Precio unitario de venta

Precio unitario de venta	\$ 200.000
Producción	30

CONCLUSION

Podemos concluir, que, a través de la creación de empresa como proyecto de grado, contribuimos tanto al desarrollo y crecimiento del diseño gráfico en Valledupar, como al país en general, por medio del gestionamiento de marca y el mejoramiento de identidad visual de las empresas, llevando a cabo estrategias que captan la atención de los consumidores, que buscan suplir las necesidades reales del mercado, como la falta de identidad corporativa y publicidad en la ciudad de Valledupar.

Se logró llevar a cabo un estudio de mercado con el fin de considerar si realmente era viable la idea de esta nueva empresa y si realmente solucionaba la problemática de la variedad de empresas poco reconocidas, donde se obtuvieron resultados positivos de la viabilidad y la innovación constando con el interés y aceptación por parte de las personas que influyen en el mercado publicitario.

Haciendo uso de los conocimientos adquiridos durante la formación académica, se desarrolló la maquetación y la diagramación de un manual de identidad, posteriormente la elaboración de piezas gráficas empleadas dentro del desarrollo del proyecto de creación de empresa para los cuales se utilizó software de diseño.

El proyecto de grado, personalmente, fue un gran reto, ya que, en todos los puntos de este, aprendimos más sobre el diseño gráfico, pusimos en práctica todo lo aprendido mediante el proceso de aprendizaje de la carrera adquirimos nuevas técnicas y teorías, realizamos estudios de mercado todo esto, nos ayudó a crecer como personas y a provechar ideas como empresarios, exploramos e investigamos y compartimos muchas experiencias con nuestros

profesores, que igualmente nos aportaron mucho tanto humanamente, como profesionalmente en este gran proceso.

Bibliografía

- www.javeriana.edu.co
- www.ipyme.org
- www.creatuempresa.org
- www.eltiempo.com
- www.informabtl.com
- marketing-new-theories.blogspot.com.co
- mglobalmarketing.es
- www.gestiopolis.com
- www.ustatunja.edu.co
- es.wikipedia.org
- www.inviertaencolombia.com.co
- puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com.co
- www.larepublica.co
- www.paginasamarillas.com.co
- metodomarketing.com
- www.elefectoflynn.com
- www.baume-et-mercier.com
- www.javeriana.edu.co