



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico

Autora: Méndez Carvajal Gabriela Alexandra

Tutor: Lcdo. Diego Trujillo

Quito, Octubre 2014



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Gabriela Alexandra Mèndez Carvajal

C.I. 1722633193



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante Gabriela Alexandra Méndez Carvajal, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparten el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado, para tractores de la empresa John Deere, ubicada en la Av, Panamericana Norte km10, intensificando de esta manera el aumento de ventas, y preferencias de los clientes por los productos de la empresa”, el cual incluye la creación de un catálogo y publicidad masiva, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumna. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se desarrolla la creación del catálogo y publicidad masiva, motivo por el cual se regula la forma clara la sesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que se ha culminado es de plena ampliación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA SECCION DE TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor de Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explicar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir entre otros: **a)** La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento **b)** La comunicación pública del software; **c)** La distribución publica de ejemplares o copias, la comercialización y arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; **d)** Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador;

e) La protección y registro en el IEPI el programa del ordenador a nombre del Cesionario; **f)** Ejercer la protección jurídica del programa del ordenador; **g)** Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la sección de derechos de autor y derechos patrimoniales.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



TERCERA Obligación del Cedente.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y obligación del programa de ordenador que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Medidor del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: **a)** El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; **c)** Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; **d)** el procedimiento será confidencial y en derecho; **e)** El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; **f)** El idioma del arbitraje será el español; y, **g)** La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los _____ días del mes de _____ del dos mil catorce.

f) _____

Gabriela Méndez Carvajal

C.C. N^º 17226331933

Cordillera

CEDENTE

f) _____

Instituto Tecnológico Superior

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial primero a Dios quien me ha dado la vida y me ha guiado por un buen camino para ser quien cada día logro ser.

A mi padre José y mi madre Fabiola quienes han sido el pilar fundamental en mi vida, en mis estudios, porque con su tan sola presencia hacen que mis días sean especiales, ya que me motivan a seguir adelante, a ser constante, a no decir no puedo y a mejor a cada instante, a ellos les agradezco por ayudarme en una más de las metas que me impuesto.

Agradezco a mis profesores quienes fueron la parte esencial en este proceso, en especial a mi tutor Lcdo. Diego Trujillo quien me ayudo con paciencia, perseverancia en la realización de mi tesis, gracias por todos los consejos para mejorar constantemente, gracias por su presencia, gracias por haber sido mi tutor. A la ingeniera Daniela Pintado porque además de ser la lectora de mi tesis fue una gran profesora y amiga. Gracias a todos mis profesores desde primero hasta el sexto semestre por todas sus enseñanzas (Profesora Raquel Andrade, Mayori Cortes, Pablo Trujillo, Gonzalo Quesada, Iván Cruz, Santiago Quiroz, y todos quienes fueron mis profesores).



Agradezco también a mi hermano Andrés por su apoyo incondicional, su amistad y brindarme las ganas de superarme a cada momento, mi tía Rosario quien es como mi segunda mamá, la misma que con sus regaños, amistad y apoyo incondicional me ha ayudado también a lograr lo que me he propuesto, a su esposo por toda la ayuda que me brindo durante el proceso de desarrollo de mi tesis, a mis seres queridos (tías/os, primos, abuelita), mi novio quien se ha convertido en un factor importante en mi vida, por su apoyo, comprensión y por toda la ayuda, y mis amigas, aquellas a quienes conocí por casualidad y quienes se convirtieron en una parte fundamental en mi vida, mi apoyo diario, mis alegrías, las mismas que hoy son como mis hermanas, quienes también hoy están cumpliendo el mismo sueño, gracias a ellas por brindarme su amistad y por aparecer en mi vida en esta etapa que para todas nosotras fue importante y especial.



DEDICATORIA

El presente proyecto va dedicado a mi padre José y mi madre Fabiola quienes han sido el pilar fundamental en mi vida, ya que con su apoyo me han ayudado a perseverar, atravesar los obstáculos y culminar esta etapa tan importante para mí, a ellos les debo todo lo que he logrado, les debo mis alegrías, mis triunfos, a ellos les debo la vida.

Dedicado a Dios quien me ha dado la fuerza, la vida y las ganas de proponerme una meta y poderla cumplir. Por protegerme, guiarme y brindarme tanta felicidad.

Dedicado también a mi hermano Andrés y mi tía Rosario por su apoyo incondicional, por sus consejos y su presencia, por darme las ganas y la fuerza para seguir adelante, mis seres queridos (abuelita, tías/os), y mi novio quien ahora es el complemento de mis triunfos.

**ÍNDICE GENERAL**

Título	Página
Carátula	i
Declaración de aprobación tutor y lector	ii
Declaración de autoría del estudiante	iii
Declaración de cesión de derechos a la institución	iv
Agradecimiento	vi
Dedicatoria	viii
Índice general	ix
Índice de tablas	xii
Índice de figuras	xiii
Resumen ejecutivo	xvi
Abstract	xv
Introducción	xvi
Capítulo I: El problema	1
1.01 Contexto	1
1.02 Justificación	3
1.03 Definición del problema central	5
Capítulo II: Análisis de involucrados	6
2.01 Mapeo de los involucrados	6
2.02 Matriz de análisis de involucrados	7
Capítulo III: Problemas y Objetivos	10
3.01 Árbol de problemas	10
3.02 Árbol de objetivos	11
Capítulo IV: Análisis de Alternativas	12
4.01 Matriz de Análisis de alternativas e identificación de acciones	12
4.01.01 Tamaño del proyecto	13
4.01.02 Localización del proyecto	13

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



4.01.03 Análisis ambiental	14
4.02 Matriz de análisis de Impacto de los objetivos	16
4.03 Diagrama de estrategias	17
4.04 Construcción de la matriz de marco Lógico	18
4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores	18
4.04.02 Selección de indicadores	28
4.04.03 Medios de Verificación	39
4.04.04 Identificación de Supuestos	50
4.04.05 Matriz marco lógico (MML)	58
Capítulo V: La Propuesta	66
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta	66
5.02 Descripción de la herramienta	75
5.03 Formulación del proceso de aplicación	77
5.04 Análisis F.O.D.A	81
5.05 Grupo objetivo	81
5.06 Problemas comunicacionales	83
5.07 Objetivos publicitarios	84
5.08 Estrategia creativa	85
5.09 Plan de medios	88
5.10 A.I.D.A	94
5.11 Desarrollo de la campaña	96
5.11.01 Mapa de contenidos del catálogo	96
5.11.02 Índice de imágenes del catálogo	99
5.11.03 Estilos	102
5.11.04 Páginas master o retículas	102
5.11.05 Diagramación	103
5.11.06 Imagen corporativa	105
5.11.07 Portada	105



5.11.08 Maquetación	106
5.11.09 Pre prensa	106
5.11.10 Prensa	107
5.11.11 Post Prensa	107
5.12 Presupuesto de impresión	108
5.12.1 Flow Chart	108
Capítulo VI: Aspectos Administrativos	109
6.01 Recursos	109
6.01.01 Humanos	109
6.01.02 Tecnológicos	109
6.01.03 Económicos	110
6.02 Presupuesto	110
6.03 Cronograma	111
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones	112
7.01 Conclusiones	112
7.02 Recomendaciones	113
BIBLIOGRAFÍAS	114
NETGRAFÍAS	114
ANEXOS	115
Cotización	115

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla	Página
Tabla I: Matriz análisis de fuerzas T	5
Tabla II: Matriz análisis y selección con los involucrados	7
Tabla III: Análisis de Alternativas	16
Tabla IV: Revisión de Criterios para los Indicadores	18
Tabla V: Selección de Indicadores	29
Tabla VI: Identificación de los Medios de Verificación	40
Tabla VII: Identificación de Supuestos	51
Tabla VIII: Matriz de Marco Lógico (MML)	59
Tabla IX: F.O.D.A	81
Tabla X: Criterios sociodemográficos del grupo objetivo	82
Tabla XI: Criterios socioeconómicos del grupo objetivo	82
Tabla XII: Criterios psicográficos del grupo objetivo	82
Tabla XIII: Presupuesto de impresión	108
Tabla XIV: Presupuesto material P.O.P	108
Tabla XIII: Flow Chart	108
Tabla XIII: Presupuesto personal	110
Tabla XIII: Cronograma de actividades	111
Tabla XIII: Cotización	115



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Página
Figura I: mapeo de involucrados	6
Figura II: Árbol de problemas	10
Figura III: árbol de objetivos	11
Figura IV: análisis de alternativas	12
Figura V: Diagrama de estrategias	17
Figura VI: Medios Publicitarios	68
Figura VII: Etapas de una campaña publicitaria	69
Figura VIII: Etapas y acciones de una campaña publicitaria	70
Figura IX: La Publicidad	71
Figura X: Estrategias publicitarias	73
Figura XI: El catálogo	75



RESUMEN EJECUTIVO

Las campañas publicitarias en la actualidad son el eje fundamental para el posicionamiento y mantenimiento de una empresa en el mercado, es por ello que para resolver la problemática que presenta la empresa John Deere, se realiza una campaña la cual está basada en el Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado, para intensificar de esta manera el aumento de ventas, y preferencias de los clientes por los productos de la empresa.

Los objetivos que planea cumplir la campaña son los de posicionar a la empresa en el mercado agrícola y en la mente del consumidor para de esta manera incrementar las ventas y preferencias de los clientes.

La campaña plantea estrategias comunicacionales con las que se informará a los clientes acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa a sus clientes reales y potenciales para persuadirlos a la acción de compra.

La finalidad del proyecto además de informar al target es el de mostrar la innovación que presenta la empresa en los soportes informativos, como lo es el catálogo y toda la publicidad generada para el manejo de la empresa en el mercado agrícola.

Se espera que el proyecto tenga una buena acogida en el grupo objetivo, debido que es innovador y atractivo en el mercado



ABSTRACT

The advertising campaigns at present are the fundamental axis for the positioning and maintenance of a company on the market, it is for it that to solve the problematic that John Deere presents the company, realizes a campaign which is based on the Design of a catalogue and massive advertising with the utilization of recycled paper, to intensify hereby the increase of sales, and preferences of the clients to the products of the company.

The aims that the campaign glides to fulfill are them of positioner to the company on the agricultural market and in the mind of the consumer hereby to increase the sales and preferences of the clients.

The campaign raises communication strategies with which it will inform the clients brings over of the products and services that the company offers to his royal and potential clients to persuade them to the action of buy.

The purpose of the project besides informing the target is of showing the innovation that presents the company in the informative supports, since it is the catalogue and the whole advertising generated for the managing of the company in the agricultural market. It hopes that the project has a good reception in the objective, due group that is innovative and attractive on the market.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



INTRODUCCIÓN

La presente investigación está basada en la elaboración de un catálogo y publicidad masiva, en los cuales se han empleado todos los conocimientos adquiridos durante la especialización de Diseño Gráfico en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera. La problemática a resolver en el proyecto fue: La escasa producción de publicidad e información de los productos y servicios, generada para el manejo de la empresa John Deere en el mercado agrícola, por lo que la campaña plantea estrategias para solucionar la problemática mencionada.

La empresa John Deere busca tras resolver los problemas comunicacionales, ser una Empresa con estrategias de publicidad adecuadas para generar el deseo de compra en los clientes, mejorando la demanda de sus productos y servicios.

Por medio del proyecto se establecerán diferentes aspectos para resolver la problemática planteada. Las causas, los efectos, los problemas y los objetivos son fundamentales en el proyecto ya son la guía para el desarrollo del mismo.

En cada uno de los capítulos se plantean temas tales como: Capítulo I: El problema, Capítulo II: Análisis de involucrados, Capítulo III: Problemas y Objetivos, Capítulo IV: Análisis de Alternativas, Capítulo V: La Propuesta (siendo esta uno de las más importantes debido a que aquí se plantean las estrategias comunicacionales a las que pretende llegar la campaña publicitaria a través de un plan de medios y la estrategia creativa), Capítulo VI: Aspectos Administrativos, y Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones.



CAPÍTULO I

1.1 Contexto

El presente proyecto se realiza en la República del Ecuador, país perteneciente a América del Sur, en la empresa JOHN DEERE (Motrac.S.A), ubicada en la AV Panamericana Norte km10, con el propósito de intensificar el aumento de ventas, y preferencias de los clientes por los productos de la empresa, por medio de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado.

En lo que refiere al mercado agrícola en el Ecuador la competencia que rodea a la Empresa John Deere es muy grande, ya que son empresas que al igual que la antes mencionada se encuentran establecidas en el mercado. No se tiene una referencia que haga énfasis en la utilización de papel reciclado en catálogos y publicidad que generan estas empresas, puesto a que la mayoría utilizan papeles contaminantes como es el caso del couché, por lo que la propuesta realizada se consolida como una ayuda para el medio ambiente y para la empresa quien destacará con esta innovación.

En lo que refiere a la historia de John Deere en Ecuador fue manejado por la empresa Ponce Yépez, quien tenían la representación de la marca en el país. Dicha empresa tuvo un buen manejo de la marca, destacando en la publicidad que hizo que John Deere tenga una buena acogida en el mercado. Tras problemas legales por el manejo de John Deere con otra marca; INDUSUR le quita la representación a Ponce Yépez, es por ello que se presentan problemas comunicacionales y un estancamiento de la marca en el mercado ecuatoriano.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Motrac S.A. en 1972 tomó la representación de la marca John Deere y luego, en el año 2012, el fabricante le otorga la distribución nacional de la marca.

La marca John Deere es reconocida entre las Compañías más Éticas del mundo, debido a que cuenta con categorías como: ciudadanía corporativa y responsabilidad, gobierno, innovación que contribuya al bienestar público, liderazgo en la industria, liderazgo ejecutivo ético, trayectoria legal, reputación y regulación, sistemas internos, ética y cumplimiento del programa¹.

Dado esto como referencia el proyecto sería factible para la empresa, ya que además de ser innovador contribuye con políticas que ayudan en el medio ambiente.

¹ <http://www.motrac.ec/>



1.2 Justificación

Actualmente la empresa John Deere presenta la problemática de tener escasa producción de publicidad e información desactualizada en medios impresos, generada para el manejo de la marca, y demanda de productos y servicios que brinda la empresa; es por ello que se realiza la elaboración de un catálogo y publicidad para resolver la problemática mencionada. El proyecto será el soporte de apoyo para las ventas puesto que al tener una buena información los clientes son influenciados a la acción de compra, además forma parte de la innovación que la empresa quiere mostrar en el mercado, debido a que será realizado con papel reciclado, con el cual se espera llamar la atención de los clientes, quienes son netamente importantes en el proyecto, puesto a que serán los mismos quienes den la mayor aceptación de la propuesta en el mercado. El catálogo será una herramienta para ventas, útil y eficaz para la empresa, debido a que es una fuente de información ligera y de fácil acceso. Se detallarán diferentes aspectos de los productos (modelo, calidad, rendimiento, etc.) y servicios, utilizando técnicas llamativas de diseño y un papel distintivo (papel reciclado), para impactar al lector.

Por medio de la publicidad se informará al grupo objetivo sobre la disponibilidad de nuevos productos y servicios, al igual que las mejoras y la calidad que brinda la empresa.

Se considera que una publicidad llamativa puede convertirse en un instrumento útil para apoyar competitivamente el crecimiento económico de la empresa, ya que por medio del mismo los clientes reales y potenciales conocen y reconocen a la empresa, despertándoles el interés y generando demanda de productos y servicios.



El proyecto estará encaminado a la matriz productiva, debido a que es innovador por hecho de ser realizado con papel reciclado, el mismo que no se ha utilizado en este soporte comunicacional (catálogo), además de contribuir en el sector agrícola el cual aporta con grandes ingresos económicos para el país.

Debido a que la empresa John Deere ha tenido poca demanda de sus productos y servicios se considera que el proyecto es de gran ayuda para informar, persuadir y atraer la atención de los clientes, es por ello que sería factible su realización.



1.3 Definición del Problema Central (Matriz T)

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Escasa demanda de los productos y servicios (Cierre de empresa)	Escasas estrategias publicitarias para generar demanda de sus productos y servicios.				Empresa con estrategias de publicidad adecuada para generar el deseo de compra en los clientes, mejorando la demanda de sus productos y servicios.
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Identificación de las debilidades en la publicidad de la empresa John Deere	4	5	4	2	Inadecuada Identificación de las debilidades que tiene la publicidad actual de la empresa John Deere.
Establecimiento de elementos visuales e información actualizada sobre los productos y servicios que brinda la empresa	4	5	5	2	Des interés por parte del Grupo Objetivo, sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.
Creación de estrategias comunicacionales	4	5	4	1	Mal manejo de estrategias comunicacionales, poco impacto en los clientes.
Propuesta de innovación (utilización de papel reciclado en catálogo y publicidad)	4	5	4	1	Desinterés por parte de los clientes
Selección adecuada de Medios informativos	4	5	3	2	Mala selección de medios informativos
Diagramación de catálogo y publicidad para ofertar los productos	5	5	5	2	Inapropiada diagramación de catálogo y publicidad para ofertar los productos
Elaboración de estrategias creativas para la empresa	4	5	4	2	Mala elaboración de estrategias creativas para la empresa

Tabla I: Matriz análisis de fuerzas T
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

CAPÍTULO II

2.01 Mapeo de Involucrados

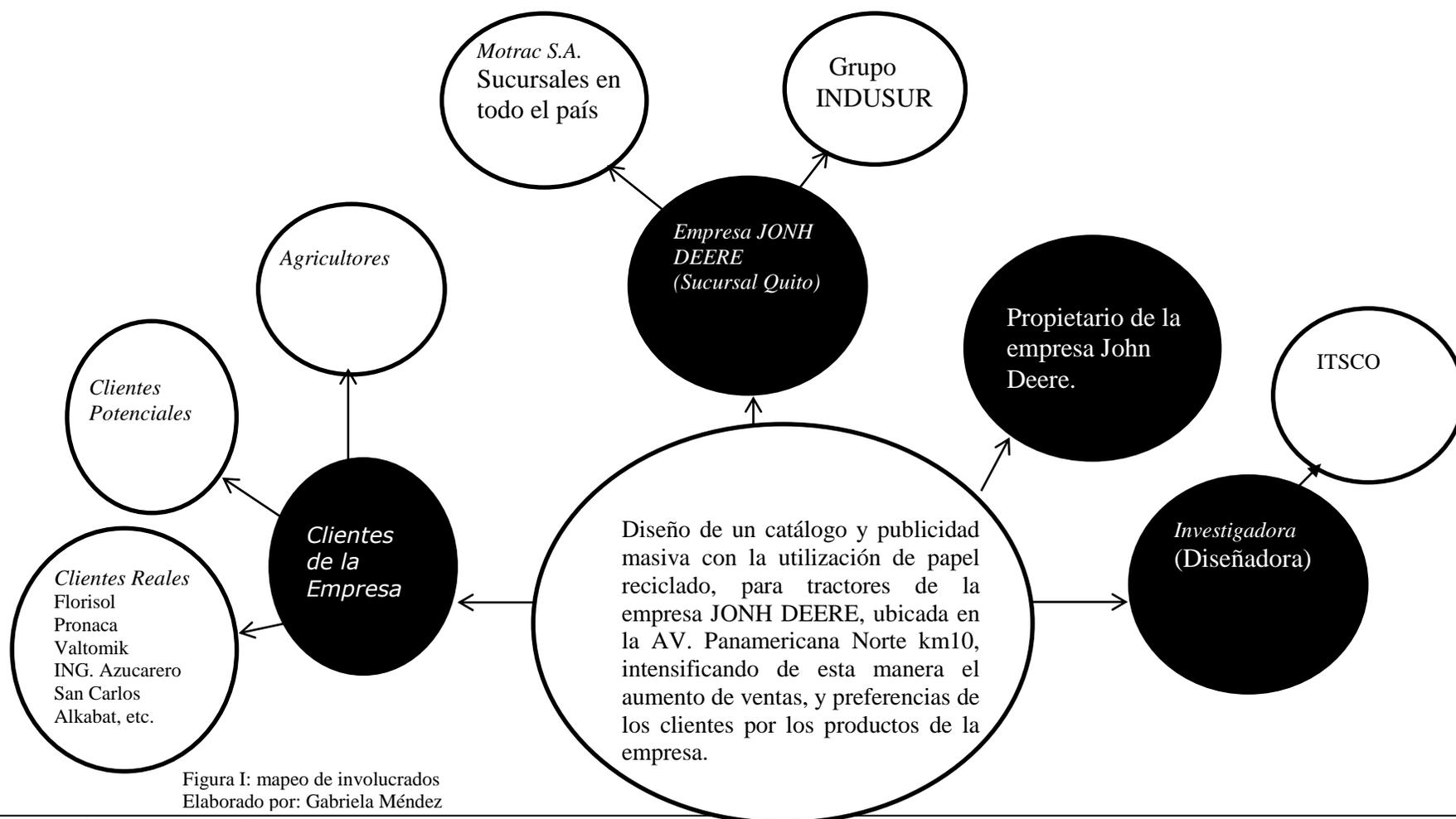


Figura I: mapeo de involucrados
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACION DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



2.02 Matriz de Análisis de Involucrados

Actores Involucrados	Interés sobre el Problema	Problemas Percibidos	Recursos, mandatos, capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto Potencial
Propietario de la Empresa John Deere	Incrementar la demanda de productos y servicios que brinda la empresa. Proporcionar una adecuada y actualizada información a los clientes mediante medios impresos.	Limitada publicidad para informar a los clientes sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Económicos - Políticas internas - Tecnológicos - Humanos 	Posicionar a su empresa en la mente del consumidor mediante publicidad llamativa, que genere el interés por los productos y servicios que brinda la empresa. Contar con soportes comunicacionales (catálogo y publicidad) para informar, persuadir e impactar al grupo objetivo.	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia - Desinterés por parte de los clientes
	Informar en el	Limitada	- Económicos	Diferenciarse	- Competencia

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



<p>Empresa John Deere (Sucursal Quito)</p> <p>(Motrac S.A. Sucursales en todo el país) Grupo INDUSUR</p>	<p>mercado sobre sus productos y servicios, mediante publicidad atractiva para los clientes.</p> <p>Incrementar la venta de los productos y servicios que ofrecen.</p>	<p>publicidad actualizada de los productos y servicios que ofrece la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Humanos - Políticas internas - Tecnológicos 	<p>de la competencia</p> <p>Informar y persuadir al grupo objetivo de una manera llamativa e innovadora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desinterés por parte de los clientes
<p>Investigadora (diseñadora)</p> <p>ITSCO</p>	<p>Solucionar los problemas comunicacional es mediante diseños innovadores y llamativos para atraer la atención de los clientes de la empresa.</p> <p>Informar y persuadir a los clientes a la acción de compra</p>	<p>Insuficiente publicidad producida para el manejo de la marca.</p> <p>Escasa información impartida a los clientes mediante medios impresos</p> <p>Información desactualiza</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Creatividad - Innovación - Humanos - Tecnológicos - Económicos - Logísticos 	<p>Innovar y conseguir la aceptación por parte de los actores involucrados</p> <p>Diseñar un catálogo que informe, llame la atención y deseo de compra de los productos que ofrece la empresa.</p>	<p>Desinterés por parte de los clientes.</p> <p>Restricciones establecidas en la Ley de comunicación.</p>

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		da acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.		Brindar una propuesta atractiva y que impacte a los clientes de la empresa.	
<p>Clientes de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes Reales - Clientes Potenciales - Agricultores 	<p>Obtener una buena información actualizada, acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa, para poder adquirirlos.</p> <p>Satisfacer las necesidades que demanda su trabajo.</p>	<p>Limitada información acerca de los productos y servicios que la empresa le ofrece.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Económicos - Sociales - Humanos 	<p>Satisfacer la necesidad de conseguir productos de calidad para realizar los trabajos agrícolas.</p> <p>Obtener información acerca de los productos, garantía y calidad que ofrece la empresa.</p> <p>Contar con información clara, de fácil acceso y llamativa para ser atraídos al mundo de la empresa.</p>	<p>Factor económico</p>

Tabla II: matriz análisis y selección con los involucrados
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

CAPÍTULO III

3.01 Árbol de Problemas

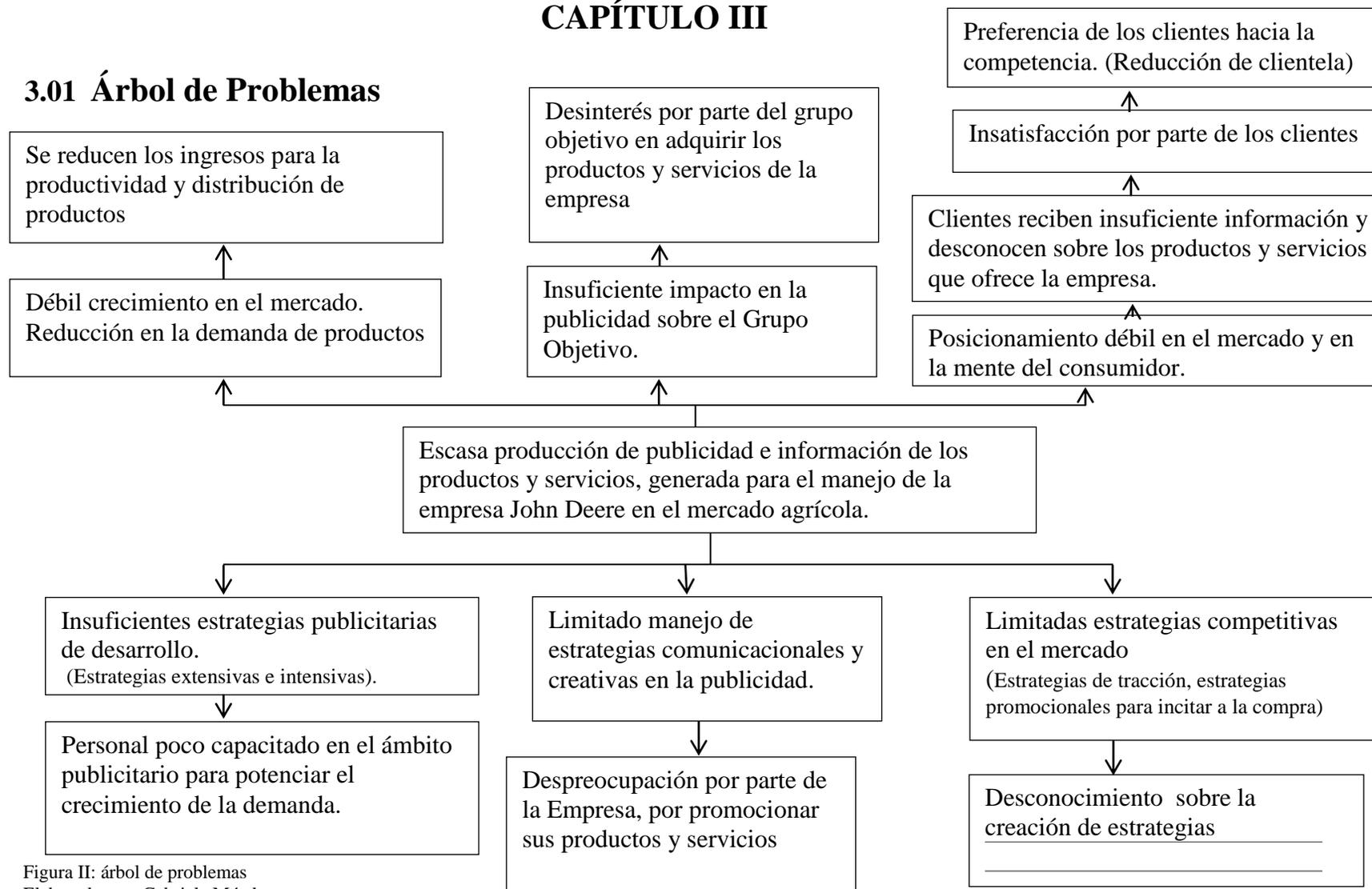


Figura II: árbol de problemas
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

3.02 Árbol de Objetivos

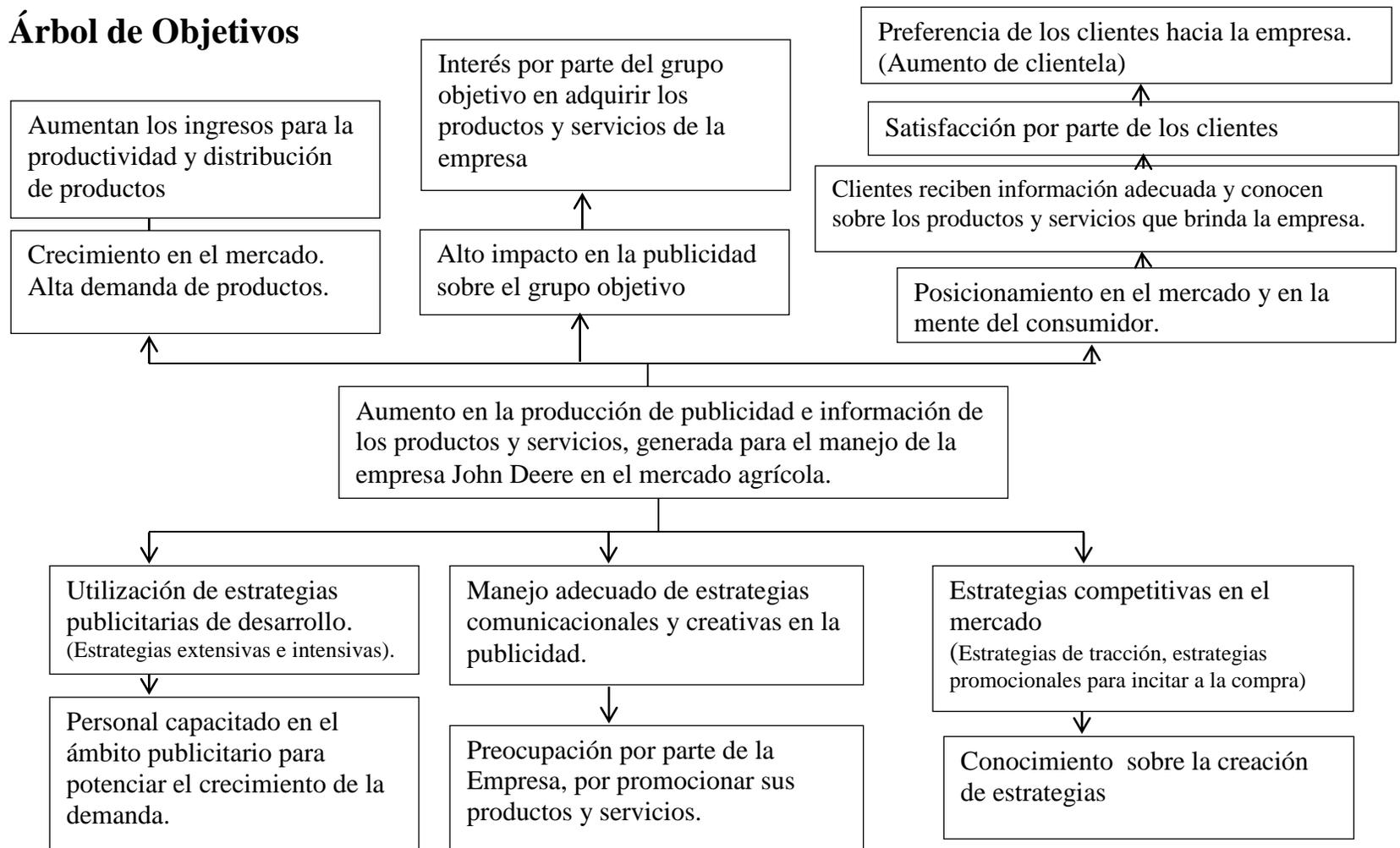


Figura III: árbol de objetivos
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

CAPÍTULO VI

4.01 Análisis de Alternativas

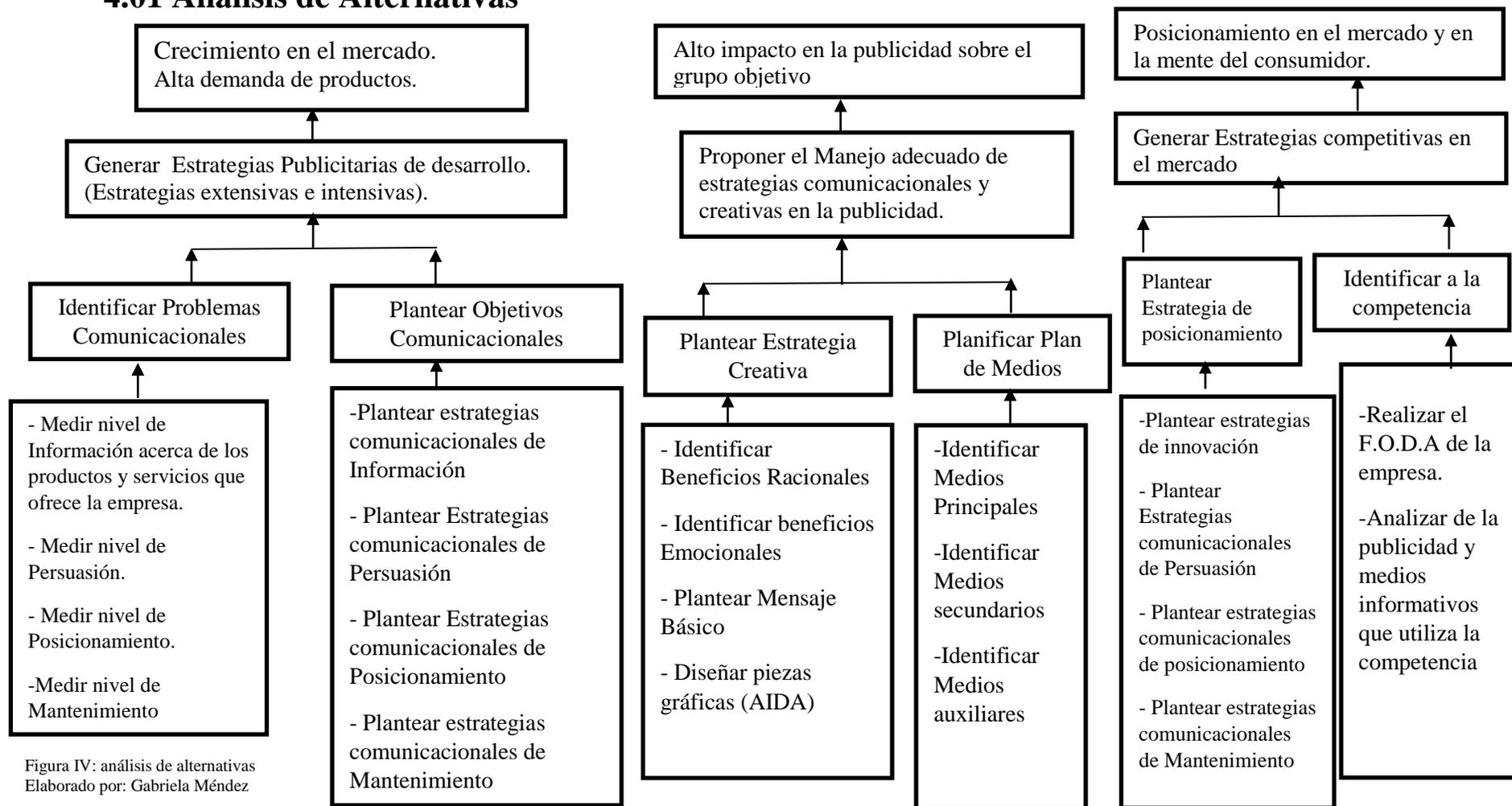


Figura IV: análisis de alternativas
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



4.01.01- Tamaño del Proyecto

El presente proyecto tiene como grupo objetivo a los clientes de la empresa John Deere (Clientes reales, potenciales y agricultores).

El proyecto generará un fuerte impacto en el grupo objetivo debido a su innovación, en la cual utiliza un papel distintivo para atraer la atención de los clientes, utiliza además técnicas llamativas del diseño, es un soporte informativo acerca de la disponibilidad de productos y servicios que ofrece la empresa, por el cual, el grupo objetivo conoce y reconoce a la empresa y forma parte de ella.

El proyecto pretende llegar al grupo objetivo de una manera masiva, para lograr un posicionamiento y una persuasión en la mente del consumidor.

4.01.02- Localización del Proyecto

El proyecto se localizará en las instalaciones de la empresa John Deere Motrac S.A, sucursal Quito, lugar en el cual los clientes reales y potenciales frecuentan, para informarse y adquirir productos y servicios que ofrece la empresa.

Al ser John Deere una empresa con clientes alrededor de todo el país, el proyecto se distribuirá en distintas provincias del Ecuador donde los clientes reales tienen sus instalaciones.



4.01.03-Análisis Ambiental

El presente proyecto genera un impacto ambiental positivo, debido a que será realizado con papel reciclado, con la finalidad de mitigar el impacto del papel en el medio ambiente, además de permitir un significativo ahorro de materias primas, disminución de gastos de energía y agua, así como la reducción en la generación de residuos, para evitar de cierta forma la deforestación masiva de bosques y con ello ayudar a reducir la contaminación en el planeta².

Se genera también un impacto ambiental negativo, ya que la publicidad masiva provoca basura en el entorno, puesto a que origina contaminación visual, debido a que la publicidad es el agente más notorio por su impacto inmediato, en el cual el lector se informa de manera rápida, y luego se desase de los soportes impresos, por el hecho de estar influenciado de los múltiples mensajes y anuncios que invaden su mirada”.

La publicidad implica una forma de comunicación orientada a difundir, por lo que la incidencia del factor social es muy importante, debido a que el proyecto pretende estimular a los consumidores, a que compren los productos o hagan uso de los servicios que ofrece la empresa, tras recibir información clara, de fácil acceso y llamativa.

El factor financiero también influenciará en la realización del proyecto, debido a los costos que inciden en su realización, así por ejemplo: al utilizar papel reciclado los costos de impresión.



El factor técnico contribuye de manera negativa en el proyecto, puesto a que en la impresión del proyecto, se utiliza tintas que no se pueden reciclar ni reutilizar. Pero también se genera un impacto positivo debido a que por medio de este factor se escogen las distintas herramientas, así como los procedimientos de transformación de los materiales que se van a usar, para que sea un producto atractivo e innovador en el mercado.

El factor político es de vital importancia en el proyecto debido a que se regirá en las políticas internas de la empresa al igual que en la ley de comunicación del Ecuador.

²www.medioambiente.net/la-industria-del-papel-y-su-impacto-ambiental, es.wikipedia.org/wiki/Contaminación_visual)



4.02 Análisis de Impacto de los objetivos

OBJETIVO	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORÍA
Crecimiento en el mercado. Alta demanda de productos.	5	5	5	5	5	25	Alta
Alto impacto en la publicidad sobre el grupo objetivo	5	5	4	5	5	24	Alta
Posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor.	5	4	5	5	4	23	Alta

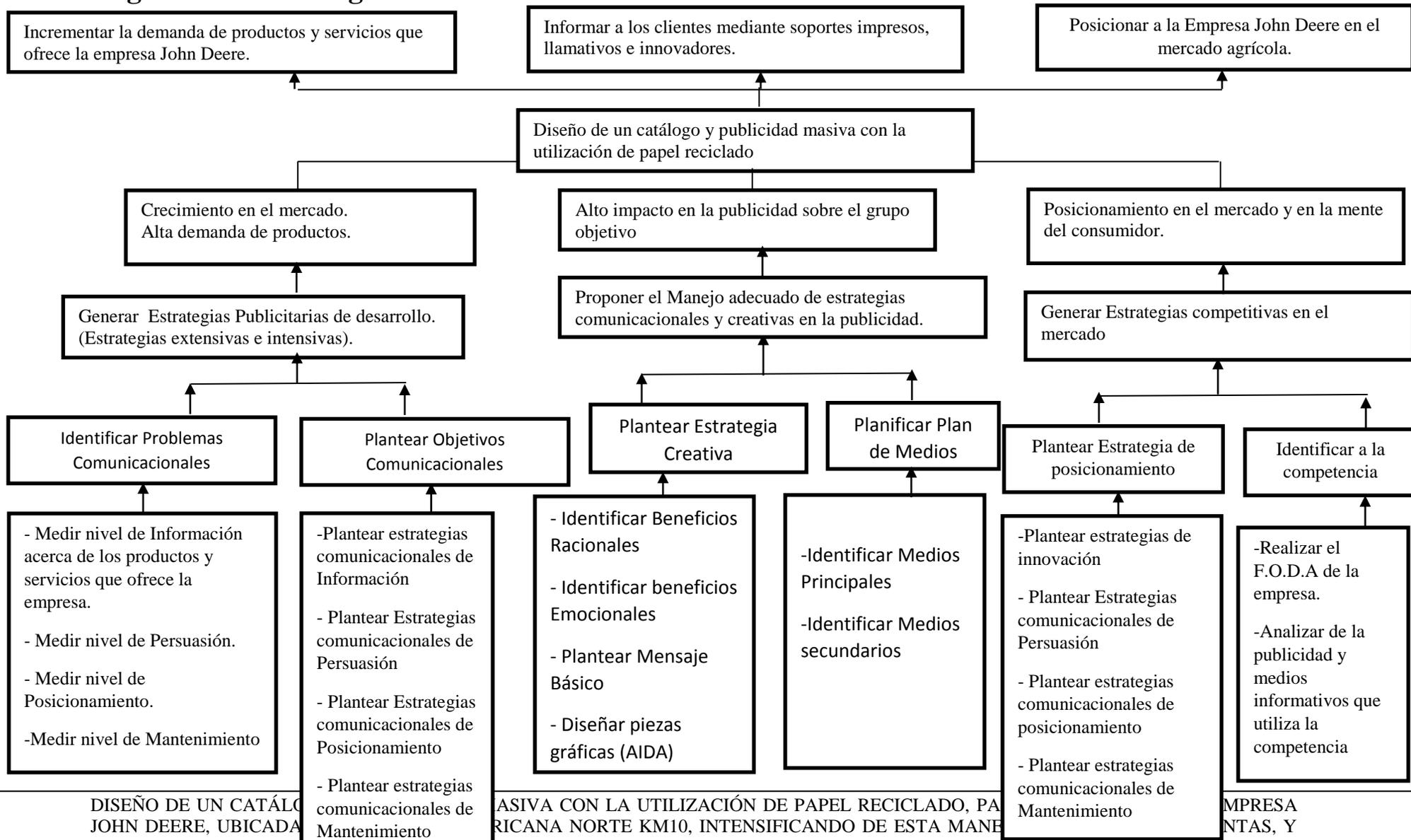
Tabla III: Análisis de Alternativas

Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



4.03 Diagrama de Estrategias



DISEÑO DE UN CATÁLOGO PARA LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA ZONA RURAL DE LA COMUNA DE SAN VICENTE DE OCHOA, RICAÑA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DE LA EMPRESA. DISEÑO DE UN CATÁLOGO PARA LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA ZONA RURAL DE LA COMUNA DE SAN VICENTE DE OCHOA, RICAÑA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DE LA EMPRESA.

Figura V: diagrama de estrategias
Elaborado por: Gabriela Méndez



4.04 Construcción de Matriz de Marco Lógico
4.04.01. Revisión de Criterios para los Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FIN	F.1.- Incrementar la demanda de productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.	F.1.1. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado la demanda de sus productos y servicios en un 50%	50%	Aceptable	1 año	Instalaciones de la empresa John Deere Motrac S.A, sucursal Quito, El proyecto se distribuirá en distintas provincias del Ecuador donde los clientes reales tienen sus instalaciones.	Clientes de la empresa John Deere (Clientes reales, potenciales y agricultores).
		F.1.2. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado los ingresos para la productividad y distribución de sus productos en un 40%	40%	Aceptable	1 año		
	F.2.- Informar a los clientes mediante soportes impresos, llamativos e innovadores.	F.2.1 Al finalizar el proyecto los clientes de la empresa John Deere se encuentran informados en un 80% acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.	80%	Optima	3 meses		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		F.2.2 Al finalizar el proyecto se capta la atención de los clientes, mediante soportes impresos en un 70%	70%	Optima	1 año		
	F.3.- Posicionar a la Empresa John Deere en el mercado agrícola.	F.3.1 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere se ha posicionado en el mercado agrícola en un 60%	60%	Aceptable	6 meses		
		F.3.2 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere, se ha posicionado en la mente del consumidor en un 50%	50%	Aceptable	3 meses		
PROPÓSITO	P.- Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado.	P.1. Al finalizar el proyecto la empresa cuenta con un catálogo y publicidad masiva innovadora captando la atención de los clientes en un 60%	60%	Optima	4 meses	Instalaciones de la empresa John Deere Motrac S.A, sucursal Quito, El proyecto se distribuirá en distintas provincias del Ecuador donde los clientes reales tienen sus instalaciones.	Clientes de la empresa John Deere (Clientes reales, potenciales y agricultores).
		P.2 Al finalizar el proyecto se ha elaborado un catálogo, un afiche, hojas volantes, de material reciclado.	1 catálogo 200 afiches 200 hojas volantes	Suficiente	4 meses		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



COMPONENTES	C.1.- Crecimiento en el mercado. Alta demanda de productos.	C.1.1 Durante la realización del proyecto se genera Estrategias Publicitarias de desarrollo, nuevos consumidores y consiguiendo que los clientes actuales consuman más, aumentando la venta por cliente en un 50%.	50 %	Aceptable	3 meses	Instalaciones de la empresa John Deere Motrac S.A, sucursal Quito, El proyecto se distribuirá en distintas provincias del Ecuador donde los clientes reales tienen sus instalaciones.	Clientes de la empresa John Deere (Clientes reales, potenciales y agricultores).
		C.1.2 Al finalizar el proyecto se consigue por medio de estrategias extensivas (se muestra innovación técnica, nuevos sistemas de distribución, nuevos productos) he intensivas, potenciar el crecimiento en la demanda de los productos y servicios que ofrece la empresa en un 50%.	50%	Aceptable	3 meses		
	C.2.- Alto impacto en la publicidad sobre el grupo objetivo.	C.2.1.- Al finalizar el proyecto mediante el establecimiento de estrategias	70%.	Aceptable	5 meses		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		comunicacionales y creativas en la publicidad, se atrae la atención de los clientes en un 70%.					
		C.2.2 Al finalizar el proyecto se genera una fuerte imagen de la empresa sobre el grupo objetivo en un 60%.	60%.	Aceptable	5 meses		
	C.3.- Posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor	C.3.1.- Durante el desarrollo del proyecto se generan Estrategias de posicionamiento en el mercado, para dar reconocimiento en el mercado en un 40%	40%	Aceptable	3 meses		
		C.3.2.- Al finalizar el proyecto por medio de estrategias de tracción y estrategias promocionales (incitando a la prueba de los productos), se incrementa la demanda de los productos y servicios de la empresa en un 50%.	50%.	Aceptable	3 meses		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Actividades	A.1.- Identificar Problemas Comunicacionales	A.1.1. Se tienen claros los problemas comunicacionales de información, persuasión, mantenimiento y posicionamiento de la empresa John Deere en un 90%	90%	Optima	1 mes	Instalaciones de la empresa John Deere Motrac S.A, sucursal Quito, El proyecto se distribuirá en distintas provincias del Ecuador donde los clientes reales tienen sus instalaciones.	Clientes de la empresa John Deere (Clientes reales, potenciales y agricultores).
	A.1.1.-Medir nivel de Información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.	A.1.1.1.Se analiza el nivel del problema en cuanto a información de la empresa John Deere, en un 60%	60%	Aceptable	1 mes		
	A.1.2.- Medir Nivel de Persuasión.	A.1.2.1. Se obtiene un porcentaje del 50% de problemas de persuasión en el grupo objetivo de la empresa John Deere.	50%	Aceptable	1 mes		
	A.1.3.- Medir Nivel de Posicionamiento.	A.1.3.1- Se mide el posicionamiento de la empresa en el mercado y en el grupo objetivo en 70%.	70%	Aceptable	1 mes		
	A.1.4.- Medir Nivel de Mantenimiento.	A.1.4.1- Se mide el recuerdo que tiene la empresa John Deere en el mercado en un 70%.	70%	Aceptable	1 mes		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	A.2.- Plantear Objetivos Comunicacionales	A.2.1. Al finalizar el proyecto Se generan objetivos comunicacionales, para captar la atención de los clientes en un 100%.	100%	Optima	1 mes		
	A.2.1.- Plantear estrategias comunicacionales de Información.	A.2.1.1- Se informa al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que brinda la empresa en un 100%	100%	Optima	1 mes		
	A.2.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	A.2.2.1- Se despierta el interés de los clientes en adquirir los productos y servicios de la empresa en un 80%	80%	Optima	1 mes		
	A.2.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.2.3.1- Se da a la empresa un lugar en la mente del consumidor, frente al posicionamiento de la competencia en un 50%	50%	Aceptable	1 mes		
	A.2.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	A.2.4.1- Se genera el recuerdo de la empresa en el grupo objetivo en un 100%	100%	Optima	1 mes		
	A.3.- Plantear Estrategia Creativa	A.3.1- Se plantea la Estrategia	100%	Optima	1 mes		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		Creativa, la cual proporciona una guía comunicacional a la publicidad de la empresa John Deere en un 100%.					
	A.3.1.- Identificar Beneficios Racionales.	A.3.1.1. Al finalizar el proyecto por medio del establecimiento de beneficios racionales se muestra la calidad de los productos de la empresa haciendo que el consumidor compare, despierte su interés en un 50%.	100%	Optima	1 mes		
	A.3.2.- Identificar Beneficios Emocionales.	A.3.2.1- Al finalizar el proyecto por medio de los beneficios emocionales se establece un vínculo entre la marca y el consumidor en un 50%.	50%	Aceptable	6 meses		
	A.3.3.- Plantear Mensaje Básico.	A.3.3.1- Al finalizar el proyecto el mensaje básico ayuda a transmitir lo que se quiere realizar en la campaña.	1 mensaje básico	Suficiente	2 meses		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	A.3.4.- Diseñar piezas gráficas (AIDA).	A.3.4.1- Al finalizar el proyecto las piezas graficas captan la atención de los clientes en un 60%	60%	Aceptable	4 meses		
	A.4.- Planificar Plan de medios.	A.4.1- Se analizan los medios adecuados para el proyecto	3 medios principales 2 medios secundarios 3 medios auxiliares	Necesario	1 mes		
	A.4.1.- Identificar medios principales.	A.4.1.1- Se establecen los medios principales para el captar la atención de los clientes por los productos y servicios que brinda la empresa John Deere.	3 medios principales (Catálogo, tríptico, afiches)	Suficiente	1 mes		
	A.4.2.- Identificar medios secundarios y medios auxiliares.	A.4.2.1- Se establecen los medios secundarios y auxiliares para atraer la atención de los clientes de la empresa John Deere.	2 medios secundarios (display troquelado, roll up) 3 medios auxiliares (Flyer, díptico, material P.O.P	Necesario	1 mes		
	A.5.- Plantear Estrategia de Posicionamiento.	A.5.1- Se plantea la estrategia de posicionamiento Llevando a la empresa John Deere	50%	Aceptable	2 meses		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		a incrementar el posicionamiento en la mente del consumidor además de tener ventajas competitivas en un 50%.					
	A.5.1.- Plantear Estrategias de Innovación.	A.5.1.1- Al finalizar el proyecto la empresa se diferencia en un 70% de la competencia por la propuesta de innovación en sus soportes impresos.	70%	Aceptable	6 meses		
	A.5.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	A.5.2.1- Se establecen estrategias comunicacionales en un 70% para persuadir a los clientes de la empresa.	70%	Aceptable	1 mes		
	A.5.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.5.3.1- Se establecen estrategias para posicionar a la empresa John Deere en el mercado y en la mente del consumidor en un 90%.	90%.	Optima	1 mes		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	A.5.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	A.5.4.1- Se establecen estrategias comunicacionales de mantenimiento para de la empresa en un 100%	100%	Optima	1 mes		
	A.6.- Identificar a la competencia.	A.6.1- Se analiza la competencia directa de la empresa John Deere en un 100%	100%	Optima	1 mes		
	A.6.1.- Realizar el F.O.D.A de la empresa.	A.6.1.1.- Se analiza el F.O.D.A de la empresa, resolviendo las debilidades de la publicidad en un 70%	70%	Aceptable	1 mes		
	A.6.2.- Analizar la publicidad y medios informativos que utiliza la competencia.	A.6.2.1- Se analiza la publicidad y mejora los medios informativos de la empresa John Deere en un 80%	80%	Optima			

Tabla IV: Revisión de Criterios para los Indicadores
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



4.04.01. Selección de Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FIN	F.1.- Incrementar la demanda de productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.	F.1.1. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado la demanda de sus productos y servicios en un 50%	X	X	X	X	X	5	
	F.2.- Informar a los clientes mediante soportes impresos, llamativos e innovadores.	F.1.2. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado los ingresos para la productividad y distribución de sus productos en un 40%	X	X	X	X	X	5	
	F.2.- Informar a los clientes mediante soportes impresos, llamativos e innovadores.	F.2.1 Al finalizar el proyecto los clientes de la empresa John Deere se encuentran informados en un 80% acerca de los productos y servicios que	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		ofrece la empresa.							
		F.2.2 Al finalizar el proyecto se capta la atención de los clientes, mediante soportes impresos en un 70%	X	X	X	X	X	5	
	F.3.- Posicionar a la Empresa John Deere en el mercado agrícola.	F.3.1 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere se ha posicionado en el mercado agrícola en un 60%	X	X	X	X	X	5	
		F.3.2 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere, se ha posicionado en la mente del consumidor en un 50%	X	X	X	X	X	5	
PROPÓSITO	P.- Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado.	P.1. Al finalizar el proyecto la empresa cuenta con un catálogo y publicidad masiva innovadora captando la atención de los clientes en un 60%	X	X	X	X	X	5	
		P.2 Al finalizar el	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		proyecto se ha elaborado un catálogo, un afiche, hojas volantes, de material reciclado							
COMPONENTES	C.1.- Crecimiento en el mercado. Alta demanda de productos.	C.1.1 Durante la realización del proyecto se genera Estrategias Publicitarias de desarrollo, nuevos consumidores y consiguiendo que los clientes actuales consuman más, aumentando la venta por cliente en un 50%.	X	X	X	X	X	5	
		C.1.2 Al finalizar el proyecto se consigue por medio de estrategias extensivas (se muestra innovación técnica, nuevos sistemas de distribución, nuevos productos) he intensivas, potenciar el crecimiento en la	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		demanda de los productos y servicios que ofrece la empresa en un 50%.							
	C.2.- Alto impacto en la publicidad sobre el grupo objetivo.	C.2.1.- Al finalizar el proyecto mediante el establecimiento de estrategias comunicacionales y creativas en la publicidad, se atrae la atención de los clientes en un 70%.	X	X	X	X	X	5	
		C.2.2 Al finalizar el proyecto se genera una fuerte imagen de la empresa sobre el grupo objetivo en un 60%.	X	X	X	X	X	5	
	C.3.- Posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor	C.3.1.- Durante el desarrollo del proyecto se generan Estrategias de posicionamiento en el mercado, para dar reconocimiento en el mercado en un 40%	X	X	X	X	X	5	
		C.3.2.- Al finalizar el	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		proyecto por medio de estrategias de tracción y estrategias promocionales (incitando a la prueba de los productos), se incrementa la demanda de los productos y servicios de la empresa en un 50%.							
ACTIVIDADES	A.1.- Identificar Problemas Comunicacionales	A.1.1. Se tienen claros los problemas comunicacionales de información, persuasión, mantenimiento y posicionamiento de la empresa John Deere en un 90%	X	X	X	X	X	5	
	A.1.1.-Medir nivel de Información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.	A.1.1.1.Se analiza el nivel del problema en cuanto a información de la empresa John Deere, en un 60%	X	X	X	X	X	5	
	A.1.2.- Medir Nivel de Persuasión.	A.1.2.1. Se obtiene un porcentaje del	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		50% de problemas de persuasión en el grupo objetivo de la empresa John Deere.							
A.1.3.- Medir Nivel de Posicionamiento.	A.1.3.1- Se mide el posicionamiento de la empresa en el mercado y en el grupo objetivo en 70%.	X	X	X	X	X	5		
A.1.4.- Medir Nivel de Mantenimiento.	A.1.4.1- Se mide el recuerdo que tiene la empresa John Deere en el mercado en un 70%.	X	X	X	X	X	5		
A.2.- Plantear Objetivos Comunicacionales	A.2.1.Al finalizar el proyecto Se generan objetivos comunicacionales, para captar la atención de los clientes en un 100%.	X	X	X	X	X	5		
A.2.1.- Plantear estrategias comunicacionales de Información.	A.2.1.1- Se informa al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que brinda la empresa en un 100%	X	X	X	X	X	5		
A.2.2.- Plantear Estrategias	A.2.2.1- Se despierta el	X	X	X	X	X	5		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	comunicacionales de Persuasión.	interés de los clientes en adquirir los productos y servicios de la empresa en un 80%							
	A.2.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.2.3.1- Se da a la empresa un lugar en la mente del consumidor, frente al posicionamiento de la competencia en un 50%	X	X	X	X	X	5	
	A.2.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	A.2.4.1- Se genera el recuerdo de la empresa en el grupo objetivo en un 100%	X	X	X	X	X	5	
	A.3.- Plantear Estrategia Creativa	A.3.1- Se plantea la Estrategia Creativa, la cual proporciona una guía comunicacional a la publicidad de la empresa John Deere en un 100%.	X	X	X	X	X	5	
	A.3.1.- Identificar Beneficios Racionales.	A.3.1.1. Al finalizar el proyecto por medio del establecimiento de beneficios	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		racionales se muestra la calidad de los productos de la empresa haciendo que el consumidor compare, despierte su interés en un 50%.							
A.3.2.- Identificar Beneficios Emocionales.	A.3.2.1- Al finalizar el proyecto por medio de los beneficios emocionales se establece un vínculo entre la marca y el consumidor en un 50%.	X	X	X	X	X	5		
A.3.3.- Plantear Mensaje Básico.	A.3.3.1- Al finalizar el proyecto el mensaje básico ayuda a transmitir lo que se quiere realizar en la campaña.	X	X	X	X	X	5		
A.3.4.- Diseñar piezas gráficas (AIDA).	A.3.4.1- Al finalizar el proyecto las piezas graficas captan la atención de los clientes en un 60%	X	X	X	X	X	5		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	A.4.- Planificar Plan de medios.	A.4.1- Se analizan los medios adecuados para el proyecto	X	X	X	X	X	5	
	A.4.1.- Identificar medios principales.	A.4.1.1- Se establecen los medios principales para el captar la atención de los clientes por los productos y servicios que brinda la empresa John Deere.	X	X	X	X	X	5	
	A.4.2.- Identificar medios secundarios y auxiliares.	A.4.2.1- Se establecen los medios secundarios y auxiliares para atraer la atención de los clientes de la empresa John Deere.	X	X	X	X	X	5	
	A.5.- Plantear Estrategia de Posicionamiento.	A.5.1- Se plantea la estrategia de posicionamiento Llevando a la empresa John Deere a Incrementar el posicionamiento en la mente del consumidor además de tener	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		ventajas competitivas en un 50%.							
	A.5.1.- Plantear Estrategias de Innovación.	A.5.1.1- Al finalizar el proyecto la empresa se diferencia en un 70% de la competencia por la propuesta de innovación en sus soportes impresos.	X	X	X	X	X	5	
	A.5.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	A.5.2.1- Se establecen estrategias comunicacionales en un 70% para persuadir a los clientes de la empresa.	X	X	X	X	X	5	
	A.5.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.5.3.1- Se establecen estrategias para posicionar a la empresa John Deere en el mercado y en la mente del consumidor en un 90%.	X	X	X	X	X	5	
	A.5.4.- Plantear estrategias comunicacionales	A.5.4.1- Se establecen estrategias	X	X	X	X	X	5	

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	de Mantenimiento.	comunicacionales de mantenimiento para de la empresa en un 100%							
	A.6.- Identificar a la competencia.	A.6.1- Se analiza la competencia directa de la empresa John Deere en un 100%	X	X	X	X	X	5	
	A.6.1.- Realizar el F.O.D.A de la empresa.	A.6.1.1.- Se analiza el F.O.D.A de la empresa, resolviendo las debilidades de la publicidad en un 70%	X	X	X	X	X	5	
	A.6.2.- Analizar la publicidad y medios informativos que utiliza la competencia.	A.6.2.1- Se analiza la publicidad y mejora los medios informativos de la empresa John Deere en un 80%	X	X	X	X	X	5	

Tabla V: Selección de Indicadores
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



4.04.03. Identificación de los Medios de Verificación

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
FIN	F.1.- Incrementar la demanda de productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.	F.1.1. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado la demanda de sus productos y servicios en un 50%	Registros de la Empresa John Deere	Revisión de registros	Simple verificación	1 año	Departamento de marketing
		F.1.2. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado los ingresos para la productividad y distribución de sus productos en un 40%	Registros de la Empresa John Deere	Revisión de registros	Simple verificación	1 año	Departamento de marketing
	F.2.- Informar a los clientes mediante soportes impresos, llamativos e innovadores.	F.2.1 Al finalizar el proyecto los clientes de la empresa John Deere se encuentran informados en un	Registros del Proyecto	Encuesta	Estadístico	3 meses	Diseñadora

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		80% acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.					
		F.2.2 Al finalizar el proyecto se capta la atención de los clientes, mediante soportes impresos en un 70%	Registro del proyecto	Encuesta	Estadístico	1 año	Diseñadora Departamento de marketing
	F.3.- Posicionar a la Empresa John Deere en el mercado agrícola.	F.3.1 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere se ha posicionado en el mercado agrícola en un 60%	Documentos internos de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 meses	Departamento de marketing
		F.3.2 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere, se ha posicionado en la mente del consumidor en un 50%	Registro del proyecto	Encuesta	Estadístico	3 meses	Diseñadora Departamento de marketing
PROPÓSITO	P.- Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado.	P.1. Al finalizar el proyecto la empresa cuenta con un catálogo y publicidad masiva innovadora captando la atención de los clientes en un	Registro del proyecto	Encuesta	Estadístico	4 meses	Diseñadora Departamento de marketing

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		60%					
		P.2 Al finalizar el proyecto se ha elaborado un catálogo, un afiche, hojas volantes, de material reciclado	Registros del proyecto	Revisión de registros	Estadístico	4 meses	Diseñadora
COMPONENTES	C.1.- Crecimiento en el mercado. Alta demanda de productos.	C.1.1 Durante la realización del proyecto se genera Estrategias Publicitarias de desarrollo, nuevos consumidores y consiguiendo que los clientes actuales consuman más, aumentando la venta por cliente en un 50%.	Registros del proyecto	Revisión de registros	Estadístico	3 meses	Diseñadora Departamento de marketing Departamento de diseño.
		C.1.2 Al finalizar el proyecto se consigue por medio de estrategias extensivas (se muestra innovación técnica, nuevos sistemas de distribución, nuevos productos) he intensivas,	Registros del proyecto	Revisión de registros	Estadístico	3 meses	Diseñadora Departamento de marketing

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		potenciar el crecimiento en la demanda de los productos y servicios que ofrece la empresa en un 50%.					
	C.2.- Alto impacto en la publicidad sobre el grupo objetivo.	C.2.1.- Al finalizar el proyecto mediante el establecimiento estrategias comunicacionales y creativas en la publicidad, se atrae la atención de los clientes en un 70%.	Registros del proyecto	Revisión de registros	Estadístico	5 meses	Diseñadora
		C.2.2 Al finalizar el proyecto se genera una fuerte imagen de la empresa sobre el grupo objetivo en un 60%.	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros	Estadístico	5 meses	Departamento de marketing
	C.3.- Posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor	C.3.1.- Durante el desarrollo del proyecto se generan Estrategias de posicionamiento en el mercado, para dar reconocimiento en el mercado en un	Registros del proyecto	Revisión de registros	Estadístico	3 meses	Diseñadora Departamento de marketing

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		40%					
		C.3.2.- Al finalizar el proyecto por medio de estrategias de tracción y estrategias promocionales (incitando a la prueba de los productos), se incrementa la demanda de los productos y servicios de la empresa en un 50%.	Registros del proyecto	Revisión de registros	Estadístico	3 meses	Diseñadora Departamento de marketing
ACTIVIDADES	A.1.- Identificar Problemas Comunicacionales	A.1.1. Se tienen claros los problemas comunicacionales de información, persuasión, mantenimiento y posicionamiento de la empresa John Deere en un 90%	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de diseño.
	A.1.1.-Medir nivel de Información acerca de los productos y servicios que	A.1.1.1.Se analiza el nivel del problema en cuanto a información de la empresa John	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros. Entrevista	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de diseño

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	ofrece la empresa.	Deere, en un 60%					
	A.1.2.- Medir Nivel de Persuasión.	A.1.2.1. Se obtiene un porcentaje del 50% de problemas de persuasión en el grupo objetivo de la empresa John Deere.	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.1.3.- Medir Nivel de Posicionamiento.	A.1.3.1- Se mide el posicionamiento de la empresa en el mercado y en el grupo objetivo en 70%.	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.1.4.- Medir Nivel de Mantenimiento.	A.1.4.1- Se mide el recuerdo que tiene la empresa John Deere en el mercado en un 70%.	Registros sobre el mantenimiento de la empresa John Deere en el mercado	Revisión de registros	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.2.- Plantear Objetivos Comunicacionales	A.2.1. Al finalizar el proyecto Se generan objetivos comunicacionales, para captar la atención de los clientes en un 100%.	Registros de la empresa John Deere	Encuesta	Estadístico	1 mes	Diseñadora
	A.2.1.- Plantear estrategias comunicacionales	A.2.1.1- Se informa al grupo objetivo acerca de	Registros del proyecto	Revisión de registros.	Estadístico	1 mes	Diseñadora

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	de Información.	los productos y servicios que brinda la empresa en un 100%		Encuesta			
	A.2.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	A.2.2.1- Se despierta el interés de los clientes en adquirir los productos y servicios de la empresa en un 80%	Registros del proyecto	Revisión de registros. Encuesta	Estadístico	1 mes	Diseñadora
	A.2.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.2.3.1- Se da a la empresa un lugar en la mente del consumidor, frente al posicionamiento de la competencia en un 50%	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros. Encuesta	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.2.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	A.2.4.1- Se genera el recuerdo de la empresa en el grupo objetivo en un 100%	Registros del proyecto	Revisión de registros. Encuesta	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.3.- Plantear Estrategia Creativa	A.3.1- Se plantea La Estrategia Creativa, la cual proporciona una guía comunicacional a la publicidad de la empresa John Deere en un 100%.	Registros del proyecto	Revisión de registros.	Estadístico	1 mes	Diseñadora

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	A.3.1.- Identificar Beneficios Racionales.	A.3.1.1. Al finalizar el proyecto por medio del establecimiento de beneficios racionales se muestra la calidad de los productos de la empresa haciendo que el consumidor compare, despierte su interés en un 50%.	Registros del proyecto	Revisión de registros.	Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.3.2.- Identificar Beneficios Emocionales.	A.3.2.1- Al finalizar el proyecto por medio de los beneficios emocionales se establece un vínculo entre la marca y el consumidor en un 50%.	Registros del proyecto	Revisión de registros. Encuesta	Verificación Estadístico	6 meses	Diseñadora Departamento de marketing
	A.3.3.- Plantear Mensaje Básico.	A.3.3.1- Al finalizar el proyecto el mensaje básico ayuda a transmitir lo que se quiere realizar en la	Registros del proyecto	Revisión de registros. Encuesta	Observación	2 meses	Diseñadora

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		campaña.					
	A.3.4.- Diseñar piezas gráficas (AIDA).	A.3.4.1- Al finalizar el proyecto las piezas graficas captan la atención de los clientes en un 60%	Registros del proyecto	Revisión de registros. Encuesta	Observación	4 meses	Diseñadora
	A.4.- Planificar Plan de medios.	A.4.1- Se analizan los medios adecuados para el proyecto	Registros del proyecto	Revisión de registros.	Verificación	1 mes	Diseñadora
	A.4.1.- Identificar medios principales.	A.4.1.1- Se establecen los medios principales para el captar la atención de los clientes por los productos y servicios que brinda la empresa John Deere.	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros.	Verificación	1 mes	Diseñadora
	A.4.2.- Identificar medios secundarios y auxiliares.	A.4.2.1- Se establecen los medios secundarios y auxiliares para atraer la atención de los clientes de la empresa John Deere.	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros.	Verificación	1 mes	Diseñadora
	A.5.- Plantear Estrategia de	A.5.1- Se plantea la estrategia de posicionamiento Llevando a la	Registros del proyecto. Documentos	Revisión de registros.	Verificación Estadístico	2 meses	Diseñadora Departamento de marketing

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	Posicionamiento.	empresa John Deere a Incrementar el posicionamiento en la mente del consumidor además de tener ventajas competitivas en un 50%.	internos de la empresa John Deere				
	A.5.1.- Plantear Estrategias de Innovación.	A.5.1.1- Al finalizar el proyecto la empresa se diferencia en un 70% de la competencia por la propuesta de innovación en sus soportes impresos.	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros.	Verificación	6 meses	Diseñadora Departamento de marketing Departamento de diseño
	A.5.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	A.5.2.1- Se establecen estrategias comunicacionales en un 70% para persuadir a los clientes de la empresa.	Registros del proyecto	Revisión de registros.	Verificación	1 mes	Diseñadora
	A.5.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.5.3.1- Se establecen estrategias para posicionar a la empresa John Deere en el	Registros del proyecto. Documentos internos de la empresa John	Revisión de registros.	Verificación Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		mercado y en la mente del consumidor en un 90%.	Deere				
	A.5.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	A.5.4.1- Se establecen estrategias comunicacionales de mantenimiento para de la empresa en un 100%	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros.	Verificación	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.6.- Identificar a la competencia.	A.6.1- Se analiza la competencia directa de la empresa John Deere en un 100%	Registros de la empresa John Deere	Revisión de registros.	Verificación. Estadístico	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.6.1.- Realizar el F.O.D.A de la empresa.	A.6.1.1.- Se analiza el F.O.D.A de la empresa, resolviendo las debilidades de la publicidad en un 70%	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros.	Verificación	1 mes	Diseñadora Departamento de marketing
	A.6.2.- Analizar la publicidad y medios informativos que utiliza la competencia.	A.6.2.1- Se analiza la publicidad y mejora los medios informativos de la empresa John Deere en un 80%	Documentos internos de la empresa John Deere	Revisión de registros.	Verificación	3 meses	Diseñadora

Tabla VI: Identificación de los Medios de Verificación
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

**4.04.04. Identificación de Supuestos**

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	F.1.- Incrementar la demanda de productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.	La empresa John Deere ha aumentado la demanda de sus productos y servicios	X				X
		La empresa John Deere ha aumentado los ingresos para la productividad y distribución de sus productos	X		X		X
	F.2.- Informar a los clientes mediante soportes impresos, llamativos e innovadores.	Los clientes de la empresa John Deere se encuentran informados acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.	X		X		X
	F.3.- Posicionar a la Empresa John Deere en el mercado agrícola.	La empresa John Deere se ha posicionado en el mercado agrícola y en la mente del consumidor.	X		X		X

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



PROPÓSITO	P.- Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado.	La empresa cuenta con un catálogo y publicidad masiva innovadora, los cuales facilitan la información de los productos y servicios que ofrece la empresa, además de captar la atención de los clientes.	X		X	X	X
COMPONENTES	C.1.- Crecimiento en el mercado. Alta demanda de productos.	Se atraen nuevos consumidores y se consigue que los clientes actuales consuman más, aumentando la venta por cliente	X	X	X		
		Se consigue Potenciar el crecimiento en la demanda de los productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.	X	X	X		
	C.2.- Alto impacto en la publicidad sobre el grupo objetivo.	Se genera una fuerte imagen de la empresa John Deere sobre el grupo objetivo	X		X		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	C.3.- Posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor	Se incita a los clientes de la empresa a probar los productos, se incrementa la demanda de los productos y servicios de la empresa	X		X		
ACTIVIDADES	A.1.- Identificar Problemas Comunicacionales	Se solucionan los problemas comunicacionales de información, persuasión, mantenimiento y posicionamiento de la empresa John Deere	X				
	A.1.1.-Medir nivel de Información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.	Se proporciona a los clientes la información necesaria acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.	X		X		
	A.1.2.- Medir Nivel de Persuasión.	Se logra persuadir a los clientes de la empresa John Deere por medio de la publicidad.			X		
	A.1.3.- Medir Nivel	El posicionamiento			X		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	de Posicionamiento.	de la empresa en el mercado y en el grupo objetivo se consigue tras resolver los problemas de posicionamiento.					
	A.1.4.- Medir Nivel de Mantenimiento.	El recuerdo que tiene la empresa John Deere en el mercado, facilita su rápido posicionamiento.	X		X		X
	A.2.- Plantear Objetivos Comunicacionales	Los objetivos comunicacionales planteados en el proyecto, captan la atención de los clientes en adquirir los productos que ofrece la empresa John Deere.	X		X		X
	A.2.1.- Plantear estrategias comunicacionales de Información.	Se informa al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que brinda la empresa	X		X		
	A.2.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	Se despierta el interés de los clientes en adquirir los productos y servicios de la empresa	X		X		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



A.2.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	Se aplican estrategia comunicacionales de posicionamiento, para dar a la empresa un lugar en la mente del consumidor, frente al posicionamiento de la competencia	X		X		X
A.2.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	El grupo objetivo conoce y reconoce a la empresa en el mercado agrícola	X		X		X
A.3.- Plantear Estrategia Creativa	La Estrategia Creativa facilita el manejo del proyecto, provocando que la publicidad sea llamativa para los clientes.			X		
A.3.1.- Identificar Beneficios Racionales.	Los clientes prefieren los productos de la empresa, se aumenta la demanda	X		X		
A.3.2.- Identificar Beneficios Emocionales.	Los beneficios emocionales planteados en el proyecto, establecen un			X		X

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



		vínculo entre la marca y el consumidor					
	A.3.3.- Plantear Mensaje Básico.	El mensaje básico planteado en el proyecto, transmite al grupo objetivo la innovación que realiza la empresa.			X	X	X
	A.3.4.- Diseñar piezas gráficas (AIDA).	Las piezas graficas captan la atención de los clientes			X		X
	A.4.- Planificar Plan de medios.	Los medios utilizados para el desarrollo del proyecto, facilitan la aceptación del mismo.	X		X		
	A.4.1.- Identificar medios principales.	Los medios principales captan la atención de los clientes por los productos y servicios que brinda la empresa John Deere	X		X		
	A.4.2.- Identificar medios secundarios y auxiliares.	Los medios secundarios y auxiliares atraen la atención de los clientes de la empresa John Deere.			X		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	A.5.- Plantear Estrategia de Posicionamiento.	La estrategia de posicionamiento facilita a la empresa John Deere a Incrementar su posicionamiento en la mente del consumidor además de tener ventajas competitivas	X	X	X		X
	A.5.1.- Plantear Estrategias de Innovación.	La empresa se diferencia de la competencia por la propuesta de innovación en sus soportes impresos			X	X	
	A.5.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	Las estrategias comunicacionales persuaden a los clientes de la empresa.					
	A.5.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	La empresa John Deere se posiciona en el mercado y en la mente del consumidor					
	A.5.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	Las estrategias comunicacionales facilitan el mantenimiento de empresa en el mercado agrícola.	X		X		

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	A.6.- Identificar a la competencia.	El análisis hacia la competencia directa de la empresa John Deere facilita reducir las debilidades y explotar las fortalezas y oportunidades en el mercado.		X			X
	A.6.1.- Realizar el F.O.D.A de la empresa.	El F.O.D.A facilita resolver las debilidades de la publicidad de la empresa.		X			X
	A.6.2.- Analizar la publicidad y medios informativos que utiliza la competencia.	La publicidad y los medios informativos de la empresa John Deere generan un gran impacto sobre el grupo objetivo.			X		

Tabla VII: Identificación de Supuestos

Elaborado por: Gabriela Méndez

**4.04.05 Matriz de Marco Lógico (MML)**

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
F.1.- Incrementar la demanda de productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.	F.1.1. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado la demanda de sus productos y servicios en un 50%	Revisión de registros	Los ingresos de la empresa John Deere aumentan Existe mayor productividad y distribución de los productos
	F.1.2. Al finalizar el proyecto la empresa John Deere ha aumentado los ingresos para la productividad y distribución de sus productos en un 40%	Revisión de registros	
F.2.- Informar a los clientes mediante soportes impresos, llamativos e innovadores.	F.2.1 Al finalizar el proyecto los clientes de la empresa John Deere se encuentran informados en un 80% acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.	Encuesta	Existe una mayor afluencia de clientes al igual que el incremento de la demanda de los productos y servicios que ofrece la empresa.
	F.2.2 Al finalizar el proyecto se capta la atención de los clientes, mediante soportes impresos en un 70%	Encuesta	Se produce mayor cantidad de publicidad impresa para el manejo de la empresa.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



F.3.- Posicionar a la Empresa John Deere en el mercado agrícola.	F.3.1 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere se ha posicionado en el mercado agrícola en un 60%	Revisión de registros	La empresa John Deere se ha posicionado en el mercado agrícola y en la mente del consumidor
	F.3.2 Al finalizar el proyecto la empresa John Deere, se ha posicionado en la mente del consumidor en un 50%	Encuesta	
P.- Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado.	P.1. Al finalizar el proyecto la empresa cuenta con un catálogo y publicidad masiva innovadora captando la atención de los clientes en un 60%	Encuesta	La empresa cuenta con un catálogo, el cual es el medio que facilita a los clientes la información acerca de los productos y servicios que ofrece, además de captar su atención.
	P.2 Al finalizar el proyecto se ha elaborado un catálogo, un afiche, hojas volantes, de material reciclado	Revisión de registros	La publicidad masiva genera FEED BACK (respuesta del consumidor al mensaje, retroalimentación)
C.1.- Crecimiento en el mercado. Alta demanda de productos.	C.1.1 Durante la realización del proyecto se genera Estrategias Publicitarias de desarrollo, para atraer nuevos consumidores y consiguiendo que los clientes actuales consuman más, aumentando la venta por cliente en un 50%.	Revisión de registros	Se atraen nuevos consumidores y se consigue que los clientes actuales consuman más, aumentando la venta por cliente.
	C.1.2 Al finalizar el proyecto se consigue por medio de estrategias extensivas (se	Revisión de registros	Se consigue potenciar el crecimiento en la demanda de los productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	muestra innovación técnica, nuevos sistemas de distribución, nuevos productos) he intensivas, potenciar el crecimiento en la demanda de los productos y servicios que ofrece la empresa en un 50%.		
C.2.- Alto impacto en la publicidad sobre el grupo objetivo.	C.2.1.- Al finalizar el proyecto mediante el establecimiento de estrategias comunicacionales y creativas en la publicidad, se atrae la atención de los clientes en un 70%.	Revisión de registros	Se persuade y genera un fuerte impacto en la publicidad de la empresa para el grupo objetivo.
	C.2.2 Al finalizar el proyecto se genera una fuerte imagen de la empresa sobre el grupo objetivo en un 60%.	Revisión de registros	La fuerte imagen de la empresa en el mercado ayuda competitivamente su crecimiento económico.
C.3.- Posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor	C.3.1.- Durante el desarrollo del proyecto se generan Estrategias de posicionamiento en el mercado, para dar reconocimiento a la empresa en un 40%	Revisión de registros	La publicidad incrementa la participación de la empresa en el mercado así como también su fuerte posicionamiento en el mismo.
	C.3.2.- Al finalizar el proyecto por medio de estrategias de tracción y estrategias promocionales (incitando a la prueba de los productos), se incrementa la demanda de los	Revisión de registros	Se incita a los clientes de la empresa a probar los productos, incrementando la demanda de los mismos.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	productos y servicios de la empresa en un 50%.		
A.1.- Identificar Problemas Comunicacionales	A.1.1. Se tienen claros los problemas comunicacionales de información, persuasión, mantenimiento y posicionamiento de la empresa John Deere en un 90%	Revisión de registros	Se solucionan los problemas comunicacionales de información, persuasión, mantenimiento y posicionamiento de la empresa John Deere
A.1.1.- Medir nivel de Información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.	A.1.1.1. Se analiza el nivel del problema en cuanto a información de la empresa John Deere, en un 60%	Revisión de registros. Entrevista	Se proporciona a los clientes la información necesaria acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa John Deere.
A.1.2.- Medir Nivel de Persuasión.	A.1.2.1. Se obtiene un porcentaje del 50% de problemas de persuasión en el grupo objetivo de la empresa John Deere.	Revisión de registros	Se logra persuadir a los clientes de la empresa John Deere por medio de la publicidad.
A.1.3.- Medir Nivel de Posicionamiento.	A.1.3.1- Se mide el posicionamiento de la empresa en el mercado y en el grupo objetivo en 70%.	Revisión de registros	Se consigue un fuerte posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor, tras resolver los problemas comunicacionales.
A.1.4.- Medir Nivel de Mantenimiento.	A.1.4.1- Se mide el recuerdo que tiene la empresa John Deere en el mercado en un 70%.	Revisión de registros	El recuerdo que tiene la empresa John Deere en el mercado, facilita su rápido posicionamiento.
A.2.- Plantear Objetivos Comunicacionales	A.2.1. Al finalizar el proyecto Se generan objetivos comunicacionales, para captar la atención de los clientes en un 100%.	Encuesta	Los objetivos comunicacionales planteados en el proyecto, captan la atención de los clientes por adquirir los productos que ofrece la empresa John Deere.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



A.2.1.- Plantear estrategias comunicacionales de Información.	A.2.1.1- Se informa al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que brinda la empresa en un 100%	Revisión de registros. Encuesta	Se informa al grupo objetivo sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.
A.2.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	A.2.2.1- Se despierta el interés de los clientes en adquirir los productos y servicios de la empresa en un 80%	Revisión de registros. Encuesta	Se genera mayor demanda de los productos y servicios que brinda la empresa
A.2.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.2.3.1- Se da a la empresa un lugar en la mente del consumidor, frente al posicionamiento de la competencia en un 50%	Revisión de registros. Encuesta	La empresa se posiciona adecuadamente en la mente del consumidor y el mercado.
A.2.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	A.2.4.1- Se genera el recuerdo de la empresa en el grupo objetivo en un 100%	Revisión de registros. Encuesta	El grupo objetivo conoce y reconoce a la empresa en el mercado agrícola. Y a la vez es recordada en la mente del consumidor.
A.3.- Plantear Estrategia Creativa	A.3.1- Se plantea la Estrategia Creativa, la cual proporciona una guía comunicacional a la publicidad de la empresa John Deere en un 100%.	Revisión de registros.	La Estrategia Creativa provoca que la publicidad sea llamativa para los clientes.
A.3.1.- Identificar Beneficios Racionales.	A.3.1.1. Al finalizar el proyecto por medio del establecimiento de beneficios racionales se muestra la calidad de los productos de la	Revisión de registros.	Se despierta el interés de los clientes hacia los productos de la empresa, se aumenta la demanda.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



	empresa haciendo que el consumidor compare, despierte su interés en un 50%.		
A.3.2.- Identificar Beneficios Emocionales.	A.3.2.1- Al finalizar el proyecto por medio de los beneficios emocionales se establece un vínculo entre la marca y el consumidor en un 50%.	Revisión de registros. Encuesta	Los beneficios emocionales planteados en el proyecto, establecen un vínculo entre la marca y el consumidor. El consumidor se conecta y recuerda a la marca.
A.3.3.- Plantear Mensaje Básico.	A.3.3.1- Al finalizar el proyecto el mensaje básico ayuda a transmitir lo que se quiere realizar en la campaña.	Revisión de registros. Encuesta	Se llama y retiene la atención del grupo objetivo, e influye en el mismo de la manera deseada.
A.3.4.- Diseñar piezas gráficas (AIDA).	A.3.4.1- Al finalizar el proyecto las piezas graficas captan la atención de los clientes en un 60%	Revisión de registros. Encuesta	La publicidad es el medio eficiente que capta la atención de los clientes y cumple con el principio AIDA de la comunicación.
A.4.- Planificar Plan de medios.	A.4.1- Se analizan los medios adecuados para el proyecto	Revisión de registros.	Los medios utilizados para el desarrollo del proyecto, facilitan la aceptación del mismo.
A.4.1.- Identificar medios principales.	A.4.1.1- Se establecen los medios principales para el captar la atención de los clientes por los productos y servicios que brinda la empresa John Deere.	Revisión de registros.	El medio principal es el mecanismo eficaz para el desarrollo de proyecto, por medio del cual se captan la atención de los clientes por los productos y servicios que brinda la empresa John Deere.
A.4.2.- Identificar medios secundarios y auxiliares.	A.4.2.1- Se establecen los medios secundarios y auxiliares para atraer la atención de los clientes de la empresa John Deere.	Revisión de registros.	Los medios secundarios generan un eficaz proceso de comunicación entre la empresa y el cliente.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



A.5.- Plantear Estrategia de Posicionamiento.	A.5.1- Se plantea la estrategia de posicionamiento llevando a la empresa John Deere a incrementar el posicionamiento en la mente del consumidor además de tener ventajas competitivas en un 50%.	Revisión de registros.	La posición de la empresa en el mercado es rentable, además de incrementarse la búsqueda de ventajas competitivas.
A.5.1.- Plantear Estrategias de Innovación.	A.5.1.1- Al finalizar el proyecto la empresa se diferencia en un 70% de la competencia por la propuesta de innovación en sus soportes impresos.	Revisión de registros.	Los medios publicitarios incrementan la participación de la empresa en el mercado, así como también diferenciarse de la competencia por la propuesta de innovación en sus soportes impresos.
A.5.2.- Plantear Estrategias comunicacionales de Persuasión.	A.5.2.1- Se establecen estrategias comunicacionales en un 70% para persuadir a los clientes de la empresa.	Revisión de registros.	Las estrategias comunicacionales nos permiten llegar efectivamente al grupo objetivo, captando su atención.
A.5.3.- Plantear Estrategias comunicacionales de Posicionamiento.	A.5.3.1- Se establecen estrategias para posicionar a la empresa John Deere en el mercado y en la mente del consumidor en un 90%.	Revisión de registros.	La empresa John Deere se posiciona en el mercado y en la mente del consumidor
A.5.4.- Plantear estrategias comunicacionales de Mantenimiento.	A.5.4.1- Se establecen estrategias comunicacionales de mantenimiento para la empresa en un 100%	Revisión de registros.	Las estrategias comunicacionales facilitan el mantenimiento y rodean constantemente la mente del consumidor, generando el recuerdo de la marca.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



A.6.- Identificar a la competencia.	A.6.1- Se analiza la competencia directa de la empresa John Deere en un 100%	Revisión de registros.	Las estrategias empleadas en los soportes comunicacionales ayudan a que la empresa se diferencie en el mercado, atrayendo a los consumidores.
A.6.1.- Realizar el F.O.D.A de la empresa.	A.6.1.1.- Se analiza el F.O.D.A de la empresa, resolviendo las debilidades de la publicidad en un 70%	Revisión de registros.	El F.O.D.A facilita resolver las debilidades de la publicidad de la empresa.
A.6.2.- Analizar la publicidad y medios informativos que utiliza la competencia.	A.6.2.1- Se analiza la publicidad y mejora los medios informativos de la empresa John Deere en un 80%	Revisión de registros.	La publicidad y los medios informativos de la empresa John Deere generan un gran impacto sobre el grupo objetivo.

Tabla VIII: Matriz de Marco Lógico (MML)
Elaborado por: Gabriela Méndez



CAPÍTULO V

5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

El presente proyecto radica en una campaña publicitaria, que

Es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

(Según William J. Stanton 2010, Fundamentos de Marketing)

Dado esto como referencia el proyecto es una campaña que pretende resolver la problemática que presenta actualmente la empresa John Deere, en lo que refiere a su publicidad e información desactualizada en medios impresos, para generar la demanda de los productos y servicios que brinda la empresa.

También se toma en cuenta para el desarrollo del proyecto: La Evaluación De Las Alternativas de una campaña publicitaria, debido a que al generar una campaña se debe conocer la necesidades y como el consumidor procesa la información que recibe, de tal manera que se consiga la venta del producto o servicio. El cliente es la



persona que brindara la mayor aceptación del proyecto en el mercado, ya que al contar con una publicidad llamativa se espera despertar el interés del mismo.

Cabe suponer que cada consumidor está tratando de satisfacer una necesidad y está buscando ciertos beneficios que pueda adquirir mediante la compra de un producto o servicio. Es más, cada consumidor considera que un producto es un conjunto de atributos con capacidad para proporcionarle dichos beneficios y satisfacer la necesidad.

(Según William J. Stanton 2010, Fundamentos de Marketing)

Es por ello que el proyecto pretende transmitir por medio de los beneficios racionales y emocionales lo que la empresa proporciona con sus productos a los clientes, para que ellos tengan la confianza de adquirirlos, prefiriendo a la empresa, ampliando el mercado, logrando conseguir que los clientes reales consuman más y conquistando a clientes potenciales.

Es necesario también el establecimiento de los objetivos de la campaña, los mismos que pretenden persuadir y satisfacer las necesidades de nuestro target.

Mediante el desarrollo de la estrategias creativa, la campaña logra generar un impacto ya que mientras mayor sea la creatividad e innovación empleada, el proyecto conseguirá generar mayor impacto e interés en los actores involucrados.

Los medios que son utilizados en una campaña publicitaria, son netamente

importantes, debido a que por medio de los mismos se tramite toda la información al grupo objetivo, es por ello que el éxito de nuestra campaña publicitaria depende de su correcta elección y diagramación.

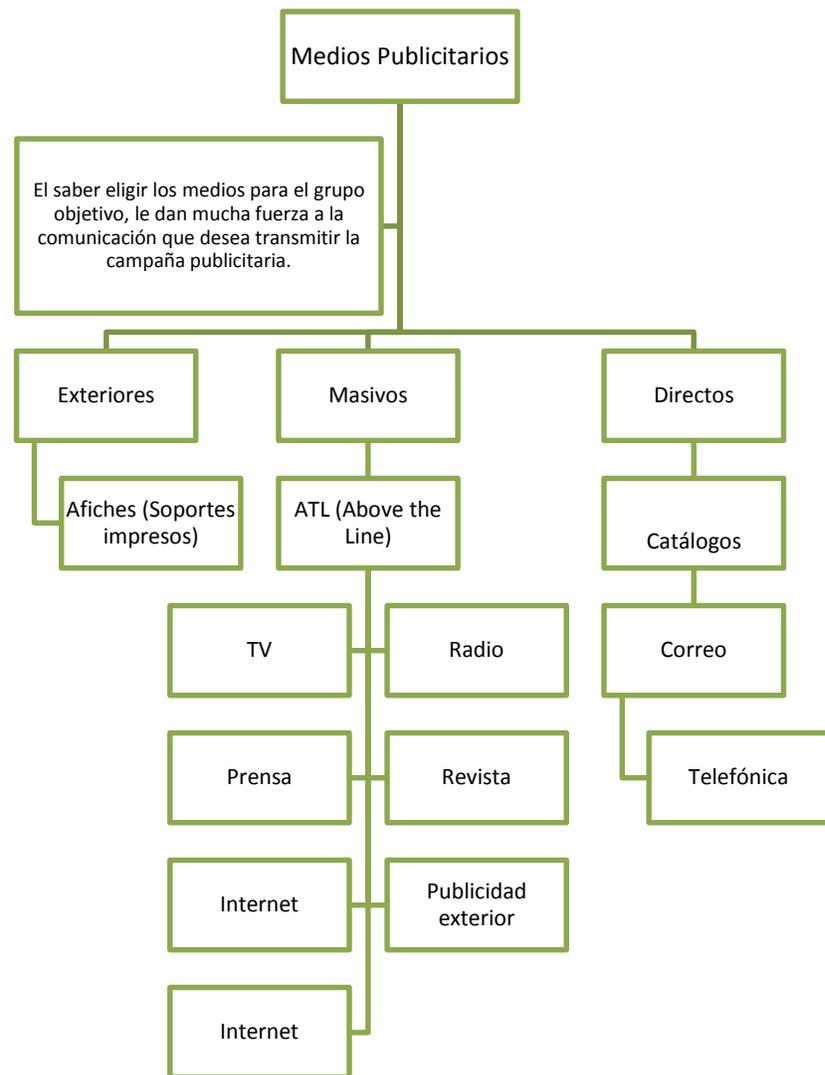


Figura VI: Medios Publicitarios
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Figura VIII: Etapas y acciones de una campaña publicitaria
Elaborado por: Gabriela Méndez

La Publicidad

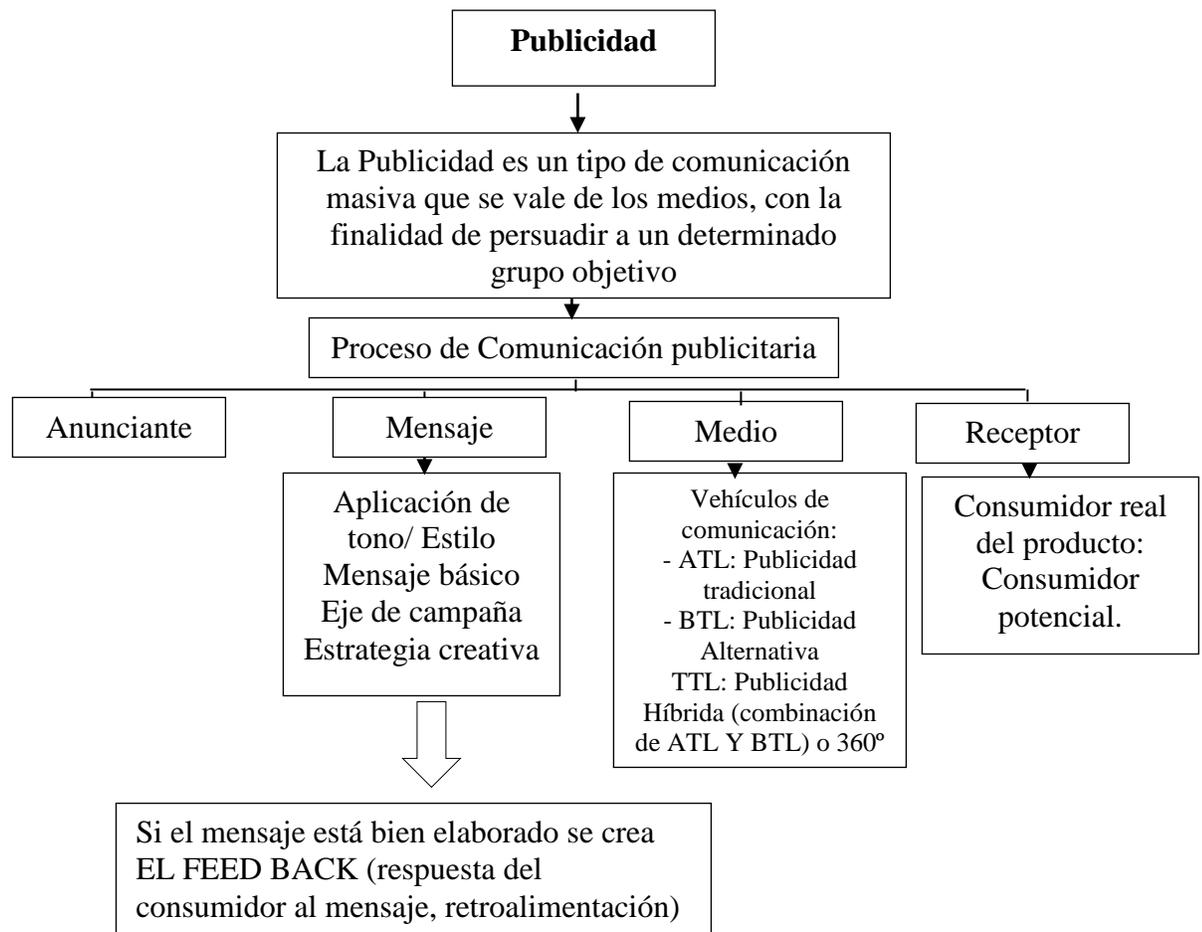


Figura IX: La Publicidad

Elaborado por: Gabriela Méndez

La Publicidad.

La publicidad es la herramienta más importante para lograr los resultados de marketing y lograr los éxitos para la compañía y sus accionistas, es aquella que busca que cada consumidor pueda escoger la marca que quiere, sobre todo en las categorías de productos donde la ventaja competitiva entre las distintas marcas de un mismo producto no es significativa.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



(Según: Jaramillo Sánchez, Néstor, 2007, en su libro La otra P. Fundamentos de publicidad)

Es por ello que básicamente la publicidad es fundamental en el medio, debido a que es aquella que rodea al ser humano e invade su mirada con abundantes anuncios, sin la publicidad el mundo no tendría una herramienta de comunicación eficaz

“La publicidad no se detiene ante nada si se trata de ganar o de conservar un cliente”.

(Según Tungate Marx, 2007)

Las estrategias que emplea la publicidad generan una fuerte competencia en el mercado, ya que la publicidad está en mejora constante, las marcas se encuentran rodeadas de competencia que les inspira a superarse y destacar, generando un fuerte impacto en la vida del consumidor.

“Los consumidores disfrutan de la publicidad “buena”. (Según: Dru, 2007) A nadie le gustan los productos malos y un producto bien hecho siempre encontrará un público que lo aprecie”, de esta manera la publicidad pretende entender y satisfacer las necesidades de los consumidores. Actualmente la publicidad y los productos deben ser innovadores y llamativos, ya que así lo exigen los clientes. La publicidad debe entender lo que quieren los consumidores.

“Llegar a “la gran idea” para vender un producto de una manera memorable no es fácil”.

(Según Tungate Marx, 2007)

Es por ello que mientras más innovadora y llamativa sea la propuesta, mejor serán los resultados en cuanto a captar la atención del target.

DISEÑO DE UN CATALOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACION DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

(Según, Opie, 2007) La publicidad es: “el rompecabezas de la conducta del consumidor”, por lo que se concluye que el consumidor es quien da mayor aceptación a una marca o empresa, de él depende su crecimiento y posicionamiento en el mercado, y sin él no existiría la publicidad

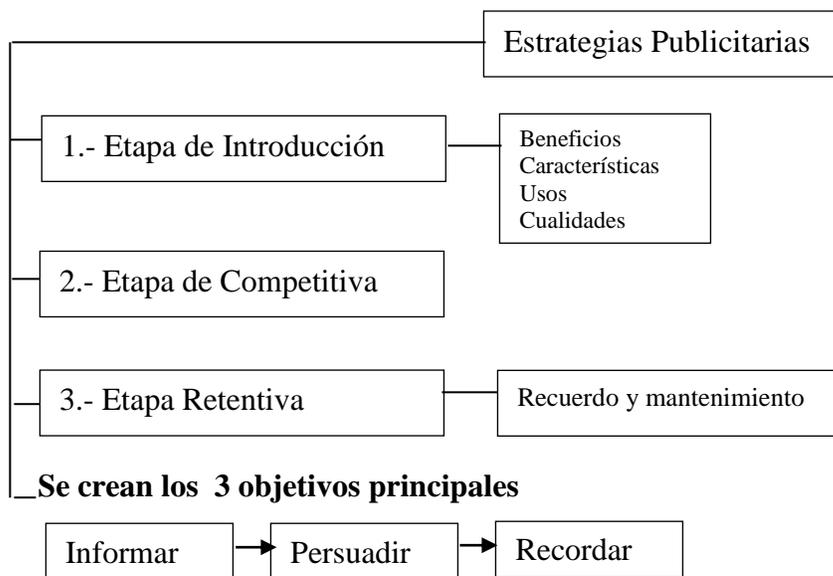


Figura X: Estrategias publicitarias
Elaborado por: Gabriela Méndez

EL Catálogo

En términos generales, un catálogo es la lista ordenada o clasificada que se hará sobre cualquier tipo de objetos (monedas, bienes a la venta, documentos, entre otros) o en su defecto personas y también catálogo será aquel conjunto de publicaciones u objetos que se encuentran clasificados normalmente para la venta.

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



(Recuperado por: Definición ABC:

<http://www.definicionabc.com/general/catalogo.php#ixzz3AuEVZrLi>

En tanto, el catálogo tiene como fin promocionar de los productos o servicios que una empresa ofrece. En muchas ocasiones, el catálogo resulta ser la mejor manera y la más ordenada que tiene una empresa al momento de presentar a sus clientes los productos que fabrica o comercializa, debido a que es un soporte que entra en contacto directo con el mismo. El catálogo está compuesto principalmente por imágenes de los productos o servicios que se ofrecen en la empresa, además de ir acompañadas de breves descripciones, como por ejemplo el precio o algunos de los principales beneficios del producto. Un catálogo es un medio visual que por ende atrae a la atención de los clientes. Al momento de diseñar un catálogo es necesario tener en cuenta el propósito básico del mismo, ya que es una herramienta útil, eficaz y de fácil acceso.

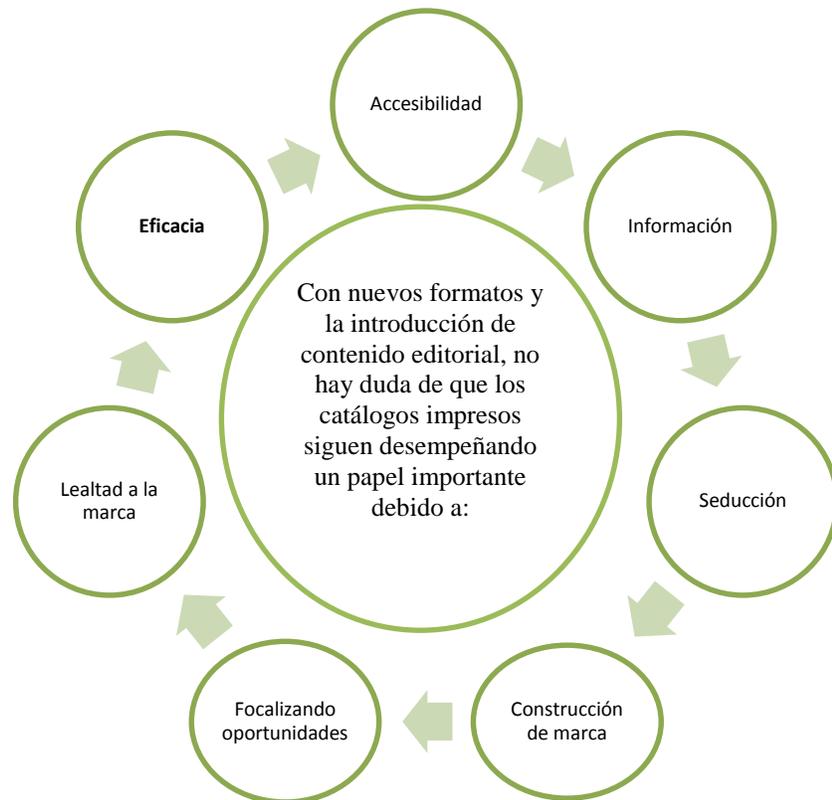


Figura XI: El catálogo
Elaborado por: Gabriela Méndez

5.2 Descripción de la herramienta

Elaboración de un catálogo y publicidad masiva, medios impresos que serán el soporte de apoyo para las ventas.

El catálogo será realizado con papel reciclado, además de ser una herramienta para las ventas, útil y eficaz para la empresa, debido a que es una fuente de información ligera y de fácil acceso. Se detallarán diferentes aspectos de los productos (precio,

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



modelo, tamaño, calidad, rendimiento) y servicios, que ofrece la empresa, el mismo que utilizará técnicas llamativas de diseño (Papel reciclado, Troquelado, Pan de oro (Hot stamping), Tampografía), para atraer la atención de los clientes.

Por medio de la Publicidad se informará al grupo objetivo sobre la disponibilidad de nuevos productos y servicios, al igual que las mejoras y la calidad que brinda la empresa, la misma que será útil para apoyar competitivamente el crecimiento económico, despertando el interés y generando demanda de productos y servicios por parte de los clientes.

Se utilizan para la realización del proyecto los siguientes **programas**:

Adobe Photoshop cs5

Adobe Indesing cc

Adobe Illustrator cs5

Internet

Las siguientes herramientas:

Notebook Dual Corel and AMD RADEON™ GRAFICS

WINDOWS 7

LED 20M35

Cámara Lumix 16px

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Samsung Galaxy

Procesador dual-core a 1.2GHz, 1GB de RAM

Las máquinas:

Medida del soporte impreso: 20x20

Sistema de Impresión._ Sistema Laser.

Máquina de Impresora._ Xerox Print

5.3 Formulación del proceso de Aplicación

Brief de la empresa John Deere Motrac S.A.

“Análisis de Situación”

Descripción de la actividad de la empresa



Durante los últimos 175 años, John Deere ha experimentado numerosos cambios en su negocio, productos y servicios. Detrás de un cambio, siempre se esconde una oportunidad. Y John Deere siempre ha estado preparado y dispuesto a descubrirla. Y, a través de todo ello, John Deere sigue al servicio de las personas relacionadas con la tierra: agricultores y ganaderos, propietarios de tierra y constructores. En ese sentido, John Deere nunca ha dejado atrás ni ha olvidado los principios fundamentales originales de su fundador: integridad, calidad, compromiso e innovación. Estos principios son los que dictan el camino que debemos seguir, la calidad que ofrecemos y la inmejorable atención que le ofrecemos, ya sea cliente, inversor o empleado.

Filosofía de la empresa

Misión

Brindar soluciones al productor ecuatoriano, proporcionándole productos y servicios de la más alta tecnología y calidad.

Hacerlo con un equipo de trabajo eficiente, para lograr beneficios para nuestros clientes y nuestra gente.

Visión

Mantener el liderazgo de John Deere en el mercado ecuatoriano, procurando una mejora continua, siendo nuestras fortalezas la formación de un equipo de trabajo



altamente capacitado y alineado a los valores de la empresa y a la calidad de los productos y servicios que ofrecemos.

Valores

Trayectoria

Responsabilidad

Compromiso

Confiabilidad

Nuestros Productos

John Deere es líder a nivel mundial en maquinaria agrícola, por lo que constantemente se van agregando nuevas líneas, hace pocos años ingresó para satisfacer la demanda del sector de caña de azúcar la cual ha mostrado crecimiento en Ecuador y para sistemas de riego.

Maquinaria en campo

John Deere ofrece unidades para cada aplicación de trabajo en el campo comenzando desde el levantamiento topográfico del suelo vía GPS (agricultura de precisión), cuyas maquinas ya vienen configuradas con autotrack o piloto automático; preparación del suelo hasta la cosecha. Maquinarias que van desde los 15 hasta 560 caballos de fuerza (HP), toda una gama de tractores para un sinnúmero de



aplicaciones: tractores de alto despeje para fumigación, bajo y angosto, para huertos y hortalizas, con transmisiones ultra lentas, etc.

Nuestros Servicios

Atención de calidad y servicio garantizado.

En John Deere Motrac S.A. contamos con los siguientes servicios:

- Preparación
- Reparación
- Mantenimientos Preventivo de Maquinarias Agrícolas y Motores Estacionarios

Posicionamiento de John Deere

Una lista de las 100 mejores marcas globales publicada por la consultora Interbrand valora la marca John Deere en \$ 4,22 mil millones de dólares. Deere se sitúa en el puesto 85 como una de las más valiosas de la lista.

John Deere apareció por primera vez en la lista del año pasado, en el puesto 97.

John Deere, la empresa líder mundial en la industria del agro, se posicionó en el puesto número **58 del ranking** de las 100 empresas más queridas del mundo, según la APCO.

5.04 Análisis F.O.D.A

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none">- Es una marca reconocida y posicionada en el mercado- Tiene una amplia gama de productos y servicios- Posee productos de alta calidad- Maneja gran cantidad de sucursales en el país	<ul style="list-style-type: none">- Posee poca producción de publicidad impresa
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none">- Amplias plazas de distribución de los productos.- Brinda innovación constante en sus productos- Tiene una gran cantidad de consumidores	<ul style="list-style-type: none">- Tiene mucha competencia en el mercado

Tabla IX: F.O.D.A
Elaborado por: Gabriela Méndez

5.05 Grupo objetivo

Target Group (Grupo Objetivo)

Grupo al que va dirigida la comunicación publicitaria:

Agricultores y ganaderos, propietarios de tierra y constructores.

El consumidor que se supone el ideal a quien quiero llegar:

Clientes reales y potenciales de la empresa John Deere Motrac S.A.



Criterios sociodemográficos	
Sexo	Masculino
Edad	30-65 años de edad
Nivel de estudios	Superior
Hábitat	Propietario de tierra
Profesión	Agricultores y ganaderos

Tabla X: Criterios sociodemográficos del grupo objetivo
Elaborado por: Gabriela Méndez

Criterios socioeconómicos	
Nivel de Ingresos	Altos
Clase social	Media-alta, Alta

Tabla XI: Criterios socioeconómicos del grupo objetivo
Elaborado por: Gabriela Méndez

Criterios psicográficos	
Personalidad	
Trabajadores	
Responsables	
Confiables	
Estilo de vida	
Mejora constante en su trabajo	
Calidad en sus productos	

Tabla XII: Criterios psicográficos del grupo objetivo
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



5.06 Problemas comunicacionales

Problemas Comunicacionales:

Información:

- Los clientes reales y potenciales de la empresa John Deere poseen escasa información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa, así como también la disponibilidad de nuevos productos y servicios.
- Existe un ineficaz proceso de comunicación entre la empresa y el cliente, debido a la escasa información generada para el manejo de la empresa John Deere.

Persuasión:

- Los soportes comunicacionales no generan un fuerte impacto en el grupo objetivo, por lo que no se produce un fuerte recuerdo en el target hacia la empresa.
- Los soportes comunicacionales no fomentan en el grupo objetivo el interés necesario para adquirir los productos y servicios que ofrece la empresa.

Posicionamiento:

- La publicidad generada para captar la atención e incrementar la participación de la empresa en el mercado, es débil para obtener un fuerte posicionamiento en el mismo y en la mente del consumidor.



Mantenimiento:

- Insuficiente impacto en la publicidad sobre el Grupo Objetivo.
- Existen pocas estrategias de recuerdo para el manejo de la empresa sobre el grupo objetivo
- La empresa John Deere, posee soportes impresos poco llamativos, debido a que maneja catálogos virtuales dejando de lado a los medios impresos, los mismos que son importantes para generar un contacto directo con los clientes.

5.07 Objetivos publicitarios

Objetivos Comunicacionales

Información:

- Realizar soportes impresos (Catálogo) y publicidad informativa (afiches, trípticos), para informar al grupo objetivo acerca de la calidad de los productos y servicios que ofrece la empresa, así como también la disponibilidad de nuevos productos y servicios.
- Realizar un catálogo, el cual genere un eficaz proceso de comunicación entre la empresa y el cliente.

Persuasión:

- Resaltar en los soportes comunicacionales (dípticos, Flyers) los beneficios racionales (calidad, innovación, alta tecnología, mayor productividad, trabajo



eficiente), y emocionales (responsabilidad, compromiso, confianza) que brinda los productos y servicios de la empresa John Deere a sus clientes.

Posicionamiento:

- Generar una fuerte imagen de la empresa por medio de un display troquelado que impacte al grupo objetivo, para ayudar competitivamente su crecimiento económico.
- Mediante un roll up captar la atención del grupo objetivo e incrementar la participación de la empresa en el mercado, así como también su fuerte posicionamiento en el mismo.

Mantenimiento:

- Establecer mediante la entrega de material P.O.P, el recuerdo de la marca en el consumidor.
- Mostrar a los clientes de la empresa John Deere, la propuesta de innovación en sus soportes impresos (catálogo, trípticos, dípticos), los mismos que hacen que se diferencie de la competencia.

5.08 Estrategia creativa**Beneficios Racionales:**

Calidad

Innovación

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Alta tecnología,

Mayor productividad

Trabajo eficiente

Beneficios Emocionales:

Responsabilidad

Compromiso

Confianza

Mensaje Básico: Mayor Productividad en el trabajo con John Deere

Insight: John Deere en constante evolución

Tono: Competitivo

Estilo: Formal

Reason Why:

Mensaje Básico: Mayor Productividad en el trabajo con John Deere

Se ha utilizado como mensaje básico de la campaña: Mayor Productividad en el trabajo con John Deere, debido a que es uno de los mayores beneficios que brinda la empresa a sus clientes para que aumenten la productividad en su trabajo con los productos que ofrece.

Insight: John Deere, en constante evolución.

Se ha utilizado como Insight de la campaña: John Deere, en constante evolución, debido a que la empresa innova constantemente sus productos para brindar a sus clientes productos de calidad y únicos en el mercado.



Tono: Competitivo

Se utiliza un tono competitivo debido a que la empresa está rodeada de una gran cantidad de competencia en el mercado agrícola.

Estilo: Formal

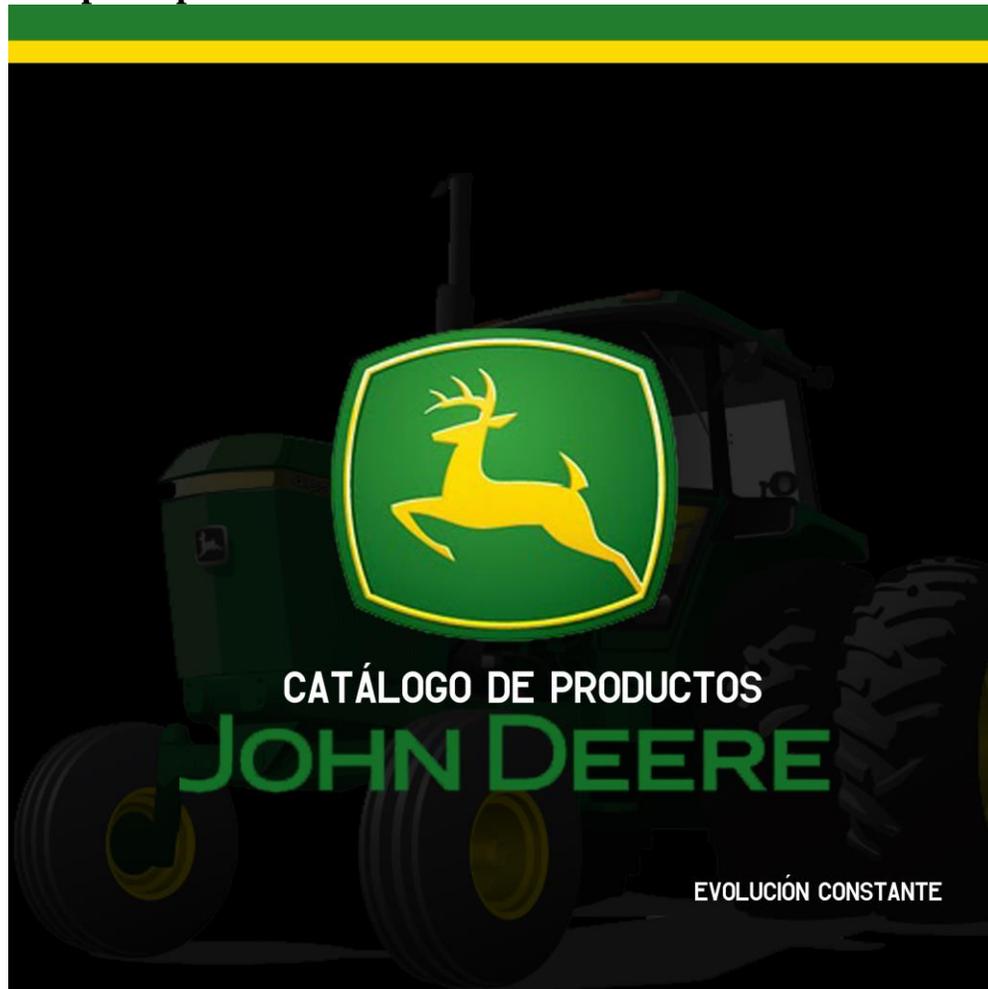
Se utiliza el estilo formal, debido al grupo objetivo (clientes de la empresa) al cual va dirigida la campaña, puesto a que pertenecen a un estatus alto.

Eje de Campaña: John Deere, evolución constante con mayor productividad.

Slogan de Campaña: John Deere, Evolución constante.

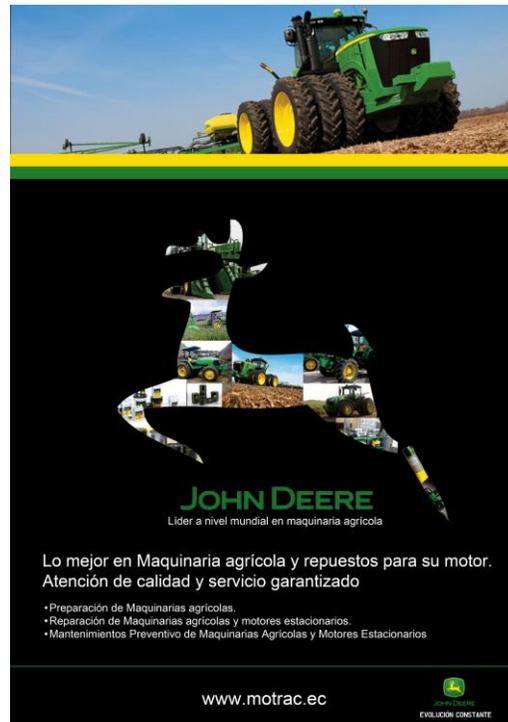
5.09 Plan de medios

Medios principales



Catálogo

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Afiches informativo

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Triptico tiro



Triptico retiro



Armado Triptico

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Flyer Tiro



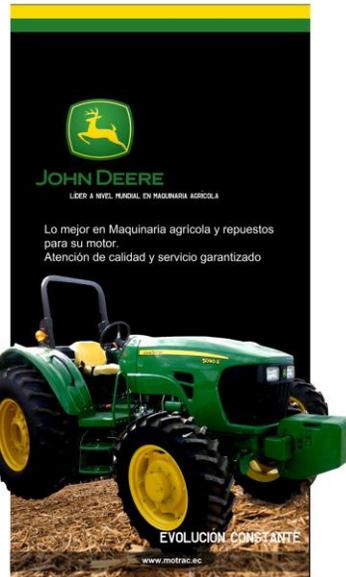
Flyer Retiro

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

Medios secundarios



ROLL UP



DISPLAY TROQUELADO

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

Medios Auxiliares

Diptico tiro



Material P.O.P (Llaveros)

Diptico retiro



Esferos

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



5.10 A.I.D.A

Medios Principales

El catálogo es el medio principal de la campaña por lo que se muestra en el mismo los productos y servicios que ofrece la empresa. Se espera por medio de las imágenes de los productos y servicios impactar en los clientes e inducirlos a la acción de compra.

Los afiches y trípticos contienen información de lo que ofrece la empresa. Los artes contienen imágenes para llamar la atención del lector de una manera más eficaz para introducirlo en la lectura. El slogan de la campaña así como también el de la empresa generan el recuerdo de la marca en el consumidor y el equilibrio en la campaña publicitaria.

Medios Secundarios

Las artes plasmadas en **los display troquelados** generan impacto en el consumidor por el hecho de poseer una técnica llamativa como lo es el troquelado en las imágenes. En los mismos se trata de mostrar la evolución de los productos de la empresa (tractores). Se informa de manera rápida a los clientes acerca de los que ofrece John Deere.



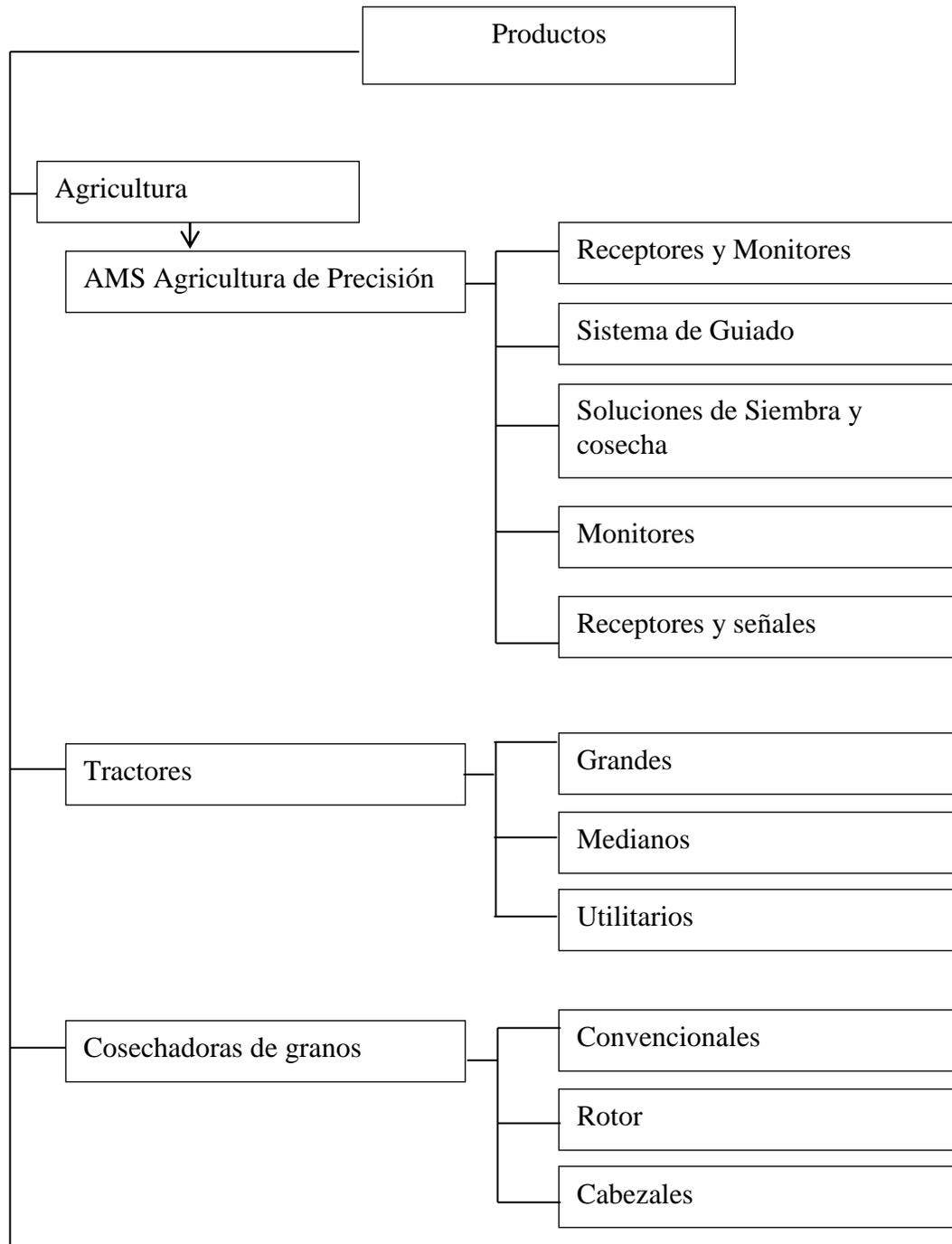
Medios Auxiliares

Se genera impacto por medio de las imágenes que se muestran en **los dípticos**, los mismos que también informan a los clientes acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.

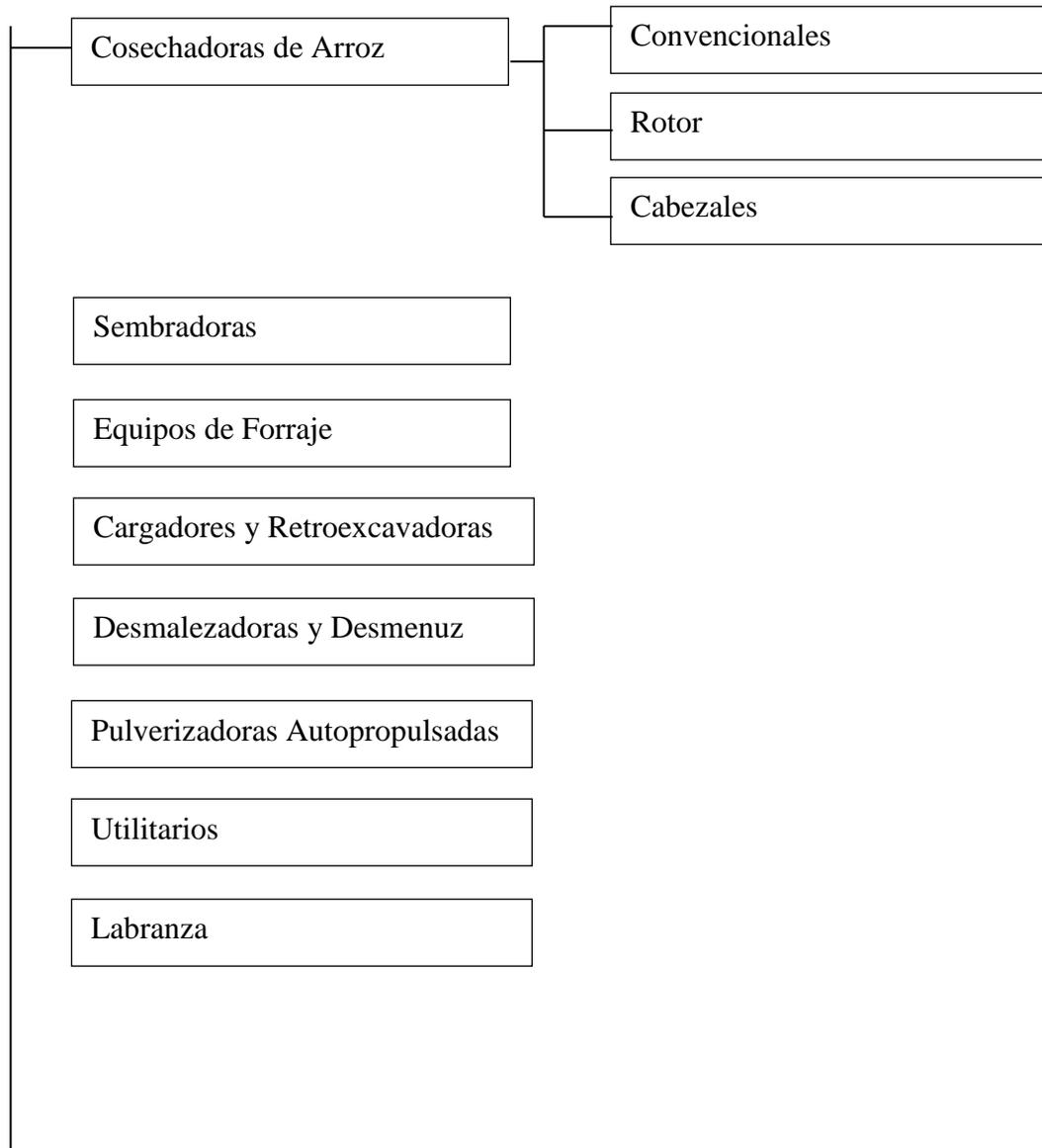
Los llaveros son el medio para atraer e impactar en el grupo objetivo ya que son dinámicos y representativos de los productos de la empresa.

5.11 Desarrollo de la campaña

5.11.01 Mapa de contenidos del catálogo de productos y servicios de la empresa



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

5.11.02 Índice de imágenes del catálogo de productos y servicios de la empresa



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

REPUESTOS



SERVICIOS



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

5.11.03 Estilos

Fuentes

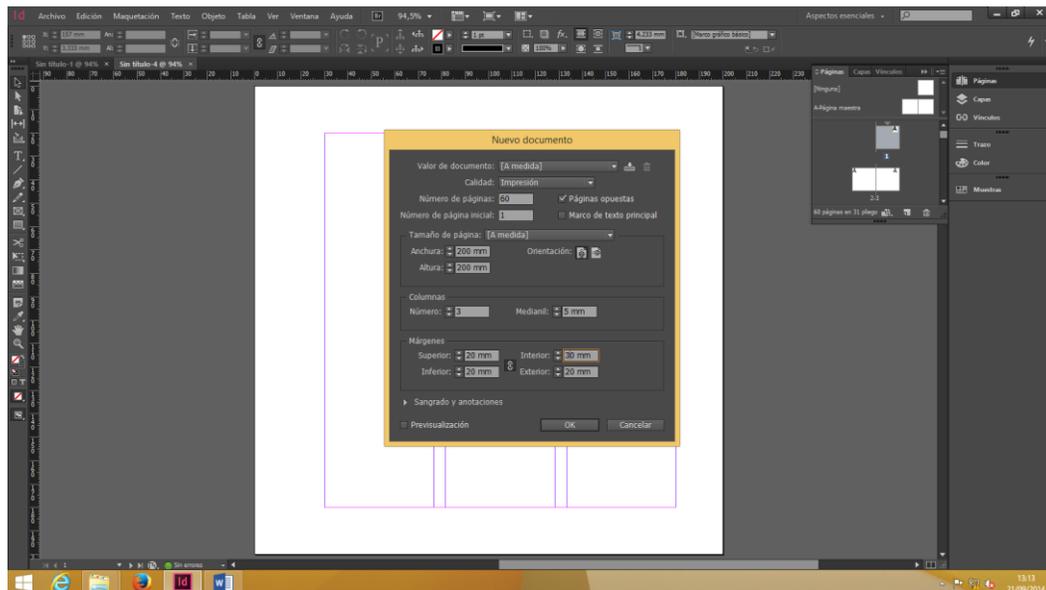
Tipografía 1: **SIMPLETON GOTHIC**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
, . - ^ + ` | " ' \$ % & / () = ? ; @

Tipografía 2: Arial Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
. , ; _ - " ' { } ~ " { ^ + *] ° a ! | " @ # \$ % & - / () = ? ' ;

5.11.04 Páginas master o retículas



Número de páginas: 80

Tamaño de página: Anchura 20cm

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

Altura 20cm

Número de columnas: 3

Medianil: 0,5 cm

Márgenes: Superior: 2cm

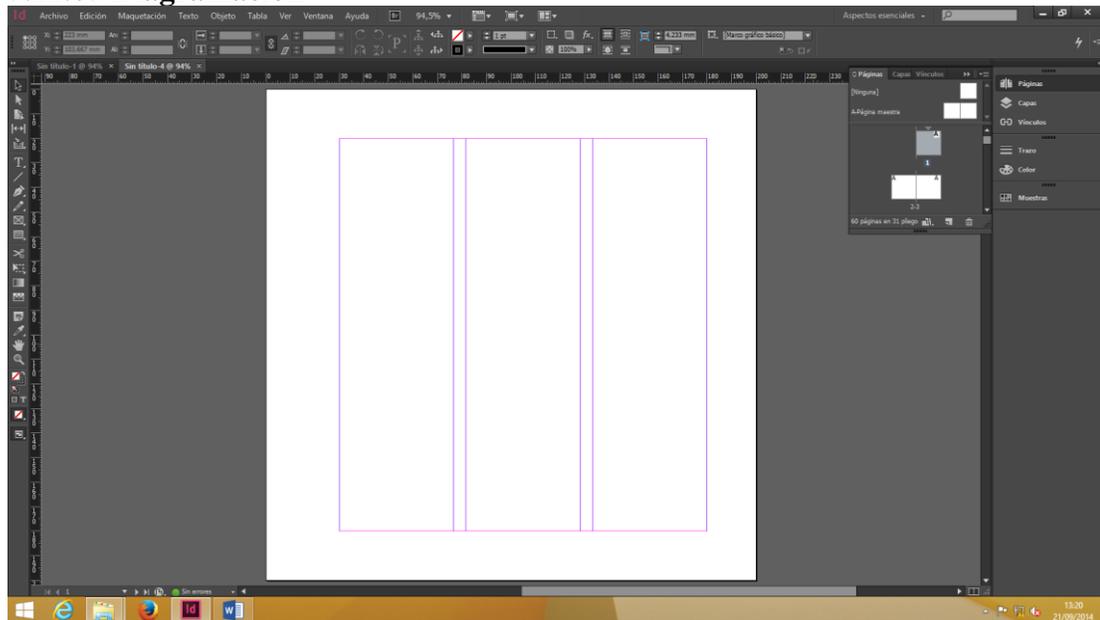
Inferior: 2cm

Interior: 3cm

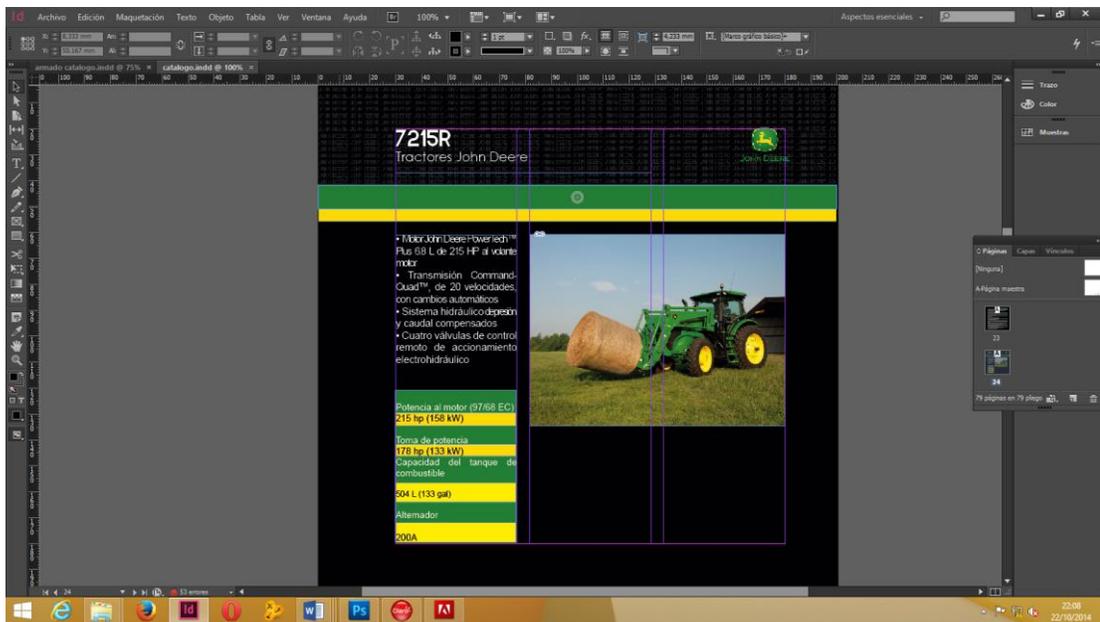
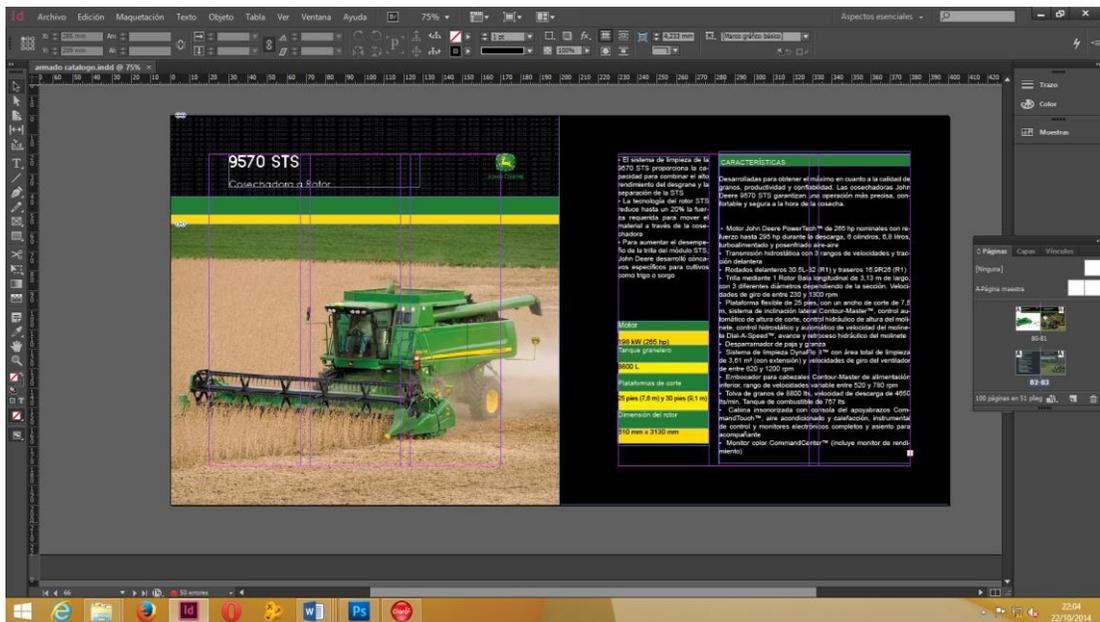
Exterior: 2cm

Retículas

5.11.05 Diagramación



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



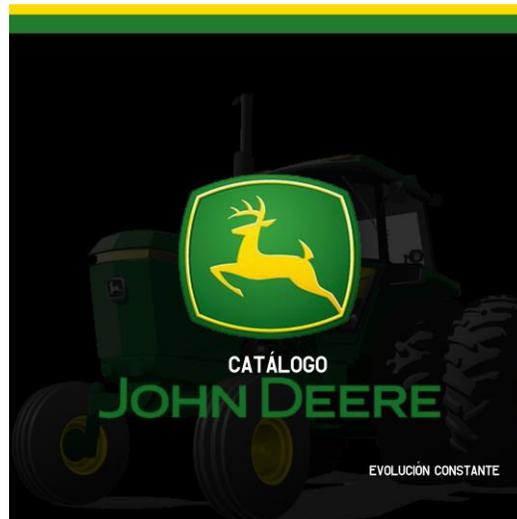
DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

5.11.06 Imagen corporativa



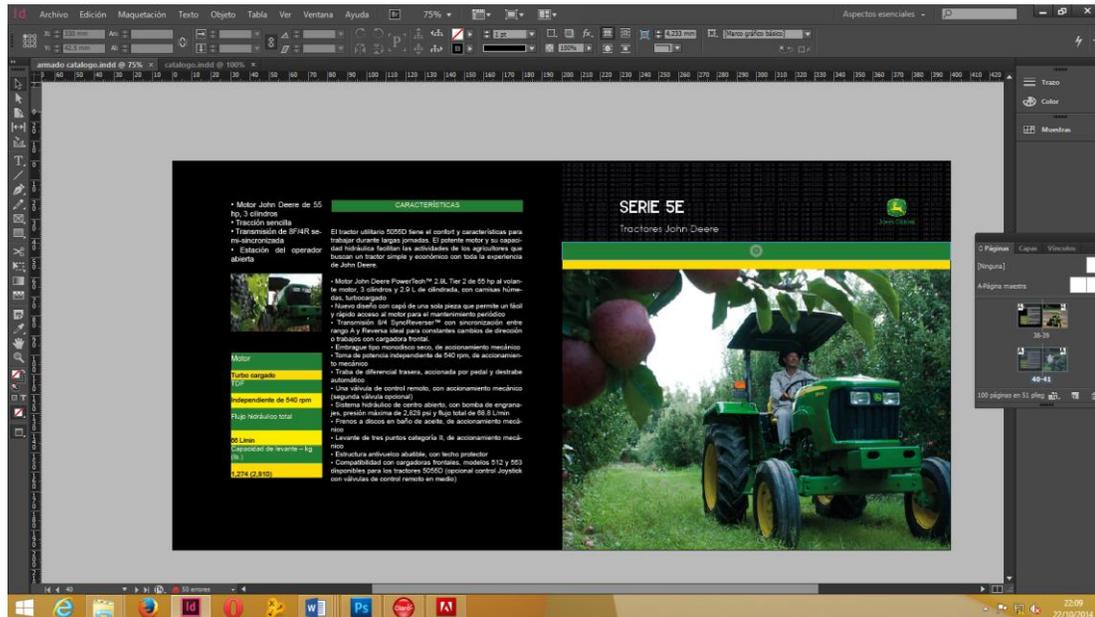
JOHN DEERE

5.11.07 Portada



DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

5.11.08 Maquetación



5.11.09 Pre prensa

Notebook Dual Corel and AMD RADEON™ GRAFICS

WINDOWS 7

LED 20M35

Cámara Lumix 16px

Samsung Galaxy

Procesador dual-core a 1.2GHz, 1GB de RAM

Adobe Photoshop CS5

Adobe Indesing CC

Adobe Illustrator CS5

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

Internet

5.11.10 Prensa

Medida del soporte impreso: 20x20

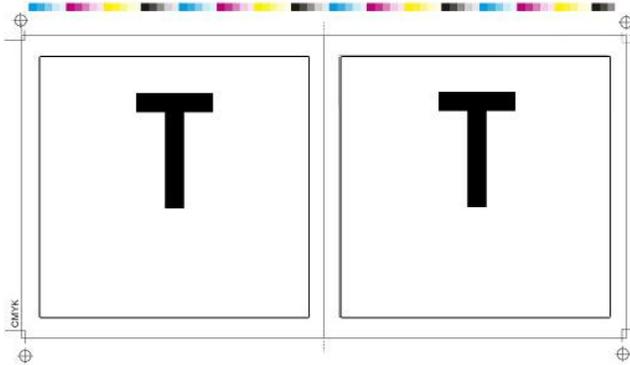
Las máquinas:

Medida del soporte impreso: 20x20

Sistema de Impresión._ Sistema Laser.

Máquina de Impresora._ Xerox Print

Armado de Impresión:



5.11.11 Post Prensa

Papel reciclado

Troquelado

Pan de oro (Hot stamping), Tampografía

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

5.12 Presupuesto de impresión

SOPORTE	VALOR UNIT	CANT	TOTAL
Catálogo	40,00	3	120,00
Afiches	0,10	1000	100,00
Trípticos	0,20	1000	200,00
Display	70,00	20	1.400,00
Roll up	60,00	20	1.200,00
Dípticos	0,20	1000	200,00
Flyer	0,30	1000	300,00
		Subtotal	3.520,00
		Descuento	
		IVA 12%	422,40
		TOTAL	3.942,40

Tabla XIII: Presupuesto de Impresión
Elaborado por: Gabriela Méndez

MATERIAL P.O.P	VALOR UNIT	CANT	TOTAL
Esferos	0,10	500	48,00
Llaveros	1,00	200	200,00
		Subtotal	248,00
		Descuento	
		IVA 12%	29,76
		TOTAL	277,76

Tabla XVI: Material P.O.P
Elaborado por: Gabriela Méndez

5.12.1 Flow Chart

	VALOR UNIT	CANT	TOTAL
Soportes	-	1	3.942,40
Materiales P.O.P	-	1	277,76
		Subtotal	4.220,16
		Descuento	
		10%	422,02
		TOTAL	4.642,18

Tabla XV: Flow Chart
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



Capítulo VI: Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

6.01.01 Humanos

Fue necesario para la realización del proyecto la autora del proyecto y el tutor del mismo. Los actores involucrados como es el caso de la empresa fue de vital importancia en la realización del proyecto ya que ellos proporcionaron la información necesaria que se requería en el proyecto y la aceptación del producto final.

6.01.02 Tecnológicos

Notebook Dual Corel and AMD RADEON™ GRAFICS

WINDOWS 7

LED 20M35

Cámara Lumix 16px

Samsung Galaxy

Procesador dual-core a 1.2GHz, 1GB de RAM

Adobe Photoshop CS5

Adobe Indesing CC

Adobe Illustrator CS5

Internet (Bibliografías)

Las máquinas:

Sistema de Impresión._ Sistema Laser.

Máquina de Impresora._ Xerox Print

6.01.03 Económicos

Los recursos económicos utilizados para el desarrollo del proyecto fueron aportes familiares y personales.

6.02 Presupuesto

PRESUPUESTO	
EGRESOS	VALORES
Elaboración del proyecto	200.00
Material y suministros	60.00
Material Bibliográfico	5.00
Copias/ Impresiones	30.00
Adquisición de equipos	300.00
Gastos administrativos	50.00
Transporte	15.00
Imprevistos	10.00
TOTAL	670
Aporte Personal	670

Tabla XVI: Presupuesto personal
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.



6.03 Cronograma

Actividades	Abril			Mayo			Junio			Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			
Presentación tema	X																					
Aprobación del tema		X																				
Asignación tutor			X																			
Desarrollo Cap. I y II				X																		
Corrección capítulos					X																	
Desarrollo Cap. III y IV						X																
Corrección capítulos							X															
Desarrollo del Cap. V y VI										X												
Presentación para corrección													X									
Presentación de borrador para tutor																X						
Presentación completa tesis (lector)																	X					
Seminario de Graduación																		X				
Entrega de Empastado																			X			
Sustentación de la tesis																						X

Tabla XVII: Cronograma de actividades
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Al finalizar el proyecto se concluye que una campaña publicitaria es la base para posicionar a una empresa en el mercado y en la mente del consumidor.
- La empresa John Deere, tras resolver la problemática de tener escasa producción de publicidad e información de los productos y servicios, generada para su manejo en el mercado agrícola, logra un mejor posicionamiento en el mismo con la realización de un catálogo informativo y publicidad masiva, llamativa para el Grupo objetivo debido a que utiliza técnicas llamativas de diseño (papel reciclado, troquelado)
- El Diseño de un catálogo y publicidad masiva con la utilización de papel reciclado, ayuda a intensificar el aumento de ventas, y preferencias de los clientes por los productos de la empresa.
- Un buen sistema publicitario genera una mayor participación de la empresa en el mercado así como también su crecimiento económico
- Fue necesaria la realización de la campaña publicitaria para informar al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa, mostrando los beneficios que brinda, así como también la innovación en sus soportes impresos.

7.02 Recomendaciones

- Una vez realizado el proyecto se recomienda que la publicidad debe ser siempre el factor fundamental para el manejo de todas las empresas debido a que ella permite mostrar a los clientes, la imagen, los productos y servicios, transmitir los beneficios que ofrece la empresa, siendo una herramienta eficaz para lograr éxito en la empresa, ya que de la misma depende atraer al consumidor. Es recomendado también la actualización constante de la misma.
- Mientras más llamativa sea la publicidad, mejores serán los resultados que de ella se obtenga, debido a que la publicidad es el factor que genera más impacto en el target.
- La realización constante de una campaña publicitaria en una empresa, la ayuda a informar, persuadir, posicionarse y mantenerse en el mercado.
- El catalogo es una herramienta útil y eficaz para las ventas, por el hecho de tener un contacto directo con el cliente, por lo que debe contener la información necesaria, imágenes que atraigan la atención, debido a que mientras más atractivo sea se obtendrán mejores resultados en influir al cliente a la acción de compra.
- Para que una campaña publicitaria no pase desapercibida deben escogerse los medios adecuados, debido a que los mismos son los que le dan la fuerza y logran transmitir el mensaje al grupo objetivo de una manera eficaz.



BIBLIOGRAFÍA

- Marx, Tungate, en su libro El universo publicitario, una historia global de la publicidad, 2007.
- Néstor. Jaramillo Sánchez, La otra P. Fundamentos de publicidad, 2007.
- Patricio. Bonta & Mario. Farber, 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad, 2008
- William J. Stanton, Fundamentos de Marketing, 2008.

NETGRAFÍA

Recuperado por:

- www.medioambiente.net/la-industria-del-papel-y-su-impacto-ambiental,
es.wikipedia.org/wiki/Contaminación_visual)
- <http://www.motrac.ec/>
- <http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id51.html>

ANEXOS

Cotización:

COTIZACIÓN			
PRODUCTOS	VALOR UNIT	CANT	TOTAL
Cartulina ecológica OFFSET	24,00	1 resma	24,00
Papel ecológico de 75 grs	4,50	1 resma	4,50
Esferos reciclados	48,00	1 millar	48,00
Empaque para catálogo	30,00	4 unidades	120,00
		Subtotal	196,50
		Descuento	
		12%	23,58
		TOTAL	220,08

Tabla XVIII: Cotización
Elaborado por: Gabriela Méndez

DISEÑO DE UN CATÁLOGO Y PUBLICIDAD MASIVA CON LA UTILIZACIÓN DE PAPEL RECICLADO, PARA TRACTORES DE LA EMPRESA JOHN DEERE, UBICADA EN LA AV, PANAMERICANA NORTE KM10, INTENSIFICANDO DE ESTA MANERA EL AUMENTO DE VENTAS, Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.