



INSTITUTO TECNOLÓGICO

“ C O R D I L L E R A ”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**EL DISEÑO PUBLICITARIO Y LA PROMOCIÓN DE SERVICIOS, PARA
LA AGENCIA PUBLICITARIA AVANT, CREACIÓN DE ESTRATEGIAS
PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS DE LA
AGENCIA.**

**Proyecto de trabajo de Graduación que se presenta como requisito previo para
optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico**

Autor: Hernán Darío Pallo Martínez

Tutor: Lic. Diego Trujillo

Quito, Septiembre del 2013

Declaración de aprobación de tutor y lector

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, 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.

Hernán Darío Pallo Martínez

CC 1717653008

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Hernán Darío Pallo Martínez alumno de la Escuela de Diseño Gráfico, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 1717653008

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS

DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **PALLO MARTÍNEZ HERNÁN DARÍO**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**, representado por su Rector el Ing. 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: ANTECEDENTES.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título en tecnólogo **DISEÑO GRÁFICO** el estudiante participa en el proyecto de un grado denominado **“EL DISEÑO PUBLICITARIO Y LA PROMOCIÓN DE SERVICIOS, PARA LA AGENCIA PUBLICITARIA AVANT, CREACIÓN DE ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS DE LA AGENCIA”** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se desarrolla la creación de programa de ordenador motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

SEGUNDA; CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial, (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá exportar 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 de software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, 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 de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA; OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transmitir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de programa de ordenador que es 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 n sus admiradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

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 este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador de Centro de Arbitraje y Mediación 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, El Reglamento de Centro del Arbitraje y Mediación de la cámara de comercio de Quito y las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obliga acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de las medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, funcionales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a un juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) el lugar de arbitraje serán las instalaciones del Centro del Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

SEPTIMA; ACEPTACION.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho por seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 27 días del mes de septiembre del dos mil trece.

f)_____

C.C. N° 1717653008

Cordillera

CEDENTE

f)_____

Instituto Tecnológico Superior

CESIONARIO

CC 1717653008

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

AGRADECIMIENTO

Gracias al Lic. Diego Trujillo, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional

A mis hermanos por su calor filial

A mi esposa por su infinito amor

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	1
1.01 Planteamiento del problema en un contexto	1
1.02 Causas y Efectos	1
1.03 Justificación e Importancia	2
1.04 Antecedentes	2
CAPÍTULO II: ANALISIS DE INVOLUCRADOS	4
2.01 Identificación de involucrados	4
2.02 Análisis y selección con los involucrados.....	5
CAPITULO III: PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	7
3.01 Árbol de Problemas.....	7
3.02 Árbol de Objetivos.	8
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	9
4.01 Acciones e identificación de alternativas	9
4.02 Tamaño del Proyecto.....	10
4.03 Localización del Proyecto	10
4.04 Análisis Ambiental.....	11

4.05 Análisis de Alternativas	11
4.06 Diagrama de estrategias	12
4.07 Construcción de Matriz de Marco Lógico	13
a. Revisión de Criterios para los Indicadores.....	13
b. Selección de Indicadores.....	17
c. Métodos de Verificación	20
d. Supuestos	23
CAPÍTULO V: LA PROPUESTA.....	28
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.....	28
5.02 Descripción de la herramienta.....	28
5.03 Formulación del proceso de aplicación	30
5.03.01 BRIEF EMPRESARIAL.....	30
5.03.01.02 Misión	30
5.03.01.03 Visión.....	30
5.03.01.04 Valores Corporativos	30
5.03.01.05 Matriz Foda	31
5.03.01.06 Grupo objetivo	31
5.03.01.07 Problemas comunicacionales	32
5.03.01.08 Objetivos comunicacionales.....	32
5.03.02.01 Beneficios Racionales	33
5.03.02.02 Beneficios Emocionales	33

5.03.02.03 Mensaje Básico	33
5.03.02.04 Tono	33
5.03.02.05 Estilo	33
5.03.02.06 Reason Why	33
5.03.02.07 Eje de campaña	34
5.03.02.08 Slogan de campaña.....	34
5.03.03.01 Flyers.....	34
5.03.03.02 Dípticos	36
5.03.03.03 Portafolio.....	37
5.03.03.04 E-Mailing	39
5.03.03.05 Blog Promocional.....	40
5.03.03.06 Redes Sociales (Facebook)	41
5.03.03.07 Material POP	42
5.03.04.01 Medios Principales	43
5.03.04.02 Medios Secundarios	43
5.03.04.03 Medios Auxiliares	43
5.03.04.04 Flow Chart.....	43
5.03.04.05 Presupuesto de Campaña.....	44
CAPITULO VI: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	45
6.01 Recursos	45
6.01.01 Recursos Técnicos.....	45

6.01.02 Recursos Humanos.....	46
6.02 Presupuestos.....	46
6.02.01 Presupuestos de la Investigación.....	46
6.01.02 Presupuesto de la Aplicación	47
6.03 CRONOGRAMA.....	47
CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
7.01 CONCLUSIONES	49
7.02 RECOMENDACIONES	49
7.03 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	50
7.04 ANEXOS	50

ÍNDICE TABLAS

TABLA 1 Causas y Efectos	1
TABLA 2 Análisis y selección de involucrados	5
TABLA 3 Análisis de Alternativas	11
TABLA 4 Revisión de Criterios para los Indicadores	13
TABLA 5 Selección de Indicadores	17
TABLA 6 Métodos de Verificación.....	20
TABLA 7 Supuestos	23
TABLA 8 Matriz Foda.....	31
TABLA 9 Flow Chart	43
TABLA 10 Presupuesto de Campaña	44
TABLA 11 Recursos Técnicos	45
TABLA 12 Recursos Humanos	46
TABLA 13 Presupuesto de la Investigación.....	46
TABLA 14 Presupuesto de la Aplicación.....	47
TABLA 15 Cronograma	47

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 Identificación de involucrados	4
FIGURA 2 Árbol de Problemas	7
FIGURA 3 Árbol de Objetivos	8
FIGURA 4 Acciones e identificación de alternativas	9
FIGURA 5 Localización del Proyecto	10
FIGURA 6 Diagrama de estrategias	12
FIGURA 7 Flyers.....	35
FIGURA 8 Dípticos	36
FIGURA 9 Portafolio.....	37
FIGURA 10 E.mailing	39
FIGURA 11 Blog Promocional.....	40
FIGURA 12 Redes Sociales (Facebook)	41
FIGURA 13 Material POP	42

RESUMEN EJECUTIVO

En la ciudad de Quito en el sector norte, se encuentra estructurada la Agencia Publicitaria AVANT, la cual presta servicios de: Trade Marketing, Eventos, Modelos y Diseño, teniendo poco tiempo en el mercado de la comunicación.

Al ser una empresa nueva, no se ha realizado estrategias de lanzamiento, posicionamiento, persuasión, mantenimiento para darse a conocer como agencia, por este motivo ha tenido poca afluencia de clientes, causando que la empresa tenga pocas utilidades y provocando despidos intempestivos en la misma.

Con estos antecedentes la agencia ha visto en la necesidad de dar a conocer con una información clara y concisa los servicios que presta a su cliente potencial en el medio de la comunicación, y así dar soluciones a los problemas comunicacionales de los mismos, para dar a conocer la información de la agencia se implementará una Campaña Publicitaria, para así dar solución a los problemas comunicacionales que tiene la agencia, con lo que se pretende lograr un mejor posicionamiento de la agencia en el mercado de la comunicación y la promoción de servicios, de esta manera se solucionara la baja demanda que tiene la agencia, beneficiando a sus propietarios y generando nuevos empleos.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

ABSTRACT

In the city of Quito in the north , is structured AVANT Advertising Agency , which provides services for : Trade Marketing, Events , Models and Design , having little time in the communication market .

Being a new company has not launch strategies , positioning , persuasion , maintenance to be known as an agency, for this reason has had little influx of customers , causing the company to have little profit and causing unwarranted dismissals in the same .

With this background, the agency has seen the need to raise awareness with clear and concise information services to your prospect in the medium of communication, and thus provide solutions to communication problems thereof, to give know the information the agency will implement an Advertising Campaign , so to solve the communication problems that have agency , which aims to achieve a better positioning of the agency in the communications market and the promotion of services, this will solve the low demand is the agency benefit their owners and generating new jobs .

INTRODUCCIÓN

Al crear la campaña publicitaria de la agencia se observa innovación en el mercado de la comunicación, con esto se pretende llegar directamente al grupo objetivo, sin afectar la imagen que la empresa refleja en el mercado actual publicitario.

Mediante la implementación del presente proyecto de investigación y desarrollo se han manifestará en un mejor posicionamiento de la agencia con una mayor afluencia de cuentas empresariales que día a día confían en la eficacia de los anuncios publicitados por la empresa

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.01 Planteamiento del problema en un contexto

En la ciudad de Quito en el sector norte, se encuentra estructurada la Agencia Publicitaria AVANT, la cual presta servicios de: Trade Marketing, Eventos, Modelos y Diseño, teniendo poco tiempo en el mercado.

Al ser una empresa nueva, no se ha realizado estrategias de lanzamiento, posicionamiento, para darse a conocer como agencia, por este motivo ha tenido poca afluencia de clientes, causando que la empresa tenga pocas utilidades y provocando despidos intempestivos en la misma

Es por lo que se ha visto en la necesidad de implementar una Campaña Publicitaria, para así dar solución a los problemas comunicacionales que tiene la agencia, con lo que se pretende lograr un mejor posicionamiento de la agencia en el mercado de la comunicación y la promoción de servicios, de esta manera se solucionara la baja demanda que tiene la agencia, beneficiando a sus propietarios y generando nuevos empleos.

1.02 Causas y Efectos

Nombre: Causas y Efectos

TABLA 1

Causas	Efectos
• Empresa nueva en el mercado. • Falta de información publicitaria. • No se han realizado estrategias publicitarias. • No se ha realizado una campaña de lanzamiento. • La agencia no ha prestado la información necesaria de sus servicios. • Poca afluencia de clientes	• No se han realizado estrategias publicitarias • Baja demanda de consumidores. • Desconocimiento de los servicios que presta la agencia. • El consumidor desconoce de la existencia de la agencia. • No tiene posicionamiento en el grupo objetivo. • Las utilidades de la agencia han disminuido

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

1.03 Justificación e Importancia

Al realizar una campaña publicitaria se podrá dar solución a los problemas comunicacionales que tiene la Agencia AVANT, la cual al dar una información clara y concisa de los servicios que presta, llegara directamente al consumidor, se posicionara en el mercado, y podrá competir en el medio de la comunicación, este proyecto se llevara a cabo en el sector norte de Quito, en año 2013

Con el lanzamiento de la Campaña Publicitaria se beneficiaran los propietarios de la empresa, ya que al tener una mejor captación de clientes, mejoraran sus utilidades, de esta manera se podrán generar más fuentes de trabajo, los anunciantes tendrán la seguridad de promocionarse utilizando como medio la agencia, de esta manera se tendrá un mejor posicionamiento en el mercado y así mantenerse en la competitividad del mercado.

1.04 Antecedentes

Se conoce que en el Ecuador no ha existido un buen auge al momento de competir en un nivel internacional en la publicidad actual, para ahondar en la realidad publicitaria del país se han considerado factores sociales, educativos y económicos, poniéndolos en relación con la forma en que interactúan, en el proceso el consumidor, anunciante y publicitario.

Como hemos visto en los últimos años empresas como Trident, Multicines, Tv Cable, Claro, Movistar, han optado por promocionar sus servicios mediante redes sociales, publicidad móvil, btl, etc. lo que ha generado mayor aceptación y mantenimiento en los consumidores.

Las empresas de nuestro país tienen que darse a conocer y utilizar los medios que estén a su alcance para poder lograrlo, el mercado laboral es muy competitivo, y cuando una empresa es nueva tiene muchos más conflictos al momento de dar a conocer sus servicios.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

Como es el caso de la Agencia Publicitaria AVANT, la cual por ser nueva en el mercado no ha realizado estrategias publicitarias en el mercado, al tener poco tiempo en el medio de la comunicación, no se ha dado a conocer con la información necesaria es por lo que el grupo objetivo tiene desconocimiento de los servicios que esta ofrece.

CAPÍTULO II: ANALISIS DE INVOLUCRADOS

2.01 Identificación de involucrados

Nombre: Identificación de involucrados
FIGURA 1



El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

2.02 Análisis y selección con los involucrados

Nombre: Análisis y selección de involucrados

TABLA 2

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
<u>AGENCIA PUBLICITARIA AVANT</u>	Informar. Persuadir. Posicionar. Recordar.	Poco personal capacitado. Falta de capital. Tecnología limitada.	- Humanos. - Creatividad. - Originalidad. - Innovación.	Resolver las necesidades comunicacionales que tiene la agencia.	RESTRICCIÓN DE LAS LEYES DE COMUNICACIÓN.
<u>MEDIOS</u> - Gráficos - Audiovisuales - Exterior - On Line	- Informar al mercado sobre sus productos y servicios. - Incrementar Ventas. - Generar Utilidades Económicas.	El consumidor desconoce los productos o servicios que estas ofrecen	- Económicos - Humanos - Tecnológicos - Leyes Internas - Ley Interna del Consumidor	Generar Demanda de sus Productos y Servicios. Diferenciarse de la Competencia.	LEY DE COMUNICACIÓN.
<u>ANUNCIANTES</u> - Industriales - Comerciales - Servicios - Microempresas	- Informarse sobre los servicios que presta la agencia. - Buscar, Comparar. - Satisfacer sus Necesidades.	- Desconocimiento de los beneficios o servicios de la agencia AVANT. - Ingresos económicos.	- Económicos - Sociales - Culturales	Identificación y Selección adecuada los servicios de la agencia. Informar Difundir Promocionarse.	COMPETENCIA.
<u>PROVEEDORES</u> Directos Indirectos	Ofrecer los insumos necesarios para el funcionamiento de la Agencia.	Por falta de insumos no se da un buen servicio.	- Materia Prima - Humanos - Tecnológicos - Económicos	Prestar una buena calidad al momento de la entrega de trabajos.	COSTOS ALTOS.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

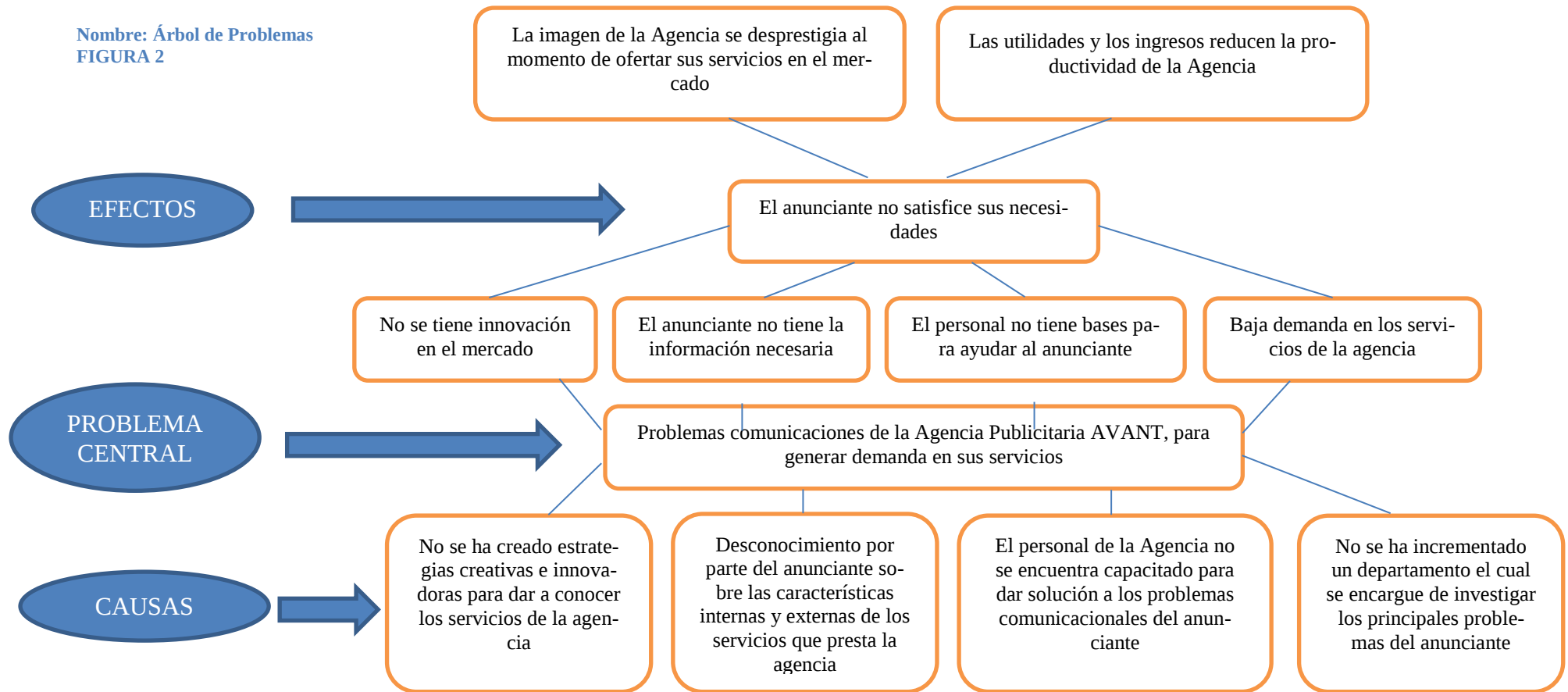
<u>COMERCIANTES</u> Profesionales Intermediarios	Ofrecer sus servicios. Satisfacer necesidades.	No se tiene la utilidad suficiente para tenerlos como personal de planta.	Humanos Eficiencia Creatividad	Solucionar las necesidades que tiene el grupo objetivo.	COMPETENCIA COSTOS ALTOS
<u>LEYES CONSTITUCIONALES</u> Ley de Comunicación Iepi	Conocer las pautas acerca de las leyes a cumplir al momento de hacer publicidad.	Falta de conocimiento en las leyes de comunicación.	Asesoramiento Jurídico Registro Oficial de la ley de comunicación.	Evitar inconvenientes al momento de pautar una campaña publicitaria en los diferentes medios de comunicación.	LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN. LEY DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.
<u>DISEÑADOR GRÁFICO</u> Producción Concepto Visión	Lanzar un diseño nuevo e innovador para dar a conocer los servicios de la agencia en el mercado.	La falta de diseño no proporciona una buena imagen.	• Humanos • Económicos • Tecnológicos • Creatividad • Eficiencia	Dar a conocer los servicios de la agencia mediante un diseño creativo e innovador.	TIEMPO DE ENTREGA.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CAPITULO III: PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de Problemas

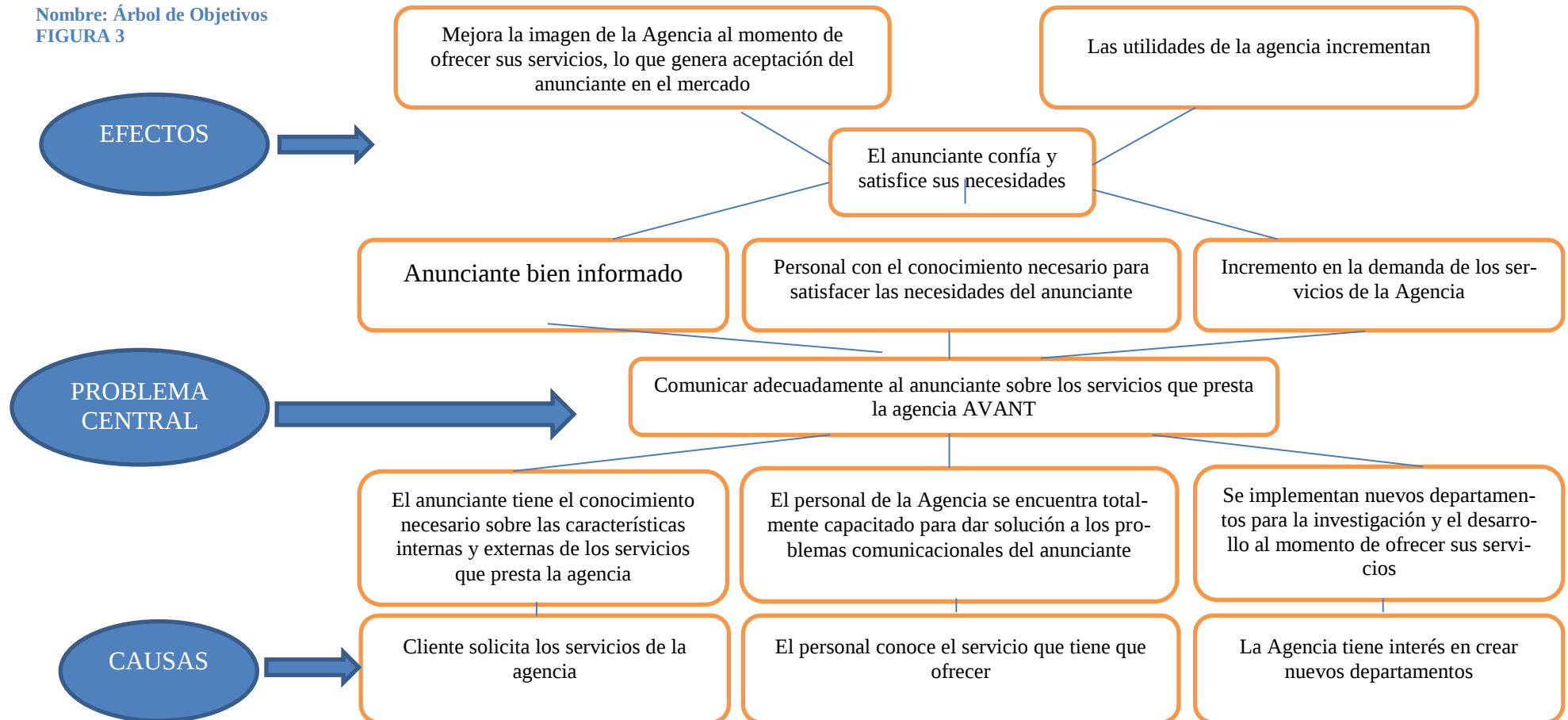
Nombre: Árbol de Problemas
FIGURA 2



El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

3.02 Árbol de Objetivos.

Nombre: Árbol de Objetivos
FIGURA 3



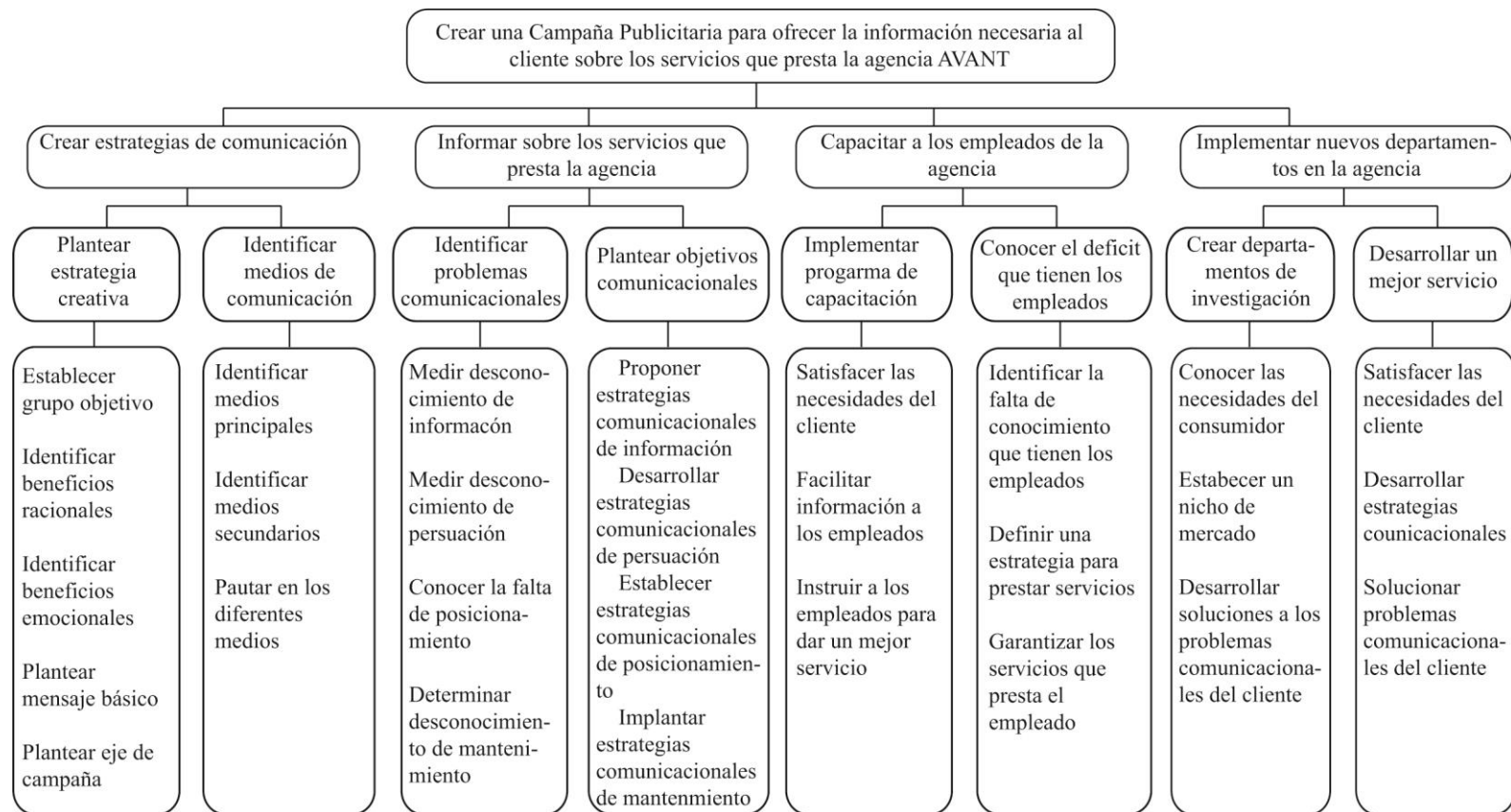
El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01 Acciones e identificación de alternativas

Nombre: Acciones e identificación de alternativas

FIGURA 4



El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

4.02 Tamaño del Proyecto

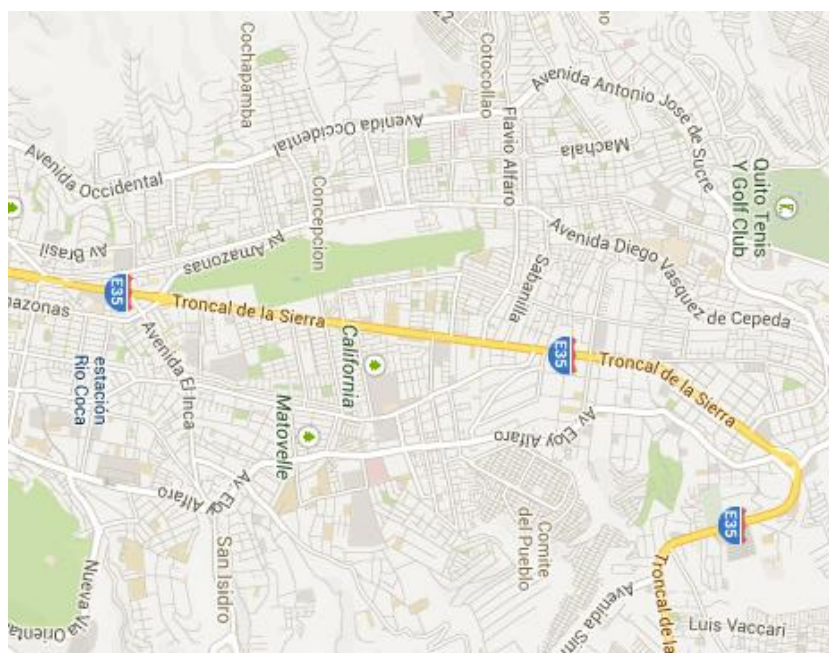
En el sector norte de la ciudad de Quito, se encuentran establecidas una infinidad de microempresas, dedicadas a varios fines comerciales, como por ejemplo, panaderías, bazares, ferreterías, etc., las mismas que no han tenido un adecuado manejo de estrategias publicitarias, que comuniquen, informen, persuadan, promocionen, sus productos y servicios al consumidor potencial del sector norte.

Es por lo que se ha visto en la necesidad de crear una Campaña Publicitaria la cual dará a conocer los servicios que presta la agencia AVANT, con lo que se pretende que los microempresarios soliciten estos servicios y así ayudar a solucionar los problemas comunicacionales que tienen los mismos.

4.03 Localización del Proyecto

El proyecto se llevara a cabo en la ciudad de Quito, se pretende llegar con la información necesaria a la mayoría de microempresas del sector norte de la ciudad.

Nombre: Localización del Proyecto
FIGURA 5



El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

4.04 Análisis Ambiental

Al utilizar flyers podemos llegar directamente al grupo objetivo, pero a la larga estos se pueden convertir en basura afectando a la contaminación del medio ambiente.

Con la implementación de blogs se innovara en el mercado se llegar con creatividad, pero esto puede convertirse en spam.

4.05 Análisis de Alternativas

Nombre: Análisis de Alternativas

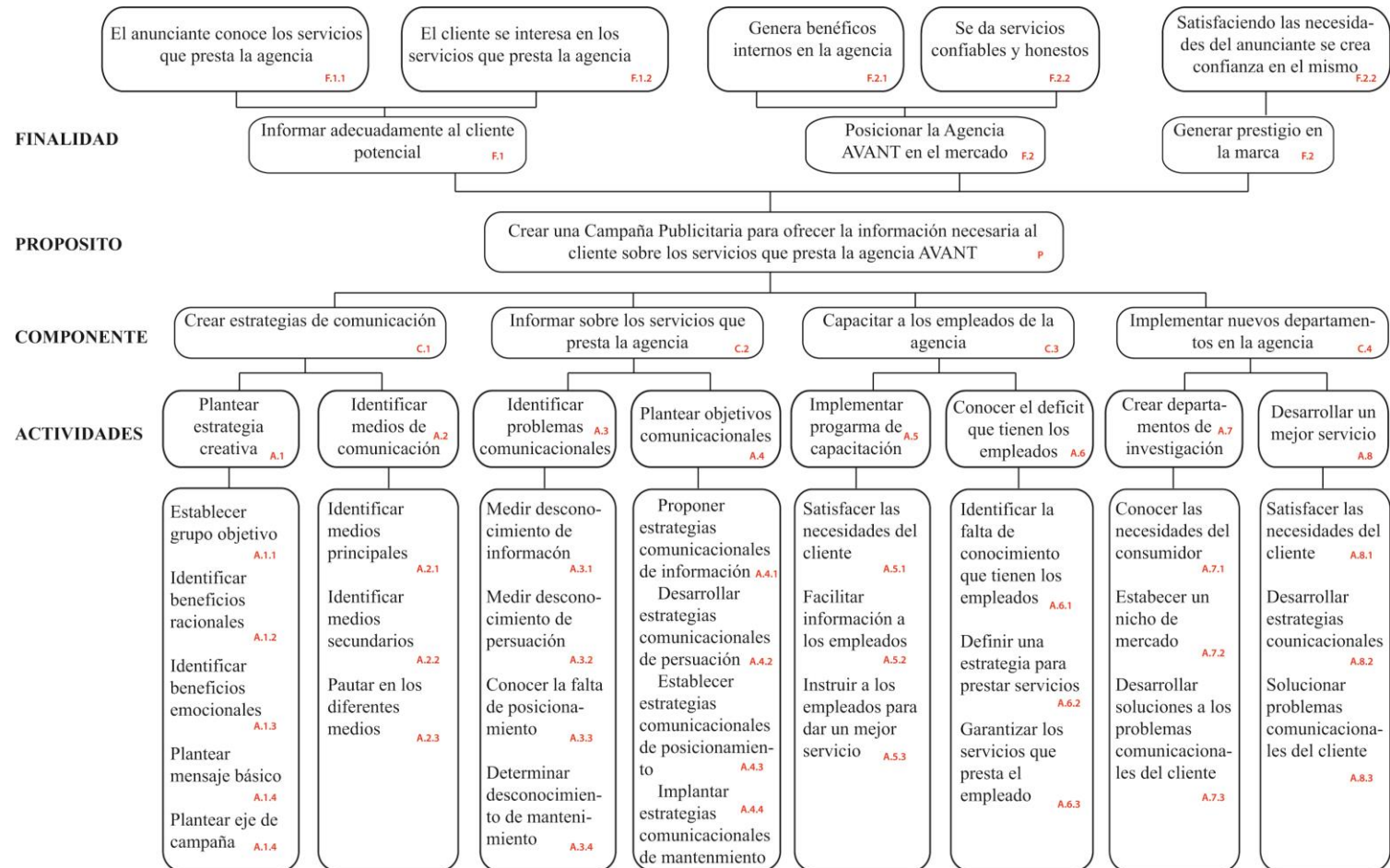
TABLA 3

OBJETIVO	IMPACTO SOBRE EL PROPOSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLITICA	TOTAL	CATEGORIA
Crear estrategias de comunicación	5	5	3	4	4	21	Alta
Informar sobre los servicios que presta la agencia	5	5	3	4	4	21	Alta
Capacitar a los empleados de la agencia	5	5	4	5	5	24	Alta
Implementar nuevos departamentos en la agencia	5	5	4	4	4	22	Alta

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

4.06 Diagrama de estrategias

Nombre: Diagrama de estrategias
FIGURA 6



El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

4.07 Construcción de Matriz de Marco Lógico

a. Revisión de Criterios para los Indicadores

Nombre: Revisión de Criterios para los Indicadores

TABLA 4

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
FIN	F.1. Informar adecuadamente al cliente potencial	F.1.1. El anunciante conoce los servicios que presta la agencia	Suficiente	Aceptable	3 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		F.1.2. El cliente se interesa en los servicios que presta la agencia	Necesaria	Optima	2 meses	Norte de Quito	Microempresarios
	F.2. Posicionar la Agencia AVANT en el mercado	F.2.1. Con el posicionamiento de la agencia se tiene aceptación en el mercado	Suficiente	Aceptable	6 meses	Agencia	Trabajadores
		F.2.2. Se da servicios confiables y honestos	Necesaria	Optima	mensual	Norte de Quito	Microempresarios
	F.3. Generar prestigio en la marca	F.3.1. Satisfaciendo las necesidades del anunciante se crea confianza en el mismo	Necesaria	Optima	6 mese	Norte de Quito	Anunciantes
		F.3.2 Se satisfacen las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	Suficiente	Optima	6 meses	Norte de Quito	Anunciantes

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

PROPOSITO	P.1. Crear una Campaña Publicitaria para ofrecer la información necesaria al cliente sobre los servicios que presta la agencia AVANT	P.1.1. Al finalizar el proyecto el anunciante tiene la información necesaria de los servicios que presta la agencia	Suficiente	Aceptable	Trimestral	Norte de Quito	Microempresarios
		P.1.2. Con el lanzamiento de la campaña publicitaria se logra una mayor captación de clientes	Necesaria	Optima	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		P.1.3. El anunciante solicita los servicios que presta la agencia	Necesaria	Optima	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		P.1.4. Al finalizar el proyecto se mantiene la marca en la mente del anunciante	Necesaria	Optima	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
COMPONENTES	C.1. Crear estrategias de comunicación	C.1.1. Se persuade al anunciante a que solicite los servicios que presta la agencia	Suficiente	Aceptable	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		C.1.2. Innovar el mercado con información creativa	Suficiente	Aceptable	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
	C.2. Informar sobre los servicios que presta la agencia	C.2.1. Se da una información clara de los servicios de la agencia	Suficiente	Aceptable	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		C.2.2. Se logra solucionar las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	Suficiente	Aceptable	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
	C.3. Capacitar a los empleados de la agencia	C.3.1. Los empleados tienen el conocimiento necesario para satisfacer las necesidades del grupo objetivo	Necesaria	Aceptable	Trimestral	Agencia	Trabajadores

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

	C.4. Implementar departamentos de investigación en la agencia	C.4.1. Al concluir el proyecto se puede estudiar el déficit que tienen los microempresarios al momento de solicitar servicios publicitarios	Suficiente	Optima	Trimestral	Norte de Quito	Microempresarios
ACTIVIDADES	A.1. Plantear estrategia creativa	A1.1. Establecer grupo objetivo	Necesaria	Aceptable	Mensual	Norte de Quito	Microempresarios
		A.1.2. Identificar beneficios racionales y emocionales	Suficiente	Aceptable	Trimestral	Norte de Quito	Microempresarios
	A.2. Identificar medios de comunicación	A.2.1. Se identifica los medios principales, secundarios y alternativos	Suficiente	Aceptable	2 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		A.2.2. Pautar en los diferentes medios de comunicación	Suficiente	Aceptable	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
	A.3. Identificar problemas comunicacionales	A.3.1. Se conoce la falta de información que tienen los microempresarios acerca de los servicios que presta la agencia	Suficiente	Inaceptable	2 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		A.3.2. Se determina que la empresa no tiene posicionamiento en el mercado	Necesaria	Inaceptable	2 meses	Norte de Quito	Microempresarios
	A.4. Plantear objetivos comunicacionales	A.4.1. Se crean estrategias de para prestar la información necesaria de los servicios que presta la agencia AVANT	Suficiente	Optima	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		A.4.2. Se desarrollan estrategias de posicionamiento	Suficiente	Optima	6 Meses	Norte de quito	Microempresarios

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

	A.5. Implementar programa de capacitación	A.5.1. Los trabajadores se encuentran en la capacidad de dar solución a los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	Necesaria	Aceptable	2 meses	Norte de Quito	Empleados
		A.5.2. Se capacita a los empleados para dar un mejor servicio	Necesaria	Aceptable	2 meses	Norte de Quito	Empleados
	A.6. Conocer el déficit que tienen los empleados	A.6.1. Se identifica la falta de conocimiento que tienen los trabajadores de la agencia	Necesaria	Aceptable	Trimestral	Agencia	Trabajadores
		A.6.2. Se garantiza los servicios que prestan los empleados	Suficiente	Optima	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
	A.7. Crear departamentos de investigación	A.7.1 Se conoce las necesidades del consumidor	Necesaria	Optima	2 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		A.7.2. Se establece nichos de mercado	Necesaria	Aceptable	6 meses	Norte de Quito	Microempresarios
	A.8. Desarrollar un mejor servicio	A.8.1. Al finalizar el proyecto se satisface la necesidades que tiene el consumidor	Suficiente	Aceptable	2 meses	Norte de Quito	Microempresarios
		A.8.2. Se soluciona los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	Suficiente	Aceptable	2 meses	Norte de Quito	Microempresarios

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

b. Selección de Indicadores

Nombre: Selección de Indicadores

TABLA 5

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCION
			A	B	C	D	E		
FIN	F.1. Informar adecuadamente al cliente potencial	F.1.1. El anunciante conoce los servicios que presta la agencia	x	x	x	x	x	5	Alto
		F.1.2. El cliente se interesa en los servicios que presta la agencia	x	x	x	x	x	5	Alto
	F.2. Posicionar la Agencia AVANT en el mercado	F.2.1. Con el posicionamiento de la agencia se tiene aceptación en el mercado	x	x	x	x	x	5	Alto
		F.2.2. Se da servicios confiables y honestos	x	x	x	x	x	5	Alto
	F.3. Generar prestigio en la marca	F.3.1. Satisfaciendo las necesidades del anunciante se crea confianza en el mismo	x	x	x	x	x	5	Alto
		F.3.2. Se satisfacen las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	x	x	x	x	x	5	Alto
PROPOSITO	P.1. Crear una Campaña Publicitaria para ofrecer la información necesaria al cliente sobre los servicios que presta la agencia AVANT	P.1.1. Al finalizar el proyecto el anunciante tiene la información necesaria de los servicios que presta la agencia	x	x	x	x	x	5	Alto
		P.1.2. Con el lanzamiento de la campaña se pretende tener mayor captación de clientes	x	x	x	x	x	5	Alto
		P.1.3. El anunciante solicita los servicios que presta la agencia	x	x	x	x	x	5	Alto
		P.1.4. Al finalizar el proyecto se mantiene la marca en la mente del anunciante	x	x	x	x	x	5	Alto

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

COMPONENTES	C.1. Crear estrategias de comunicación	C.1.1. Se persuade al anunciante a que solicite los servicios que presta la agencia	x		x	x	x	4	Alto
		C.1.2. Innovar el mercado con información creativa	x	x	x	x	x	5	Alto
	C.2. Informar sobre los servicios que presta la agencia	C.2.1. Se da una información clara de los servicios de la agencia	x	x	x	x	x	5	Alto
		C.2.2. Se logra solucionar las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	x	x	x	x	x	5	Alto
	C.3. Capacitar a los empleados de la agencia	C.3.1. Los empleados tienen el conocimiento necesario para satisfacer las necesidades del cliente.	x		x		x	3	Alto
	C.4. Implementar nuevos departamentos en la agencia	C.4.1. Al concluir el proyecto se puede estudiar el déficit que tienen los microempresarios al momento de solicitar servicios publicitarios			x	x	x	3	Alto
ACTIVIDADES	A.1. Plantear estrategia creativa	A1.1. Establecer grupo objetivo	x		x	x	x	4	Alto
		A1.2. Identificar beneficios racionales y emocionales	x	x	x	x	x	5	Alto
	A.2. Identificar medios de comunicación	A.2.1. Se identifica los medios principales, secundarios y alternativos	x	x	x	x	x	5	Alto
		A.2.2. Pautar en los diferentes medios de comunicación	x	x	x	x	x	5	Alto
	A.3. Identificar problemas comunicacionales	A.3.1. Se conoce la falta de información que tienen los microempresarios acerca de los servicios que presta la agencia			x	x	x	3	Alto
		A.3.2. Se determina que la empresa no tiene posicionamiento en el mercado			x	x	x	3	Alto
	A.4. Plantear objetivos comunicacionales	A.4.1. Se crean estrategias de para prestar la información necesaria de los servicios que presta la agencia AVANT	x	x	x	x	x	5	Alto
		A.4.2. Se desarrollan estrategias de posicionamiento	x	x	x	x	x	5	Alto

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

	A.5. Implementar programa de capacitación	A.5.1. Los trabajadores se encuentran en la capacidad de dar solución a los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	x	x	x	x	x	5	Alto
		A.5.2. Se capacita a los empleados para dar un mejor servicio	x	x	x	x	x	5	Alto
	A.6. Conocer el déficit que tienen los empleados	A.6.1. Se identifica la falta de conocimiento que tienen los trabajadores de la agencia	x		x	x		3	Alto
		A.6.2. Se garantiza los servicios que prestan los empleados	x	x	x	x	x	5	Alto
	A.7. Crear departamentos de investigación	A.7.1 Se conoce las necesidades del consumidor	x	x	x	x	x	5	Alto
		A.7.2. Se establece nichos de mercado	x	x	x	x	x	5	Alto
	A.8. Desarrollar un mejor servicio	A.8.1. Al finalizar el proyecto se satisface la necesidades que tiene el consumidor	x	x	x	x	X	5	Alto
		A.8.2. Se soluciona los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	x	x	x	x	x	5	Alto

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

c. Métodos de Verificación

Nombre: Métodos de Verificación

TABLA 6

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
FIN	F.1. Informar adecuadamente al cliente potencial	F.1.1. El anunciante conoce los servicios que presta la agencia	Grupo Objetivo	Encuesta	Estadístico	Bi Mensual	Diseñador Gráfico
		F.1.2. El cliente se interesa en los servicios que presta la agencia	Registro de la Agencia	Entrevista	Cualitativo	Trimestral	Diseñador Gráfico
	F.2. Posicionar la Agencia AVANT en el mercado	F.2.1. Con el posicionamiento de la agencia se tiene aceptación en el mercado	Propietarios	Investigación de Campo	Observación	Mensual	Agencia
		F.2.2. Se da servicios confiables y honestos	Microempresarios	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Diseñador Gráfico
	F.3. Generar prestigio en la marca	F.3.1. Satisfaciendo las necesidades del anunciante se crea confianza en el mismo	Grupo Objetivo	Entrevista	Cualitativo	Mensual	Diseñador Gráfico
		F.3.1 Se satisfacen las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	Registros de Agencia	Investigación de Campo	Observación	Mensual	Diseñador Grafico
PROPOSITO	P.1. Crear una Campaña Publicitaria para ofrecer la información necesaria al cliente sobre los servicios que presta la agencia AVANT	P.1.1. Al finalizar el proyecto el anunciante tiene la información necesaria de los servicios que presta la agencia	Registro de agencia	Entrevista	Cualitativo	Mensual	Diseñador Gráfico
		P.1.2. Con el lanzamiento de la campaña publicitaria se logra una mayor captación de clientes	Registros de la Agencia	Encuesta	Cuantitativo	Trimestral	Diseñador Gráfico
		P.1.3. El anunciante solicita los servicios que presta la agencia	Microempresarios	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Diseñador Gráfico
		P.1.4. Al finalizar el proyecto se mantiene la marca en la mente del anunciante	Cliente	Entrevista	Cualitativo	Bi Mensual	Dpto. de Investigación

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

COMPO- NENTES	C.1. Crear estrategias de comunicación	C.1.1. Se persuade al anunciante a que solicite los servicios que presta la agencia	Medios	Medios Infor- mativos	Cualitativo	Mensual	Diseñador Gráfico
		C.1.2. Innovar el mercado con información creativa	Objetivos Comunica- cionales	Investigación de Campo	Observación	Mensual	Diseñador Gráfico
	C.2. Informar sobre los servicios que presta la agencia	C.2.1. Se da una información clara de los servicios de la agencia	Cliente	Investigación de Campo	Observación	Mensual	Agencia
		C.2.2. Se logra solucionar las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	Registros del Proyecto	Encuesta	Cuantitativo	Bi Men- sual	Agencia
	C.3. Capacitar a los empleados de la agencia	C.3.1. Los empleados tienen el conocimiento necesario para satisfacer las necesidades del grupo objetivo	Registros de la Agencia	Entrevista	Cualitativo	Trimestral	Agencia
	C.4. Implementar nuevos departamentos en la agencia	C.4.1. Al concluir el proyecto se puede estudiar el déficit que tienen los microempresarios al momento de solicitar servicios publicitarios	Grupo Obje- tivo	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Diseñador Gráfico
	A.1. Plantear estrategia creativa	A1.1. Establecer grupo objetivo	Registros de mercado	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Agencia
		A.1.2. Identificar beneficios racionales y racionales	Brief de la Agencia	Investigación de Campo	Observación	Mensual	Diseñador Gráfico
ACTIVIDA- DES	A.2. Identificar medios de comunicación	A.2.1. Se identifica los medios principales, secundarios y alternativos	Registros del Proyecto	Investigación de Campo	Observación	Mensual	Diseñador Gráfico
		A.2.2. Pautar en los diferentes medios de comunicación	Registros de la Agencia	Investigación de Campo	Descriptiva	Mensual	Diseñador Gráfico
	A.3. Identificar problemas comunicacionales	A.3.1. Se conoce la falta de información que tienen los microempresarios acerca de los servicios que presta la agencia	Cliente	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Agencia
		A.3.2. Se determina que la empresa no tiene posicionamiento en el mercado	Brief de la Agencia	Encuesta	Cuantitativo	Al inicio del Proyec- to	Agencia

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

	A.4. Plantear objetivos comunicacionales	A.4.1. Se crean estrategias de para prestar la información necesaria de los servicios que presta la agencia AVANT	Personal de la Agencia	Investigación de	Cualitativo	Al Inicio del Proyecto	Diseñador Gráfico
		A.4.2. Se desarrollan estrategias de posicionamiento	Grupo Objetivo	Investigación de Campo	Observación	Al Inicio del Proyecto	Diseñador Gráfico
	A.5. Implementar programa de capacitación	A.5.1. Los trabajadores se encuentran en la capacidad de dar solución a los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	Registros de la Agencia	Entrevista	Cualitativo	Bi mensual	Agencia
		A.5.2. Se capacita a los empleados para dar un mejor servicio	Registros de Empleados	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Diseñador Gráfico
	A.6. Conocer el déficit que tienen los empleados	A.6.1. Se identifica la falta de conocimiento que tienen los trabajadores de la agencia	Registros de calificación de personal	Entrevista	Cualitativo	Mensual	Agencia
		A.6.2. Se garantiza los servicios que prestan los empleados	Registros de la Agencia	Investigación de Campo	Observación	Al inicio del Proyecto	Diseñador Grafico
	A.7. Crear departamentos de investigación	A.7.1 Se conoce las necesidades del consumidor	Grupo Objetivo	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Agencia
		A.7.2. Se establece nichos de mercado	Registros de investigación de mercado de la agencia	Entrevista	Cualitativo	Mensual	Agencia
	A.8. Desarrollar un mejor servicio	A.8.1. Al finalizar el proyecto se satisface la necesidades que tiene el consumidor	Cliente	Entrevista	Cuantitativo	Mensual	Diseñador Grafico
		A.8.2. Se soluciona los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	Microempresas	Entrevista	Cuantitativo	Trimestral	Diseñador Grafico

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

d. Supuestos

Nombre: Supuestos

TABLA 7

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	F.1. Informar adecuadamente al cliente potencial	El cliente contará con una información clara de los servicios que presta AVANT	x		x	x	
	F.2. Posicionar la Agencia AVANT en el mercado	Generará que el cliente potencial solicite los servicios de AVANT	x		x	x	
	F.3. Generar prestigio en la marca	Se mantendrá la marca en la mente del cliente			x		
PROPOSITO	P.1. Crear una Campaña Publicitaria para ofrecer la información necesaria al cliente sobre los servicios que presta la agencia AVANT	Se generará mayor demanda en los servicios que presta la agencia ya que el cliente tendrá la información necesaria de la misma	x		x		
COMPONENTES	C.1. Crear estrategias de comunicación	Se creara ideas nuevas e innovadoras			x		
	C.2. Informar sobre los servicios que presta la agencia	Se llegara al cliente potencial con información que demuestre la calidad de los servicios de AVANT			x	x	
	C.3. Capacitar a los empleados de la agencia	La agencia contara con personal capacitado					
	C.4. Implementar nuevos departamentos en la agencia	Se llegara a tener una mejor programación para la prestación de servicios	x				

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

ACTIVIDADES	A.1. Plantear estrategia creativa	Se lanzará una lluvia de ideas para la creación de campañas publicitarias			x		
	A.2. Identificar medios de comunicación	Se llegará a pautar en los medios adecuados para prestar la información necesaria de los servicios que presta la AVANT	x	x	x	x	x
	A.3. Identificar problemas comunicacionales	Se conocerá con claridad la deficiencia comunicacional que tienen los clientes			x		
	A.4. Plantear objetivos comunicacionales	Se dará conocer las soluciones comunicacionales para satisfacer las necesidades del anunciante			x		
	A.5. Implementar programa de capacitación	Se capacitará al personal de la agencia para dar un buen servicio	x		x		x
	A.6. Conocer el déficit que tienen los empleados	Se llegará a conocer la falta de conocimiento que tienen los empleados de la agencia			x		
	A.7. Crear departamentos de investigación	Se logrará investigar con más detalle los problemas comunicacionales que tienen los clientes	x		x		
	A.8. Desarrollar un mejor servicio	Se prestará un servicio de calidad y confianza para el cliente			x		

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

Matriz de Marco Lógico

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	F.1. Informar adecuadamente al cliente potencial	F.1.1. El anunciante conoce los servicios que presta la agencia	MV.1 Grupo Objetivo	El cliente contará con una información clara de los servicios que presta AVANT
		F.1.2. El cliente se interesa en los servicios que presta la agencia	MV.2 Registro de la Agencia	
	F.2. Posicionar la Agencia AVANT en el mercado	F.2.1. Con el posicionamiento de la agencia se tiene aceptación en el mercado	MV.3. Propietarios	Generará que el cliente potencial solicite los servicios de AVANT
		F.2.2. Se da servicios confiables y honestos	MV.4. Microempresarios	
	F.3. Generar prestigio en la marca	F.3.1. Satisfaciendo las necesidades del anunciante se crea confianza en el mismo	MV.5. Grupo Objetivo	Se mantendrá la marca en la mente del cliente
		F.3.2. Se satisfacen las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	MV.6. Registros de Agencia	
PROPOSITO	P.1. Crear una Campaña Publicitaria para ofrecer la información necesaria al cliente sobre los servicios que presta la agencia AVANT	P.1.1. Al finalizar el proyecto el anunciante tiene la información necesaria de los servicios que presta la agencia	MV.7. Registro de agencia	Se generará mayor demanda en los servicios que presta la agencia ya que el cliente tendrá la información necesaria de la misma
		P.1.2. Con el lanzamiento de la campaña se pretende tener mayor captación de clientes	MV.8. Registros de la Agencia	
		P.1.3. El anunciante solicita los servicios que presta la agencia	MV.9. Microempresarios	
		P.1.4. Al finalizar el proyecto se mantiene la marca en la mente del anunciante	MV.10. Cliente	

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

COMPONENTES	C.1. Crear estrategias de comunicación	C.1.1. Se persuade al anunciante a que solicite los servicios que presta la agencia	MV.11. Medios	Se creara ideas nuevas e innovadoras
		C.1.2. Innovar el mercado con información creativa	MV.12. Objetivos Comunicacionales	
	C.2. Informar sobre los servicios que presta la agencia	C.2.1. Se da una información clara de los servicios de la agencia	MV.13. Cliente	Se llegara al cliente potencial con información que demuestre la calidad de los servicios de AVANT
		C.2.2. Se logra solucionar las necesidades comunicacionales que tienen los microempresarios	MV.14. Registros del Proyecto	
	C.3. Capacitar a los empleados de la agencia	C.3.1. Los empleados tienen el conocimiento necesario para satisfacer las necesidades del grupo objetivo	MV.15. Registros de la Agencia	La agencia contara con personal capacitado
	C.4. Implementar nuevos departamentos en la agencia	C.4.1. Al concluir el proyecto se puede estudiar el déficit que tienen los microempresarios al momento de solicitar servicios publicitarios	MV.16. Grupo Objetivo	Se llegara a tener una mejor programación para la prestación de servicios
ACTIVIDADES	A.1. Plantear estrategia creativa	A1.1. Establecer grupo objetivo	MV.17. Registros de mercado	Se lanzará una lluvia de ideas para la creación de campañas publicitarias
		A1.2. Identificar beneficios racionales y emocionales	MV.18. Brief de la Agencia	
	A.2. Identificar medios de comunicación	A.2.1. Se identifica los medios principales, secundarios y alternativos	MV.19. Registros del Proyecto	Se llegará a pautar en los medios adecuados para prestar la información necesaria de los servicios que presta la AVANT
		A.2.2. Pautar en los diferentes medios de comunicación	MV.20. Registros de la Agencia	
	A.3. Identificar problemas comunicacionales	A.3.1. Se conoce la falta de información que tienen los microempresarios acerca de los servicios que presta la agencia	MV.21. Cliente	Se conocerá con claridad la deficiencia comunicacional que tienen los clientes
		A.3.2. Se determina que la empresa no tiene posicionamiento en el mercado	MV.22. Brief de la Agencia	

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

	A.4. Plantear objetivos comunicacionales	A.4.1. Se crean estrategias de para prestar la información necesaria de los servicios que presta la agencia AVANT	MV.23. Personal de la Agencia	Se dará conocer las soluciones comunicacionales para satisfacer las necesidades del anunciante
		A.4.2. Se desarrollan estrategias de posicionamiento	MV.24. Grupo Objetivo	
	A.5. Implementar programa de capacitación	A.5.1. Los trabajadores se encuentran en la capacidad de dar solución a los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	MV.25. Registros de la Agencia	Se capacitará al personal de la agencia para dar un buen servicio
		A.5.2. Se capacita a los empleados para dar un mejor servicio	MV.26. Registros de Empleados	
	A.6. Conocer el déficit que tienen los empleados	A.6.1. Se identifica la falta de conocimiento que tienen los trabajadores de la agencia	MV.27. Registros de calificación de personal	Se llegará a conocer la falta de conocimiento que tienen los empleados de la agencia
		A.6.2. Se garantiza los servicios que prestan los empleados	MV.28. Registros de la Agencia	
	A.7. Crear departamentos de investigación	A.7.1 Se conoce las necesidades del consumidor	MV.29. Grupo Objetivo	Se logrará investigar con más detalle los problemas comunicacionales que tienen los clientes
		A.7.2. Se establece nichos de mercado	MV.30. Registros de investigación de mercado de la agencia	
	A.8. Desarrollar un mejor servicio	A.8.1. Al finalizar el proyecto se satisface la necesidades que tiene el consumidor	MV.31. Cliente	Se prestará un servicio de calidad y confianza para el cliente
		A.8.2. Se soluciona los problemas comunicacionales que tienen los microempresarios	MV.32. Microempresas	

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CAPÍTULO V: LA PROPUESTA

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

En la ciudad de Quito se encuentra estructurada la agencia AVANT, la cual presta servicios de: Trade Marketing, Eventos, Modelos, Diseño, teniendo poco en el mercado.

Al ser una empresa nueva, no se han realizado estrategias de lanzamiento, posicionamiento, persuasión, mantenimiento, para dar conocer los servicios que presta en el medio.

Datos otorgados por el Gerente de la Agencia, han informado que esta ha realizado un sitio web para promocionar sus servicios, esta web ha estado disponible desde principios del año 2012, después de esto no se lanzó ni creó ningún tipo de estrategias para promocionar los servicios de la Agencia.

5.02 Descripción de la herramienta

La publicidad es una forma de comunicación muy común en la actualidad que se utiliza para promocionar y vender un determinado tipo de bien o servicio, la publicidad es muy importante en nuestra sociedad, si tenemos en cuenta, que tanto grandes empresas como particulares necesitan publicitar sus productos o servicios a diversos niveles de masividad social, se tiene diversos medios de comunicación, también tenemos espacios designados a productos publicitarios como: shoppings, supermercados, negocios.

La publicidad se basa en una idea que llegue claramente al público, ya que un producto o servicio se puede hacer más conocido y por lo tanto tendrá más posibilidad

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

de ser consumido o solicitado, ser conocido no es suficiente, lo importante para la publicidad es ser reconocido.

De este modo la tarea de la publicidad es convertir a un producto, un objeto, un bien o un servicio en algo que se distingue del resto y que busca llegar a un determinado tipo de público por medio de una campaña publicitaria.

Una campaña publicitaria es un plan de publicidad conformado por diferentes estrategias, creando una serie de anuncios diferentes, los que están relacionados, y aparecen en diversos medios durante un periodo específico.

La campaña está diseñada de forma estratégica para llegar a un grupo objetivo y resolver un problema comunicacional, se trata de una estrategia a corto plazo que por lo general tiene un tiempo de duración de 6 meses o un año

Es por lo que se ha visto en la necesidad de implementar una Campaña Publicitaria, para así dar solución a los problemas comunicacionales que tiene la agencia, con lo que se pretende lograr un mejor posicionamiento de la agencia en el mercado de la comunicación y la promoción de servicios, de esta manera se solucionara la baja demanda que tiene la agencia, beneficiando a sus propietarios y generando nuevos empleos.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03 Formulación del proceso de aplicación

5.03.01 BRIEF EMPRESARIAL

5.03.01.01 Nombre

AVANT Eventos y Negocios CIA. LTDA

5.03.01.02 Misión

AVANT EVENTOS Y NEGOCIOS CIA. LTDA. Es una empresa ecuatoriana especializada en brindar servicios de: Trade Marketing, Relaciones Públicas y Publicidad para el sector empresarial que comercializa productos de consumo masivo.

5.03.01.03 Visión

Posicionarnos como una marca líder en el mercado siendo la mejor opción entre la competencia preocupados en brindar excelencia en pro del éxito de nuestro cliente.

5.03.01.04 Valores Corporativos

- Mejora continua.
- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Lealtad.
- Competencia leal.
- Integridad.
- Pro actividad.
- Búsqueda permanente de la excelencia.
- Respeto de los derechos laborales de nuestras colaboradoras.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.01.05 Matriz Foda

Nombre: Matriz Foda

TABLA 8

Análisis Externo	Fortalezas	Debilidades
	- Es una empresa nueva en el mercado. - Ofrece varios servicios para dar solución a necesidades comunicacionales.	- Por falta de información la Agencia ha pasado desapercibida - No se han realizado campañas de posicionamiento
Análisis Interno	Oportunidades	Amenazas
	- Expandirse en el mercado - Existe un target muy amplio	- Existe mucha competencia en el mercado - El cliente prefiere los servicios de Agencias posicionadas en el mercado

5.03.01.06 Grupo objetivo

Edad

- 30 a 50 años

Sexo

- Ambos

Nivel Socio-Económico

- B, C+, C-

Situación Geográfica

- Ecuador
- Quito
- Norte de la ciudad

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.01.07 Problemas comunicacionales

Información

Avant, al ser una empresa nueva en el mercado comunicacional, no ha desarrollado estrategias para informar los servicios que ofrece a su cliente potencial, por lo cual ha pasado desapercibida en el medio.

Persuasión

Avant, como empresa, no ha generado estrategias persuasivas, para captar nuevos clientes que tengan necesidades comunicacionales en el medio.

Posicionamiento

Al no haberse promocionado comunicacionalmente, Avant tiene un posicionamiento Nulo en el medio.

Mantenimiento

No se han manejado estrategias de recuerdo, sobre los servicios que ofrece al medio la empresa Avant.

5.03.01.08 Objetivos comunicacionales

Información

Se generarán estrategias comunicacionales, con la finalidad de informar al cliente potencial, todos los servicios que ofrece como Agencia de Publicidad. Mediante: Flyers, Dópticos.

Persuasión

La agencia persuadirá al anunciante mediante estrategias creativas, difundiendo la calidad de los servicios que presta AVANT. Portafolio empresarial.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

Posicionamiento

Posicionar, la imagen de Avant y los servicios que ofrece, mediante el manejo de un e-mailing, creación de un blog promocional, y redes sociales.

Mantenimiento

Para mantener la marca en la mente del cliente, necesitamos generar un recuerdo en el mismo, por lo que con la ayuda de material POP, el cual este enfocado a los diferentes microempresarios, como son restaurantes, bazares, panaderías, ferreterías, etc, se obsequiara recuerdos que estén acorde con su actividad comercial.

5.03.02 Estrategia creativa

5.03.02.01 Beneficios Racionales

Calidad, presencia, eficacia, puntualidad, información, competitividad.

5.03.02.02 Beneficios Emocionales

Seguridad, confianza, honestidad, innovación, creatividad, satisfacción.

5.03.02.03 Mensaje Básico

Avant, creatividad e innovación, en la entrega de sus servicios.

5.03.02.04 Tono

Indiferente

5.03.02.05 Estilo

Formal

5.03.02.06 Reason Why

Se ha utilizado una estrategia creativa la cual da connotar y denotar todos los beneficios que presta la agencia, en el mensaje básico resaltamos la innovación y creativi-

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

dad de los servicios, teniendo un tono indiferente, se llega directamente al cliente diferenciándose de las demás agencias.

5.03.02.07 Eje de campaña

Avant, ideas creativas

5.03.02.08 Slogan de campaña

Creando Innovación.

5.03.03 Diseño de Piezas Graficas

5.03.03.01 Flyers

A.I.D.A

El termino AIDA es un modelo clásico que describe los efectos que produce secuencialmente un mensaje publicitario.

Son cuatro escalones que el cliente debe subir ordenada y progresivamente, para tomar la decisión de comprar un producto bien o servicio.

ATENCIÓN: Sorprender, llamar nuestra atención; de ahí la búsqueda constante de la novedad, el derroche constante de creatividad de algunas de las imágenes publicitarias.

INTERÉS: Despertar el interés; de nuevo la creatividad, la espectacularidad, las técnicas visuales...

DESEO: Lógicamente tienen que despertar nuestro deseo, por ello la insistencia en las mejoras sociales, estéticas, éxitos personales,...que se supone derivan del uso de los productos anunciados.

ACCIÓN: Al fin y al cabo, se entiende que el cliente debería comprar el producto. Para no fracasar en esta última fase, se trata de facilitarle en lo máximo posible la operación misma de la compra. Para ello, los formularios de pedido que ya vienen impresos con los datos más importantes, como la dirección del cliente, resultan ser un buen recurso.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

Nombre: Flyers
FIGURA 7



A. Se llama la atención por medio de los colores, también se observa un foco que connota ideas y creatividad, la ubicación de los servicios capta la atención del cliente.

I. Se tiene un manejo de los servicios en una forma de collage con lo que se crea interés, la creatividad está dada con la representación del foco, y así se da más interés al cliente potencial.

D. Al manejar los servicios principales con letras mayúsculas, se crea deseo en los mismos, lo que se complementa con los servicios secundarios que están en letras minúsculas, al tener en el retiro el logo de la agencia se sabe quién creo esta pieza gráfica.

A. Se ubica direcciones, pagina web, redes sociales, con lo que se llama la atención al cliente y así este sepa donde solicitar los servicios de la agencia.

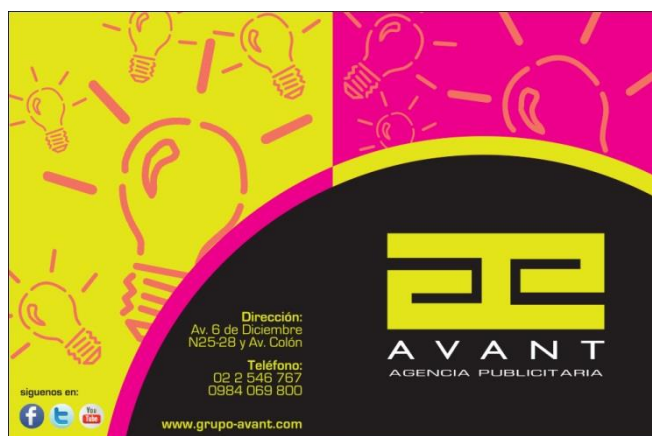
5.03.03.02 Dípticos

Nombre: Dípticos
FIGURA 8



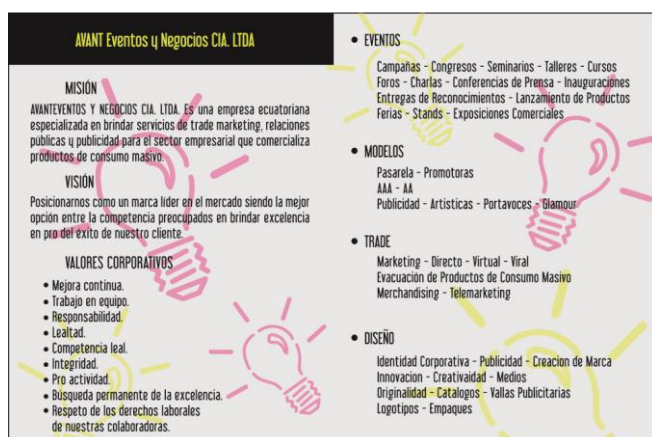
A. Se llama la atención por medio de los colores, en la portada se observa el logo de la agencia, y el cual llama la atención por su imponente.

I. En la parte interna del díptico se maneja una breve información de la agencia la cual causa interés en solicitar los servicios de la agencia.



D. Al tener una buena distribución de los servicios que presta la agencia se provoca el deseo de solicitarlos por parte del cliente.

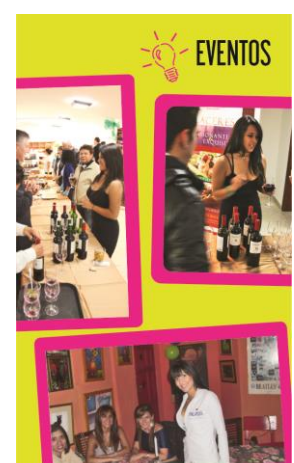
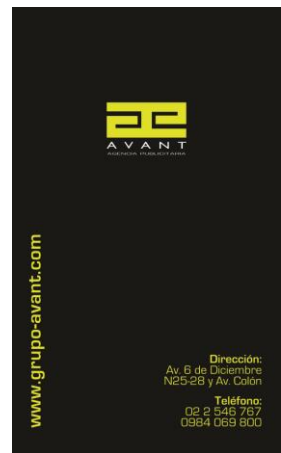
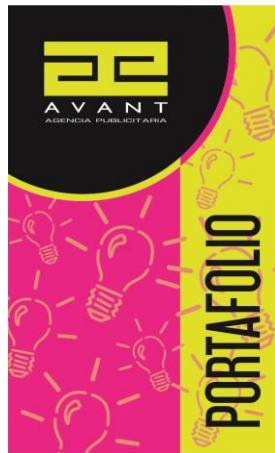
A. Al ubicar direcciones, pagina web, redes sociales, se genera acción en el cliente para que sepa donde solicitar los servicios de la agencia.



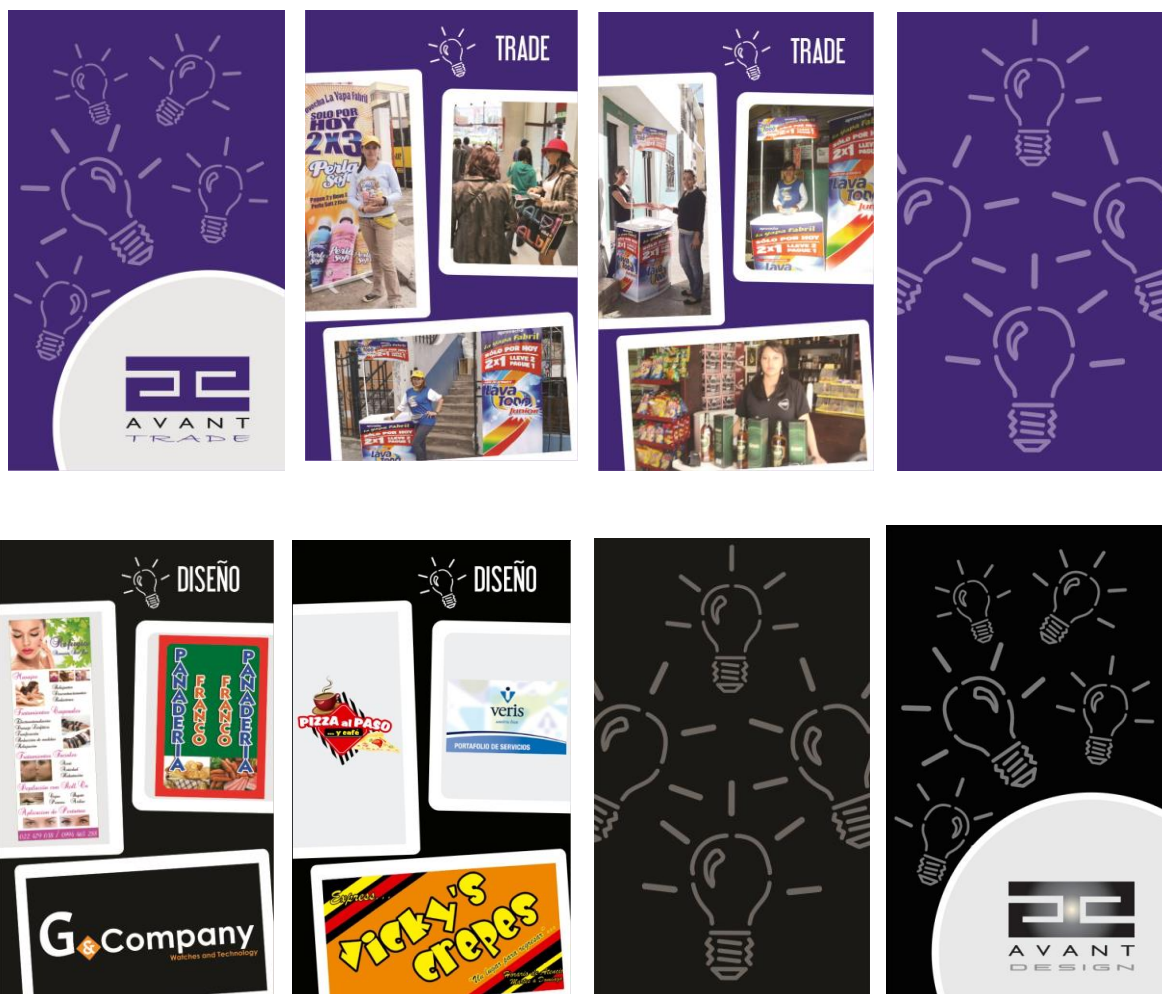
El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.03.03 Portafolio

Nombre: Portafolio
FIGURA 9



El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.



Se ha conformado un portafolio de servicios en el cual se maneja los colores de las subdivisiones de logotipos que tiene la agencia, se continúa utilizando la creatividad y la innovación para así dar una visión diferente de los servicios que presta la agencia.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.03.04 E-Mailing

Nombre: E.mailing

FIGURA 10



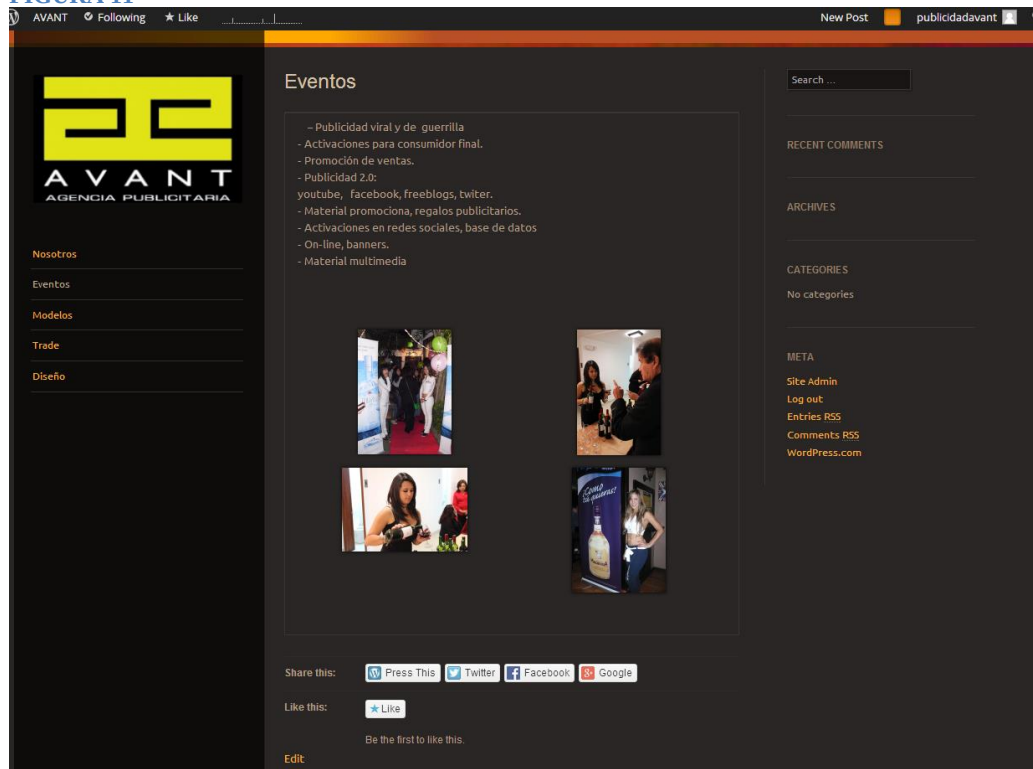
Es una pieza gráfica formal, la cual será distribuida por medio del internet, se maneja de manera elegante y llamativa, se sigue manteniendo los colores corporativos de la empresa.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.03.05 Blog Promocional

Nombre: Blog Promocional

FIGURA 11



Con la creación de un blog promocional se podrá llegar de manera directa y dinámica a los clientes, los cuales tendrán la información necesaria de los servicios que presta la agencia.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.03.06 Redes Sociales (Facebook)

Nombre: Redes Sociales (Facebook)

FIGURA 12



Se propone el uso de redes sociales (Facebook), ya que es un soporte, por el cual, se logra abarcar gran parte del grupo objetivo. Además es un medio efectivo para transmitir toda la información necesaria de los servicios que presta AVANT

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.03.07 Material POP

Nombre: Material POP

FIGURA 13



Se plantea material P.O.P. ya que es una estrategia muy, al momento de generar recordación de la imagen empresarial en el grupo objetivo

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.04 PLAN Y ESTRATEGIA DE MEDIOS

5.03.04.01 Medios Principales

- Flyers
- Dípticos
- Portafolio empresarial.

5.03.04.02 Medios Secundarios

- E-mailing
- Blog promocional
- Redes sociales

5.03.04.03 Medios Auxiliares

- Material P.O.P

5.03.04.04 Flow Chart

Nombre: Flow Chart
TABLA 9

Medio	Soporte	V Total
Medio Principal	Flyers Dípticos Portafolio Empresarial	\$ 644.00
Medio Secundario	E-mailing Blog promocional Redes sociales	\$ 504.00
Medio Auxiliar	Material Pop	\$ 112.00
Valor total de la campaña		\$ 1260.00

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

5.03.04.05 Presupuesto de Campaña

Nombre: Presupuesto de Campaña

TABLA 10

SopORTE	V. Unitario	Cantidad	12% IVA	Inversión To- tal
Medios Princi- pales				
Flyers	\$ 0.15	1000	\$ 18.00	\$ 168.00
Dípticos	\$ 0.30	1000	\$ 36.00	\$ 336.00
Portafolio Em- presarial	\$ 25.00	5	\$ 15.00	\$ 140.00
Medios Secun- darios				
E-mailing	\$ 150.00	1	\$ 18.00	\$ 168.00
Blog promocio- nal	\$ 200.00	1	\$ 24.00	\$ 224.00
Redes Sociales	\$ 100.00	1	\$ 12.00	\$ 112.00
Medio Auxiliar				
Material POP	\$ 10.00	10	\$ 12.00	\$ 112.00
Valor Total de la Campaña				\$ 1260.00

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CAPITULO VI: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

6.01.01 Recursos Técnicos

Nombre: Recursos Técnicos

TABLA 11

EQUIPO	CARACTERISTICAS
Computador Hewlett-Packard	Modelo: HP Pavilion dm4 Notebook Pc Procesador: Intel Core i5 Velocidad: 2.40 GHz Memoria RAM: 4.00 GB Tipo de sistema: Sistema Operativo 64 Bits
PROGRAMAS	APLICACION
Adobe Ilustrador	Adobe Ilustrador CS6 este programa ayuda a realizar las piezas gráficas, a diagramar los diferentes esquemas de las mismas.
Adobe Photoshop	Adobe Photoshop CS6 programa que ayuda con la edición de imágenes, y a cambiar de formato los archivos para convertirlos en imagen con extensión jpeg.

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

6.01.02 Recursos Humanos

Nombre: Recursos Humanos

TABLA 12

NOMBRE	PARTICIPACIÓN
Lic. Diego Trujillo	Como crear una Campaña Publicitaria, diseño y creación de piezas graficas
Ing. Lizeth Guerrero	Planificación y Desarrollo del Proyecto
Hernán Pallo	Desarrollo y Ejecución del Proyecto

6.02 Presupuestos

6.02.01 Presupuestos de la Investigación

Nombre: Presupuesto de la Investigación

TABLA 13

DETALLE	VALOR
Impresiones	\$ 50
Material de Escritorio	\$ 15
Copias	\$ 10
Agua, Luz, Teléfono, Internet	\$ 20
Transporte	\$ 10
Empastado	\$ 15
CD	\$ 10
Imprevistos	\$ 25
TOTAL	\$ 147

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

6.01.02 Presupuesto de la Aplicación

Nombre: Presupuesto de la Aplicación
TABLA 14

Soporte	V. Unitario	Cantidad	12% IVA	Inversión Total
Flyers	\$ 0.15	1000	\$ 18.00	\$ 168.00
Dípticos	\$ 0.30	1000	\$ 36.00	\$ 336.00
Portafolio Empresarial	\$ 25.00	5	\$ 15.00	\$ 140.00
E-mailing	\$ 150.00	1	\$ 18.00	\$ 168.00
Blog promocional	\$ 200.00	1	\$ 24.00	\$ 224.00
Redes Sociales	\$ 100.00	1	\$ 12.00	\$ 112.00
Material POP	\$ 10.00	10	\$ 12.00	\$ 112.00
Valor Total				\$ 1260.00

6.03 CRONOGRAMA

Nombre: Cronograma
TABLA 15

TABLA 13

N°	ACTIVIDAD	RES- PONSAS- BLE	TIEMPO				RESULTADO ES- PERADO
			MES	SEMANA			
				1	2	3	4
1	Diagnostico	Hernán Pallo	Marzo			x	Aprobación del Pro- yecto
2	Cap I Antecedentes	Hernán Pallo	Junio		x		Situación Problema Antecedentes
3	Cap II Análisis de Involu- crados	Hernán Pallo	Junio				x Identificación Involucrados Análisis y Selección de Involucrados

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

4	Cap III Problemas y Objetivos	Hernán Pallo	Julio	x	x			Árbol de Problemas Árbol de Objetivos
5	Cap IV Análisis de Alternativas	Hernán Pallo	Julio			x	x	Acción e Identificación de Alternativas Tamaño, Localización del Proyecto Análisis Ambiental Análisis de Alternativas Diagrama de estrategias Construcción de Matriz de Marco Lógico
6	Cap V La Propuesta	Hernán Pallo	Agosto		x	x	x	Antecedentes Descripción Brief Publicitario
7	Cap VI Aspectos Administrativos	Hernán Pallo	Septiembre	x	x			Recursos Presupuesto Cronograma
8	Cap VII Conclusiones y Recomendaciones	Hernán Pallo	Septiembre			x	x	Referencias Bibliográficas
9	Entrega del Primer Borrador	Hernán Pallo	Octubre	x				Primera corrección del Proyecto
10	Entrega del proyecto Final	Hernán Pallo	Octubre				x	Proyecto terminado para la defensa

El Diseño Publicitario y la Promoción de Servicios, para la Agencia Publicitaria AVANT, creación de estrategias publicitarias para promocionar los servicios de la agencia.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 CONCLUSIONES

- Mediante una investigación de campo se llega a la conclusión, que al prestar la información necesaria al cliente este se interesa por solicitar los servicios que presta la agencia.
- Después de realizada la campaña se observa que el cliente tiene el conocimiento necesaria de los servicios que presta la agencia, así este tiene la satisfacción de solucionar sus problemas comunicacionales.
- Según los resultados obtenidos en la agencia se nota una mayor afluencia de clientes por lo que es notorio que la campaña ha llegado al grupo objetivo.
- Se pudo deducir que si no se presta una información clara no se tendrá una buena captación de clientes, por lo que la utilidad de la agencia puede disminuir .
- Por todo lo expuesto en los ítems anteriores se puede concluir que con una buena Campaña Publicitaria se tendrá una mejor aceptación en el mercado y se captará clientes para así posicionar la agencia en el mercado.

7.02 RECOMENDACIONES

- La campaña debe ser clara e innovara para llegar directamente al grupo objetivo.
- Las piezas graficas deben prestar la información necesaria y así el cliente tenga muy en claro los servicios que presta la agencia.
- La Agencia debe siempre tener un portafolio actualizado para así mostrar al grupo objetivo los servicios que se prestan para solucionar sus problemas comunicacionales.
- La información que se preste la agencia debe cumplir con los parámetros establecidos por la ley de comunicación.
- La Agencia debe actualizar cada 6 meses el su estrategia creativa y así seguir innovando el mercado en el cual presta sus servicios.

7.03 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Philip Jones John, Cuando la publicidad si funciona.
- Erickson B. F., Como dominar la publicidad: Introducción general a la publicidad.
- Kleppner`s Otto, Manual de publicidad.
- Figueroa Romero, Como hacer publicidad un enfoque teórico practico
- María Ángeles Gonzales, Curso de Publicidad
- David Ogilvy, Ogilvy & la publicidad
- Mario Pricken, Publicidad creativa: Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales
- (Chip & Dan Heath), Ideas que pegan
- <http://www.slideshare.net/AnaYamilethAlvaradoGomez5/aspectos-sociales-ticos-publicidad-2012>
- <http://decisionesoptimas.com/tesis/publicidad-plan-promocional/>

7.04 ANEXOS