

CAPITULO I	2
ANTECEDENTES	2
CONTEXTO	2
2.1 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	7

dd
dd
 dd

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1 CONTEXTO

La empresa METALTRONIC S.A. está ubicada al norte del distrito metropolitano de Quito en el sector de Carcelén Industrial, esta empresa está ligada a la realización de partes metálicas con gran beneficios de calidad, fue creada en el año 1972 con finalidad de dar a conocer en su totalidad sus productos a sus clientes, dicha empresa está conformada por un gran grupo de administración que guía la economía de la empresa con camino al futuro.

Hoy en día los problemas que enfrenta la empresa es la falta de difusión de los productos que ofrece, además existe mucha competencia el mercado lo cual afecta mucho en sus ventas, ya que esto genera la baja producción lo cual afectaría la economía.

Por lo general la empresa ha demostrado que existe un gran problema de difusión de los productos que ofrece, lo cual afecta su capital

De esta manera se está realizando su respectiva investigación de que la empresa necesita mostrarse en el mercado con el fin de dar a conocer sus productos a los clientes, generando una herramienta para la mayor difusión de sus productos, la cual influya que los clientes impacto visual de los producto y estas se vayan reflejando luego de darle solución a la problemática de la empresa haciendo que ésta incrementen sus ventas y

que pueda seguir ejerciendo su actividad y además que estos productos puedan mostrarse a nivel nacional como también internacional.

1.1.1 Datos informativos

1.1.2 Nombre del responsable o interlocutor:

Guillermo Landázuri - Gerente general y Accionista.

Dirección de la Organización:

Panamericana Norte km 5 ½, E3-90 y Cipreses.

Teléfono:

(539-2) 248 – 0350 / 248-0386 Fax (593-2) 247 – 3321 – Casilla: 1703 – 522

Dirección electrónica:

metaltronic_S.A@hotmail.com

1.1.3 Resumen de proyecto

La publicidad hoy en día con el transcurso del tiempo, ha ido evolucionando en nuevos soportes que benefician a las empresas que lo utilizan, llegando muchas veces con un mayor impacto al consumidor, dicha evolución se presenta debido a que los soportes actuales han pedido su efectividad.

Este trabajo presenta un estudio y análisis de un soporte especial, el cual será estudiado a través de todos los elementos que lo conforman, para así poder obtener propuestas metodológicas que permitan en su totalidad, determinar si su realización es el adecuado o el más indicado.

La empresa Industrial METALTRONIC S.A ubicada en el sector norte del distrito metropolitano de Quito, la cual se dedica a la realización de auto partes metálicas. Esta empresa no ha realizado ningún tipo de publicidad, lo cual hace que desconozca de este tema, por este motivo no cuenta con herramientas adecuadas de publicidad para lograr un impacto visual en el consumidor.

La empresa METALTRONIC S.A en la actualidad ha sufrido una disminución de ventas y clientelas lo cual perjudica al desarrollo del establecimiento, por estas razones se ha buscado soluciones que le permitan desarrollar la problemática que tiene actualmente, realizando un análisis identificando causas y efectos de la empresa para llegar al problema.

1.2 Justificación del proyecto

El proyecto tiene como finalidad implementar el trabajo de investigación dentro del campo publicitario, se pretende incrementar el flujo de ventas y reconocimientos generando mayores ingresos para el desarrollo empresarial, resolviendo de esta manera el problema de la investigación.

Este proyecto es muy importante para la empresa, ya que a través de este se puede fomentar la publicidad con el fin de aumentar las ventas de forma directa, consiguiendo los objetivos planteados, ya que con el desarrollo se obtendrá progreso económico generando mayor aceptación en el mercado.

En lo que consiste la factibilidad del proyecto se involucra factores sociales y económicos permitiendo considerar un modo adecuado para las necesidades del empresario y de clientes.

El presente trabajo se asumirá el enfoque metodológico interpretativo, por el contenido teórico práctico de la investigación, que se encuentran en el área del conocimiento.

1.3 Formulación del problema

Con la realización del catálogo publicitario se lograra contribuir publicitariamente a la Empresa METALTRONIC S.A ubicado en el norte del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013, ofreciendo los productos de auto partes en su totalidad, para llegar a tener reconocimiento y posicionamiento en el mercado.

1.4 Definición del problema central (Matriz T)

¿Se logrará a través del diseño del catálogo promocionar a la empresa Metaltronic S.A, para obtener un reconocimiento y posicionamiento en los consumidores e incrementar sus ventas?

Como parte del proceso de planificación institucional, se obtendrá de manera definida al grupo objetivo ya que por el medio de la difusión correcta llamaremos la atención causando interés en conocer los servicios ofertados. Cumpliendo las metas establecidas en el plan, conjuntamente con las funciones que realiza la empresa.

Se impulsará un sistema de participación que permita integrar, de manera efectiva, las aspiraciones en la sociedad junto al proceso de involucrados de dicho proyecto.

Se estudiara con profundidad la necesidad de la sociedad guiándonos con mira al futuro como empresa.

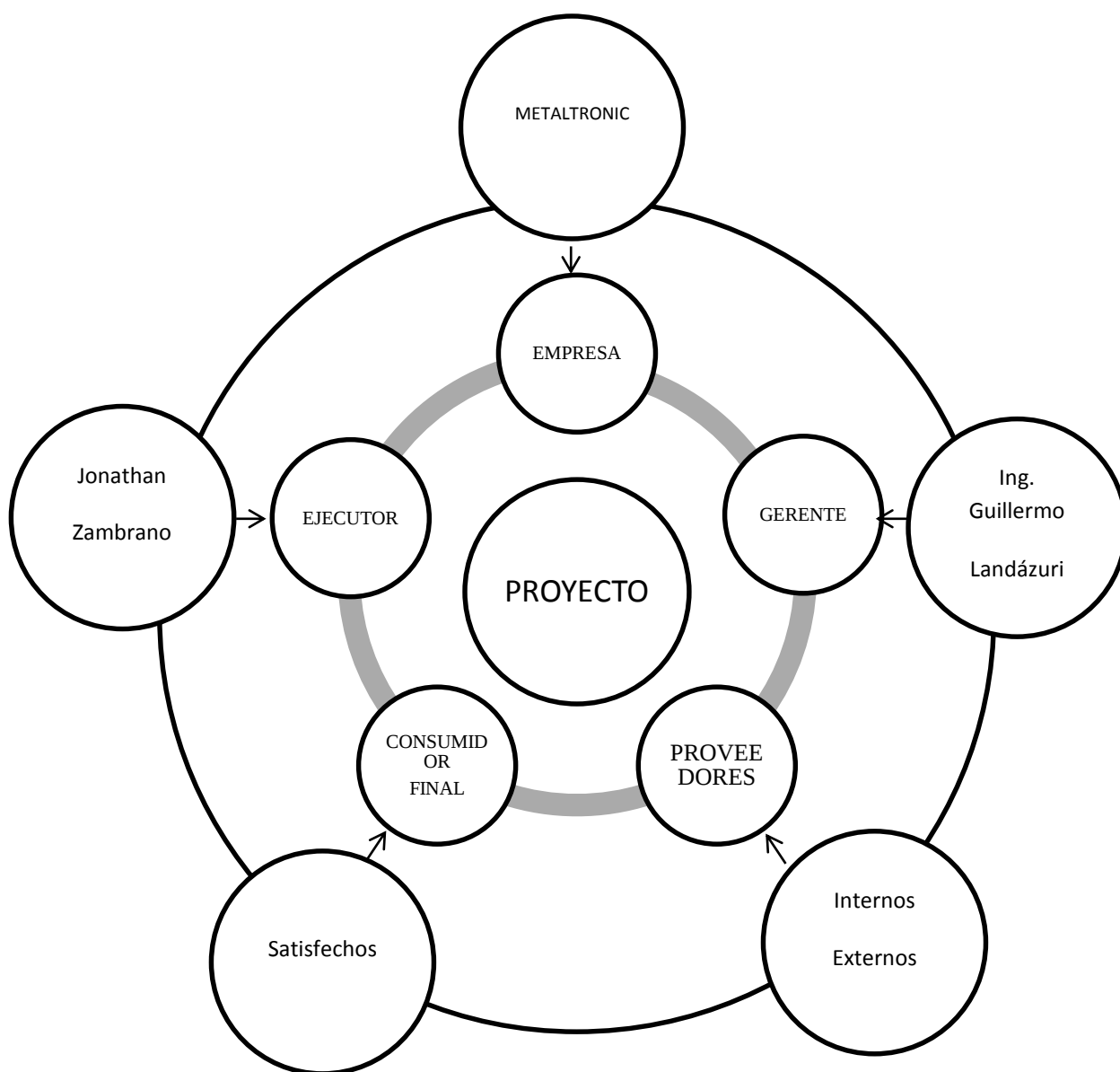
Se dirigirá la campaña publicitaria, a un grupo objetivo socialmente alto, para luego progresivamente ir dirigiéndola hacia un grupo objetivo más extenso. Esto permitirá abrir nuevos caminos en el industria metalmecánica, y por lo tanto abrirá nuevas reformas para la empresa con la par de la publicidad muy bien manejada mirara hacia un buen desenvolvimiento a futuro con éxito profesional.

CAPÍTULO II

2.1 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Identificación de Involucrados

cuadro: 1



2.2 Análisis y Selección con los involucrados

cuadros: 2

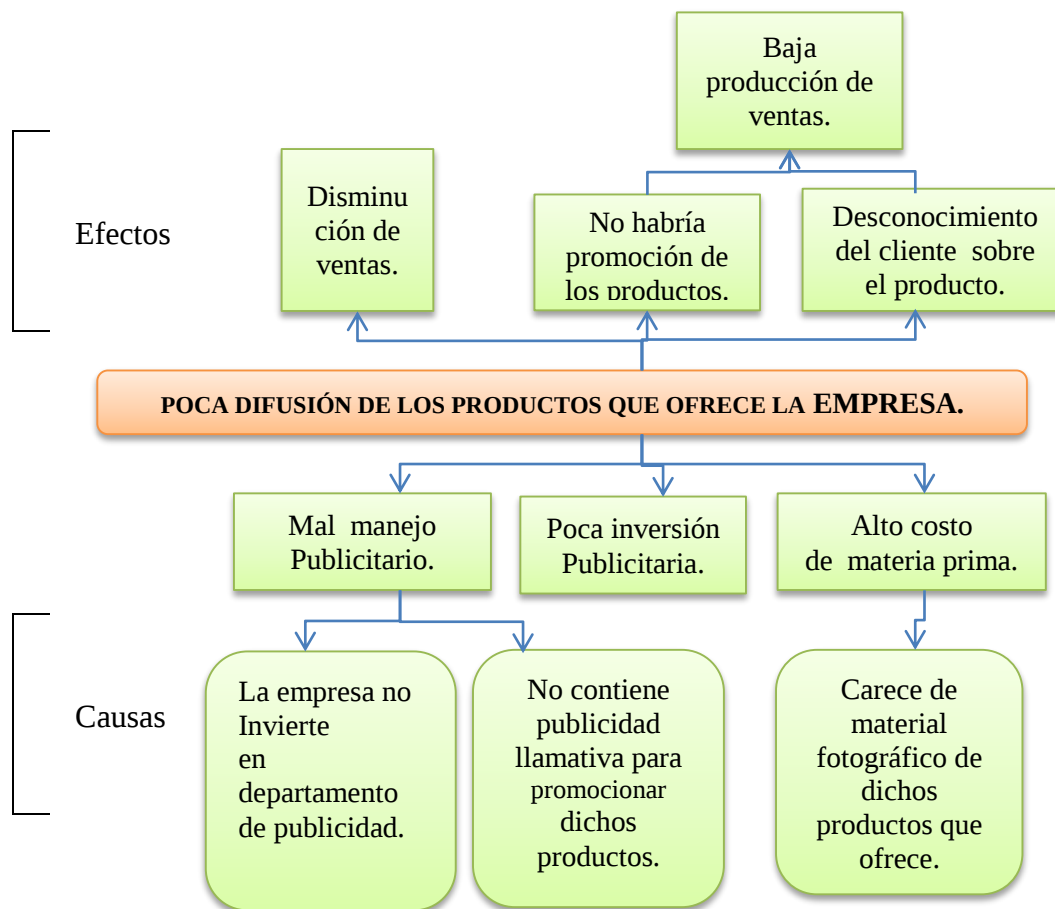
Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
EJECUTOR Jonathan Zambrano	El interés es porque se quiere dar una mejor solución para la empresa METALTRONIC	Los problemas que se perciben es la falta de difusión para la empresa.	Conocimientos de diseño gráfico, creativo	El interés es porque es parte de la realización del proyecto el cual va a ser exitoso.	Que no acepten la propuesta del proyecto.
Gerente	El interés es porque se requiere que la empresa METALTRONIC genere mejores ventas y sea reconocida en el mercado.	Poca difusión de los productos que ofrece la empresa.	Recursos económicos.	Que el proyecto de solución a los problemas que se tienen en la empresa.	Ninguno.
EMPRESA METALTRONIC	Dar a conocer al Mercado sobre los productos y servicios que ofrece, obteniendo más reconocimiento y mejorar sus ventas	La falta de conocimiento de los productos y servicios que ofrece la empresa.	Recursos económicos.	Generar demanda de ventas de sus productos y servicios	Competencia.
PROVEEDORES	Obtener más proveedores dándoles a conocer los productos que realiza la empresa.	Falta de información publicitaria.	Necesitaremos recursos económicos, y conocimiento de diseño gráfico.	Generar el aumento de proveedores.	Competencia publicitaria.
CONSUMIDOR FINAL	Información real sobre los servicios Y PRODUCTOS que ofrece la empresa METALTRONIC S.A	Desconocimiento de todos los productos y servicios que ofrece la empresa.	Interés, recursos económicos para adquirir los productos.	Adecuado manejo de la venta de los productos.	Necesidades del consumidor.

CAPITULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

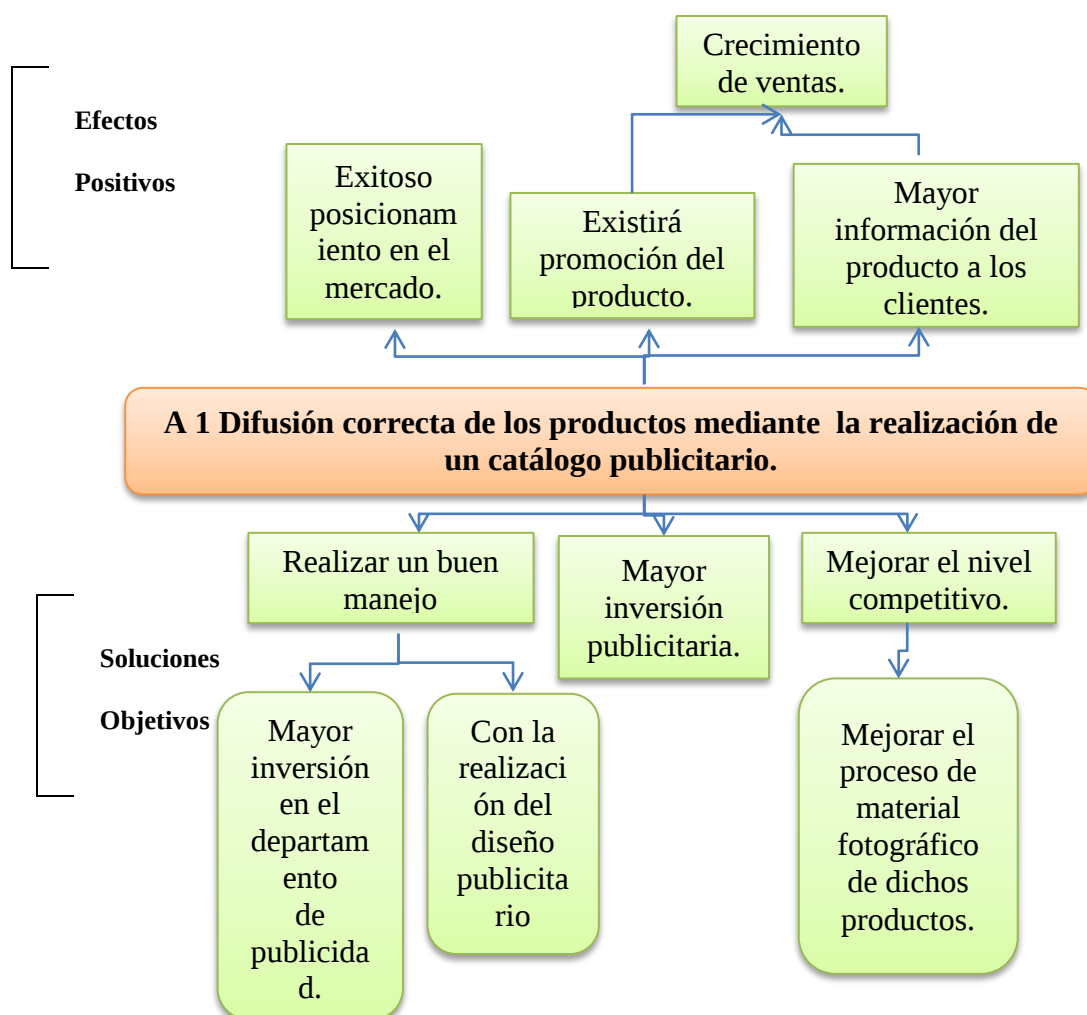
3.1 Árbol de problema

cuadro: 3



3.2 Árbol de objetivos

cuadro: 4

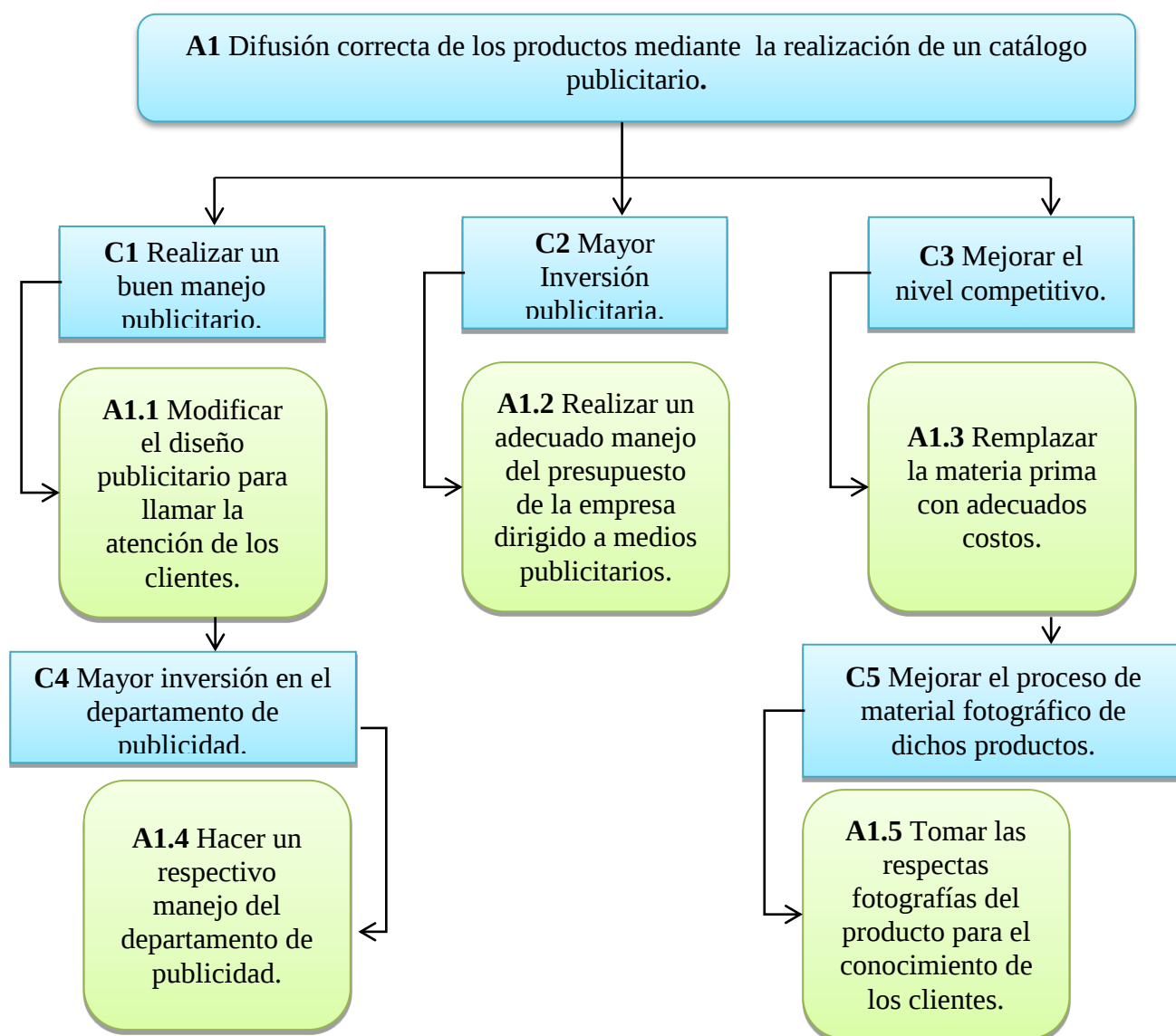


CAPITULO IV

ANALISIS DE ALTERNATIVAS

4.1 Acciones e identificación de alternativas

cuadro: 5



4.2 Tamaño del proyecto

Según el problema que tiene la empresa Metaltronic, se realizó el planteamiento que la demanda de clientes se encuentra alrededor del sector de Carcelén y también fuera de la ciudad de Quito la cual se difundiremos la publicidad a través del catálogo publicitario. El área aproximada del tamaño del proyecto es de 67 m²

4.3 Localización del proyecto

La localización de dicho proyecto se encuentra en el sector de Carcelén industrial en el sector del distrito metropolitano.

4.4 Análisis ambiental

Impacto negativo

Se ha definido que existirán impactos negativos que causen el catalogo publicitarios:

En su totalidad los clientes al obtener el catalogo publicitario, a través del tiempo se desaceran de dicho producto lo cual causara un daño al medio ambiente por el grado de papel y su impresión que se ha utilizado.

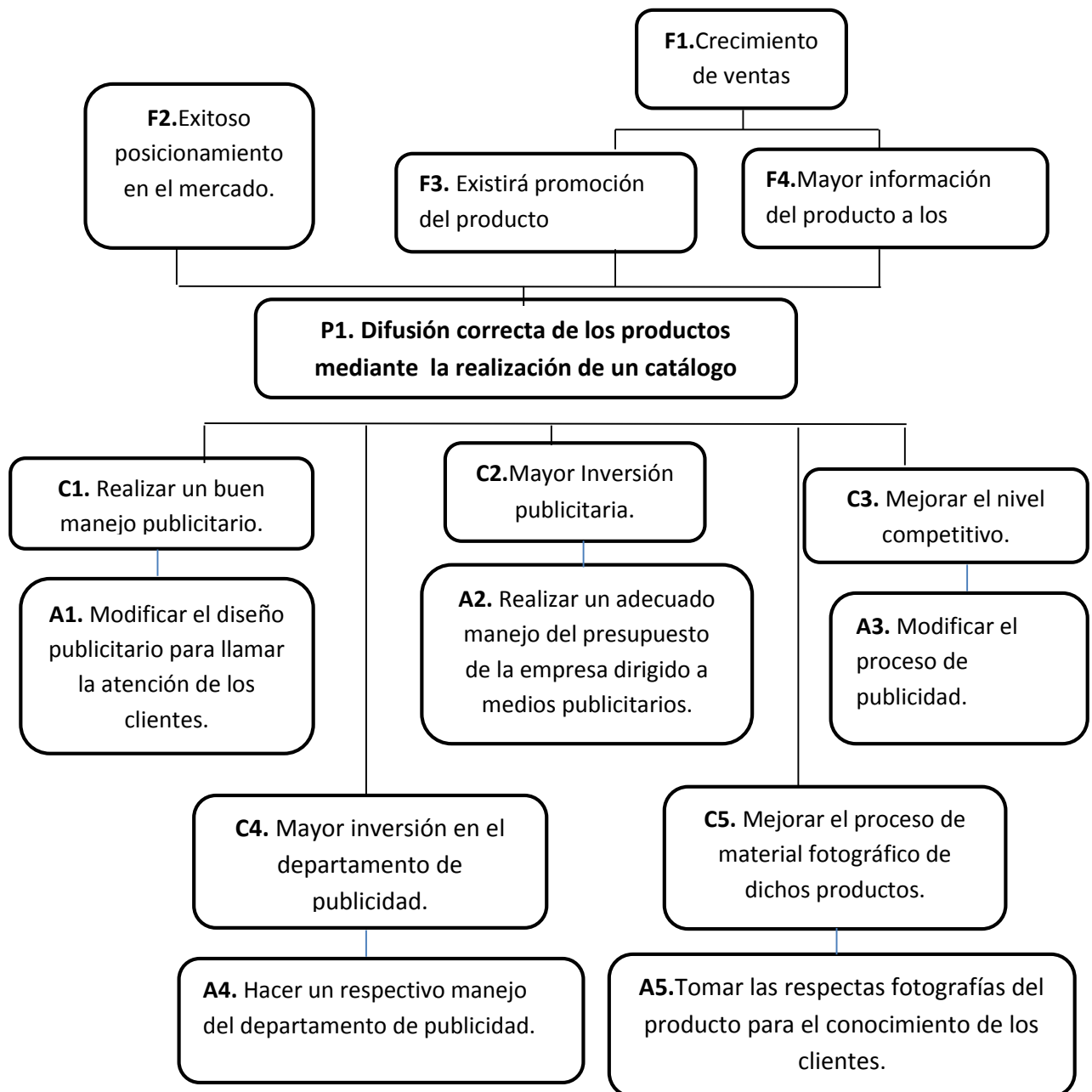
4.5 Análisis de alternativa

cuadro: 6

OBJETIVOS	Impacto Sobre el propósito	Factibilidad técnicas	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	total	categoría
Realizar un buen manejo publicitario	5	5	5	4	5	24	alta
Mayor inversión en el departamento de publicidad	5	5	4	5	3	22	alta
Con la realización del diseño publicitario llamaremos la atención de los clientes.	5	5	5	5	4	24	alta
Mayor Inversión publicitaria.	5	5	5	4	5	24	alta
Mejorar el nivel competitivo	5	5	5	5	5	25	alta
Mejorar el proceso de material fotográfico de dichos productos.	5	5	5	5	4	24	alta

4.6 Diagrama de estrategias

cuadro: 7



4.7 CONSTRUCCIÓN DE MATRIZ DE MARCO LÓGICO

a. Revisión de Criterios para los Indicadores

cuadro: 8

nive l	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			cantidad	calidad	tiempo	lugar	Grupo social
FIN	F1.Cresimiento de ventas	Reporte de incremento de ventas en la empresa.	100%	Buenos comentarios	6 meses	Carcelén	sociedad
	F2. Exitoso posicionamiento en el mercado.	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	100%	Satisfacción de los clientes.	6 meses	Carcelén	sociedad
	F3. Existirá promoción del producto	Presentación de piezas gráficas para la presentación	100%	Elogios empresariales	6 meses	Carcelén	sociedad
	F4.Mayor información del producto a los clientes.	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	100%	Buenos comentarios	6 meses	Carcelén	sociedad

nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			cantidad	calidad	tiempo	lugar	Grupo social
Propósito	P1Difusión correcta de los productos mediante la realización de un catálogo PUBLICITARIO.	La difusión del proyecto va a lograr un mejor posicionamiento en el mercado	100%	Buenos comentarios	6 meses	Carcelén	sociedad

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
Componentes	C1. Realizar un buen manejo publicitario	C 1.1 Aumento de ventas.	100%	Buenos comentarios	6 meses	Carcelén	sociedad
	C2 Mayor Inversión publicitaria.	C 2.1 Todo el grupo objetivo conoce de la empresa.	100%	Satisfacción de los clientes.	6 meses	Carcelén	sociedad
	C3 Mejorar el nivel competitivo.	C 3.1 Mayor reconocimiento del grupo objetivo, en calidad de empresa.	100%	Elogios empresariales	6 meses	Carcelén	sociedad
	C4. Mayor inversión en el Departament o de publicidad.	C 4.1 Nuevas propuestas de publicidad.	100%	Muy buena	6 meses	Carcelén	sociedad
	C5. Mejorar el proceso de material fotográfico de dichos productos.	C 5.1 Mayor atracción del producto hacia el consumidor.	100%	Excelente	6 meses	Carcelén	sociedad

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
Actividades	A.1 Modificar el diseño publicitario para llamar la atención de los clientes.	Generar aumento de ventas.	100%	Buenos comentarios	6 meses	Carcelén	sociedad
	A.2 Realizar un adecuado manejo del presupuesto de la empresa dirigido a medios publicitarios .	Aumentar mayormente la publicidad.	100%	Satisfacción de los clientes.	6 meses	Carcelén	sociedad
	A3. Modificar el proceso de publicidad.	Crear mayor competencia.	100%	Elogios empresariales	6 meses	Carcelén	sociedad
	A4. Hacer un respectivo manejo del departament o de publicidad	Generar mayor impacto en calidad de empresa.	100%	Muy buena	6 meses	Carcelén	sociedad
	A5. Tomar las respectivas fotografías del producto para el conocimient o de los clientes.	Generar impacto visual al grupo objetivo.	100%	Excelente	6 meses	Carcelén	sociedad

b. Selección de Indicadores
cuadro: 9

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
Fin	F 1 Crecimiento de ventas	Reporte de incremento de ventas en la empresa.	X	X	X	X	X	5	SI
	F2 Exitoso posicionamiento en el mercado.	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa		X	X	X	X	4	SI
	F3 Existirá promoción del producto	Presentación de piezas gráficas para la presentación	X	X	X	X	X	5	SI
	F4 Mayor información del producto a los clientes.	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	x	x	x	x	x	5	SI

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
Propósito	P1 Difusión correcta de los productos mediante la realización de un catálogo PUBLICITARIO.	P 1 La difusión del proyecto va a lograr un mejor posicionamiento en el mercado	X	X	X	X	X	5	SI

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
Componentes	C1. Realizar un buen manejo publicitario	Aumento de ventas	X	X	X	X	X	5	SI
	C2. Mayor Inversión publicitaria.	Llegar al consumidor con su totalidad		X	X	X	X	4	SI
	C.3 Mejorar el nivel competitivo.	Mayor reconocimiento En calidad de empresa	X	X	X	X	X	5	SI
	C.4 Mayor inversión en el Departament o de publicidad.	Nuevas propuestas de publicidad	X	X	X		X	4	SI
	C.5 Mejorar el proceso de material fotográfico de dichos productos.	Mayor atracción del producto hacia el consumidor.	X	X	X	X	X	5	SI

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
Actividades	A1. Modificar el diseño publicitario para llamar la atención de los clientes.	Generar aumento de ventas	X	X		X	X	4	SI
	A2. Realizar un adecuado manejo del presupuesto de la empresa dirigido a medios publicitarios.	Aumentar mayormente la publicidad.		X		X	X	3	SI
	A3. Modificar el proceso de publicidad.	Crear mayor competencia.	X	X	X	X	X	5	SI
	A4. Hacer un respectivo manejo del departamento de publicidad	Generar mayor impacto en calidad de empresa.	x	X	X		X	4	SI
	A5. Tomar las respectivas fotografías del producto.	Generar impacto visual al grupo objetivo.	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se pueden observar

D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos

E: Es representativo

c. Medios de Verificación

cuadro: 10

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODO DE RECOPIACIÓN	MÉTODO DE ANÁLISIS	FRECUENCIA DE RECOLECCIÓN	RESPONSABLE
Fin	F1 Crecimiento de ventas	Reporte de incremento de ventas en la empresa.	Clientes	Observación	Análisis de venta	6 meses	Ejecutor
	F2 Exitoso posicionamiento en el mercado .	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Catálogo publicitario	Focus group	Análisis de venta	6 meses	Ejecutor
	F3 Existirá promoción del producto	Presentación de piezas gráficas para la presentación	Catálogo publicitario	Observación	Análisis de venta	6 meses	Ejecutor
	F4 Mayor información del producto a los clientes.	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Catálogo publicitario	Observación	Estadística	6 meses	Ejecutor

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODO DE RECOPIACIÓN	MÉTODO DE ANÁLISIS	FRECUENCIA DE RECOLECCIÓN	RESPONSABLE
Propósito	P1 Difusión correcta de los productos mediante la realización de un catálogo PUBLICITARIO.	P 1 La difusión del proyecto va a lograr un mejor posicionamiento en el mercado	Opinión de los clientes.	Observación	Estadística	6 meses	Ejecutor

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODO DE RECOPIACIÓN	MÉTODO DE ANÁLISIS	FRECUENCIA DE RECOLECCIÓN	RESPONSABLE
Componentes	C1. Realizar un buen manejo publicitario .	Aumento de ventas	Clientes	Observación	Estadística	6 meses	Ejecutor
	C2. Mayor Inversión publicitaria .	Llegar al consumidor con su totalidad	Catálogo publicitario	Focus group	Análisis de venta	6 meses	Ejecutor
	C3. Mejorar el nivel competitivo .	Mayor reconocimiento En calidad de empresa	Catálogo publicitario	Observación	Análisis De venta	6 meses	Ejecutor
	C4. Mayor inversión en el Departamento de publicidad.	Nuevas propuestas de publicidad	Empresa	Focus group	Estadística	6 meses	Ejecutor
	C5. Mejorar el proceso de material fotográfico de dichos productos.	Mayor atracción del producto hacia el consumidor.	Clientes	Observación	Estadística	6 meses	Ejecutor

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODO DE RECOPIACIÓN	MÉTODO DE ANÁLISIS	FRECUENCIA DE RECOLECCIÓN	RESPONSABLE
Actividades	A1. Modificar el diseño publicitario para llamar la atención de los clientes.	Generar aumento de ventas.	Clientes	Focus group	Análisis De ventas	6 meses	Ejecutor
	A2. Realizar un adecuado manejo del presupuesto de la empresa dirigido a medios publicitarios.	Aumentar mayormente la publicidad	Catálogo publicitario	Observación	Análisis De venta	6 meses	Ejecutor
	A3. Modificar el proceso de publicidad.	Crear mayor competencia.	Catálogo publicitario	Focus group	Análisis De venta	6 meses	Ejecutor
	A4. Hacer un respectivo manejo del departamento de publicidad	Generar mayor impacto en calidad de empresa.	Empresa		Estadística	6 meses	Ejecutor
	A5. Tomar las respectivas fotografías del producto para el conocimiento de los clientes.	Generar impacto visual al grupo objetivo.	Clientes	Focus group	Estadística	6 meses	Ejecutor

d. supuestos

cuadro: 11

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	F1.Cresimiento de ventas	Puede existir un alza de precios del producto.	Puede existir disminución de ventas por altos costos.	Mal manejo de las reglas de la empresa	El cliente preferiría escoger nuevos productos de la competencia	Al generar el producto provocaría daño ambiental	El producto no se podría realizar por falta de material retenido.
	F2. Exitoso posicionamiento en el mercado.	Perder el posicionamiento en el mercado	Obtener bajos resultados financieros	Ley Obstrucción de publicidad en las vías públicas	Gente acostumbrada a costos beneficiosos.	No existe	No existe
	F3. Existirá promoción del producto	Sin promoción la venta de la mercadería sería exitosa	Con la promoción la obtendría buenas ganancias financieras.	No existe	Consumidor adaptado 100% de promociones	No existe	No existe
	F4.Mayor información del producto a los clientes.	Creación de sucursales nuevas	Se requiere incrementar las ventas para mejorar económicamente	No existe	Se podría incrementar los costos, y no sería de gusto al consumidor	No existe	No existe

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Propósito	P1 Difusión correcta de los productos mediante la realización de un catálogo PUBLICITARIO.	Podría realizarse otros tipos de publicidad para generar nuevas propuestas	Acoplar al presupuesto o que dispone la empresa.	Acoplarse al sistema de leyes publicitarias.	El consumidor final reconocerá los productos que ofrece la empresa.	Al generar el producto o provocaría daño ambiental	No existe

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
componentes	C1. Realizar un buen manejo publicitario	El consumidor estará satisfecho por el manejo publicitario	Realizar correctamente el manejo financiero.	Las leyes podrían prohibir la campaña de lanzamiento del catálogo	Buena acogida del catálogo publicitario.	No existe	No existe
	C2. Mayor Inversión publicitaria.	Gran reconocimiento en el campo empresarial.	Ajustarse al nivel económico que dispone la empresa.	Prohibición de leyes publicitarios.	Los clientes reconocerían fácilmente los productos que ofrece la empresa.	No existe	No existe
	C3. Mejorar el nivel competitivo.	Los productos podrían disminuir su precio.	Los productos podrían decaer por mal manejo financiero.	No existe	Podría existir disminución de personal empresarial.	No existe	Perdida absoluta del reconocimiento de la empresa.
	C4. Mayor inversión en el Departamento de publicidad.	Nuevos métodos creativos de diseño.	Gastos económicos de nuevo personal	No existe	Mejor acogida publicitaria al público	Desechos de papel publicitario	Exceso de material publicitario
	C5. Mejorar el proceso de material fotográfico de dichos productos.	Con las fotografías el producto obtendrá mayores ventas.	Realizar un buen manejo de presupuesto adecuado	No existe	Buena aceptación hacia los clientes	No existe	No existe

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	A1. Modificar el diseño publicitario o para llamar la atención de los clientes.	Mejor reconocimiento en el campo empresarial.	Realizar correctamente el manejo financiero.	Las leyes de prohibición publicitarias	Tendrá mayor acogida hacia el consumidor.	No existe	No existe
	A2. Realizar un adecuado manejo del presupuesto de la empresa dirigido a medios publicitarios.	Gran difusión publicitaria.	Altos gastos publicitarios.	No existe.	Los clientes reconocerán fácilmente el producto.	Contaminación de papel en el medio ambiente.	No existe
	A3. Modificar el proceso de publicidad.	Los productos podrían disminuir su precio	Los productos podrían decaer por mal manejo financiero.	No existe	Podría existir disminución de personal empresarial.	No existe	Perdida absoluta del reconocimiento de la empresa.
	A4. Hacer un respectivo manejo del departamento de publicidad	Nuevos métodos creativos de diseño.	Gastos económicos de nuevo personal	No existe	Mejor acogida publicitaria al público	Desechos de papel publicitario	Exceso de material publicitario
	A5. Tomar las respectivas fotografías del producto para el conocimiento de los clientes.	Con las fotografías el producto obtendrá mayores ventas	Realizar un buen manejo de presupuesto o adecuado	No existe	Buena aceptación hacia los clientes	No existe	No existe

Medios de verificación

cuadro: 12

MEDIOS DE VERIFICACION				
RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODOS DE ANÁLISIS	SUPUESTOS
F 1 Crecimiento de ventas	Reporte de incremento de ventas en la empresa.	Clientes.	Análisis de verificación	Puede existir un alza de precios del producto
F2 Exitoso posicionamiento en el mercado	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Catálogo publicitario	Análisis de verificación	Perder el posicionamiento en el mercado
F3 Existirá promoción del producto	Presentación de piezas gráficas para la presentación	Catálogo publicitario	Análisis de verificación	Sin promoción la venta de la mercadería no sería exitosa
F4 Mayor información del producto a los clientes	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Catálogo publicitario	Estadística	Creación de sucursales nuevas

MEDIOS DE VERIFICACION				
RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODOS DE ANÁLISIS	SUPUESTOS
P1 Difusión correcta de los productos mediante la realización de un catálogo PUBLICITARIO	P 1 La difusión del proyecto va a lograr un mejor posicionamiento en el mercado	Opinión de los clientes	Estadística	Podría realizarse otros tipos de publicidad para generar nuevas propuestas

MEDIOS DE VERIFICACION				
RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODOS DE ANÁLISIS	SUPUESTOS
C1. Realizar un buen manejo publicitario	Reporte de incremento de ventas en la empresa	Clientes	Análisis de verificación	El consumidor estará satisfecho por el manejo publicitario.
C2. Mayor Inversión publicitaria	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Catálogo publicitario	análisis de verificación	Gran reconocimiento en el campo empresarial
C3. Mejorar el nivel competitivo	Presentación de piezas gráficas para la presentación	Catálogo publicitario	análisis de verificación	Los productos podrían disminuir su precio
C4. Mayor inversión en el Departamento de publicidad	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Empresa	Estadística	Nuevos métodos creativos de diseño.

		MEDIOS DE VERIFICACION		
RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODOS DE ANÁLISIS	SUPUESTOS
A1. Modificar el diseño publicitario para llamar la atención de los clientes	Reporte de incremento de ventas en la empresa.	Clientes.	análisis de verificación	Mejor reconocimiento en el campo empresarial
A2. Realizar un adecuado manejo del presupuesto de la empresa dirigido a medios publicitarios.	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Catálogo publicitario	análisis de verificación	Gran difusión publicitaria
A3. Modificar el proceso de publicidad	Presentación de piezas gráficas para la presentación	Catálogo publicitario	análisis de verificación	Los productos podrían a disminuir su precio
A4. Hacer un respectivo manejo del departamento de publicidad	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Empresa	Estadística	Nuevos métodos creativos de diseño
A5. Tomar las respectivas fotografías del producto para el conocimiento de los clientes	Todo el grupo objetivo conoce de la empresa	Clientes.	Estadística	Con las fotografías el producto obtendrá mayores ventas

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

Con la aplicación de la propuesta se tomara mucho en cuenta el objetivo trazado de la empresa METALTRONIC S.A, que es la elaboración de un catálogo publicitario con el fin de generar una herramienta fundamental de publicidad con lo que puedan ofrecer y promocionar los productos que ofrece la empresa, generando un específica, visualización al grupo objetivo, lo cual se aportara con conocimientos de diseño.

Ya que la empresa quiere seguir evolucionando en nuevos soportes, que beneficien a la empresa llegando muchas veces con mayor impacto al consumidor.

Este trabajo presenta un estudio de investigación, todo implica que el catalogo será un medio de distribución, esta herramienta será explotada en su totalidad, para generar competencia, Por lo cual la empresa ha requerido realizar un catálogo publicitario para darse a conocer en el mercado.

5.2 Descripción de la Herramienta

En el catalogo publicitarios se encontrara toda la información de la empresa, con aspectos técnico y tecnológicos sobre todo los productos que ofrece.

Para la creación del catálogo publicitario se ha tomado en cuenta los siguientes pasos:

5.2.3 Boceto

Por medio de este método se realizara un dibujo realizado de forma esquemática del catálogo y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar idea. El bosquejo nos ayudara como una guía del proyecto, en este caso será la base de los pasos a seguir de esta forma el diseño implicara plasmar el pensamiento a través de esbozos realizados.

5.2.4 Machote

Realizaremos un machote ya que esto nos ayudara, a saber cuál es el prototipo final del catalogo con los dobleces y cortes finales que contendrá, para que el impresor pueda determinar qué páginas pertenecerán a un mismo pliego de papel, con lo que se agiliza, lo cual se hará más preciso el trabajo de imprenta.

5.2.5 Computadora

Como medio de ejecución se usara la computadora, ya que a través de los programas de ADOBE nos permitirá plasmar las piezas graficas del catálogo y visualizarlos de mejor manera.

5.2.6 Adobe Photoshop CS4

Se usará el programa Photoshop ya que este programa nos permitirá mejorar las imágenes ya sean realizando foto montajes, efectos, pintar, retocar y muchas cosas más, que se usaran en el proyecto realizado.

5.2.7 Adobe IllustratorCS4

Este programa nos ayudara a editar imágenes vectoriales, donde se podrá manipular los gráficos a nuestro gusto, también nos permite guardar imágenes de menor peso, dando un mejor desenvolvimiento en la mesa de trabajo, lo cual permitirá el desenvolvimiento del proyecto generando nuevas propuestas de diseño.

5.2.8 Adobe InDesign CS4

“Nos sirve para realizar la maquetación del catálogo, utilizando de mejor manera los cuadros de texto y las piezas gráficas, ya que nos ayuda a la digitación del proyecto puesto en marcha”¹

5.2.9 Impresiones Full color

Se usará la impresión full color ya que esta nos permitirá dar mejor visualización y generar impacto visual hacia el consumidor.

¹ (<http://armageddon-art.InDesing.net>), año 2008

5.2.1 Acabados

Los acabados serán los detalles del catálogo, que generara mayor acogida ya que será un medio de información que ayudara a los clientes.

5.3 Formulación del proceso de aplicación

Para la elaboración del diseño del catálogo publicitario hemos realizado un boceto con las partes de la estructura que va a tener dicho producto, ya que de este modo se encontrare las piezas gráficas de la estructura del catálogo, el siguiente paso será realizar la respectiva digitalización de dicho boceto.

Lo cual se hará uso de una computadora con el paquete de adobe, con los programas adecuados para la realización del diseño por este motivo se realizado en los siguientes programas, en primer lugar se usara el programa illustrator para realizar los diferentes elementos vectorizados, también realizaremos en el retoque de fotos el programa de Photoshop que nos permitirá realizar arreglos fotográficos generando majo visualización de dichos productos, ya concluido estos pasos. Usaremos al programa InDesign que es donde realizaremos la adecuada estructura del catálogo, por finalizar procederemos realizar la impresión full color y generalmente se dará los acabados respectivos.

5.4 Planificación

El catalogo publicitario sea trabajado ordenadamente, lo cual hemos adjuntado toda la información necesaria de la empresa.

Toda la información fue recopilada por parte de la gerencia de la empresa, lo cual ayudaría a la creación del medio de difusión.

Para la planificación del proyecto se observó las falencias de la empresa, ya que esto nos permitió resolver los problemas que está atravesando.

5.4.1 Propósito del proyecto

El proyecto tiene como propósito crear mayor difusión dándose a conocer como empresa y generar impacto visual de la marca, de esta manera generara incremento en el flujo de ventas para desarrollo de la empresa. Lo cual esto se realizara realizando excelentes productos para el uso del consumidor.

5.4.2 Tipos de publicaciones

El tipo de publicación será el “Catalogo publicitario” ya que es muy necesario realizar una profunda investigación sobre los requerimientos de la empresa, que permitió formular todos lo lineamientos creativos que guiaron al desarrollo de el mismo. Ya que este catálogo será la forma de llegar más rápido al consumidor final.

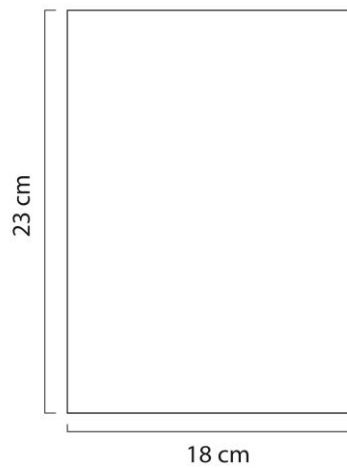
Las páginas interiores estarán ligadas con mucha información y con fotografías muy llamativas. Esto será realizado en el programa diesse constara de muchas fotografías con su respectiva información.

5.4.3 Temática

La temática que implantaremos es el diseño editorial, a través del “Catálogo publicitario” que será un medio impreso lo cual resaltaremos las partes metálicas que realiza en sí, El catalogo está ligado a fundamentar la calidad de empresa, lo cual el diseño de la portada será de mucha visualización para llamar la atención del consumidor.

5.4.4 Formato

Para la realización de los formatos se ha tomado en cuenta la dimensión y medida que tienen la mayoría de catálogos en nuestro país, lo cual sea llegado a una medida específica que será oficial, esta medida es de 23cm x 18cm



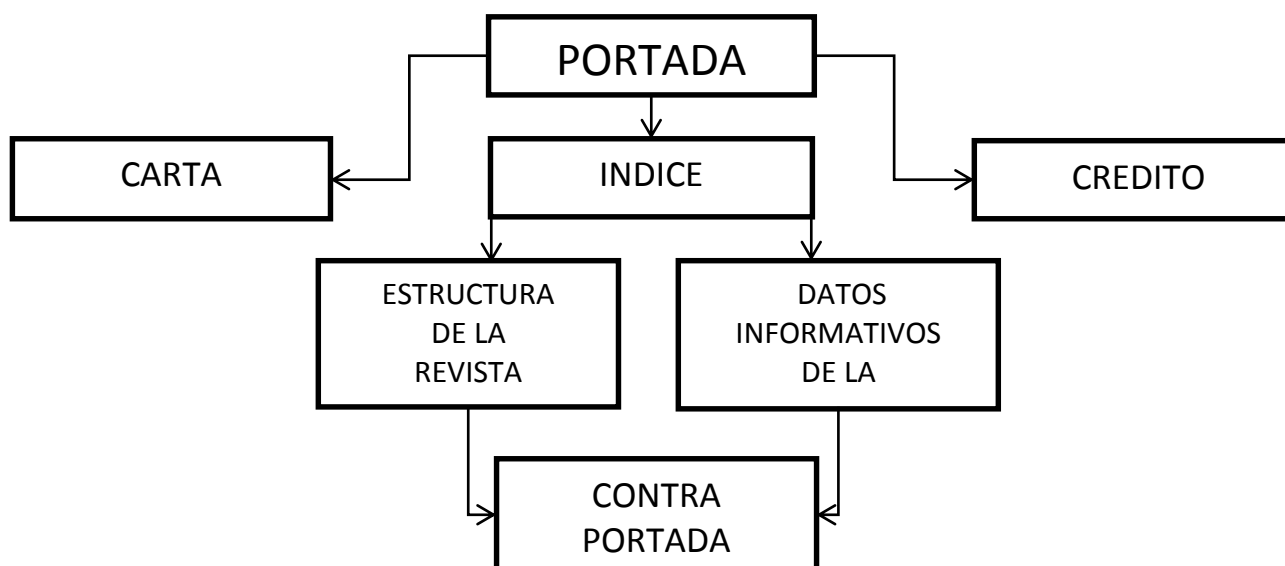
5.4.5 Número de páginas

El número de páginas que tendrá el catalogo publicitario será de 24 páginas, incluidas portada y contraportada. La impresión de dicho producto se realizara en papel couche mate de 115 gramos.

Las cuales obtendrán toda la información de la empresa seguida de un buen material fotográfico que llamara la atención del grupo objetivo, generando buena expectativa.

DESARROLLO

5.5 Mapa de contenidos



5.5.1 Índice de imágenes



Empresa Metaltronic S.A

dibujo: 1



Instalación de la empresa

dibujo: 2

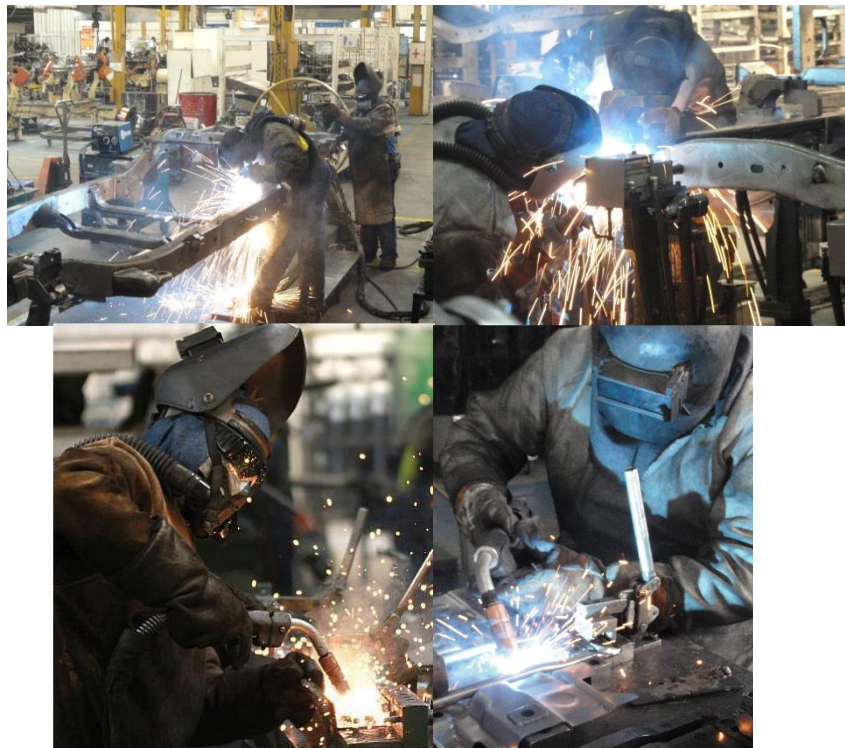


LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013



Troqueles de estampados, Troquel de 200 toneladas

dibujo: 3



Ensamble en conjunto

dibujo: 4



Área de ensamble de Moto partes

dibujo: 5



Ensamble

dibujo: 6



5.5.2 Estilo

“Se usará un estilo de fotografía realista que plasma lo que ve en forma directa, ya que dentro de este género se encuentra la fotografía documento”², que encontramos en los medios de información como el “Catalogo Publicitario” con el fin de demostrar los productos que ofrece y realiza la empresa Metaltronic s.a.

Se empleará una Cámara Digital, para la obtención de fotografías, con el fin de mostrar los productos que realiza la empresa en sí.

5.5.3 Páginas master o retícula

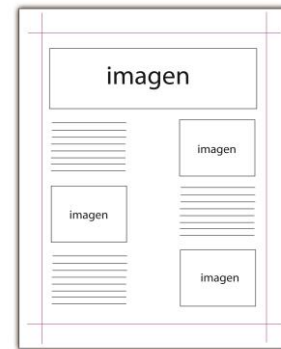
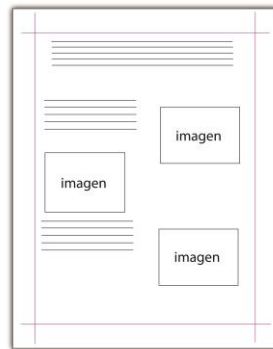
Márgenes

Margen	Medida
Superior	12,7 mm
Inferior	12,7 mm
Derecho	12,7 mm
Izquierdo	12,7 mm

² http://es.m.wikipedia.org/wiki/historia_de_la_fotograf

5.5.4 Columnas

En el catálogo se realizara diferentes columnas dependiendo la información que sea usada. Dependiendo también de las fotografías, la utilización de las columnas servirá para la colocación uniformemente del texto o imágenes como podemos apreciar.



5.5.5 Utilización de la tipografía

Es el elemento más representativo del catálogo porque podrá ser visualizado de una mejor forma de los productos.

Se lograra una mejor visualización y composición mediante el retoque fotográfico ya que las imágenes son las que venden al producto, y los siguientes estilos de tipografía son:

Estilo	Tipografía	Características	Color
Titular	Arial	Regular 26,8 pts.	plomo
Texto de especificaciones	Bell Gothic Std	Narrow 18pts.	Negro y blanco

Titular

Minion pro

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

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

¡ “ # \$ % & / () = ¿ ¡ * “ [] _ : ; { } + ‘ ’

Texto de especificaciones

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

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

¡ “ # \$ % & / () = ¿ ¡ * “ [] _ : ; { } + ‘ ’

5.5.6 Secciones o portadillas

Se creara etiquetas con los colores corporativos de la empresa para identificar las distintas páginas del catálogo. El catalogo constara con diferentes secciones las cuales cambiaran de color según el área designada.

Estampados Metálicos

1

5.5.7 Diagramación



LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013



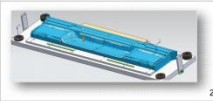
Autopartes
Metaltronic S.A

Como podemos apreciar en la fotografía encontramos las prensas que realizan cualquier tipo de estampado, ya que la empresa METALTRONIC está a disposición a realizar cualquier tipo de productos que sugiera.

Ya que en estas prensas se realiza estampados de partes metálicas como de autopartes.

Estampados Metálicos

Descripción	Foto
Piso de auto	1
Faldón parte posterior del balde BT 50	2
Troqueles Producción	3

- Estampado de autopartes metálicas
- Sistema operativo de ensamble.



4

Aquí encontramos troqueles pequeños donde se realizan estampados pequeños, lo cual para estampar tienen sus procesos que son manejados con normas y pasos a seguir.

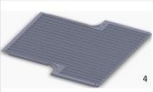
Todos los productos que realizamos son hechos con auténtica calidad.

Productos Fabricados

Descripción	Foto
Piso CD	4
Travesaño llanta de emergencia	5
Prenas pequeñas	6



5



6

- Aprobación: NIOSH N95.
- Estampado de autopartes metálicas
- Sistema operativo de ensamble.

Durante la realización de fabricación se incrementaron considerablemente debido entre otras cosas, a la necesidad de controlar trabajos de terceros para el corte de los rieles y para el corte de los componentes del balcancete de moto, estos debido a problemas con la máquina libre, la misma que debió ser reparada en varias ocasiones y a un excesivo gasto en materiales de acabado metálico originados por problemas de apariencia de la materia prima.

- Brinda trato ágil y cordial a todos los clientes y colaboradores, en sus solicitudes y reclamos

- Realizamos todo el trabajo con excelencia, considerando que el fin es la satisfacción del cliente.




LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013

Autopartes
Metaltronic S.A.



Como podemos apreciar en la fotografía encontramos los premios que realizan cualquier tipo de estampado, ya que la empresa METALTRONIC está a disposición a realizar cualquier tipo de producto que sugiera.

Ya que en estas premios se realiza estampados de partes metálicas como de autopartes.

Ensamble en conjunto

- Fabricación Metaltronic
- Piezas importadas Fanalca - Colombia
- Piezas importadas Acero cobre - Chile
- Piezas entregadas por DBB - GM



Aquí encontramos troqueles pequeños donde se realizan estampados pequeños, lo cual para estampar tienen varios procesos que son manejados con normas y pasos a seguir.

Todos los productos que realizamos son hechos con auténtica calidad.

Suelda Mig y de Punto



Parachoque Posterior



Estructura de panel de Instrumentos






METALTRONIC


Estampados Metálicos

Autopartes
Metaltronic S.A.

Productos Fabricados



Partes Metaltronic

Productos Fabricados

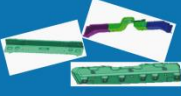


Pisos Serchas (METALTRONIC)



Partes Metaltronic

Panel Frontal de Balde (METALTRONIC)



Pisos laterales (old THAILAND)

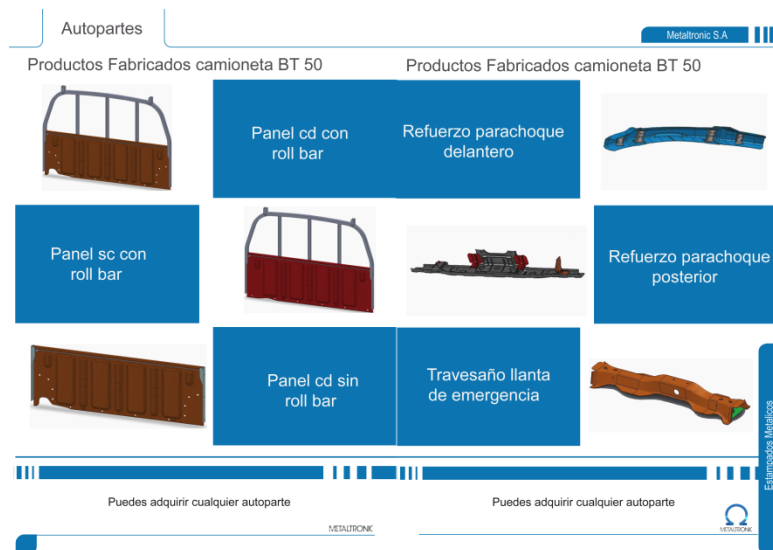


Metaltronic te ofrece todo tipo de ensamble a tu disposición
Metaltronic calidad en su ensamble

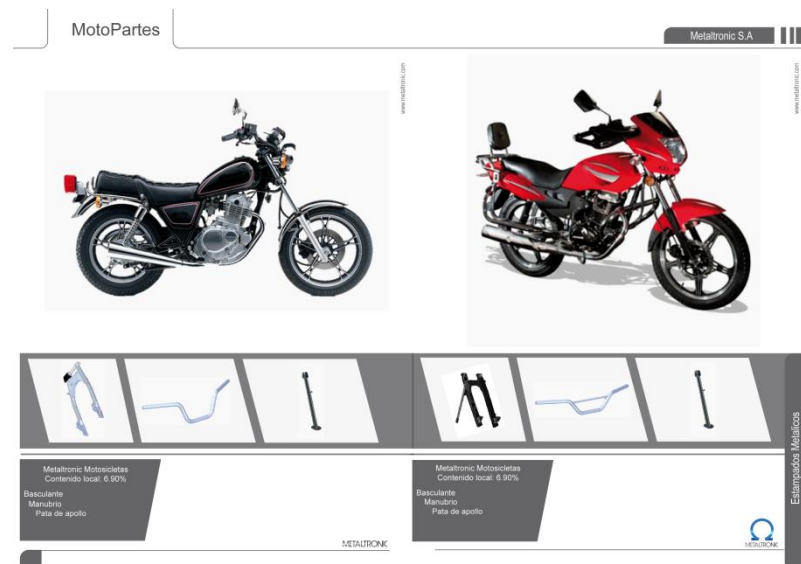
METALTRONIC


Estampados Metálicos

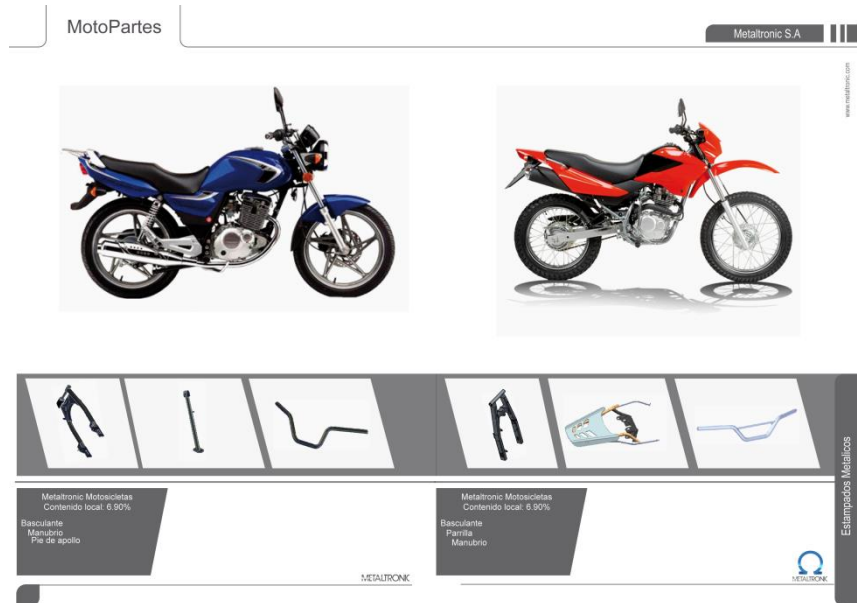
LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013



LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013



LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013



LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013

5.5.8 Imagen corporativa

Logotipo

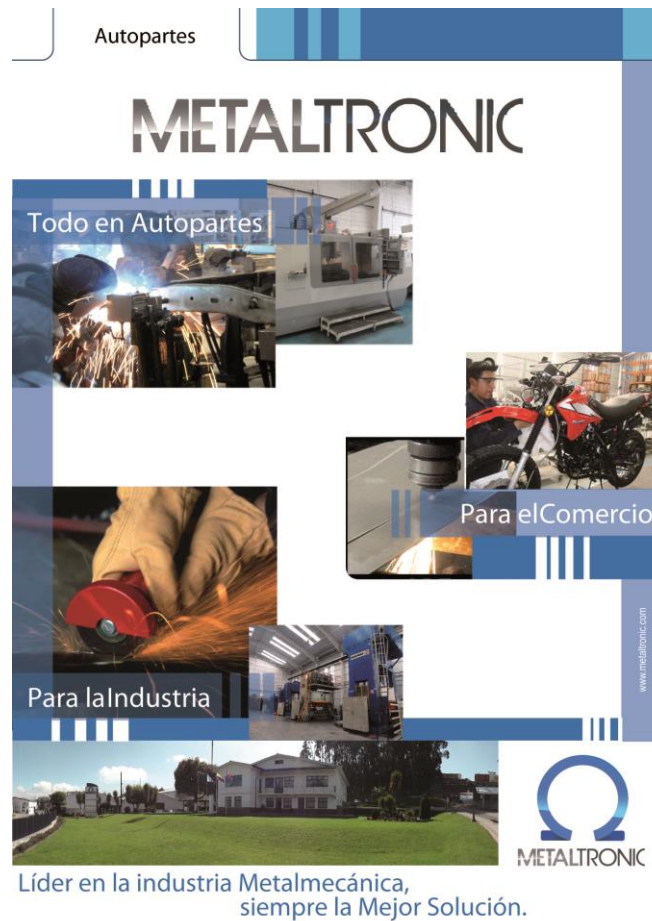
Justificación

El isotipo de la empresa METALTRONIC S.A es de forma de una herradura que representa la fuerza y la grandeza, con colores azul y celeste en gama de degradado que son colores corporativos de la empresa.

El logotipo de la empresa Metaltronic será ubicado en la parte inferior del catálogo en las hojas respectivas. Es de mucha importancia que el logo este ubicado en el catálogo para que se logre identificar a la empresa.



5.5.9 Portada



Justificación

Para el diseño de la portada se ha realizado usando los colores corporativos de la empresa, colocando las fotografías donde se destacan los productos que se realiza.

En la parte superior utilizaremos el nombre de la empresa, y en la parte inferior de la revista se usará el logotipo.

Trataremos de llamar la atención para generar impacto visual, para que la revista sea muy llamativa y atraiga la atención del cliente.

5.6.1 Maquetación

5.6.2 Pre – Prensa

Desarrollo la imagen de la empresa

El catálogo se desarrollará a través de la imagen corporativa de la empresa ya que esto nos permitirá realizar el diseño deseado.

Diseño catálogo

El catálogo a realizar es un muestrario de productos donde se describirá con mayor detalle las piezas gráficas de la empresa, su fin es comercial, aunque también informativo. Será muy útil para la promoción de productos, y para realizar posicionamiento de la empresa, ya que los catálogos son una pieza que casi siempre es bien recibida y guardada por los clientes y personas, y de esta manera se convierte en una publicidad muy útil y duradera.

Partes del catálogo que se usaran

El catalogo constara de tres parte, la portada, el contenido y la contraportada. Cada una de ellas cumplirá una función levemente diferente y que ha requerido un trabajo especial para cada

parte. De cualquier manera, las diferencias no serán tan marcadas para que se trabaje. Específicamente con cada una, de una manera muy distinta de la otra, pero con un buen manejo de diseñado, para generar una buena presentación.

Cantidad de páginas

Para la realización de las páginas hemos adecuado con múltiplo de cuatro incluido (Portada y Contra Portada).Esto lo realizaremos a través de un machote que nos ayuda a diagramar la página en sí. Lo cual se ha determinado que se usara 24 páginas.

Tipo de papel

El tipo de papel utilizado es couche mate de 115 gramos, ya que es un papel flexible y no se rompe fácil mente, y que es considerado para impresiones de catálogos.

Pre – Impresión

Durante la etapa de pre-impresión, en el diseño, hemos fijado las marcas de registro y las demasías. Las marcas de registro nos permiten indicar por dónde debe realizarse el corte y no tener problema alguno.

Para la realización del catálogo se usaran varios software los cuales son:

Adobe Indesign CS4, se lo usar para la maquetación, numeración y organización de las páginas, fotografías, texto, portada, contra portada.

Adobe Photoshop CS4, nos sirve para realizar recortes de fotografías y también retoques que sean necesarios, utilizando las herramientas necesarias

.Adobe ilustrador CS4, nos permitirá realizar la diagramación del Catálogo Publicitario, en partes vectoriales.

5.6.3 Prensa

Para la realización de este proyecto se utilizó una laptop de marca Compac con programas de diseño, una cámara fotográfica Sony de 12.1 pixeles, papel bond de 75, para las primeras correcciones, perfilados anillados, etc. La máquina a utilizar será una gto 46 de impresión offset

5.6.4 Post Prensa

Para los terminados del Catálogo Publicitario se usara pasta normal que se usa para todos los catálogos, ya que con esto se dará mayor presentación y para que sea resistente.

Encuadernación

Para la encuadernación utilizaremos grapas en el medio entre dos páginas o al costado.

Impresión OFFSET– UV

“Para la prensa se utilizara la impresión offset que es un sistema de impresión que usa placas de superficie plana”³, estala tecnología OFFSET – UV, nos permite mejorar la calidad de nuestros impresos, consiguiendo resultados de brillo sin igual.

5.6.5 Marketing y distribución

El catalogo será promocionado en los centros de partes de autos, en la ciudad de quito, se distribuirá en la misma ciudad mediante una estrategia publicitaria para todas las personas que se encuentren alrededor de la empresa.

³ <http://www.ipm.com.pe/preprensa.htm>

5.6.6 Piezas gráficas

Roll up



LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013

Afiche



TECNOLOGÍA DE PUNTA EN EL DESARROLLO DE PARTES METÁLICAS Y ENSAMBLAJE DE MOTOCICLETAS

Metaltronic constituye actualmente uno de los proveedores más importantes de la industria automotriz, sus desarrollos incluyen componentes críticos de los vehículos ensamblados localmente. El Chasis y partes de Balde de la camioneta Luv Dmax, estructuras de asiento del modelo Sail, Pisos de los vehículos Grand Vitara SZ fabricados para General Motors Omnibus BB, así como varios componentes de la camioneta Mazda BT50 fabricados y ensamblados en sus modernas instalaciones para marea.

Con la vasta experiencia adquirida en la industria Automotriz Metaltronic ha diversificado sus productos fabricando componentes para televisión y artículos del hogar.

Desde el año 2009 hasta hoy, Metaltronic ha logrado ubicarse como una de las principales ensambladoras de motocicletas, su estrategia para ello es sumar su capacidad de manufactura y ensamblaje eficiente adquirido en la línea automotriz con el conocimiento y experiencia en motocicletas lograda a través de alianzas estratégicas.

La línea de ensamblaje cuenta con herramientas de torque controlado que permiten conseguir un ajuste de acuerdo a especificaciones en los componentes críticos de la moto, finalmente cuenta con un protocolo de pruebas que incluye inspecciones de ruta y pista de pruebas, un análisis de gases y una medición automática de la eficiencia de frenado así también como la ovalización de las ruedas.

Fruto de esto Metaltronic es la primera ensambladora del país con certificación de calidad ISO 9001 siendo merecedor de la confianza de reconocidas marcas de motocicletas como son Thunder United Motos, Lingken, Fengchi que han visto en Metaltronic un aliado para fortalecer de su producto.

Alineados con su visión, Metaltronic ha desarrollado las primeras Motopartes Ecuatorianas como son el basculante y parrilla, para algunos modelos de motocicletas Thunder y Motor 1.

LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013

Material P.O.P



LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTRONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Recursos

6.2 Capital Humano.- El capital humano a utilizarse es una persona encargada de realizar el proyecto en beneficio de la empresa Metaltronic que se encuentra en el D, M, Q por medio del diseño editorial y la creación de un Catálogo Publicitario.

Director del proyecto: Jonathan Zambrano

6.3 Recursos Materiales.- Para la realización del proyecto a utilizaremos los siguientes recursos:

- Computadora
- Programas Pothoshop, illustrator, Indesing
- Cámara Fotográfica
- Foto Copias
- Papel Bond de 75 gr
- Impresora
- Tintas
- Internet

- Libros de Varios Autores
- Extras

6.4 Recursos Económicos.- Son todos los recursos económicos usados aportes de capital, inversión, prestamos etc., para poder llevar a cabo dicho proyecto.

6.5 Presupuesto

MATERIALES	INGRESO	EGRESO
CAPITAL	760	
Elaboración del proyecto		320
Gastos de servicios Básicos		40
Equipos de computación		60
Impresora		40
Cámara fotográfica		120
Útiles de oficina		80
libros		100
TOTAL	760	760

6.6 Cronograma

Nº	Actividades	Responsable	Tiempo					
			Mes	Semana				Resultados Esperados
				1	2	3	4	
1	Recolección de datos sobre la empresa AD. Security	Investigador	Abril	x	x	x	x	Conocer a fondo la empresa y sus necesidades
2	Tomas de fotografías sobre acerca de la labor de la empresa y sus productos	Investigador	Mayo			X	X	Recolección de buenas imágenes para la elaboración de la página web
3	Elaboración de bocetos de la página web	Investigador	Julio				X	Crear la estructura básica para su aprobación
4	Creación de la plantilla	Investigador	Septiembre	X				Facilitar el diseño
5	Diseño de la página web	Investigador	Septiembre		X	X		Que satisfaga las necesidades gráficas y que comunique eficazmente al grupo objetivo
6	Programación en flash cs6 para los botones y animaciones	Investigador	Septiembre			X		Crear una interactividad agradable
7	Elaboración de las piezas publicitarias	Investigador	Septiembre				X	Atraer el interés y generar necesidades del grupo objetivo para que se interese en los servicios que presta la empresa.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

De acuerdo al proyecto realizado sobre el catálogo publicitario hemos llegado a la conclusión que es el propósito cumplido será de verdadero uso para los clientes. Ya que gracias a un análisis de un focus grup, hemos recopilado información necesaria, que nos ayudara a saber el impacto que generar dicho producto.

Lo cual permitirá que la empresa este en total reconocimiento, ya que esto permitirá más ganancias y la empresa y tendrá que contratar nuevo personal para aumentar las ventas, y esto ayudara a la economía de la empresa.

7.2 Recomendaciones

Al realizar las investigaciones se evidencio la carencia de difusión que posee la empresa, por lo que es importante impulsar y difundir este tipo de investigaciones que pueden servir como base o apoyo para futuros proyectos de publicidad en dicha empresa.

Para mejor manejo del Catálogo Publicitario, se debe seguir los lineamientos de maquetación, lo cual facilitará el desarrollo de este tipo de diseño y será funcional para nuevas creaciones de catálogos o publicidades mejorando la difusión de la empresa.

Es de muy importancia que cada año se innove la publicidad de la empresa, ya que esto ayudaría a llamar la atención de los proveedores con nuevas técnicas de publicidad, mejorando la calidad de diseños para tener mayor calidez y generar mayores ventas.

Generar impacto visual con publicidades nuevas para cautivar a los clientes. Buscar nuevos métodos de diseño para publicar, ya que genera impacto al consumidor. Es por eso recomendable que realice un catálogo publicitario ya que esto será de mucha ayuda de las personas, ya que por este medio se podrá informar de los productos que realiza la empresa en sí.

7.2 Bibliografías Recomendadas

- ARNHEIM, R., Arte y percepción visual, 1980. Psicología del ojo creador, Alianza Editorial. Madrid España.
- BHASKARAN, L., ¿Qué es el diseño editorial?, 2006, index Book.
- El Pequeño Larousse Ilustrado 2001 (2000). (7° Edición) Bogotá, Colombia: Ediciones.
- Gran atlas de la fotografía – Marruecos (guía completa y práctica de fotografía). 1999. Editorial libsa sa, Argentina.
- José Luis Martín y Móntense Ortuna. 2004. Manual de tipografía. Editorial Campgráfic. Valencia.
- LEY ÓRGANICA DE COMUNICACIÓN, Asamblea nacional del ecuador (2012 – 2013). , Republica del Ecuador.
- Larousse S.A. de C.V. Enciclopedia Planeta de la Fotografía. (1981) Madrid, España: F. Planeta S.A.
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural Versión Resumida, Ecuador.
- ZAPPATERRA. Y. 2006. Diseño editorial. Periódicos y revistas. Gustavo Gili, Valencia

7.3 ANEXOS

Netgrafia

<http://www.monografias.com/caída-libre/caída-libre.shtml>

<http://es.m.wikipedia.org/wiki/Diseño-editorial>.

<http://foroalfa.org/articulos/10-reglas-para-hacer-diseño-editorial>.

<http://www.impactovisual.com/>

http://es.m.wikipedia.org/wiki/historia_de_la_fotograf.

[http://es.m.wikipedia.org/wiki/Maquetacion_\(edicionC3B3n\)](http://es.m.wikipedia.org/wiki/Maquetacion_(edicionC3B3n))

<http://www.ipm.com.pe/preprensa.htm>

<http://www.websmultimedia.com/diseño-catalogos>.

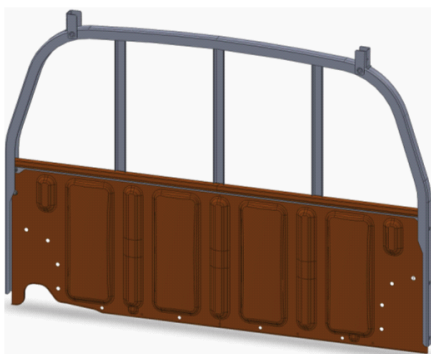
Otras fotografías



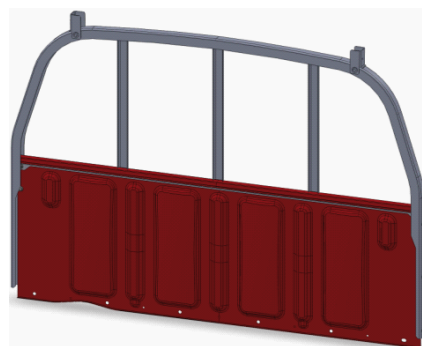
Fotos de autopartes que produce la empresa METALTRONIC.SA

LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MEDIANTE LA EXPOSICION DEL DISEÑO EDITORIAL. ELABORACIÓN DE UN CATÁLOGO PARA DAR A CONOCER A SUS CLIENTES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA METALTONIC S.A., D.M.Q., AÑO 2013

IMÁGENES DE PRODUCTOS FABRICADOS



Panel cd con rool bar



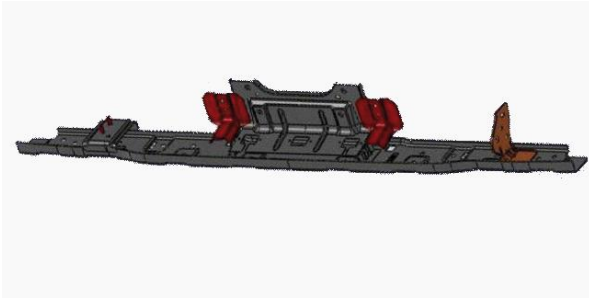
Panel cs con rool bar



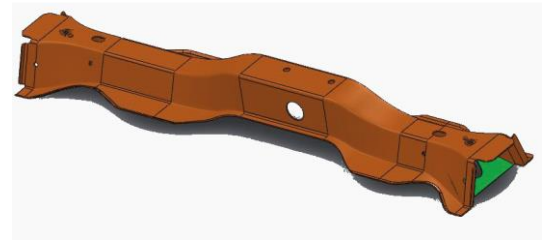
Panel sin rool bar



Parachoque delantero



Parachoque delantero



Travesaño de llanta de emergencia

PARTES DE MOTOSICLETAS

