

**EL DISEÑO INDUSTRIAL EN MIRA DE LA ESTRATEGIA, FORMULACIÓN Y
DESARROLLO**

MARIA ISABEL RAMIREZ ARISTIZABAL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
DISEÑO INDUSTRIAL
PRACTICAS ACADÉMICAS
2013**



**EL DISEÑO INDUSTRIAL EN MIRA DE LA ESTRATEGIA, FORMULACION Y
DESARROLLO**

MARIA ISABEL RAMIREZ ARISTIZABAL

INFORME DE PRÁCTICA ADADÉMICA

TUTOR

JUAN DAVID ATUESTA

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
DISEÑO INDUSTRIAL
PRACTICAS ACADÉMICAS**

2013



AGRADECIMIENTOS

En el presente trabajo agradezco a las personas que hicieron parte de mi formación académica y que hoy sean parte de estos logros alcanzados, a mi madre por ese esfuerzo tanto económico como moral, por ayudarme a ser un motor más potente en las situaciones adversas, no puedo olvidar a Dios que en nombre de su hijo Jesucristo hace todo posible, esta lucha ha sido grande por ÉL porque todo es posible en su gloria, es quien da la esperanza, fortaleza y enseñanza necesaria para salir de las situaciones.

Así mismo, un especial agradecimiento a mi tutor, que hizo parte de mi formación y guía para hacer este trabajo y desarrollar mi práctica académica con profesionalismo y distinción.

GRACIAS.....



TABLA DE CONTENIDO

EL DISEÑO INDUSTRIAL EN MIRA DE LA ESTRATEGIA, FORMULACIÓN Y DESARROLLO	1
EL DISEÑO INDUSTRIAL EN MIRA DE LA ESTRATEGIA, FORMULACION Y DESARROLLO	2
AGRADECIMIENTOS	3
TABLA DE CONTENIDO.....	4
TABLA DE ILUSTRACIONES	7
Cover design, business strategy, business units, Corporate Structure, Strategy, Typologies, Ergonomics, percentiles, assemblies and installations, Space-user, Design of interior spaces, Repetition, Modules, Similarity.	9
INTRODUCCIÓN	10
1. ASPECTOS GENERALES DE LA ORGANIZACION	11
1.1 Nombre de la organización	11
1.2 Dirección	11
1.3 Teléfono	11
1.4 Página web de la organización	11
1.5 Sector al que pertenece la organización	11
1.6 Actividad a la cual se dedica la organización y líneas que produce	11
1.7 Número de colaboradores:.....	11
1.8 Áreas con que cuenta la organización:	11
1.9 Reseña histórica	12
2. INTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE DISEÑO EN LA ORGANIZACIÓN	15
3. DEFINICIÓN DE LINEAS O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	16
4. PRIMER PROYECTO: DISEÑO ESTRUCTURA Y COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	17
4.1 DISEÑO DE LA ESTRUCTURA CORPORATIVA.....	17
4.1.1 Justificación:	17
4.1.2 Objetivo General:	17
4.1.3 Objetivos Específicos:.....	17
4.1.5 Análisis e investigación:	19



4.1.7 Requerimientos y Parámetros de diseño:	22
4.1.8 Alternativas de diseño:.....	22
4.1.9 Diseño de detalles	25
4.1.10 Propuesta definitiva	27
4.2 DISEÑO DE ESTRATEGIA COMERCIAL	28
4.2.1 Requerimientos y parámetros de diseño:	28
4.2.2 Análisis e investigación.....	28
4.2.3 Propuesta definitiva	31
4.3.1 Imagen Corporativa:	35
4.3.2 Escarapela: E	38
4.3.3 Tarjetas de presentación:	41
4.3.4 Desarrollo de la estrategia:	42
4.3.5 Diseño carta de presentación:	44
5. PROYECTO 2: DISEÑO Y CREACION DE NUEVA EMPRESA.....	45
5.1 Estructura Empresarial.....	45
5.1.1 Justificación:	45
5.1.2 Objetivo General: analizar	45
5.1.4 Cronograma de actividades planeadas.....	46
5.1.6 Empresas existentes6.....	50
5.1.6 Requerimientos de diseño:	52
5.1.7 Alternativas de diseño.....	52
5.1.8 Análisis del entorno competitivo	56
5.1.9 Diseño de brochure.....	59
6. PROYECTO 3: DISEÑO MOBILIARIO.....	61
6.1.1 Justificación:	61
6.1.2 Objetivo General:	61
6.1.3 Objetivos Específicos:.....	61
6.1.4 Cronograma de actividades	62
6.1.5 Análisis e investigación	62
6.1.6 Determinantes y Parámetros de diseño	72
6.1.7 Tipologías - analogías.....	72



6.1.8 Alternativas de diseño.....	74
6.1.9 Propuesta Definitiva.....	78
6.1.10 Cronograma.....	80
ACTIVIDAD 1:.....	80
7. PROYECTOS EXTRAS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.....	80
BIBLIOGRAFIA	81



TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Cronograma de actividades	18
Ilustración 2. Estructura de la empresa	21
Ilustración 3. Propuesta # 1.....	23
Ilustración 4. Propuesta # 2.....	24
Ilustración 5. Propuesta # 3.....	25
Ilustración 6. Estructura de la empresa	26
Ilustración 7. Propuesta definitiva.....	27
Ilustración 8. Espina de pez	29
Ilustración 9. Contenido del logo	36
Ilustración 10. Desarrollo.....	36
Ilustración 11. Desarrollo 2.....	37
Ilustración 12. Desarrollo 3.....	37
Ilustración 13. Propuesta definitiva.....	38
Ilustración 14. Propuesta # 1.....	39
Ilustración 15. Propuesta # 2.....	39
Ilustración 16. Propuesta # 3.....	40
Ilustración 17. Propuesta # 4.....	40
Ilustración 18. Propuesta definitiva.....	41
Ilustración 19. Propuesta # 1 de tarjeta	42
Ilustración 20. Propuesta # 2 de tarjeta	42
Ilustración 21. Cronograma de actividades	46
Ilustración 22. CC AIRES S.A	50
Ilustración 23. TECNO SERVICE WH.....	51
Ilustración 24. MAXIFRIO	51
Ilustración 25. ACONDICIONADO INVERPRIMOS REFRIGERACIÓN.....	51
Ilustración 26. AIRE ACONDICIONADO PARTES Y REPUESTOS	51
Ilustración 27. Propuestas de logo	53
Ilustración 28. Desarrollo de las propuestas.....	54
Ilustración 29. Desarrollo del diseño	54
Ilustración 30. Explicación del diseño.....	56
Ilustración 31. Formato para el análisis.....	57
Ilustración 32. Brochure	60
Ilustración 33. Cronograma de actividades	62
Ilustración 34. Ejemplo de stand de exhibición.....	64
Ilustración 35. Muestra de estructura	65
Ilustración 36. Muestra de formas estructurales.....	67
Ilustración 37. Muestra de formas estructurales.....	67
Ilustración 38. Muestra de módulos.....	68



Ilustración 39. Súper módulos	69
Ilustración 40. Muestra de disposición de los módulos	70
Ilustración 41. Medidas ergonómicas	71
Ilustración 42. Esquema de análisis	72
Ilustración 43. Tipologías y Analogías	73
Ilustración 44. Módulo para publicidad	74
Ilustración 45. Desarrollo del módulo	75
Ilustración 46. Propuesta definitiva.....	78
Ilustración 47. Cronograma	80



SINTESIS

En esta práctica, se debe tener en cuenta; el impacto, innovación y aceptación del negocio en el que está la empresa para un aceptación más amplia en el mercado, generando nuevas estrategias y control de su propio destino, así mismo la creación de un stand de exhibición con estudios ergonómicos formales y una comunicación adecuada donde el usuario se sienta atraído por el diseño y formas.

ABSTRACT

In this practice, you must take into account, the impact of business innovation and acceptance in this business for a wider acceptance in the market, generating new strategies and control of their own destiny, also the creation of a stand of formal display with ergonomic studies and adequate communication where the user is attracted to the design and shape.

PALABRAS CLAVES

Diseño, Estrategia comercial, Unidades de Negocio, Estructura Corporativa, Estrategia, Tipologías, Ergonomía, Percentiles, Ensamblajes e instalaciones, Espacio-usuario, Diseño de espacios interiores, Repetición, Módulos, Similitud.

KEY WORDS

Cover design, business strategy, business units, Corporate Structure, Strategy, Typologies, Ergonomics, percentiles, assemblies and installations, Space-user, Design of interior spaces, Repetition, Modules, Similarity.



INTRODUCCIÓN

El trabajo consiste en crear estrategias para la competitividad, definición y creación de diferentes empresas, con factores claves que lleven al éxito la actividad de la industria, crear diferenciación desde la formulación de objetos y servicios.

Esto se logra desde el análisis de la visión, el despliegue de ventajas beneficios con la participación de clientes, propietarios, empleados, proveedores y la comunidad, de este modo se obtiene recursos para la construcción de ventaja competitiva.

Se plantean varios elementos de cambio que operan desde el equipo de trabajo, desarrollo, proceso, creatividad, entre otros, que ayudan a tener claro en el negocio que está la empresa para definir oportunidades, así mismo saber aprovechar y desechar lo que no requiere para un buen desempeño en la labor. Así mismo ayuda a la creación de imagen corporativa portafolio de servicios y la publicidad necesaria para dar a conocer y tener aceptación en el mercado.



1. ASPECTOS GENERALES DE LA ORGANIZACION

- 1.1 Nombre de la organización:
Grupo coosocial SAS (proyectamos seguridad LTD)
- 1.2 Dirección:
Carrera 44 N° 84 – 42 local 1 Barranquilla
- 1.3 Teléfono:
3785038 FAX: 3782420
- 1.4 Página web de la organización:
<http://www.coosocial.com/>
- 1.5 Sector al que pertenece la organización:
Servicios y comercial.
- 1.6 Actividad a la cual se dedica la organización y líneas que produce o servicios que presta
- Construcción (venta alquiler maquinaria) GC CONSTRUCCIONES
 - Seguridad PROYECTAMOS SEGURIDAD TTDA
 - Administración ADC ADMINISTRADORES DEL CARIBE
 - Mantenimiento técnico ABC MANTENIMIENTO TECNICO PREVENTIVO
 - Aseo GC SERVICIOS ASEO Y MANTENIMIENTO
- 1.7 Número de colaboradores:
- Oficina: 80 colaboradores
 - Fuera de oficina: 205 colaboradores
- 1.8 Áreas con que cuenta la organización:
- Gerencia
 - Sub-gerencia
 - Recursos humanos
 - Nómina
 - Contabilidad
 - Recepción
 - Operaciones
 - Comercial



1.9 Reseña histórica

La entidad empieza del estudio de la propiedad horizontal (edificios); donde el 97% tenían problemas laborales, por lo tanto lo que se hizo fue organizar una cooperativa de trabajo asociado CTA que prestara el servicio de aseadores y porteros ya que había gran demanda así que se llegó a un acuerdo de crear una entidad gremial donde se brinden diferentes servicios tales como construcción, administración, vigilancia, innovando en el mercado con nuevas estrategias de vigilancia equipos especializados para la construcción y con un excelente equipo de administradores.

1.10 A qué se dedica la empresa:

Es una organización especializada en la prestación de servicios integrales de Seguridad y Vigilancia Privada, Aseo, Mantenimiento de locaciones, este GRUPO EMPRESARIAL está compuesto por diversas empresas cada una líder en su área. Pero todas integradas con un solo objetivo: "Satisfacer las necesidades de los clientes". Está dedicada a desarrollar proyectos y a diseñar estrategias que valoricen la propiedad de los clientes y a la vez mejoren la calidad de vida dentro de la propiedad horizontal.

1.11 Misión:

Somos una organización de servicios que brinda apoyo integral en áreas de administración de copropiedades, servicios generales y seguridad, movimientos de tierras, alquiler de maquinaria, pintura de edificios, en el sector de la propiedad horizontal y la construcción, comprometida en la prestación de un servicio eficiente apoyados en la calidad y cumplimiento a través de un equipo de trabajo, idóneo para lograr la satisfacción total de nuestros clientes.

1.12 Visión:

Nuestra visión al año 2020 es ser reconocidos a nivel nacional como la organización más importante del sector de la propiedad horizontal, ofreciendo servicios en la construcción y el sector de propiedad horizontal y además con la más alta calidad y un excelente talento humano.

1.13 Política de calidad:

La política de calidad del GRUPO COOSOCIAL es cumplir y satisfacer al cliente en el 100% de sus expectativas; solucionar de manera inmediata inconvenientes que se presentan durante la prestación de servicios, asesorarlo oportunamente de acuerdo a sus necesidades y requerimientos. Para el grupo Coosocial la persona más importante son nuestros clientes.



1.14 Unidades de negocio:

- Servicio de vigilancia con armas y sin armas.
- Desarrollo e implementación de software de control de acceso de obras y edificaciones.
- Asesoría e implementación de planes de seguridad física para el control en construcciones.
- Seguridad electrónica y venta de equipos de seguridad
- Asesoría, Diseño e instalación de cerramientos perimetrales.
- Investigación del personal de seguridad
- Estudios de seguridad física diseño de instalaciones residenciales bancarias y del comercio.
- Asesoría de seguridad privada.

1.15 Desarrollo constructivo:

- Levantamiento topográfico.
- Movimientos de tierras.
- Diseño y construcción de urbanismos.

1.16 Administración:

- Administración provisional de copropiedades.
- Asesoría general en derecho inmobiliario y propiedad horizontal.
- Asesoría en procesos de entrega y recibo de zonas comunes.
- Auditoria administrativa, contable y de cumplimiento de copropiedades.
- Capacitación a personal de constructoras y consejos de administración.
- Recaudo de expensas comunes y cobranza de cartera de las copropiedades
- Contabilidad
- Suministro de personal temporal.

1.17 Aseo y mantenimiento:

- Aseo y mantenimiento de locaciones en general
- Aseo de post-construcción
- Acabado y limpieza final de obras
- Limpieza y mantenimiento de piscinas
- Jardinería y poda de césped
- Lavado de vidrios y fachada (trabajos de altura)
- Mantenimiento de redes y tubería
- Pintura de fachadas



- Lavado de tanques subterráneos.

1.18 Empresas del grupo coosocial

- Proyectamos seguridad LTDA.
- GC Construcciones.
- ADC Administradores del caribe.
- ABC Mantenimiento técnico preventivo.
- GC servicios Aseo y Mantenimiento.



2. INTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE DISEÑO EN LA ORGANIZACIÓN

La organización no cuenta con un programa de diseño que ayude a dar solución a todas las falencias por las que atraviesa una empresa, es por eso que la necesidad principal es por eso que la necesidad principal es organizar el departamento de diseño que pueda apuntar a soluciones estratégicas.

Como primera medida se debe apuntar al cronograma estructural de la empresa, apoyado en un modelo sencillo y estratégico que se crea con estudios que aporta el diseñador; ya que este tiene la capacidad de establecer las necesidades de cada dependencia. Es importante esta intervención de diseño porque está en la capacidad de investigar para realizar un proceso riguroso y estable, que le permita a la empresa condicionarse a las diferentes situaciones.

Se hará por medio de modelo de planeación estratégico, para mejorar la calidad del servicio; tomando como necesidad inicial la parte comercial donde el diseño de nuevas estrategias de mercado toma el protagonismo para dejar de ser enunciado y convertirse en algo concreto.

En segunda medida es importante dar nuevas soluciones de mercado para ser elegidos por un número mayor de clientes. Para lograr esto es importante la creación de nuevas empresas, diseño, rediseño de marca, logo, o imagen corporativa. Para abrir nuevas fronteras, lograr un cambio y empoderamiento a nuevas soluciones comerciales que requiere la empresa.

Es importante resaltar los negocios a los que pertenece la empresa ya que estos necesitan un análisis de un diseñador para lograr estrategias, formas, y creatividad que se logra con la percepción que el diseñador a través de su trabajo demuestra.

Para la empresa es necesario un mobiliario (stand), que le permita crear diferenciación en los eventos, y a su vez, un reconocimiento en los clientes y sociedad, por eso es importante la participación del diseñador. Para lograr un diseño donde se aplique todos los factores ergonómicos, formal y estéticos; aplicando tendencias sostenibilidad y tecnología.



3. DEFINICIÓN DE LINEAS O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

3.1 PROYECTO 1:

DISEÑO ESTRUCTURAL Y COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN

- Diseño de la estructura corporativa
- Diseño de estrategia comercial
- Diseño de logo

3.2 PROYECTO 2:

DISEÑO Y CREACIÓN DE NUEVA EMPRESA

- Diseño de imagen corporativa
- Diseño de logo
- Diseño de brochure

3.3 PROYECTO 3:

DISEÑO MOBILIARIO

- Diseño de stand de exhibición

Igualmente, se busca contribuir con todos los aportes tanto formales como estratégicos y finalmente estructurales que resultan atractivos y prácticos, haciendo que el empresario tome conciencia de la importancia de un diseñador dentro de la empresa.

Es así como esta actividad polifacética genera un impacto importante en la innovación de los diseños que se plantearon, cambiando aspectos en la comercialización y utilización de los recursos con que cuenta la empresa.



4. PRIMER PROYECTO: DISEÑO ESTRUCTURA Y COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN

4.1 DISEÑO DE LA ESTRUCTURA CORPORATIVA:

4.1.1 Justificación:

Generar un proceso gerencial permanente, mejorando el entorno organizacional para la eficiencia de la empresa, incluyendo un patrón que divida cargos, y a su vez, los relacione para las tareas que requieren la ejecución de los mismos. Incrementar el potencial de la coordinación facilitando las funciones por medio de herramientas que han sido establecidas anteriormente, proporcionar un mecanismo que permita cumplir de manera correcta los planes y proyectos que la empresa tiene.

En la constante búsqueda de rentabilidad para la empresa y siendo la dirección comercial escasa en estrategias es necesario formular nuevas ventajas competitivas y flexibles, que se amolden continuamente a las necesidades del mercado, sin perder y conservando el funcionamiento logrando el sentido de pertenencia grupal e individual y enfocarlo hacia un único resultado.

4.1.2 Objetivo General:

Implementar una metodología corporativa que dé soporte a un plan que permita al empresario entender las actividades de la empresa y la función específica que debe cumplir cada dependencia.

4.1.3 Objetivos Específicos:

- Diseñar una estructura organizacional para el control y manejo de la empresa, donde el objetivo específico sea la pertenencia e innovación formal de los estatutos y dependencias de la empresa.
- Crear estrategias de mercado que potencialicen la comunicación y facilite el avance a nuevas tendencias, frente al cambio que ofrece el entorno (la competencia y lo que quiere la sociedad), logrando alcanzar un crecimiento, aceptación y reconocimiento en el mercado.
- Realizar encuestas que visualicen los factores indispensables en el crecimiento comercial para así crear la estructura ideal que permita el enfoque a diferentes problemáticas y dar soluciones a estas y mantenerse en el mercado.
- Desarrollar la imagen corporativa de la empresa, para obtener reconocimiento y presencia en el mercado, involucrando conceptos formales estéticos,



manejo de color, donde la estética tome el protagonismo necesario a los diferentes diseños; logrando la aceptación adecuada ante los clientes.

4.1.4 Cronograma de actividades planeadas

Ilustración 1. Cronograma de actividades

		S E M A N A S								
PROYECTO	ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA	Recopilación de información	➡								
	Análisis situacional		➡							
	Formulación de hipótesis			➡						
	Formulación de estructura				➡					
	Implementación de estructura					➡				
	Análisis de nueva estructura					➡				
	Desarrollo sistema de información		➡		➡		➡			
	Definición final de estructura					➡				
	Implementación de nueva estructura						➡			
ESTRATEGIA COMERCIAL	Revisión documental	➡						➡		
	Formulación de encuestas							➡		
	Diseño de logo y escarapelas							➡		
	Recopilación de datos								➡	
	Creación de base de datos									➡

Fuente: Elaboración propia



4.1.5 Análisis e investigación:

Estructura corporativa: Se llevara a cabo investigaciones preliminares que nos permitan hacer un buen proceso de diseño, identificando las diferentes ramas, para adaptar las ideas a las distintas funciones de la organización.

En primera medida se desarrolla un trabajo de observación de los diferentes cargos de la empresa y se realizó una breve reseña donde se define la responsabilidad de cada uno.

Cargos de la empresa: Recopilación de información

- Gerente o Presidente: es el director de la empresa, el cual tiene a cargo representar la organización en este caso la entidad gremial frente a terceros y a la vez coordinar todos los procesos. Tiene varias funciones que se definen en:
 - Designar todas las posiciones gerenciales.
 - Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
 - Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
 - Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
 - Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Es así como un gerente es el encargado de las operaciones del día a día, es también responsable de liderar y coordinar las funciones de planeamiento estratégico.

- Subgerente: es la persona encargada de planificar, coordinar, supervisar y evaluar las actividades administrativas que se efectúan en la empresa, tiene un trabajo en conjunto con la persona encargada del departamento de recursos humanos, las cuales se encargan de las actividades y materiales de la organización,.
También se encarga de administrar eficientemente las tareas, departamentos asignados, como también proporcionara el apoyo a las áreas que hacen parte de la empresa, sin dejar a tras las políticas establecidas por la administración
- Gestión Humana o recursos humanos: es la unidad encargada de los procesos de selección y contratación del personal, es el departamento que



elabora y ejecuta planes de capacitación, manuales y procedimientos, así mismo es responsable del entrenamiento y del bienestar del personal

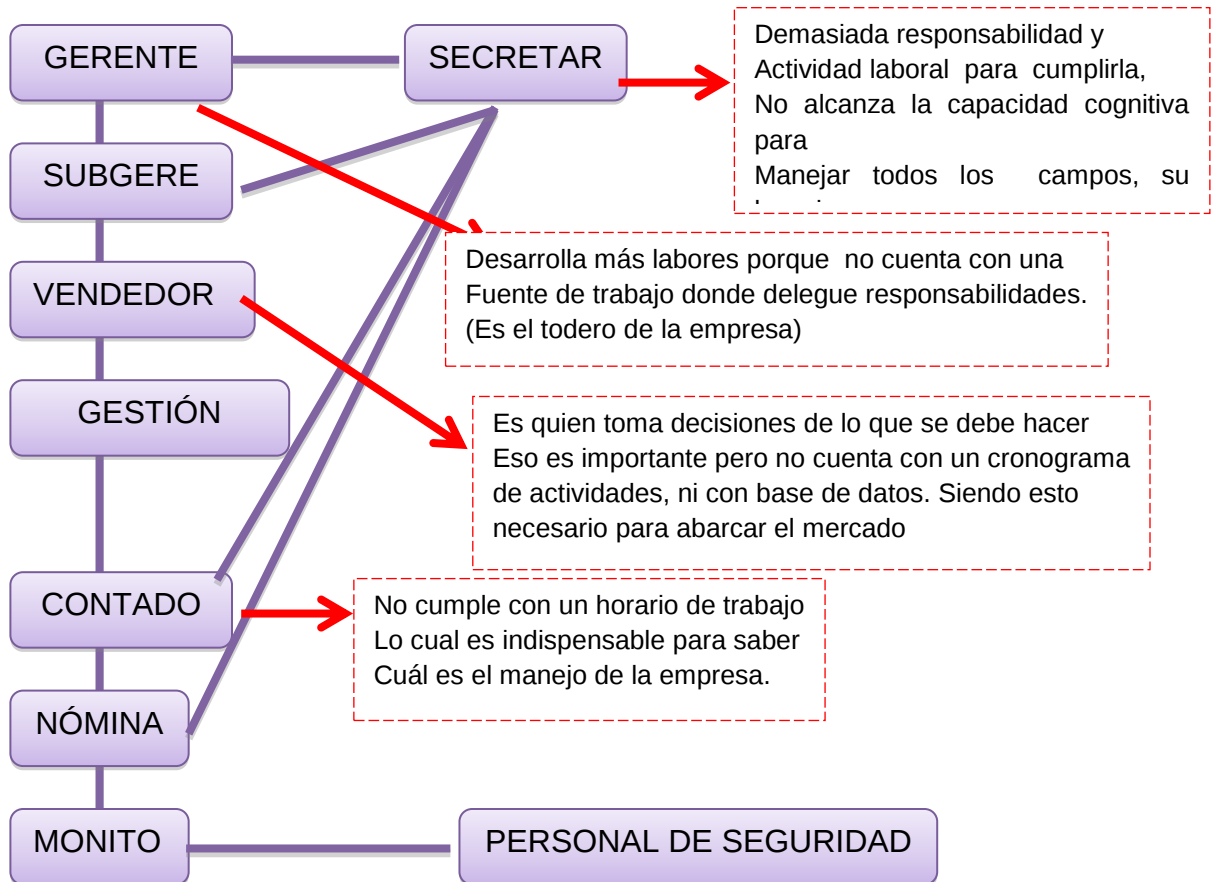
- **Secretaria:** es la persona que brinda a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas. Recibir y avisar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todos estén informados y desarrollar bien el trabajo asignado, debe atender al público con formalidad para que la comunicación sea clara, de igual manera debe estar orientada de compromisos y asuntos de la empresa y jefes, así mismo obedecer y realizar instrucciones encomendadas por su jefe.
- **Vendedor:** es el eslabón que une la empresa con el cliente y viceversa, por esta misma razón está en la capacidad de contribuir a la solución de problemas y desarrollo de diferentes actividades, encargado del crecimiento de la empresa en el mercado y determina la utilidad y beneficio.
- **Finanzas:** es la administración general de los recursos económicos de la empresa, está encargado de la toma de decisiones de los recursos disponibles a cada función de la empresa, con el objetivo de maximizar los beneficios, debe dar a la empresa una información constante para ser efectiva.
- **Contador:** Es la persona capaz de estructurar el sistema de procesamiento de operaciones más adecuadas que proporcione la información financiera confiable para tomar a tiempo las decisiones más acertadas, es la persona que proporciona las técnicas más apropiadas para la mejor administración de la empresa, vigila el cumplimiento de las obligaciones fiscales, proporciona la información necesaria a los administrativos.
- **Nómina:** está encargada de pago de nómina, pendiente de las remuneraciones y compensaciones del personal de la empresa, dando cumplimiento a las acciones laborales fiscales y de seguridad social que las leyes fiscales del país lo exigen.
- **Central de Monitoreo:** es la encargada de supervisar el trabajo de los vigilantes, y personal externo de la empresa, es en este sitio donde llegan todas las anomalías y situaciones que se presentan en los conjuntos, colegios y demás entidades donde se presta el servicio.
- **Personal de seguridad:** se encargan de dirigir y mantener el orden donde se prestan los servicios.



○ Análisis situacional

Es importante saber cómo está la estructura de la empresa actual, a continuación veremos una breve ilustración:

Ilustración 2. Estructura de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Las secretarias son las que desarrollan la mayoría de labores en la empresa

○ Formulación de hipótesis

Conociendo los cargos y las responsabilidades que debe cumplir cada dependencia, es importante arrojar las diferentes posibilidades de diseño en cuanto a la estructura organizacional. Para esto, es necesario un control desde las responsabilidades, es decir, comprender en qué posición y de qué manera ascendente y descendente se despliegan las responsabilidades y como se comunican las dependencias. Esto, para que surja una buena conexión y buen manejo de la organización, siendo este el punto donde se pretende llegar y lo que el diseño con su actividad creativa desde los estudios formales, técnicos, tecnológicos nos da el factor crucial e innovador a la actividad de la empresa.



4.1.7 Requerimientos y Parámetros de diseño:

- Desarrollo sistema de información

Requerimientos

Sabiendo la rama estructural, es importante implementar nuevas dependencias que son necesarias para cumplir con todo el sistema de roles que han de desarrollar todos los colaboradores de la empresa.

Parámetros

El diseñador analiza los espacios tanto estructurales como visuales, atendiendo a las secuencias formales por las que está desarrollada la empresa; Al hacer toda esa observación se encuentra que la organización cuenta con la capacidad estructural y económica para el desarrollo de tres (3) dependencias nuevas, que le brinden todos los factores indispensables para el desarrollo, manejo de propuestas y un crecimiento expansivo.

4.1.8 Alternativas de diseño:

- **Diseño e Investigación (D+I):** Plan o estrategia para recolectar y analizar información con el fin de llegar a conclusiones basadas en evidencia sólida y no en un razonamiento defectuoso o en meras opiniones.

Es importante lograr propuestas de diseño altamente creativo e innovadoras que cumpla con los factores de la empresa para brindar comodidad a todos los colaboradores de la empresa, a los clientes y personas que llegan allí.

Lo que brinda esta dependencia es una sintonía en toda la organización, es decir, ayuda al desarrollo de todas las actividades laborales tanto financieras como estructurales llegando a un desempeño estratégico que brinda comodidad y eficiencia, así es como el ambiente laboral cambia convirtiéndolo en armonía.

- **Operaciones:** realiza la oferta de productos y bienes, de igual manera tiene la capacidad de realizar la operación para producir bienes y servicios.

Es importante saber y ser conscientes que los clientes requieren de un servicio de solución de problemas, pero además se debe estar preparados para resolver de forma inmediata y eficaz todas las situaciones, es por eso, que esta dependencia brinda de forma eficiente la capacidad de cumplir con dichas premisas, pero no solo con los clientes, también con los empleados que se suponen son el éxito de una profesión que desempeñan.

- **Dirección de Proyectos:** Consiste en definir la estructura de las empresas de proyectos, es decir, aquellos que realizan trabajos para clientes externos, ya sean particulares u otras empresas. La actividad proyectual se enmarca habitualmente en el sector de servicios proyectista



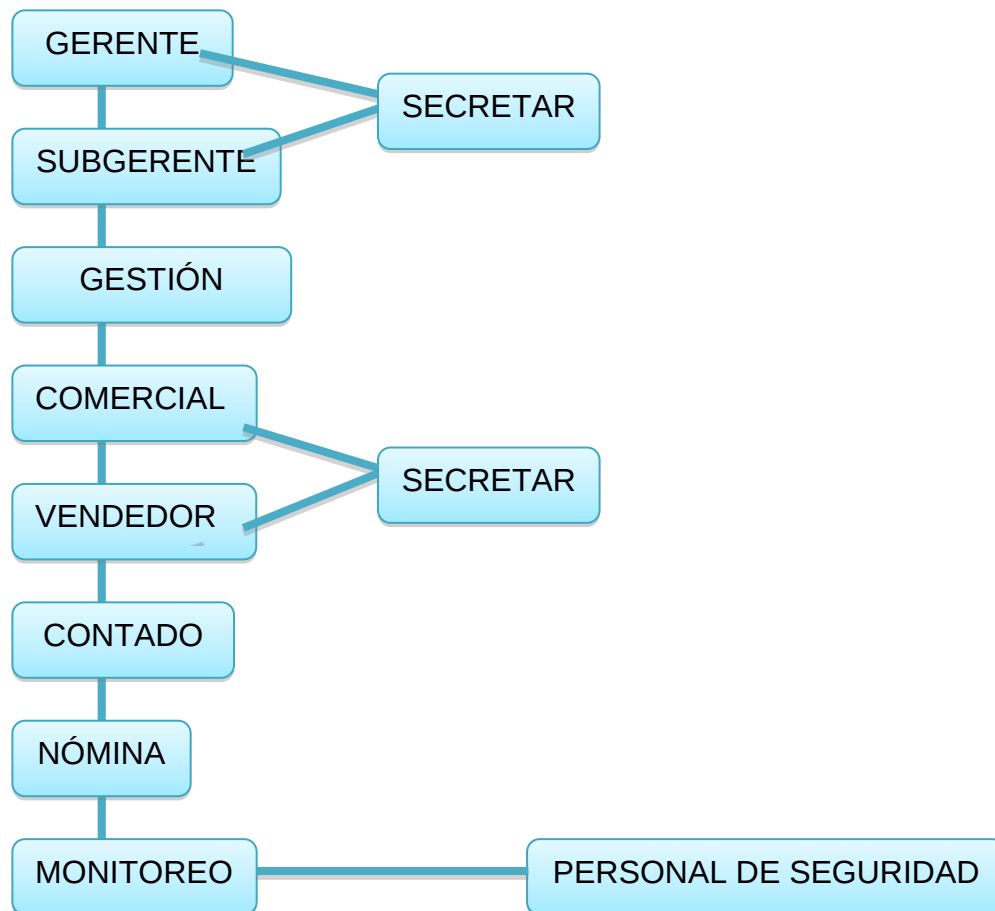
vende ideas y soluciones a clientes, para que otros las ejecuten o construyan.

- Formulación de estructura

Es importante tener un control de lo que realiza cada empresa, y direccionar a través de una normatividad, que sea aplicable a los casos y problemas que se presenten, todo esto para unificarlos sin tener un aspecto negativo de la actividad que realizan las diferentes empresas agremiadas, explicándolo, sin que será afectada la actividad de la empresa x (equis), por negligencia de la otra empresa agremiada x (equis) quien fue la que tubo el tropiezo.

1ra Propuesta:

Ilustración 3. Propuesta # 1



Fuente: Elaboración propia

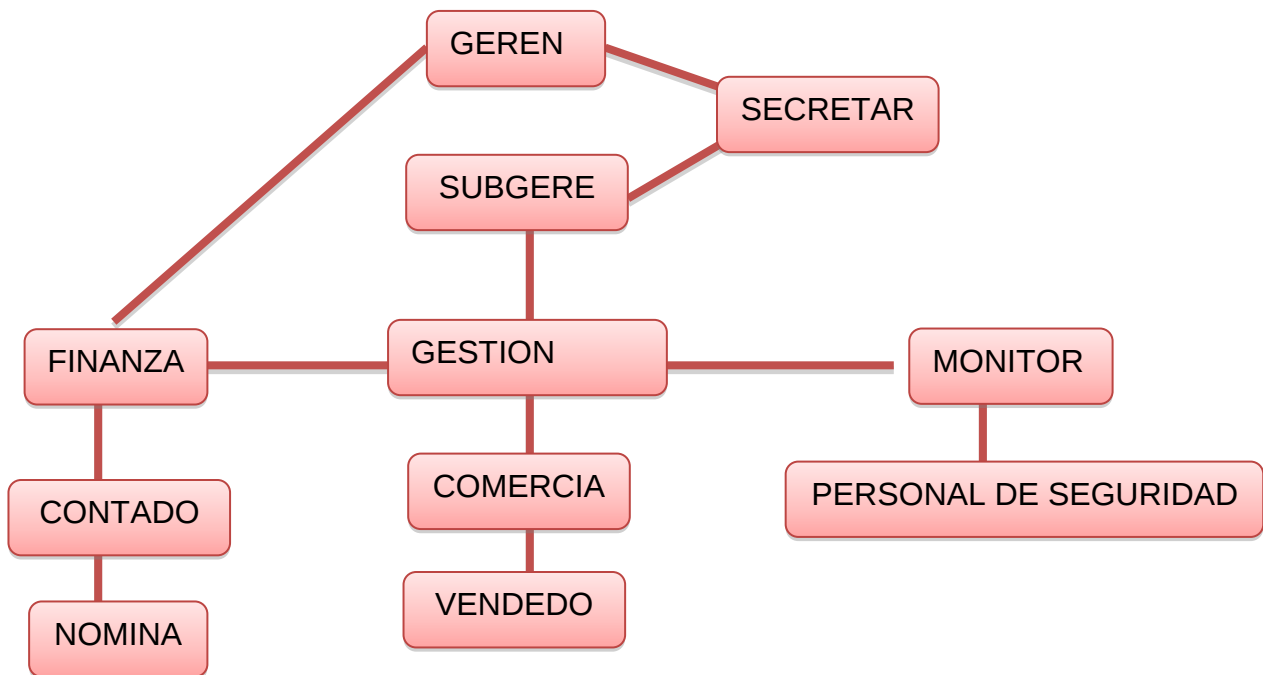


CAMBIOS Y NUEVAS PROPUESTAS

- Se efectúa un cambio de posición entre el vendedor y el departamento de Recursos Humanos, para brindar capacitaciones y roles que deben desempeñarse para lograr un ambiente de trabajo sano y seguro. Sin salirse de las actividades recomendadas.
- Se agrega una secretaria para el complemento de actividades a desarrollar en la empresa

2da Propuesta

Ilustración 4. Propuesta # 2

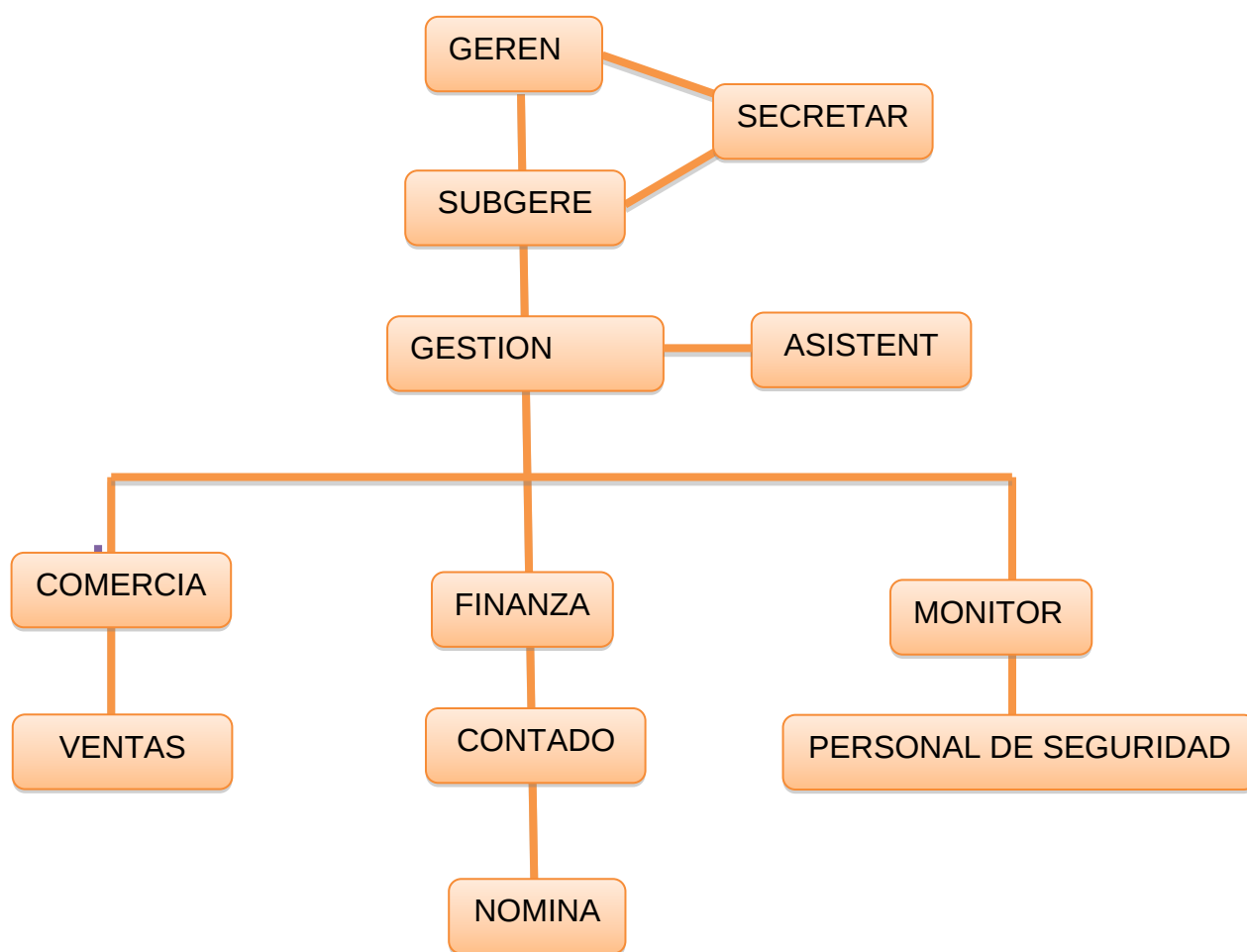


Fuente: Elaboración propia

- Se diseña una nueva rama estructural, donde conectan las dependencias para generar el impacto organizacional, teniendo en cuenta todo el análisis formal y la investigación que se viene realizando, sin incorporar las nuevas dependencias que se han plantado para mejorar el análisis y crear un diseño más cómodo para la empresa partiendo de lo existente
- Es importante que los colaboradores de la empresa se adapten a los nuevos cambios y responsabilidades, para cumplir con las nuevas funciones asignadas, el diseño y planificación de la nueva estructura; lo que permite es un análisis donde los mismos trabajadores de la empresa ayudan al control de la actividad de esta. (se pretende generar estabilidad y rendimiento en las diferentes funciones de la organización).



Ilustración 5. Propuesta # 3



Fuente: Elaboración propia

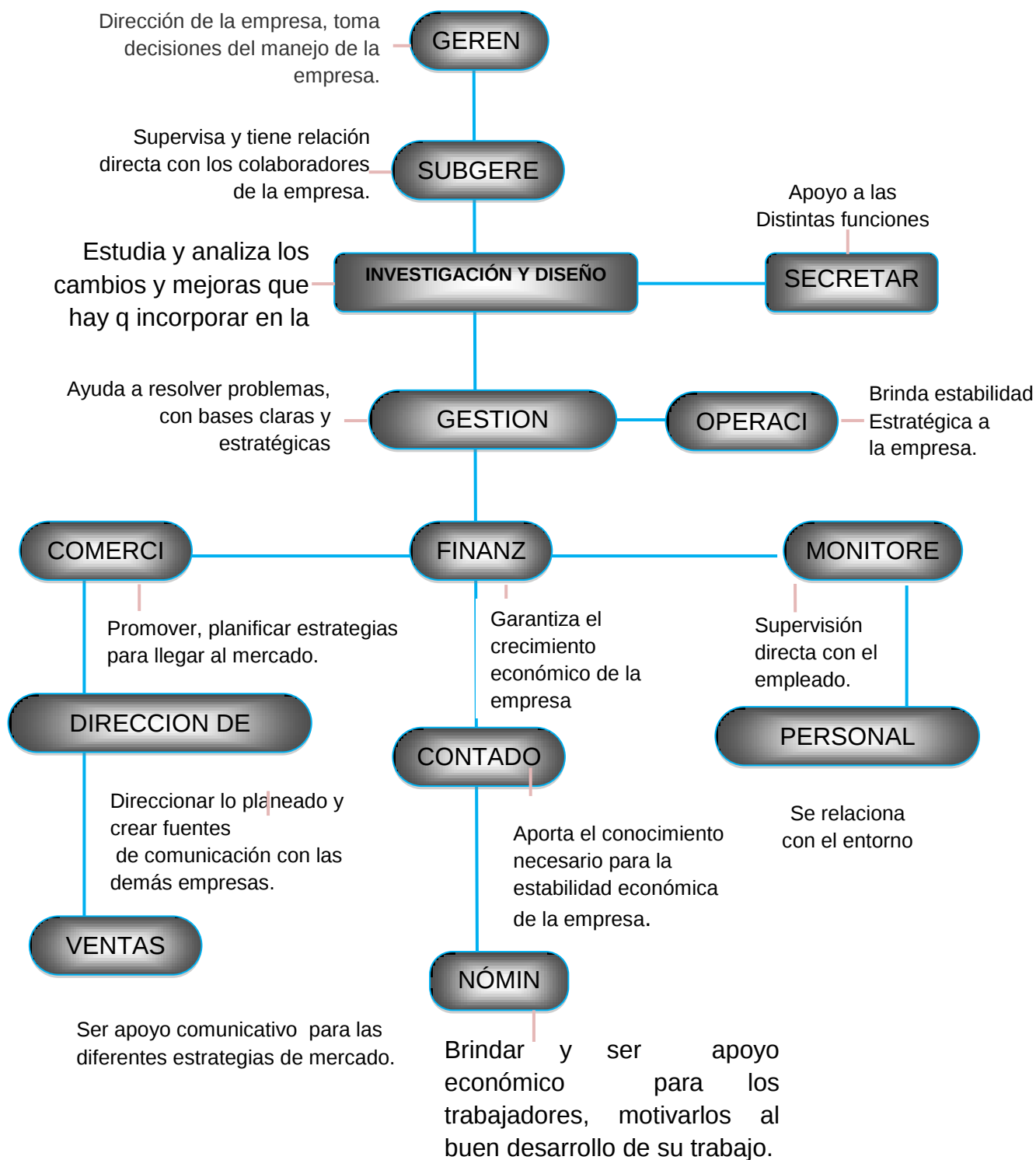
- Partiendo del hecho que la estructura organizacional es la que gestiona y diferencia las labores de la empresa, es considerable que cumpla con la normatividad que se rige por la acción y desempeño de esta misma, es por estas razones que esta rama organizacional es la que más se acopla a la función de la empresa y desempeño de los trabajadores; pero se considera importante, implementar nuevas dependencias, para el funcionamiento básico, pero completo. Desarrollando un trabajo en conjunto que permita la alineación de todos los núcleos con diferentes responsabilidades, respetando los roles y estatutos que el personal adquiere en la nueva disposición de la rama.

4.1.9 Diseño de detalles



A continuación se presenta una información por rangos de lo que desempeña cada dependencia, es importante tener claro que estas actividades responden a las necesidades que entran en contacto con el trabajo.

Ilustración 6. Estructura de la empresa

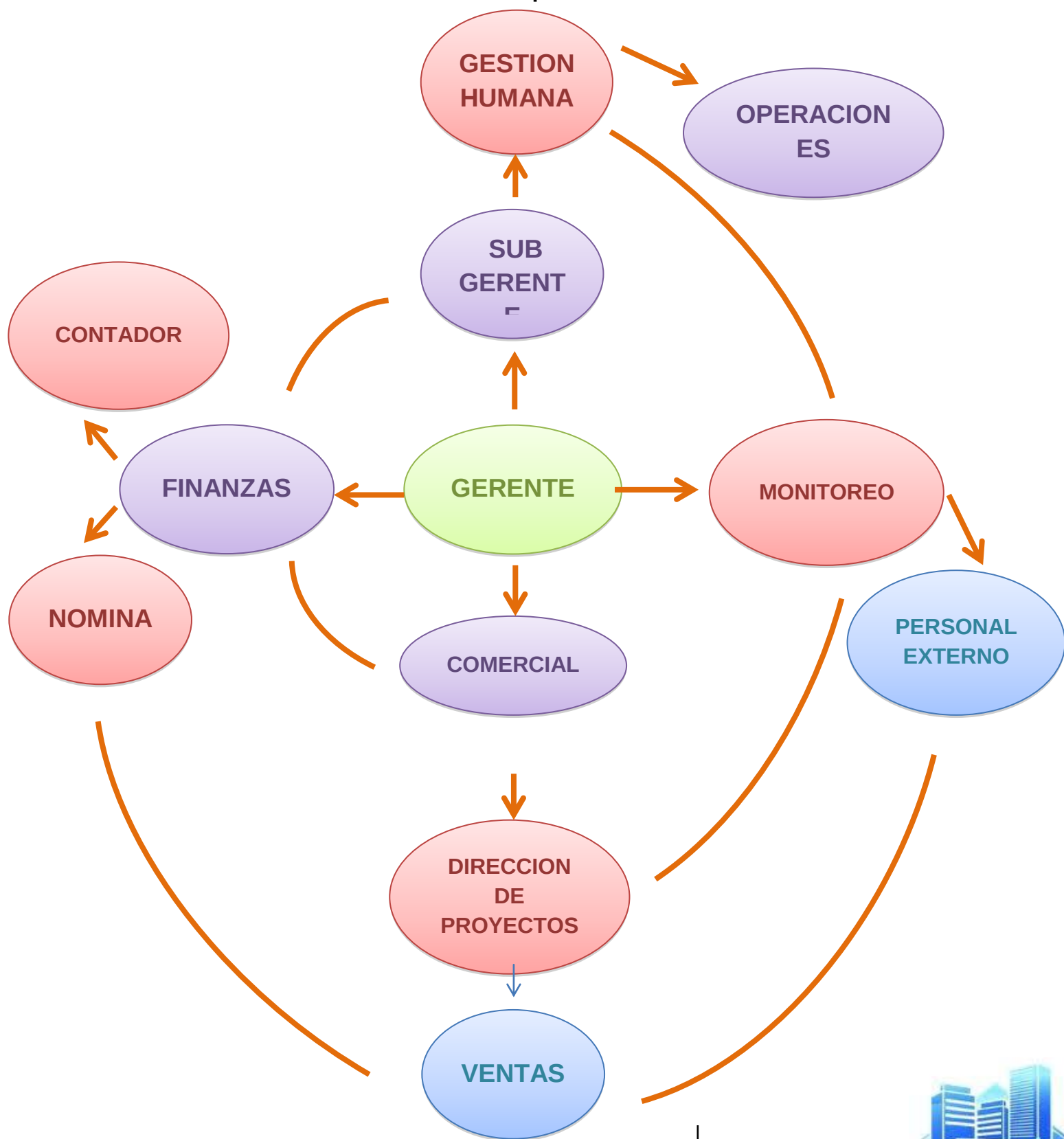


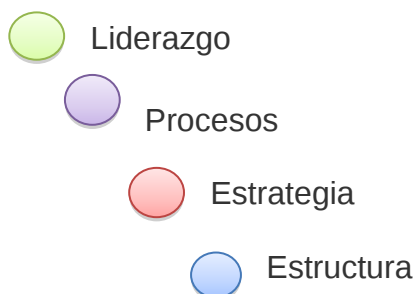
Fuente: Elaboración propia



4.1.10 Propuesta definitiva

Ilustración 7. Propuesta definitiva





Fuente: Elaboración propia

4.2 DISEÑO DE ESTRATEGIA COMERCIAL

La estrategia comercial es aquella que nos permite llegar al mercado, ser reconocidos por un producto o servicio.

Para ser esto posible, es importante que el vendedor sea motivado por la empresa y tenga conocimiento de lo que está ofreciendo, en la marca o logo, opera de la misma manera, ya que es esta, o estas, son las que permiten tener un reconocimiento y aceptación ante los clientes y la sociedad.

4.2.1 Requerimientos y parámetros de diseño:

Requerimientos

- Conocer el mercado por medio de encuesta para detectar la necesidad del cliente.
- Implementar una nueva estrategia y poder llegar al mercado con aceptación.
- Tener reconocimiento en el mercado por logo, marca y diversidad de productos que se ofrece.

Parámetros

- Implementar cierta cantidad de encuestas sectorizadas detectando las diferentes necesidades de la población.
- Tomar en cuenta las opiniones del personal externo y adaptarlas a las posibilidades de la empresa generando una comunicación en ambos ambientes.
- Llegar al tipo de mercado que requiere de los servicios que la empresa brinda, en este caso propiedades horizontales.

4.2.2 Análisis e investigación

- Revisión Documental



- Es importante los aspectos que desarrolla la organización, pero está falto del desarrollo de competitividad, lo importante es que tiene un carácter diferenciador en sus productos; están generando innovación en lo que ofrecen y como producto.

Es importante dejar claro para el departamento comercial que ser competitivo no solo se basa en precios sino también en ser elegido por un número mayor de clientes y lograr un mayor nivel de lealtad de ellos.

Es importante traer la estrategia del pez (diagrama de Ishikawa o espina de pescado) para este análisis y generar algunos cambios en la estructura adaptándolo a las necesidades del mercado y falencias que arroja la empresa.

Ilustración 8. Espina de pez



Fuente: Elaboración propia

El proceso comercial que incluye ventas y mercadotecnia, requiere que lo dirija una persona orientada a la tarea, alguien que puede traer el resultado,



comprometido y con la capacidad de concentrarse en las ventas más cercanas, sin perder de vista que debe construir oportunidades que le permitan crecer en ventas para el próximo trimestre. Esta persona que rige la estrategia comercial, debe de considerar los siguientes puntos:

- Analizar y dimensionar los mercados.
- Comprometerse con una participación de mercado que le permita crecer contra su competencia.
- Plantear una estrategia comercial basada en el conocimiento del mercado meta.
- Desarrollar un plan comercial de mercadotecnia que le permita generar demanda.
- Desarrollar un plan comercial de ventas que le permita acortar el ciclo de ventas e incrementar la venta promedio. Esto se logra conociendo las razones de compra de los prospectos y oportunidades.
- Definir objetivos, métricas y responsables para dar seguimiento a la ejecución del proceso.
- Administrar y afinar el proceso comercial de ventas y mercadotecnia todas las semanas.
- Entregar datos a su jefe directo para realizar inteligencia de mercado, afinar el producto y desarrollar nuevos productos o estrategias.
- Monitorear a la competencia, enfocándose en el competidor que va delante de él para alcanzarlo y el que viene detrás de él, para que no lo alcance.
- Pasar la estafeta al área de entrega/operaciones de la mejor forma para que ese cliente se convierta en un cliente recurrente (la reventa estabiliza, la nueva venta las hace crecer).

Siguiendo con lo planteado es necesario dar a conocer y estipular una buena estrategia que consista en definir, implementar, delegar y organizar disciplinada y metodológicamente las tareas que permiten la construcción de un trabajo rotatorio y en equipo.

Los puntos importantes que se deben abarcar como desarrollo inicial es la base de datos, sin saber a qué zonas puede llegar el vendedor es un trabajo que se desarrolla en vano, no solo por eso, también está el problema de que edificios, entidades, etc., ha visitado y a cuales puede llegar ofreciendo su servicio.

○ Formulación de Encuesta

Para evitar este problema es necesario implementar una encuesta donde permita recopilar datos de esa manera se recopilan las direcciones, teléfonos, nombres de los edificios, y del administrador para una posible venta, lo que se pretende con las entrevistas no solo es llegar a saber dónde está ubicada la copropiedad, también conquie productos y servicios cuenta para así crear nuevas formas de llegar al mercado, publicidad y paquetes. y a su vez saber cuáles son las necesidades que tiene cada propiedad o entidad, para abarcarlas y ofrecer los servicios necesarios.



4.2.3 Propuesta definitiva

Para el desarrollo de la encuesta es necesario aclarar diferentes puntos.

- Análisis externo: se requiere llegar a las propiedades horizontales, clínicas, escuelas, entidades que requieran servicio de vigilancia, aseo, administración, construcción y mantenimiento.
- Actividad del sector: es importante establecer que Barranquilla es una ciudad que está en crecimiento y las edificaciones y construcciones es un factor importante para el desarrollo de la ciudad, es decir, el mercado está para explorarlo desde el inicio hasta el servicio final y es posible conservarlo.
- Análisis interno: la organización está en la capacidad de abarcar el mercado, con la diversidad de servicios que brinda y la comodidad para los clientes.

C.A.P.H. B	ENCUESTA NACIONAL PROPIEDAD HORIZONTAL BARRANQUILLA
-----------------------	--

No.

C.N.
E.P.
H.C

Nombre de (Edificio / Conjunto):

Nombre del
Administrador:

Correo electrónico:

Valor promedio Cuota
Admón.:

517

Valor promedio
Cartera
Conjunto:

Teléfono/
Cel:
Dirección:
Unds de la
Copropiedad:

1. Marque con una X o diligencie la información de la respuesta indicada por servicio encuestado:

SERVICIO DE PORTERIA	RESPUESTA
TIENEN ASIGNADO PERSONAL DE PORTERIA	SI _____ NO _____
ES DIRECTO LA CONTRATACION CON EL CONJUNTO /EDIFICIO	SI _____ NO _____



nombre DE LA EMPRESA CONTRATISTA:	VIA SERVIN
--------------------------------------	------------

1.1 Esta de acuerdo con la obligación que exige la super vigilancia de que el personal de portería debe contratarse con empresas de seguridad privada

Si _____ No _____

SERVICIO DE ASEO	RESPUESTA
TIENEN ASIGNADO PERSONAL PARA SERVICIO DE ASEO	SI _____ NO _____
ES DIRECTO LA CONTRATACION CON EL CONJUNTO /EDIFICIO	SI _____ NO _____
NOMBRE DE LA EMPRESA CONTRATISTA:	
CANTIDAD DE PERSONAL ASIGNADO:	

2. Cuál es el principal problema que tiene la copropiedad:

LABORAL:

CONVIVENCIA: _____

SERVICIOS PUBLICOS:

CARTERA: _____

OTRO (CUAL): _____

3. Cuenta el Conjunto/Edificio con Medios CAMARAS, ALARMAS,
Tecnológicos: ETC...

SI _____ NO _____

CUAL:

4. Hace cuanto no se realiza la restauración total (pintura) al
Edificio/Conjunto?

_____ Lo Tienen dentro de la programación: SI
_____. _____ NO _____

5. Está afiliado a la Red de apoyo Policía Nacional?

SI _____ NO _____

Desearía recibir más información al
respecto:

SI _____ NO

6. La Copropiedad cuenta con un Plan de
Emergencia?

SI _____ NO _____

7. Describa en que aspecto usted cree que la propiedad necesita ser



mejorada?

8. Si usted administra otros conjuntos residenciales o edificios, favor suministrar la siguiente información:

NOMBRE DE EDIFICIOS/CONJUNTOS QUE USTED ADMINISTRA	DIRECCION

9. Usted conoce alguna entidad gremial para los Administradores de Propiedad Horizontal?

SI _____ NO

CUAL:

10. Usted ha pertenecido a alguna entidad gremial de Administradores de Propiedad Horizontal?

SI _____ NO

CUAL:

_____ SI _____ NO

Cumplió sus expectativas: _____

11.Cuál cree usted que son las ventajas de estar afiliado a una entidad gremial?

RESPALDO _____	FORMACION _____
CAPACITACION _____	ACOMPANAMIENTO _____
ASESORIA _____	

12. Usted recibe información oportuna sobre temas de Propiedad Horizontal?



SI _____ NO _____

13. Describa que medio utiliza Usted para actualizarse en temas relacionados con Propiedad Horizontal?

14. Cree Usted que la remuneración que están pagando los edificios por administrar corresponde con la responsabilidad que tiene el cargo.

SI _____ NO _____

15. Esta de acuerdo con la unificación de las tarifas-Honorarios para el servicio de administración?

SI _____ NO _____

16. Cree usted importante que los trabajadores de la P.H. se les realice una evaluación general, que incluye examen de conocimientos sobre Funciones y deberes, un test psicológico que evalúe tendencias comportamentales y una prueba de inteligencia?

SI _____ NO _____

17. Esta usted interesado que el personal que trabaja para el/los edificio(s) y/o conjuntos que usted administra realice un curso de este tipo de pruebas:

SI _____ NO _____

18. La copropiedad ha tenido algún tipo de problema laboral con sus trabajadores SI _____ NO _____

19. Usted ha solicitado apoyo de las autoridades en el último año, por problemas de convivencia o a formulado quejas en este sentido SI _____ NO _____

20. Es financieramente viable la copropiedad que usted administra SI _____ NO _____

FIRMA ENCUESTADOR

**FIRMA
ENCUESTADO**

FECHA DE REALIZACION DE LA ENCUESTA: _____

Nombre Presidente Consejo de Administración _____



Los objetivos que se logran en esta encuesta son funcionales, permiten recopilar base de datos de las propiedades y entidades a las que se puede obtener acceso, y del mismo modo crear estrategias para lograr entrar en nuevos mercados abarcarlos y llegar con opciones que realmente requiera la organización.

Los resultados obtenidos con la encuesta se denominan en:

- 70% de las propiedades horizontales no cuenta con un personal de seguridad capacitado, lo cual se denomina en un mercado adecuado para brindar el servicio.
- 10% cuenta con el personal capacitado, pero la empresa a las que están afiliados no les brinda los servicios completos de seguridad a la propiedad, estos son; base de datos del personal y familias que viven allí, cámaras y cercados, así es como se llega a la conclusión de activar el portafolio con paquetes de productos que brindan una mejor seguridad.
- 20% restante hace parte de la competencia, se pretende crear estrategias para abarcar la gran parte del mercado.

4.3 DISEÑO DE LOGO Y ESCARAPELA

4.3.1 Imagen Corporativa: es una identidad importante para la empresa, es la parte fundamental para tener reconocimiento y aceptación en el mercado.

El diseño de imagen acarrea temas tanto de contenido como de estética, es decir, en cuanto a contenido vale la pena destacar que el nombre y el grafismos del logo debe tener la información de la empresa, en pocas palabras es la manera resumida de describir la empresa, en un nombre, color y diseño.

En cuanto al diseño es clave destacar que debe ser cuidadosamente llevado, estéticamente apropiado, innovar en forma, dándole un sello propio a la organización. Se requiere el manejo de formas simples, secuencias formales, modular en la forma.

CONTENIDO DEL LOGO

Nombre de la empresa: Consejo Nacional de Entidades Propiedad Horizontal de Colombia.

Formas simples:



Ilustración 9. Contenido del logo

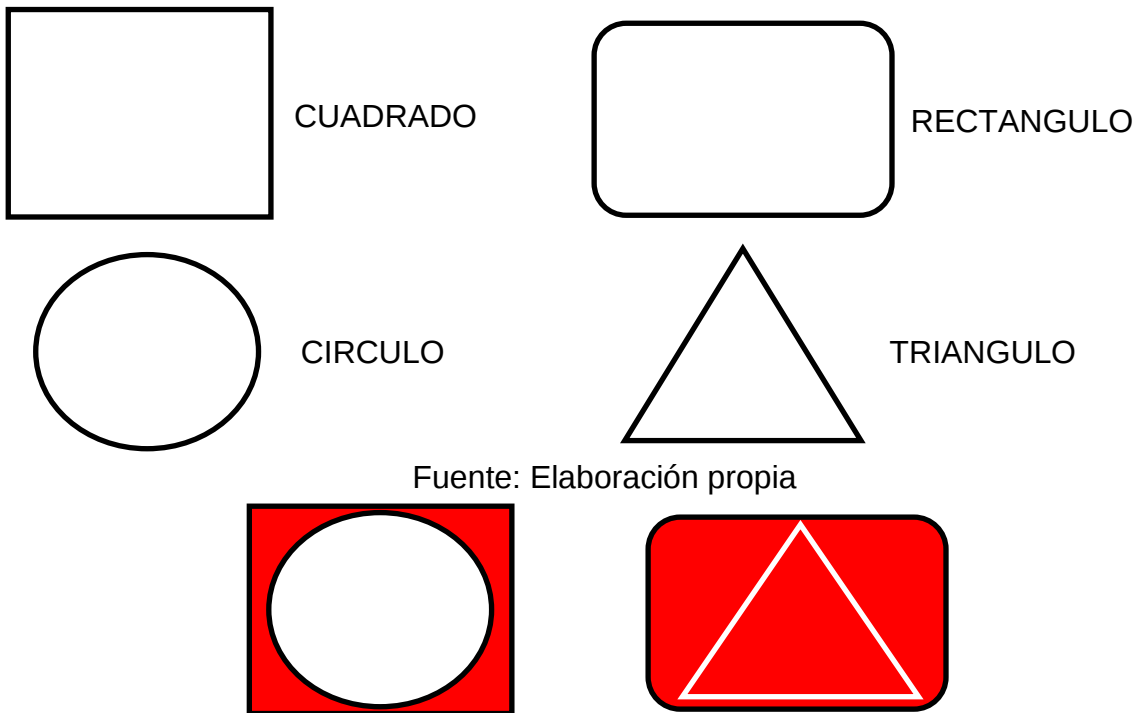


Ilustración 10. Desarrollo



Fuente: Elaboración propia

El manejo de colores y formas simples se integran definiendo la forma, utilizando modularidad en gradación para dar acercamiento a los objetivos de la empresa

Ilustración 11. Desarrollo 2

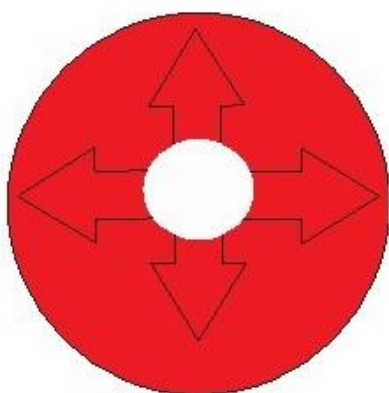


Fuente: Elaboración propia

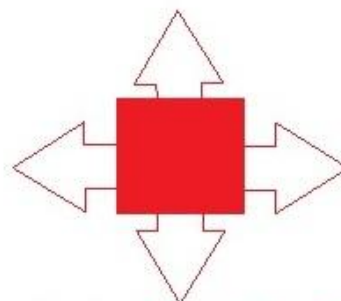
Ilustración 12. Desarrollo 3



Fuente: Elaboración propia



**consejo nacional
de propiedad horizontal**



**consejo nacional
de propiedad horizontal**

Fuente: Elaboración propia

PROPUESTA DEFINITIVA

Ilustración 13. Propuesta definitiva



Círculo, conjunto trabajo que busca integridad.

Letra en blanco para dar diferenciación y entender lo que es la empresa.

Flechas con el recuadro, indica que es el las propiedades (mapa guía de cuadras).

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Escarpela: Es importante para la presentación de la persona encargada de realizar la encuesta, o prestar un servicio, es la manera de dar a conocer que efectivamente la persona trabaja para la compañía. La escarpela o carnet esta compuesto por:

- Nombre del trabajador
- Numero de identificación
- Logo de la empresa
- Dirección de la empresa, correo, número telefónico
- Especificación del cargo

Ilustración 14. Propuesta # 1



Convenio
Colegio de Administradores de
Propiedad Horizontal de Barranquilla

CNEPHC ¡Como Están y para donde Van los Edificios!

PROYECTO: Encuesta Nacional sobre Propiedad Horizontal

Encuestador (a): Maria Isabel Ramirez Aristizabal

CC : 33.967.253

Crra 43 N° 73 - 184 oficina 103 Tel : 3007028586
Barranquilla, Colombia



Ilustración 15. Propuesta # 2

Convenio

**Colegio de Administradores de
Propiedad Horizontal de Barranquilla**

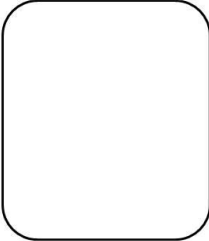


Encuesta Nacional sobre Propiedad Horizontal

¡Como Están y para donde Van los Edificios!

Encuestador (a): **Maria Isabel Ramirez
Aristizabal**

CC: **33.967.253**



CNEPHC

Crra 43 N° 73 - 184 oficina 103
Tel : 3007028586
Barranquilla, Colombia

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 16. Propuesta # 3

Convenio
Colegio de Administradores de
Propiedad Horizontal de Barranquilla

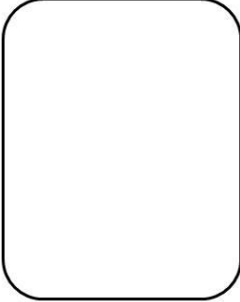
CNEPHC

Encuesta Nacional sobre Propiedad Horizontal

**¡Como Están y para donde Van
los Edificios!**



Crra 43 N° 73 - 184
oficina 103
Tel : 3007028586
Barranquilla, Colombia



Maria Isabel Ramirez
33.967.253

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 17. Propuesta # 4

Convenio
Colegio de Administradores de
Propiedad Horizontal
Barranquilla

Encuesta Nacional sobre
Propiedad Horizontal

**¡Como Están
y para donde Van
los Edificios!**



Maria Isabel Ramirez
33.967.253

Crra 43 N° 73 - 184 oficina 103
Tel : 3007028586
Barranquilla, Colombia

Fuente: Elaboración propia



PROPUESTA DEFINITIVA

Ilustración 18. Propuesta definitiva



Fuente: Elaboración propia

4.3.3 Tarjetas de presentación: son el mejor recurso para la primera entrevista o dado el caso para las entrevistas, estas se entregan a la persona que atiende y está interesada en los servicios que presta el trabajador. Las tarjetas de presentación recopilan los principales datos de una persona. Los datos que debe llevar son:

- Nombre y apellidos de la persona, en el centro
- Su cargo o título
- Dirección, teléfono, correo electrónico en la parte inferior
- Logotipo y nombre de la compañía en la parte superior

PROPUESTA 1

Ilustración 19. Propuesta # 1 de tarjeta



Ilustración 20. Propuesta # 2 de tarjeta



Fuente: Elaboración propia

4.3.4 Desarrollo de la estrategia:

Se realizó una presentación ante el comité gerencial de la empresa donde se explicó la estrategia de la siguiente manera:

Principios de la organización comercial

- Unidad de mando. Cada comercial dependerá de un solo jefe y trabajará directamente con él. Los jefes conocerán el número de colaboradores a su cargo.
 - Jefe
 - supervisor
 - Encuestadoras



- Vendedoras
- Todas las funciones estarán definidas por escrito hasta en los últimos detalles.
 - Jefe: se encarga de delegar responsabilidades a cada uno de sus colaboradores, de igual manera acompañar a los vendedores a hacer cierre de venta.
 - Supervisor: se encarga de supervisar y al igual que el jefe, se encarga de acompañar a los vendedores y encuestadores a generar ventas y cierre de esta.
 - Encuestadoras: se encargan de recopilar información para llenar una base de datos, también de prospectar posibles clientes.
 - Vendedores: se encargan de ofrecer los servicios y brindar comodidad a los clientes.
- Las supervisiones han de ser oportunas y constantes para que sean efectivas.
 - Todos los días se manda un informe de visitas y encuesta que se hacen; semanalmente se hará reunión general, donde se comenta las vivencias de la semana, de igual manera se maneja una confidencialidad que se trabaja personalmente con el supervisor y jefe.
- La delegación de tareas ha de quedar perfectamente definida.
- Estabilidad del personal. Debemos conseguir una rotación del personal comercial lo más baja posible. Ser capaces de soportar las bajas de personal sin grandes pérdidas de eficacia, rentabilidad y adecuada atención al cliente.
- Flexibilidad. La organización ha de ser capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes del mercado, previniéndolas y haciendo frente a los cambios de negocios, sin pérdidas en el rendimiento.
 - Para esto están los diferentes paquetes que se acomodan según la necesidad del cliente.
- Expansión. Cuando se efectúe una expansión con el consiguiente aumento del número de ventas y trabajo, hay que prever la ampliación de personal para poder atender adecuadamente a los clientes.
Se maneja personal disponible para estos sucesos, se están recibiendo constantemente hojas de vida, para una selección indicada del personal y



disposición, ya que en esto se maneja la seguridad para los edificios, condominios, bancos, etc.

- Coordinación. Armonizar las acciones de los diversos comerciales, de modo que no se creen interferencias ni duplicidades en el trabajo.
Se adecuan los comerciales en función de las delimitaciones de las zonas de ventas, de modo que todas estén atendidas y cubiertas, también se tendrá en cuenta las propuestas de los mismos comerciales.
- Creación de la figura *junior*.
En este caso los encuestadores son los que actúan de comodín en suplencias o necesidades puntuales; posteriormente serán promocionados.

4.3.5 Diseño carta de presentación: Es importante la carta para llegar a las propiedades horizontales, debido a que es necesario el contacto directo con el administrador, en caso tal de no encontrarlo en el sitio que sepa que es lo que pretende la empresa con la visita.

Barranquilla, febrero 25 de 2012

Señor (a)

**ADMINISTRADORA
EDIFICIO/CONJUNTO**

Reciba un cordial saludo, de parte del Colegio de Administradores de Propiedad Horizontal de barranquilla (**CAPHB**), igualmente del consejo nacional de entidades de propiedad horizontal de Colombia.

La portadora del presente es funcionaria nuestra y está adelantando en la ciudad de barranquilla una encuesta informativa para conocer cómo está el sector de la Propiedad Horizontal en la ciudad. Dicha encuesta se está realizando a nivel nacional, la información será manejada con confidencialidad y netamente informativa.

La funcionaria nuestra se llama MARIA CAROLINA AVENDAÑO LUX CC: 22494602 de barranquilla.

En agradecimiento a su colaboración, el **COLEGIO DE ADMINISTRADORES DE PROPIEDAD HORIZONTAL DE BARRANQUILLA**, le otorga una inscripción gratuita a la revista Propiedad Horizontal, la cual circulara el día _____, la recibirá donde usted indique.



Atentamente,
SANTANDER BARRAZA
Presidente
Colegio de Administradores De Propiedad Horizontal.
Carrera 43 No. 76 – 127 cel. 3007028586 www.caph.orgbarranquilla-colombia

5. PROYECTO 2: DISEÑO Y CREACION DE NUEVA EMPRESA

5.1 Estructura Empresarial

5.1.1 Justificación:

Es evidente que la empresa Coosocial es una organización empresarial que brinda diferentes servicios a la propiedad horizontal, las entidades públicas, privadas, colegios, etc. de lo que se encarga esta entidad es de brindar servicios de aseo, seguridad, construcción, administración y mantenimiento a espacios, pero no cuenta con una empresa u organización que se encargue del mantenimiento de aires acondicionados, es por eso que se requiere la creación de la nueva empresa, conservando las políticas que se desarrollan en la empresa encargada (grupo Coosocial).

A partir del diseño es importante abarcar las condiciones necesarias para lograr los objetivos correspondientes, establecer criterios formales que se adapten a la actividad de la empresa.

5.1.2 Objetivo General: analizar

Analizar el desarrollo de una empresa para examinar las características formales y funcionales que permitan un buen diseño, observar labores y funciones para tomarlas en cuenta y aplicarlas a la nueva imagen, además, tener en cuenta la tecnología e implementos para realizar y establecer hacia donde se pretende dirigir la nueva empresa.

5.1.3 Objetivos Específicos:

- Identificar las diferentes empresas que operan en mantenimiento y aseo , para tomarlas como referentes y aplicar de estas, puntos y pautas, estratégicas para un desarrollo más óptimo y lograr que la nueva empresa sea más funcional y estratégica.
- Establecer misión, visión, valores institucionales, para la nueva empresa.



- Analizar el entorno competitivo para definir ordenadamente y metódicamente las tareas por ejecutar para cumplir con la visión.
- Definir qué y a quien se quiere llegar para definir el factor clave del éxito, desde el diseño es importante darle un desarrollo formal estético que permita desempeñar la actividad en la industria y fuera de ella, esto es para la diferenciación y ganancia en la sociedad.

5.1.4 Cronograma de actividades planeadas

Ilustración 21. Cronograma de actividades

PROYECTO	ACTIVIDAD	SEMANAS			
		1	2	3	4
CREACION DE NUEVA EMPRESA	Recopilación de información	➡			
	Referentes	➡			
	Diseño de nombre y marca		➡		
	Análisis de entorno competitivo			➡	
	Misión, visión, valores institucionales			➡	
	Diseño de brochure				➡
	Estructura de objetivos estratégicos				➡

Fuente: Elaboración propia

5.1.5 Análisis e investigación:

- Recopilación de Información:
 - Actividad que se desea desarrollar (diseñar, distribuir, comercializar, asesorar, educar, asegurar,) todo a través del mantenimiento de aires acondicionados
 - Un complemento con alguno de estos elementos, es concientizar a la gente usuaria en general del mantenimiento de estos aires, ya que con este ahorran en el gasto de servicios públicos y a su vez ayudan al ecosistema.
 - Los servicios que prestara serán de mantenimiento, monte y desmonte de aires acondicionados (mini split) cambio de accesorios y ventas de estos.



- Lo que se desea implementar es un servicio completo donde la gente (el cliente) recurre solo a una empresa donde se le brinde todo un paquete que reúna las necesidades de aseo en el hogar.

Todo esto se maneja bajo un propósito el cual consiste en prolongar y mejorar la vida humana, proporcionando un servicio de excelente calidad para el cuidado personal y de la salud, es importante que los electrodomésticos estén en buen estado y sin ningún escape o fisura para lograr lo antes mencionado.

Es importante saber a quién se busca como cliente, y después de esto de qué manera se le llega, como se le ofrece el servicio. Es importante manejarlo de la mejor forma para no alejarlo.

Según

Importancia para crear una empresa: Para crear una empresa se debe a partir de una idea (innovación de un producto, servicio a realizar). Que puede suponer una innovación sobre los productos que existen en el mercado, o mejorar un producto ya existente.

Para crear una empresa hay que fijarse en la innovación. El empresario debe analizar los cambios en el entorno, ejemplo de algunos significativos

- Cambio en los ingresos personales.
- Cambio en el tiempo libre.
- Cambio en el nivel educativo.
- Cambio en el mercado de trabajo
- Cambio en el ámbito económico del país.

Una vez que se tiene bien definida la idea hay que realizar un análisis para concretar si se crea o no:

Análisis de la Demanda: Analizando la localización, cuantificación, capacidad adquisitiva, hábitos de consumo... y el análisis de su equilibrio y estabilidad, mediante el estudio de la capacidad de crecimiento, productos sustitutos, la durabilidad de los productos y si es de carácter necesario o de lujo.

Análisis de la competencia: Observando el tipo de empresas del sector, su organización el grado de concentración y la regulación administrativa.

Estudio de la localización geográfica: Lugar de suministro de materias primas, proximidad de clientes potenciales, infraestructura de la zona, contratación de



mano de obra, situación de las empresas competidores y buscar zonas con subvenciones.

Estudio del capital preciso: No es el mismo en todo momento. Mediante las rotaciones el empresario podrá hacer una previsión de cual va ser su posición en el mercado.

FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

Hay que tener en cuenta los siguientes criterios: forma de distribución del poder, el tipo de financiación, el tamaño de la empresa y el coste fiscal. En un contrato intervienen al menos 2 personas con la intención de prestar un servicio.

Clasificación de los contratos:

- Típicos y atípicos.
- Solemnes y no solemnes.
- De disposición y de obligación.
- Onerosos y gratuitos.
- Completos e incompletos.
- Deterministas o contingentes.

Tipos de empresa

Hay dos tipos de empresario: individual y colectivos.

Empresario individual: Su responsabilidad es ilimitada y dirige el negocio. La denominación de la empresa será el nombre civil del titular. La Inscripción en el Registro Mercantil es potestativa. No tiene un límite de capital.

Según el texto del portal educativo "tiposde.org", 2013 la Sociedad Civil: Tiene libre denominación. La inscripción en el Registro Mercantil es voluntaria. Como mínimo tienen que existir 2 socios. Los socios pueden aportar trabajo, dinero, bienes o derechos. La responsabilidad frente a terceros es mancomunada e ilimitada. Los socios serán los administradores generales. No existe un límite para el capital social necesario. En su constitución un 0'75 % sobre la valoración de sus aportaciones en concepto del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. No pueden tener objeto mercantil y sus beneficios pasan a formar parte de la Base Imponible en el I.R.P.F. de cada socio.

Sociedad Colectiva: Su denominación será el nombre de los socios, o de algunos y "Cía". Su constitución exige Escritura Pública e inscripción en el Registro Mercantil. El número mínimo de socios será de dos, no existiendo un máximo. Los socios pueden aportar trabajo, dinero, bienes o derechos. La responsabilidad es



personal e ilimitada para todos los socios. No hay un límite en el capital social. Un 0'75 % de sus aportaciones en concepto del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. Hay socios industriales, que aportan trabajo y no tienen que hacer frente a las deudas. Los beneficios obtenidos tributan en un 35% en el Impuesto sobre Sociedades.

Sociedad Comanditaria: Su denominación es el nombre de los socios colectivos y "Sociedad en Comandita". Hay que hacer Escritura Pública e inscripción en el Registro Mercantil. El número mínimo de socios es uno colectivo y otro comanditario, sin número máximo. Los colectivos aportan su trabajo, dinero, bienes o derechos. Los comanditarios aportan únicamente bienes, dinero o derechos. La responsabilidad de los colectivos será personal, solidaria e ilimitada

y la de los comanditarios es limitada. La gestión corresponderá a los colectivos. Las sociedades comanditarias por acciones son aquellas en las que el capital comanditario se distribuye en acciones, y tendrán un capital máximo de 50 millones de pesetas. En el Impuesto sobre Sociedades el tipo de gravamen aplicado es del 35% al igual que las colectivas.

Sociedad Anónima: Tiene la denominación libre, siempre que no se repita el nombre ya seleccionado por otra sociedad. Hay que realizar Escritura Pública e Inscripción en el Registro Mercantil. El mínimo es de 3 socios, que podrán aportar su dinero, bienes o derechos de contenido patrimonial. La responsabilidad es limitada. La gestión corresponderá a los administradores nombrados. Decisiones importantes tomadas por la asamblea general de accionistas. La representación esta delegada a los administradores. El capital mínimo es de 10 millones y un desembolso mínimo del 25%. Capital dividido en acciones. El ITP es del 1% sobre el capital nominal. Los beneficios tributarán al 35% en el Impuesto sobre Sociedades.

Sociedad de Responsabilidad Limitada: Tiene denominación libre, cuando no coincida con otra, y va acompañada de S.L. o S.R.L. Requiere Escritura Pública obligatoria e Inscripción en el Registro Mercantil. Puede haber de 2 a 50 socios. Que podrán aportar dinero, bienes o derechos patrimoniales. La responsabilidad es limitada. La gestión normal la realizan los administradores y la decisiones importantes las toman las juntas de socios. La representación corresponderá a los administradores. El capital máximo es de 50 millones de pesetas y deberá estar totalmente desembolsado. El capital se dividirá en participaciones iguales, individuales y podrán acumularse varias. La fiscalidad en el acto de la constitución será idéntica que la referida para las sociedades colectivas y comanditarias, y lo mismo sucede en el Impuesto sobre las Sociedades.



Sociedad Cooperativa: Con denominación libre, si no coincide con otra, y con "Sociedad Cooperativa" y el grado de responsabilidad. Deberá constituirse en Escritura Pública e inscribirse en el Registro General de Cooperativas. Y toma de razón en el Registro Mercantil. El número mínimo de socios es 7. Los socios podrán aportar dinero, bienes muebles e inmuebles y créditos. La responsabilidad en las cooperativas de responsabilidad ilimitada será personal, limitada y mancomunada. En las de limitada responden solo con sus aportaciones. La representación corre a cargo de su presidente menos en los casos de designación de un equipo directivo. Tiene que desembolsarse un mínimo del 25%. Los trabajadores podrán obtener préstamos de la cooperativa. El capital máximo permitido a un socio no podrá superar la tercera parte del capital total. El tipo de gravamen correspondiente al Impuesto sobre Sociedades será del 18%, salvo en el caso de las cooperativas de crédito, que cotizan el 26% de sus beneficios.



Sociedad Anónima Laboral: Denominación libre, sin coincidir, y acompañada S.A.L. Debe constituirse en Escritura Pública e inscribirse en dos registros, en las S.A.L y en el Mercantil. El número mínimo es 3 Socios. Los socios tienen que ser un mínimo del 85% de los trabajadores fijos, o bien el 75% si existen menos de 25 socios trabajadores. Las aportaciones de los socios pueden ser su dinero, bienes y derechos patrimoniales. La responsabilidad es limitada. Los órganos de gestión y representación son idénticos a los correspondientes en las sociedades anónimas. Las acciones constitutivas del capital serán nominativas, no existiendo límite mínimo ni máximo para la cifra del capital. Como mínimo un 51% del capital social debe estar en manos de los trabajadores. Existe una bonificación del 99% en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. Los trabajadores podrán obtener préstamos en la sociedad. Los socios industriales no podrán contar con más del 25% del capital social. Esta limitación se eleva hasta un 49 % en el caso de participación mayoritaria del Estado, Comunidades Autónomas y Entidades locales.

5.1.6 Empresas existentes

Ilustración 22. CC AIRES S.A



Cr42 H 84 B-77 Colombia, Barranquilla

Teléfono: (57) (5) 3782164

Fuente: www.ccaires.com



Ilustración 23. TECNO SERVICE WH



Cr41 43-37 Centro Colombia, Barranquilla

Teléfono: (57) (5) 3703080

Fuente: www.tecnoservicewh.com

Ilustración 24. MAXIFRIO



Cr43 55-08 L-2 Colombia, Barranquilla

Tel: (57) (5) 3794651

Fuente: www.maxifrio.com

Ilustración 25. ACONDICIONADO INVERPRIMOS REFRIGERACIÓN



Barranquilla

Colombia, Barranquilla

Cel: (57) 3108363603

Fuente: www.inverprimos.com

Ilustración 26. AIRE ACONDICIONADO PARTES Y REPUESTOS



Colombia, Barranquilla

Cel: (57) 3108363603

Fuente: www.inverprimos.com/partesyrepu...

Referente de Empresas de reparación y mantenimiento de aires acondicionados.
<http://www.paginasamarillas.com.co/busqueda/reparacion+y+mantenimiento+de+aire+acondicionado-barranquilla>

En la mayoría de las empresas se encargan de venta, reparación, mantenimiento, de aires acondicionados manejando los mismos precios, ninguna ofrece un servicio completo, es por eso que el diseño debe ir acompañado de nuevas formas conservando el mismo concepto, para lograr innovar donde a su vez se genere un aspecto diferenciador de los demás empresas prestadoras de este servicio.



5.1.6 Requerimientos de diseño:

Determinantes

- Diseñar una propuesta innovadora que cumpla con los factores necesarios para la nueva organización.
- Intervenir con conceptos formales altamente estéticos y elegantes, con una propuesta diferente.

Parámetros

- Abarcar soluciones al concepto que se viene manejando en la organización.
- Desarrollar propuestas formales y elementos funcionales en el lugar de trabajo (empresa y sitios donde presta el servicio).

5.1.7 Alternativas de diseño

DISEÑO DE NOMBRE Y LOGO

El diseño del nombre es lo más importante, porque se pretende unificar todas las actividades de la empresa, debe marcar diferenciación en la empresa, para esto el diseño debe ser práctico y atractivo visualmente, adaptando las ideas e involucrando innovación, no solo en las formas sino también en las funciones.

Es necesario tener en cuenta forma, estética, como también estético-simbólica, estas ayudan a la creación de un diseño simple y llamativo el cual debe partir de las características más atractivas para el usuario, de igual manera tomar en cuenta la aceptación del mismo trabajador o prestador de servicio, ya que este conoce la empresa y brinda el aporte necesario para la elaboración de la nueva imagen corporativa.

Tener en cuenta

- Cultura: el carnaval de barranquilla es el icono cultural de esta ciudad, pero no solo existen estas fiestas también se destacan el Carnaval Internacional de las Artes, la Carnavalada, Barranquijazz, muestras artísticas y manifestaciones folclóricas como exposiciones, talleres literarios, conversatorios filosóficos, piezas de teatro, jornadas de poesía, cuentos, danzas, exposiciones, conciertos y festivales, es una ciudad amplia culturalmente, pero tiene una particularidad en todas estos festejos y es la tonalidad siempre usan colores llamativos, son muy atacados visualmente.



- Construcción: a pesar de ser una ciudad con tanto desarrollo las construcciones conservan el estilo medieval, antiguo, en formas, aun es marcante en la ciudad los arabescos el rococó son estilos llamativos y de gusto para los habitantes.
- Nombres de negocios: es importante la influencia americana en la ciudad esta guida y construida para seguir un estilo americano, la mayoría de los negocios tiene nombre en inglés, es importante resaltar que los negocios y empresas del sector son sucursales de negocios ya existentes en el mundo.

PROPUESTA DE NOMBRES

- **fliatec**
- **aratec**
- **A SU SERVICIO**
- Free
- wardfree
- **A. S. S**

A.S.S
ASU SERVICIO

A.S.S
A SU SERVICIO

PROPUESTA DE LOGO

Ilustración 27. Propuestas de logo



Fuente: Elaboración propia

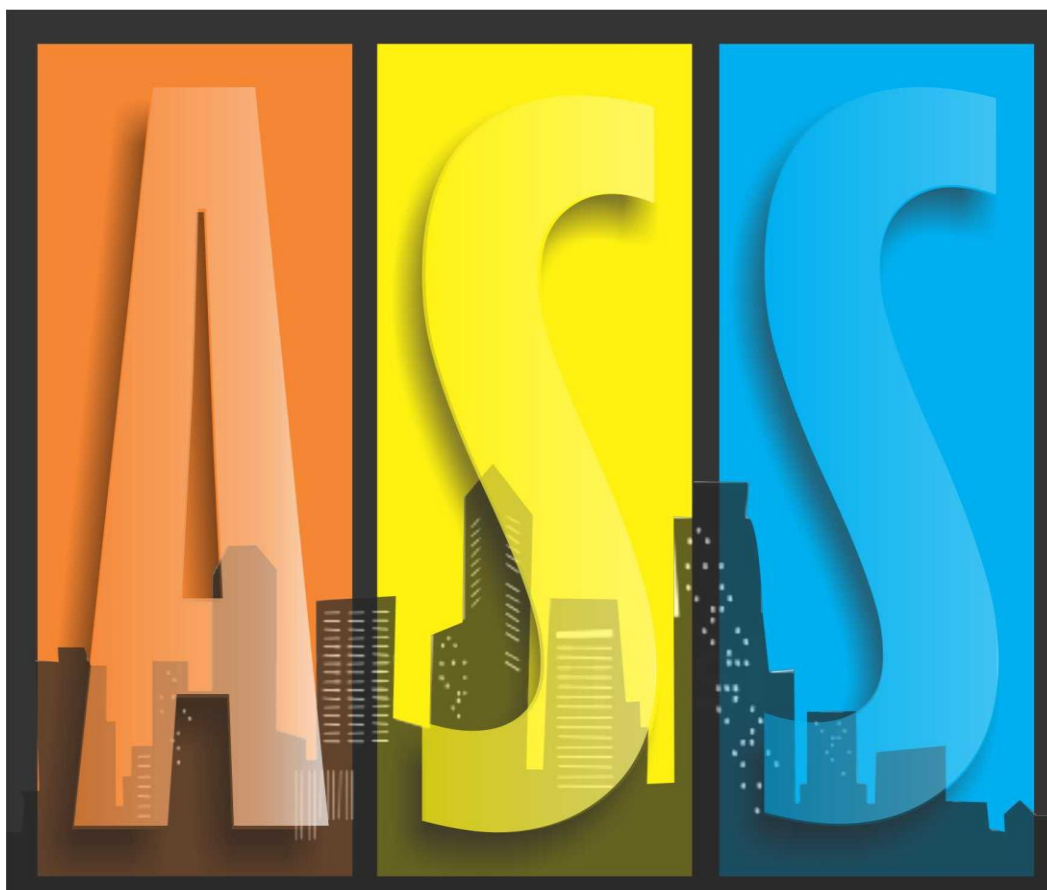


Ilustración 28. Desarrollo de las propuestas



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 29. Desarrollo del diseño





55 Fuente: Elaboración propia

|



Ilustración 30. Explicación del diseño



Los colores son representativos de la cultura costeña en especial de barranquilla.

La imagen del fondo representa el mercado en el que opera el servicio.

Las letras son la representación

Fuente: Elaboración propia

5.1.8 Análisis del entorno competitivo

- Tipo de producto: Lo que se ofrece en las diferentes empresas es lo mismo para todas, no marcan diferencia, no tienen un paquete que se adapte a las necesidades del cliente y no tienen un servicio que cumpla diferentes labores.

Es así como el mercado se debe abordar desde un producto diferenciador, un paquete que le brinde al usuario comodidad en precios y equipos, de igual manera servicio de aseo general, un complemento para mantener agradable su hogar.

- Número de competidores: con el servicio completo no existe, pero es importante la demanda que opera brindando ese servicio, no solo está en las empresas reconocidas, también están las personas externas que brindan el servicio.

Lo que debe desarrollar la empresa es un sistema de garantía y de cuidado al medio ambiente sería el punto esencial para ser escogidos por los clientes.

- Influencia del precio en el cliente: los precios se manejan igual cambian en algunas cosas.



Lo que se debe implementar ya antes mencionado son los paquetes promocionales o días de locura (por llamarlo de alguna manera), donde el cliente reciba el mejor beneficio y se acomode a la necesidad que tiene y a su bolsillo.

- Aspectos tecnológicos: en este caso es importante aclarar que el hecho de que se manejen aires acondicionados están en constante desarrollo tecnológico, es esta la razón por la cual, las empresas están en constante capacitación; es notorio en el mercado toda la situación en tecnología que se aplica día a día, y aún más la necesidad de que las empresas estén a la vanguardia de cualquier suceso tecnológico.

Para este caso es importante la implementación residual y concientizar al cliente del reusó o reciclaje de los electrodomésticos u objetos en desuso, en las diferentes acciones que ejecute la empresa en el momento que brinda el servicio.

Es necesario para el crecimiento de la empresa un constante chequeo de cómo está operando la competencia, cuales son las promociones, las fortalezas, el portafolio que maneja, como percibe el cliente. En general saber entrar a competir no solo en precios, también en estrategias de mercado.

TABLA FORMATO PARA LLEVAR UN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Ilustración 31. Formato para el análisis

Nombre de empresa:					Fecha inicial:	
					Fecha final:	
Ventaja competitiva	fortalezas	Debilidades	Nicho de mercado	Portafolio de productos	promoción	Percepción del cliente

Fuente: Elaboración propia



MISIÓN, VISION, VALOR INSTITUCIONAL

MISIÓN

Como empresa prestadora de servicio de aseo a propiedades, está comprometida con el mejoramiento de su calidad; direccionando su gestión y servicio, con un equipo de trabajo estrictamente seleccionado con previas investigaciones. Aportando un ambiente limpio a los hogares logrando satisfacer los usuarios.

VISIÓN

Ser la mejor alternativa dentro del mercado de Servicios de aseos domiciliarios para el año 2025 en el Departamento del Atlántico, aportando innovación permanente a nivel ambiental, operativo, con un equipo de trabajo humano que busque siempre satisfacer las necesidades de la de los usuarios y del embellecimiento de los sitios donde prestemos nuestro servicio. Ofrecer el servicio de aseo domiciliario, servicio de refrigeración en sus componentes de instalación desmonte y mantenimiento correctivo de mini Split, servicios especiales de aseo, con un equipo humano responsable, comprometido con la empresa, el servicio que brinda y el medio ambiente.

VALORES INSTITUCIONALES

Nuestros valores definen el comportamiento de nuestro equipo de trabajo y son la base de nuestro servicio.

Servicio: Atendemos las necesidades de nuestros clientes escuchando y mostrando interés de manera amable eficiente, para proporcionar al usuario el servicio requerido.

Profesionalismo: la eficacia y eficiencia son la base de las operaciones a realizar, comprometidos a una buena relación con los usuarios, primando el respeto.

Desarrollo del talento humano: Esencia misma de nuestra labor, estamos en la búsqueda constante de oportunidades para el crecimiento desde las mismas experiencias, conocimientos y esfuerzos.

Trabajo en equipo: lograr objetivos comunes incentivando y promoviendo la participación a través de herramientas que aumenten conocimiento, para regular el comportamiento de la empresa en cuanto a los procesos. Así el equipo estará fortalecido y mejorando su conocimiento.

Ética: realizar nuestro trabajo con dedicación, respeto, lealtad, moral integra; para unir lo que decimos y hacemos enfocado hacia el servicio.



Orientación al Cliente: andamos en búsqueda constante de la satisfacción del cliente, enfocando nuestro conocimiento y experiencia para dar una excelente calidad al servicio.

QUIÉNES SOMOS

Somos una empresa cuyo objeto es la prestación del servicio de aseo domiciliario y servicios de refrigeración, dedicada principalmente al aseo general de los hogares e instituciones, instalación, desmonte y mantenimiento correctivo de aires acondicionados (mini Split). Somos una empresa nueva en el mercado brindando este servicio en la ciudad de barranquilla.

Estamos comprometidos con nuestro personal de trabajo ya que son madres cabezas de hogar, que trabajan permanentemente por el acondicionamiento, organización y limpieza de espacios en las propiedades donde prestan su servicio. Y es así como logramos aumentar los niveles de satisfacción del cliente mediante la mejora continua del sistema y la conformidad del servicio.

5.1.9 Diseño de brochure

En el diseño del folleto es necesario diferentes aspectos de los cuales se desprende que es lo que se pretende ofrecer, es necesario que lleve:

- Nombre y logo de la empresa.
- Quiénes somos.
- Servicios que presta.
- Misión,visión.
- Algunos precios.
- Ubicación (dirección de la empresa, e-mail, teléfono).



Ilustración 32. Brochure

SERVICIOS

Generales
Logística
Mantenimiento



ASEO

QUIENES SOMOS

Somos una empresa cuyo objeto es la prestación del servicio aseo domiciliario y servicios de refrigeración. Estamos dedicados principalmente al aseo general de los hogares e instituciones, instalación, desmonte mantenimiento correctivo de aires acondicionados (mini split).

NUESTROS PRECIOS

1 a 5 días	\$ 54.000 x día
6 a 15 días	\$ 42.000 x día
mas de 15 días	\$ 39.000 x día
48 horas semanales	\$ 1'200.000

El Pago se hará adelantado
Servicios Especiales NO incluidos
(se cotizan)



MANTENIMIENTO

REFRIGERACIÓN

Servicio de Refrigeración en sus componentes de instalación, desmonte mantenimiento correctivo de aires acondicionados (mini split).

Instalación mini split	\$ 120.000
Desmonte mini split	\$ 60.000
Mantenimiento mini split	\$ 35.000
Mantenimiento con químico	\$ 50.000
Corrección de fuga	\$ 70.000
Cambio de capacitores	\$ 30.000
Instilación de compresor	\$ 100.000
Ajuste de carga	\$ 30.000
Reparación Tarjeta	\$ 60.000
traslado unidad	\$ 60.000

MISIÓN

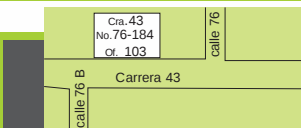
Como empresa prestadora de servicios de aseo a propiedades, está comprometida con el mejoramiento de su calidad; direccionando su gestión y servicio, con un equipo de trabajo estrictamente seleccionado.

VISION

Ser la mejor alternativa dentro del mercado de servicio de aseo domiciliario el año 2020. Aportando innovación permanente a nivel ambiental, operativo, con un equipo de trabajo humano que busque siempre satisfacer la necesidades de los usuarios. ofrecer el servicio de aseo domiciliario servicio de refrigeración en sus componentes de instalación desmonte y mantenimiento correctivo de mini split, servicios especiales de aseo, con un equipo humano responsable ,comprometido con la empresa, el servicio que brinda y el medio ambiente .



SERVICIOS GENERALES
LOGÍSTICA Y MANTENIMIENTO



UBICA CIÓN

Dirección: Cra.43 No.76-184 Of. 103
teléfono: 3692763
e-mail: gerenciaasuservicio@gmail.com
Barranquilla - Colombia

Fuente: Elaboración propia



6. PROYECTO 3: DISEÑO MOBILIARIO

6.1 Diseño stand de exhibición

6.1.1 Justificación:

Se pretende realizar el diseño de un stand de exhibición, para dar a conocer la entidad gremial en las diferentes ferias y exposiciones de manera formal. Con paradigmas estético funcionales que involucren, innovación y tecnología.

A propósito, se debe aclarar que la entidad en sus diseños utiliza, líneas y cubos donde se representan las diferentes actividades que desempeñan las empresas. En estos diseños sus formas son simples, con características comunes para la percepción del cliente.

Es de esta manera como se define el diseño del nuevo stand, un diseño que supere lineamientos innovadores que represente y brinde un sello a la organización, un diseño adecuado y adaptado a la movilidad donde la ergonomía se apropie de los requerimientos del diseño, es decir, para todo tipo de cliente; que sea agradable visualmente y tome el protagonismo logrando un ambiente acogedor y formal.

6.1.2 Objetivo General:

Aplicar propuestas para la optimización de espacios para la presentación de las diferentes empresas, cumplir con desarrollos formales, estéticos que cumplan con las funciones específicas tanto estructurales, dimensionales y conceptuales, todo, para llevar una propuesta innovadora, de igual manera tomar en cuenta los factores ergonómicos y estructurales.

6.1.3 Objetivos Específicos:

- Desarrollar una propuesta innovadora que involucre los conceptos y aplicaciones del diseño a través de la ergonomía para hacer un elemento cómodo y productivo para la empresa.
- Diseñar un mueble stand de exhibición que cumpla con los parámetros impuestos a nivel económico, estructural y de manejo de material, donde el aspecto formal y estructural sea altamente innovador.
- Aplicar aspectos visuales y secuenciales donde el juego de colores y módulos sea atractivo y percibido de manera positiva por el cliente.



- Satisfacer el diseño con una manera o forma fluida, que integre una serie de elementos que en su composición sea sencilla y clara, permitiendo un mantenimiento adecuado y fácil de realizar.

6.1.4 Cronograma de actividades

Ilustración 33. Cronograma de actividades

PROYECTO	ACTIVIDAD	SEMANAS				
		1	2	3	4	5
STAND PARA FERIAS, EXPOSICIONES	Recopilación de información	➡	➡	➡	➡	
	Análisis de oportunidades		➡			
	Referentes			➡		
	Tipologías			➡		
	Diseños				➡	➡

Fuente: Elaboración propia

6.1.5 Análisis e investigación

Recopilación de información:

Es importante saber que es un stand de exhibición, para que sirve y cuáles son las características a tener en cuenta a la hora de diseñar. Es así entonces como se desarrolla toda la investigación, tanto formal como estructural.

Stand de exhibición

Es el espacio dentro de una feria o salón en el que una empresa expone y presenta sus productos o servicios.

El stand es un espacio identificativo de cada empresa en el que se acoge a los visitantes y se realizan negociaciones comerciales.

El stand debe constituir el espacio en que la empresa se presenta ante sus clientes y ante su competencia por lo que debe reflejar fielmente su filosofía e imagen corporativa constituyendo a su vez un entorno ameno y atractivo.

El stand constituye el principal factor de atracción de visitantes por lo que es aconsejable diseñar un stand atractivo y de gran impacto visual para atraer posibles clientes. Un stand grande debe tener varias zonas diferenciadas:



- mostrador para recepción o atención al cliente.
- zona amplia y diáfana para recibir a los visitantes en la que se pueden disponer diversos muebles (mesas, sillas, taburetes, etc.) e incluso, una pequeña barra para servir aperitivos. En esta zona se muestra el producto y se pone a disposición del visitante la documentación promocional.
- zona reservada, separada por un biombo o mampara para mantener conversaciones privadas con clientes.
- almacén para guardar los productos, bebidas y material promocional.

El stand se puede fabricar en los más diversos materiales, siempre al servicio de la imagen corporativa y de los objetivos perseguidos por el expositor. Los más sencillos están formados por perfiles de aluminio que encierran planchas de metacrilato, mientras que los más elaborados se construyen con planchas de madera (DM o contrachapado) cortada y pintada. En el suelo, se suele colocar tarima a ser posible, elevada unos centímetros, de melamina o madera forrada con moqueta tintada.

Es importante que el stand sea llamativo para el público desde el exterior y atractivo desde el interior. Para ello, se aconseja colocar en zona alta y bien visible el logotipo y marca de la compañía y que los colores predominantes correspondan a los de su imagen corporativa. Es importante que la decoración del stand mantenga una relación con el producto o servicio comercializado y que así se refleje a partir de los materiales y objetos presentes en el mismo e, incluso, en su propia decoración y estructura.

Por último, es fundamental colocar en lugar destacado una buena selección de productos o, en su defecto, fotografías, maquetas o catálogos explicativos de los mismos debiendo figurar en primer término las novedades o últimos lanzamientos de la compañía. En este sentido, se aconseja que los productos estén accesibles a los visitantes para que puedan tocarlos y observarlos en detalle. En caso de presentaciones de maquinaria o productos mecánicos resulta aconsejable además realizar demostraciones físicas de los mismos.

Algunos elementos decorativos presentes en los stands son:

- pantallas de plasma en las que se proyectan imágenes o vídeos corporativos.
- cajas de luz, letreros retro iluminados en los que se muestran fotografías, logotipos, mensajes publicitarios, etc.
- tótems, o displays en los que se exhibe publicidad de la firma o de algún producto en particular.
- carteles luminosos o banderolas.



- elementos móviles como cubos giratorios.
- muebles: mesas, sillas, banquetas altas, etc.
- plantas y otros elementos de ornamentación.

La iluminación es otro de los elementos esenciales dentro de un stand debiendo ser abundante y homogénea para permitir una correcta visibilidad del producto y del resto de los elementos promocionales.

El adecuado diseño y producción de un stand de diseño requiere de la contratación de una empresa especializada, que garantice que la comunicación del mismo respondida a los criterios predeterminados.

Ilustración 34. Ejemplo de stand de exhibición



Fuente: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Embedded_World,_Microchip_21.jpg

Estructura

Es conjunto de piezas y partes del mismo que lo constituyen, teniendo en cuenta las formas o modos de unión entre las mismas. Dos muebles pueden tener idéntica forma, dimensiones y aspecto, pero ser de estructura diferente, ya sea por la distinta forma y materiales de las piezas que la componen o por la manera de estar unidas dichas piezas para integrar el conjunto. La estructura es un factor que influye en una serie de cualidades de los muebles, tales como su resistencia, durabilidad.

Tipos de Estructuras

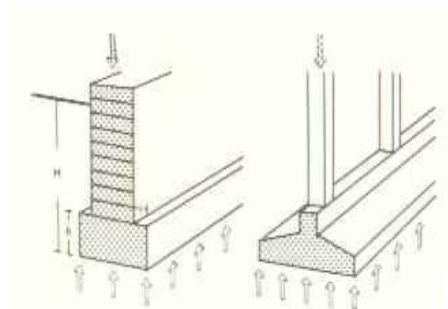
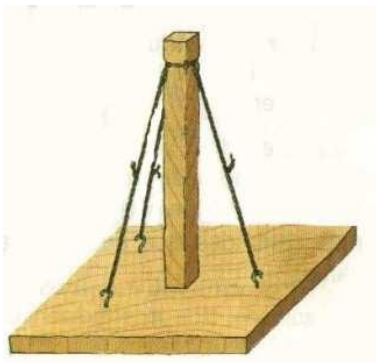


Móviles: serían todas aquellas que se pueden desplazar, que son articuladas. Como puede ser el esqueleto, un puente levadizo, una bisagra, una biela, una rueda, etc. Como ejemplo la estructura que sustenta un coche de caballos y un motor de combustión.

- Fijas: aquellas que por el contrario no pueden sufrir desplazamientos, o estos son mínimos. Son por ejemplo los pilares, torretas, vigas, puentes.
- Pilares: es una barra apoyada verticalmente, cuya función es la de soportar cargas o el peso de otras partes de la estructura. Los principales esfuerzos que soporta son de compresión y pandeo. También se le denomina poste, columna, etc. Los materiales de los que está construido son muy diversos, desde la madera al hormigón armado, pasando por el acero, ladrillos, mármol, etc. Suelen ser de forma geométrica regular (cuadrada o rectangular) y las columnas suelen ser de sección circular.
- Vigas: es una pieza o barra horizontal, con una determinada forma en función del esfuerzo que soporta. Forma parte de los forjados de las construcciones. Están sometidas a esfuerzos de flexión.
- Muros: van a soportar los esfuerzos en toda su longitud, de forma que reparten las cargas. Los materiales de los que están contruidos son variados: la piedra, de fábrica de ladrillos, de hormigón, etc.
- Tirantes: es un elemento constructivo que está sometido principalmente a esfuerzos de tracción. Otras denominaciones que recibe según las aplicaciones son: riostra, cable, tornapunta y tensor. Algunos materiales que se usan para fabricarlos son cuerdas, cables de acero, cadenas, listones de madera.

Fuente: http://thales.cica.es/rd/Recursos/rd99/ed99-0053-02/contenido/2_tipos.htm

Ilustración 35. Muestra de estructura



Fuente: http://thales.cica.es/rd/Recursos/rd99/ed99-0053-02/contenido/2_tipos.htm

LA ESTRUCTURA EN EL DISEÑO

Es la disciplina que subyace las disposiciones en el diseño. Esta debe gobernar la posición de las formas en un diseño. Por regla general impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas de un diseño. Está siempre presente cuando hay una organización.

Puede ser formal, semiformal o informal.

Puede ser activa o inactiva, Visible o invisible.

Estructura Formal:

Se compone de líneas estructurales que aparecen construidas de manera rígida, matemática. Las líneas habrán de guiar la formación completa del Diseño. El espacio queda dividido en subdivisiones, igual o rítmicamente y las formas quedan organizadas con una fuerte sensación de regularidad. Sus diversos tipos son; la Repetición, la Gradación y la Radiación.

Estructura Semiformal:

Habitualmente es bastante regular, pero existe la ligera irregularidad. Puede componerse o no de líneas estructurales que determinan la disposición de los módulos.

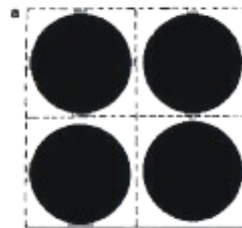
Estructura Informal:

Esta no tiene normalmente líneas estructurales. La organización es generalmente libre o indefinida.

Todos los tipos de estructuras pueden ser activas o inactivas.

Estructura Inactiva:

Es la que se compone de líneas estructurales que son puramente conceptuales. Tales líneas son construidas en un diseño para guiar la ubicación de formas o de módulos, pero nunca interfieren con sus figuras ni dividen el espacio en zonas distintas, donde puede ser introducidas variaciones de color.



Estructura Activa:

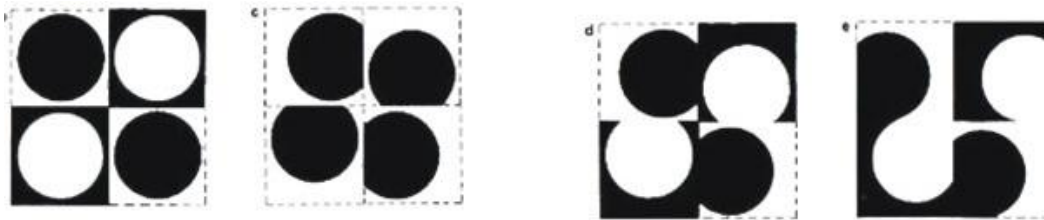
Se compone de líneas estructurales que son asimismo conceptuales. Sin embargo pueden dividir el espacio en subdivisiones individuales, que interactúan de varias maneras con los módulos que contienen:

- Subdivisiones estructurales: aportan una completa independencia espacial para los módulos. Cada uno existe aislado, como si tuviera su propia y referencia de marco. Pueden tener un sinfín de técnicas como fondo de color diferente a la figura, juegos alternados, etc.



- Dentro de la Subdivisión Estructural: cada módulo puede ser trasladado para asumir posiciones excéntricas. Puede inclusive deslizarse más allá de la forma definida.
- Cuando el Modulo Penetra en el dominio de una subdivisión estructural
- adyacente, puede considerarse esta situación como el encuentro de 2 formas y puede procederse como se desee a la penetración, la unión, la sustracción o la intersección.
- El espacio aislado por un modulo en una subdivisión estructural puede ser reunido con cualquier modulo o subdivisión estructural vecina.

Ilustración 36. Muestra de formas estructurales



Fuente: <http://mimente.com.mx/blog/category/disenio-grafico/page/5/>

Estructura Invisible:

En estas la líneas estructurales son conceptuales, incluso si cercenan un fragmento de un módulo. Tales líneas son activas pero no son líneas visibles.

Estructura Visible:

Las líneas estructurales existen como líneas reales y visibles de un grosor deseado. Estas pueden ser positivas o negativas. Si son negativas, quedan unidas con el espacio negativo o con módulos negativos y pueden atravesar un espacio positivo o un módulo positivo. Las líneas visibles e invisibles pueden ser utilizadas conjuntamente o pueden usarse alternadamente o sistemáticamente para que las líneas visibles señalen divisiones.

Estructura de Repetición:

Los módulos son colocados regularmente con un espacio igual alrededor de cada uno. Esta estructura es formal y puede ser activa o inactiva, visible o invisible. Esta queda dividida en subdivisiones de la misma forma y tamaño. La estructura de repetición es la más simple de todas.

Ilustración 37. Muestra de formas estructurales

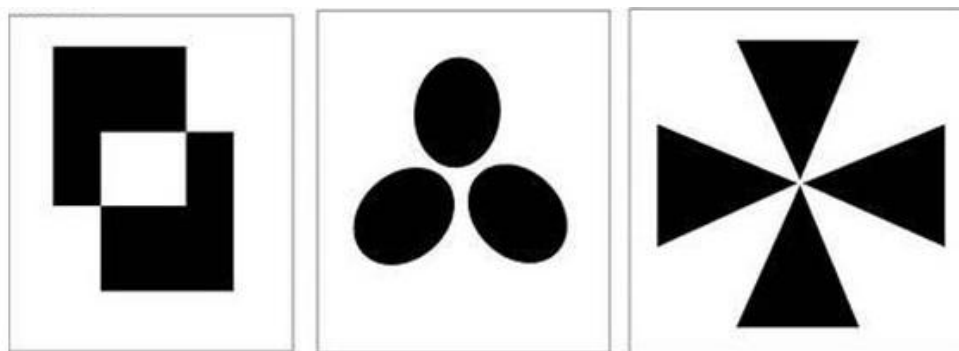


Es importante a la hora de desarrollar el diseño del stand conocer, y dar a conocer los diferentes tipos de módulos para otorgar al diseño una forma libre, agradable, dinámica, y armoniosa, es por eso que se considera importante la investigación.

MODULO:

Es un elemento adoptado como unidad de medida para determinar las proporciones entre las diferentes partes de una composición y que se repite sistemáticamente en el espacio. Los Módulos son formas idénticas o similares que aparecen más de una vez en un diseño. La presencia de módulos tiende a unificar el diseño. Los módulos pueden ser descubiertos fácilmente y deben de ser simples o si no se perdería el efecto de repetición.

Ilustración 38. Muestra de módulos



Fuente: <https://www.google.com.co/search?q=estructura+formal+en+el+diseño&tbm>

Repetición de Módulos

Si utilizamos la misma forma más de una vez usamos la repetición.

Este es el método más sencillo de diseño, esta suele aportar una inmediata sensación de armonía.

Tipos de Repetición

Repetición de Figura: La figura es siempre el elemento más importante. Las figuras que se emplean pueden tener diferentes medidas, colores, etc.

Repetición de Tamaño: Esta solo es posible cuando las figuras son también repetidas o muy similares.

Repetición de Color: Esto supone que todas las formas tienen el mismo color, pero que sus figuras y tamaños pueden variar.

Repetición de Textura: Todas las formas pueden ser de diferentes conformaciones, medidas o colores.

Repetición de Dirección: esto solo es posible cuando las formas muestran un sentido definido de dirección, sin la menor ambigüedad.

Repetición de Posición: Esto se refiere a como se disponen las formas, de acuerdo a una estructura.

Repetición de espacio: Todas las formas pueden ocupar su espacio de una misma



manera.

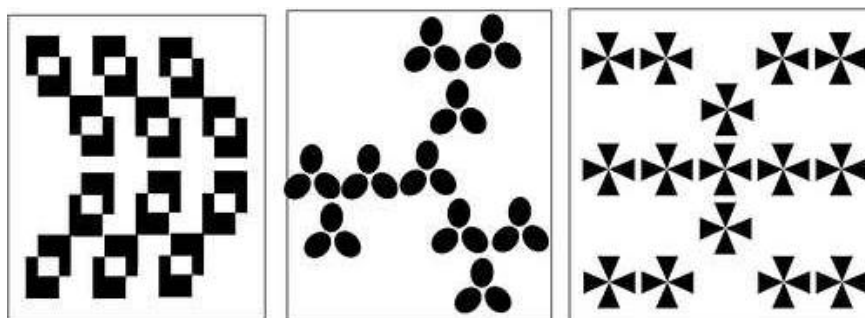
Repetición de gravedad: Es un elemento demasiado abstracto para ser usado repetidamente. Es difícil afirmar que las formas sean de igual pesantez o liviandad, de igual estabilidad o inestabilidad, a menos que todos los otros elementos estén en estricta repetición.

Variaciones de Repetición: La repetición de todos los elementos puede resultar muy monótona. La repetición de un solo elemento puede no provocar la sensación de orden y de armonía que asociamos normalmente con la disciplina de repetición, deben explorarse las posibilidades de variaciones direccionales o espaciales.

Variaciones Direccionales: Con la excepción del círculo todas las formas pueden variar de dirección en cierto grado. Aun los círculos pueden ser agrupados para dar una sensación de dirección. Pueden distinguirse varias clases de arreglos direccionales:

Submódulos y supermódulos: puede estar compuesto por elementos más pequeños, que son utilizados en repetición. Tales elementos más pequeños son denominados Submódulos. Si estos al ser organizados se agrupan juntos para convertirse en una forma mayor, que luego es utilizada en repetición son denominados como supermódulos. Hay una variedad de ambos módulos.

Ilustración 39. Súper módulos



Fuente: <http://mimente.com.mx/blog/category/disenio-grafico/page/5/>

Disposición lineal: Las Figuras son alineadas como si fueran guiadas por una línea conceptual que pasara por el centro de todas las figuras. Esta línea puede ser recta, curva o quebrada. La distancia entre los círculos puede ser regulada como se desee.

Disposición Cuadrada o Rectangular: Las figuras ocupan 4 puntos que entre sí podrían formar un cuadrado o un rectángulo.

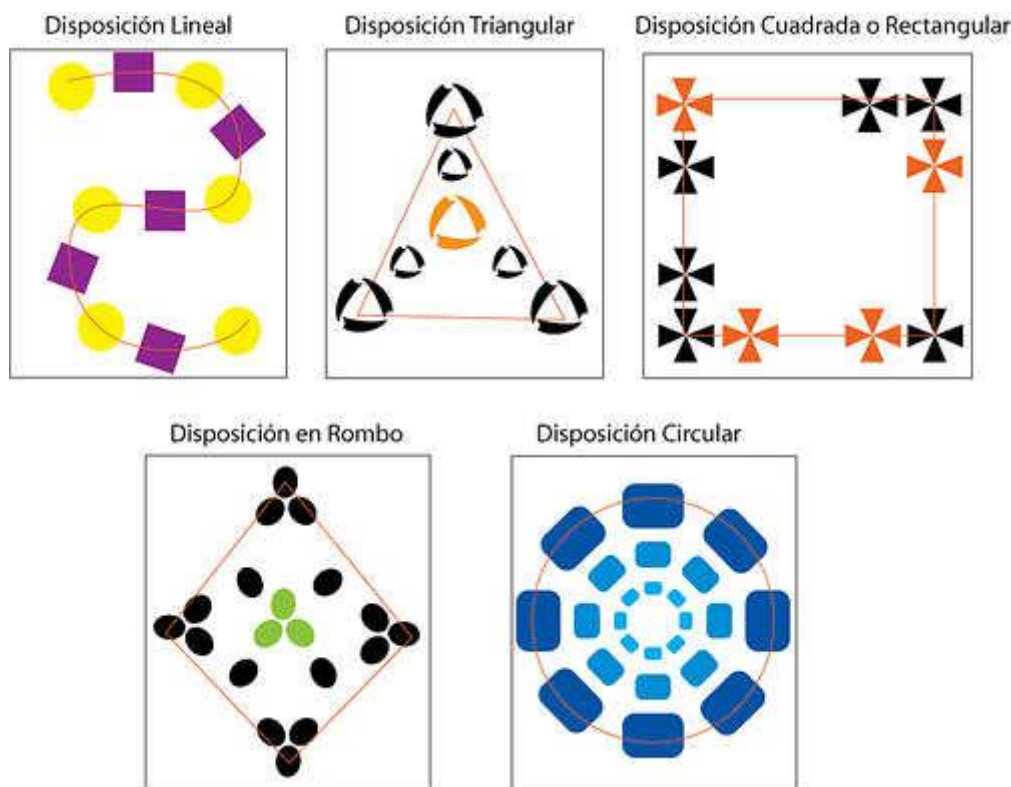
Disposición en Rombo: Las figuras ocupan 4 puntos que unidos entre si forman un rombo. Regulando la distancia entre las figuras pueden surgir varios tipos de Supermodelos.

Disposición Triangular: Las figuras son dispuestas para que 3 ocupen el extremo de un triángulo, con la cuarta en el centro.



Disposición Circular: Produce el mismo resultado que en la posición cuadrada, pero la disposición puede ser muy singular agregando más círculos.

Ilustración 40. Muestra de disposición de los módulos



Fuente: <https://www.google.com.co/search?q=estructura+formal+en+el+diseño&tbm>

Radiación: giro de formas unitarias alrededor de un centro común para obtener un efecto radiante.

Recorrido cerrado: recorrido que hace un cierre completo sin que vean puntos extremos.

Recorrido: línea de unión recta o curva entre puntos.

Repetición: uso constante de la misma forma, la repetición puede estar restringida a la figura o a cualquier elemento específico con variaciones en otros elementos (figura, color, tamaño, textura).

Retícula: líneas verticales y horizontales espaciadas regularmente para colocar formas en una composición.

Gradación: Cambio gradual en una serie de formas unitarias en una secuencia ordenada.

Intersección: situación de solape donde solo es visible el área solapada.

Líneas estructurales: líneas invisibles que sirve para la construcción de una composición mediante la ordenación de las formas dentro de ellas.

Tema: Contenido reconocible en una forma figurativa.

ESQUEMA DE ANÁLISIS

Ilustración 42. Esquema de análisis

ERGONOMIA	PRODUCTIVIDAD	FORMA
Seguridad		Limpia, homogénea
Relación del objeto con el usuario	Objeto duradero	Simple, modular
Medidas antropométricas	Material ligero (liviano)	secuencial
Seguridad proximidades	Material económico	Adaptable al espacio - usuario
Percentiles	Acople – instalación	Estético funcional

Fuente: Elaboración propia

6.1.6 Determinantes y Parámetros de diseño

Determinantes

- Implementar diseños funcionales que en la distribución de módulos o elementos ahorren espacio.
- Optimizar funciones integrándolas para la adecuación de estructuras y elementos de acople en el armado.
- Fomentar un diseño innovador limpio que se adapte fácilmente al sitio de la ponencia.

Parámetros

- Crear módulos que en su unión se acoplen y formen una estructura. para independizar la exhibición de las demás.
- Establecer propuestas formales y funcionales donde el individuo pueda interactuar.
- Lograr un Diseño ergonómico que se adapte a los diferentes percentiles.

6.1.7 Tipologías - analogías



Ilustración 43. Tipologías y Analogías



Fuente: www.dijodiseno.com



Fuente: www.a2rotation.com



Fuente: www.dijodiseno.com



Fuente: www.laflorida.olx



Fuente: www.edisiona.com



Fuente: www.expoquarzo.com



Fuente: www.dijodiseno.com



Fuente: www.dijodiseno.com



Fuente: www.123rf.com

- Es importante la distribución del espacio y las diferentes formas de distribución de los módulos.
- Las persianas separadas para dar luz y visibilidad de lo que se ofrece.
- La simplicidad en los colores refleja elegancia y solidez.
- El manejo de luz genera un ambiente agradable, sobrio y elegante.
- Es rescatable el tono azul en diferentes gamas para dar sensación de limpieza y pulcritud, además es rescatable que son los tonos de la empresa.
- La repetición de los módulos es importante para la estructuración.

6.1.8 Alternativas de diseño

Módulos

Ilustración 44. Módulo para publicidad

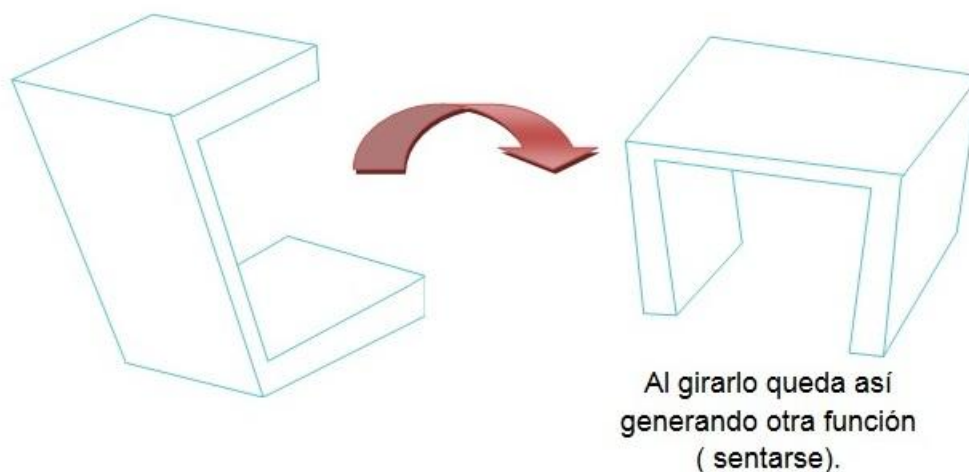
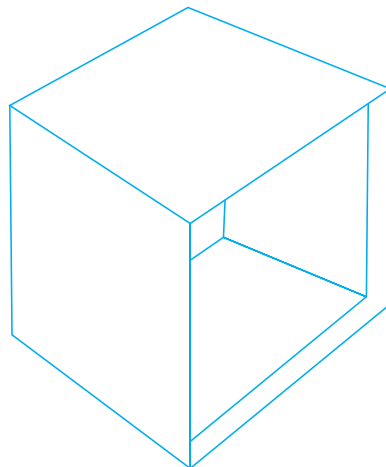
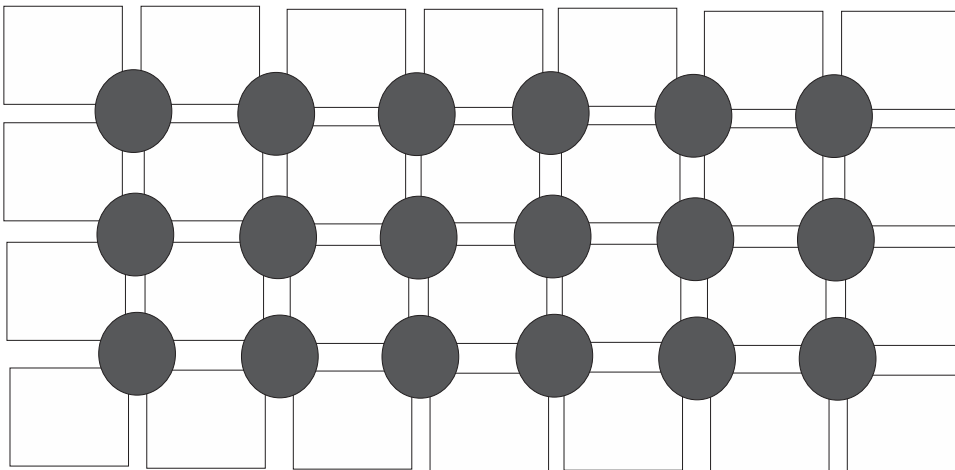
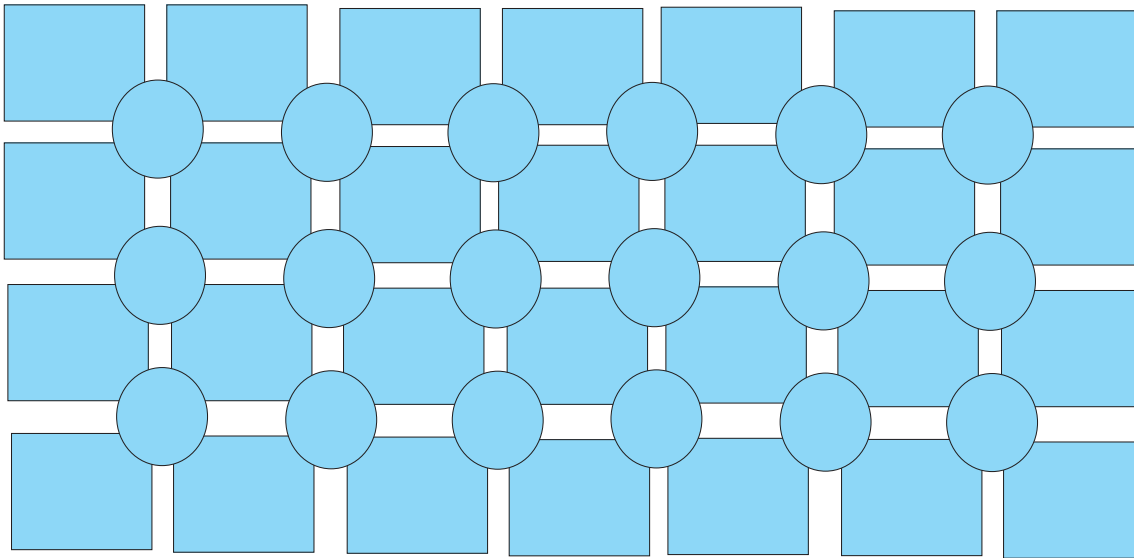
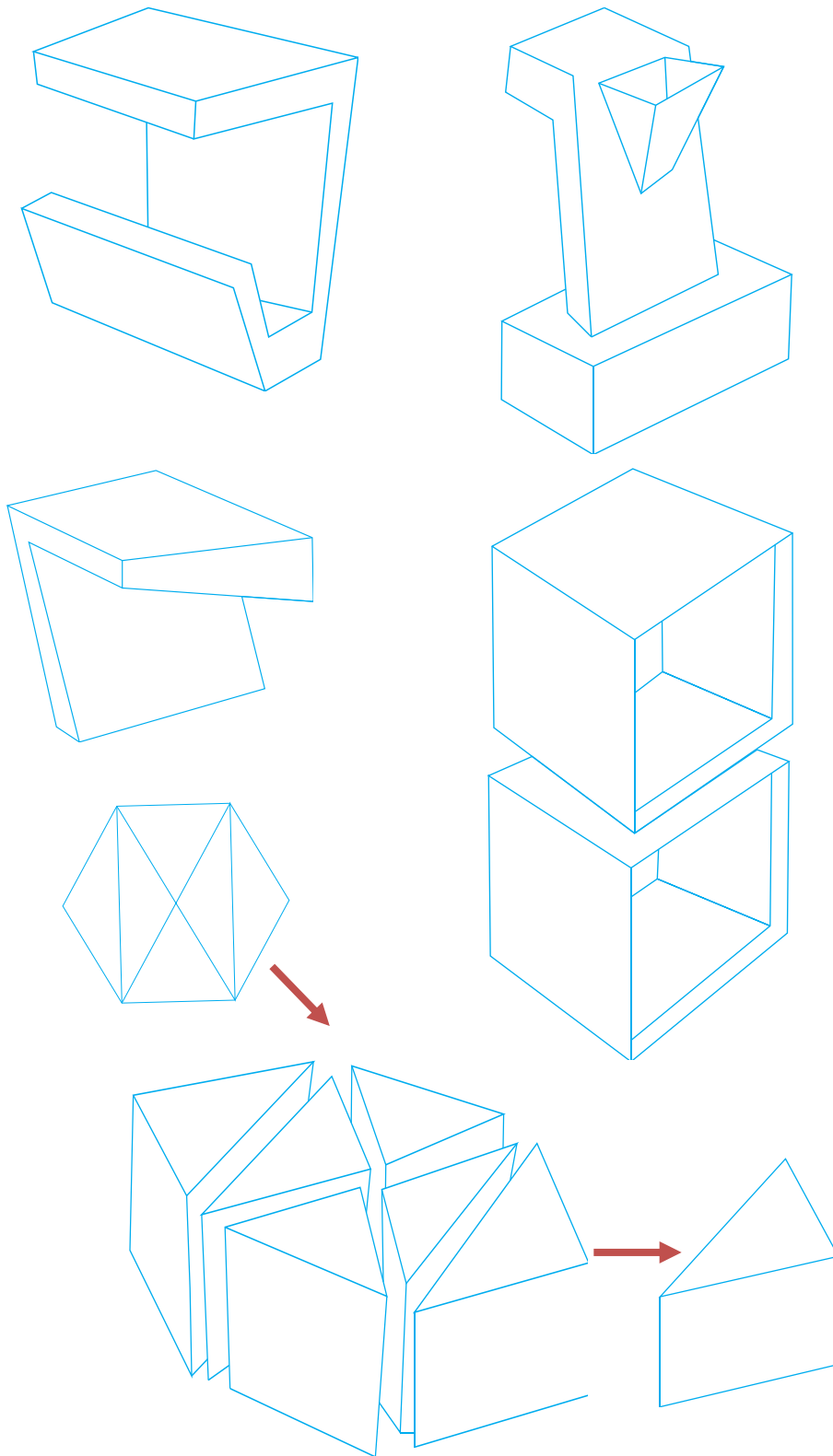
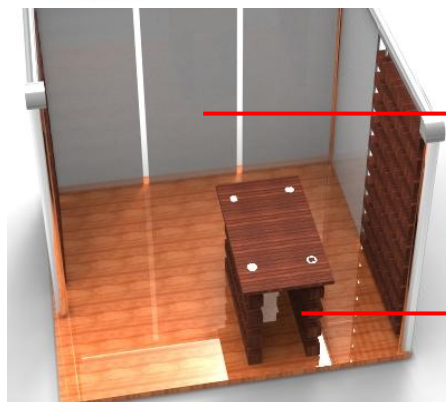
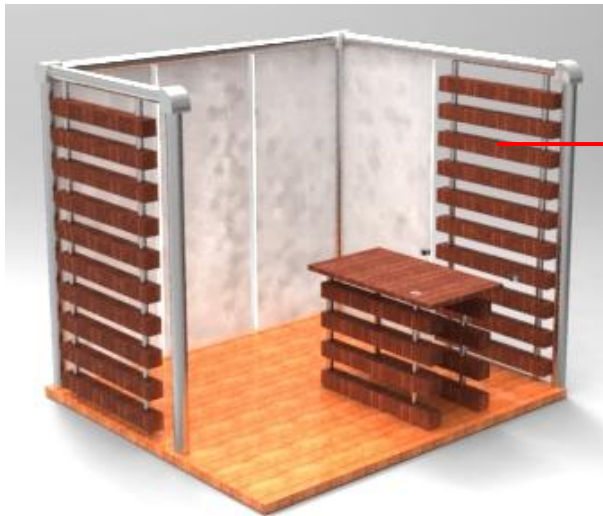
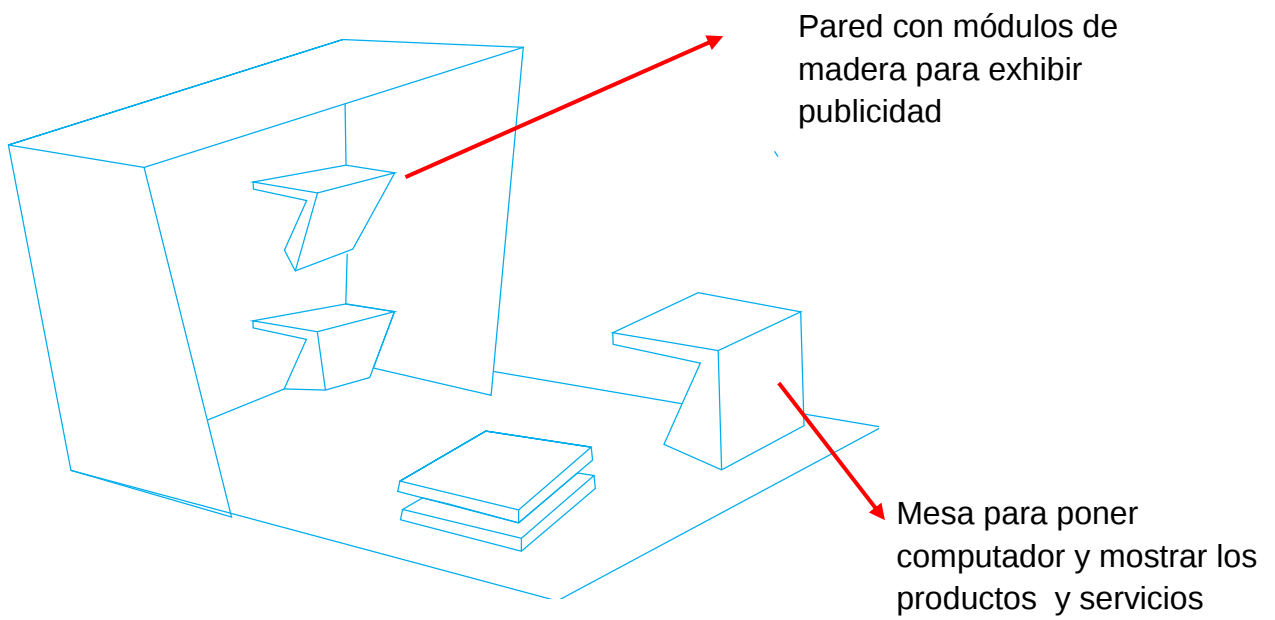


Ilustración 45. Desarrollo del módulo





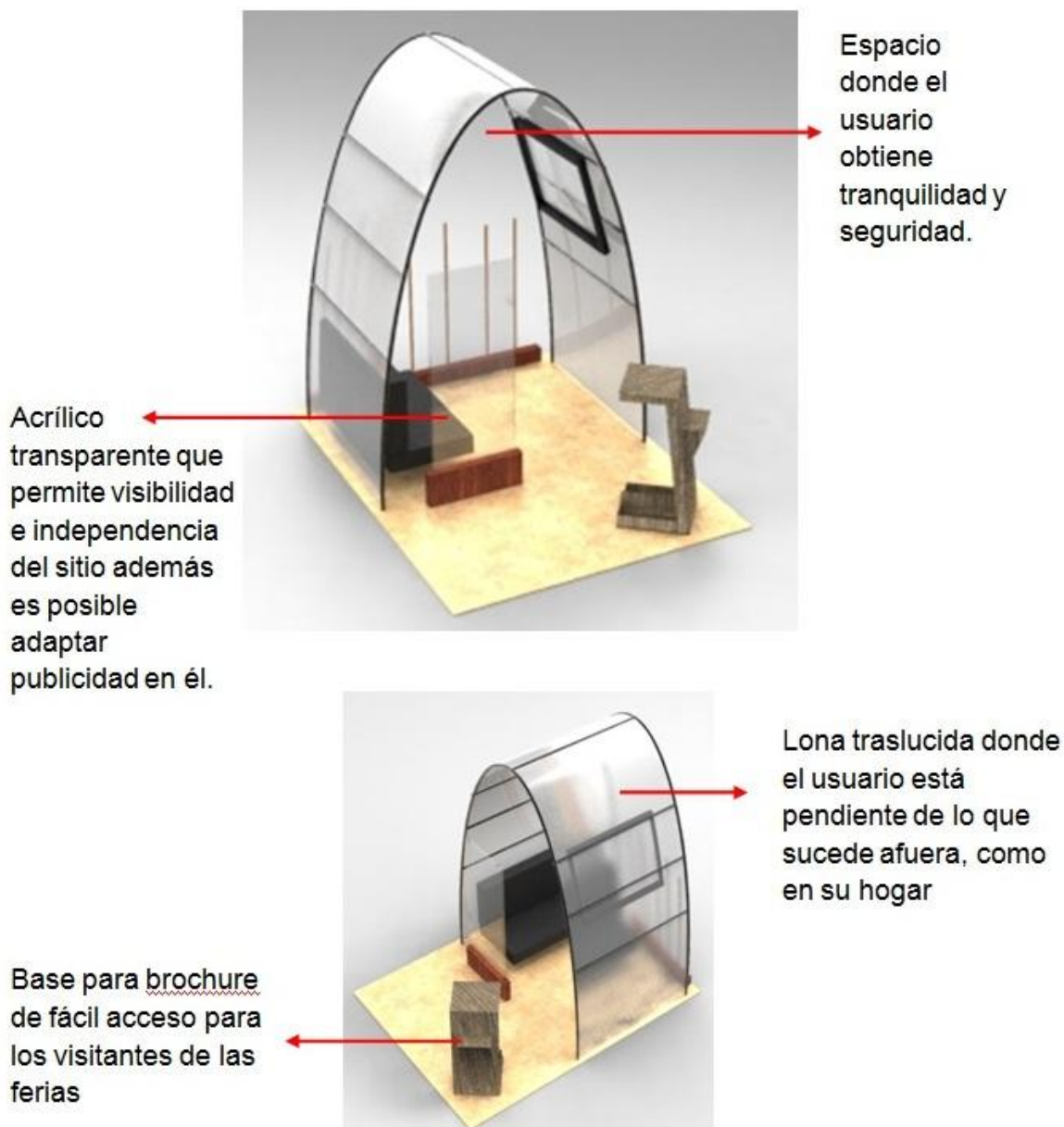


Fuente: Elaboración propia

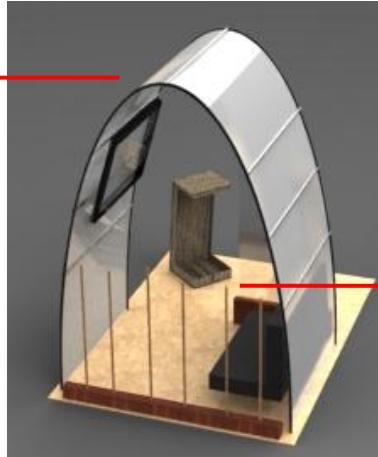
6.1.9 Propuesta Definitiva

Con este diseño lo que se logra reflejar tranquilidad y seguridad por medio de emociones donde el usuario interactúa con el sitio.

Ilustración 46. Propuesta definitiva



Televisor para
mostrar los servicios
que tiene la entidad.



Mueble para que el
usuario se sienta
cómodo observando y
decidiendo los que se
le está brindando.



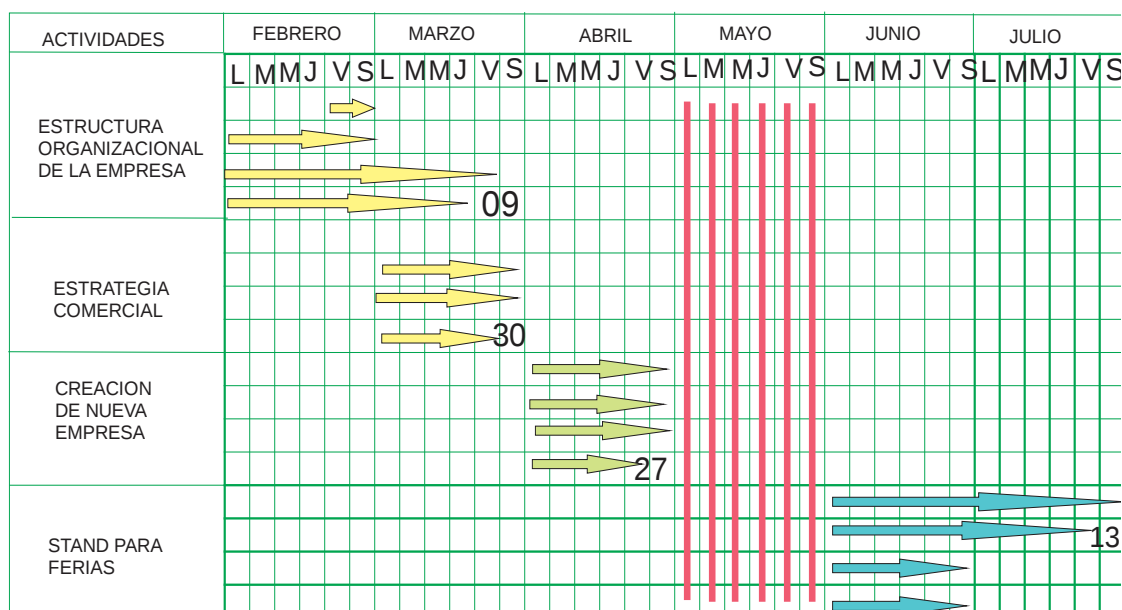
Bamboo alrededor del stand que genera seguridad y
discreción al.

Fuente: Elaboración propia

Es así como se plantea la propuesta ya que la empresa tiene diferentes servicios como seguridad, que se reflejar en el stand, aseo en el uso de materiales.

6.1.10 Cronograma

Ilustración 47. Cronograma



ACTIVIDAD 1:

Marzo 09: Entrega de Estructura Organizacional.

Marzo 30: Entrega de Estrategia Comercial.

ACTIVIDAD 2:

Abril 27: Entrega Creación de la empresa.

Mayo: labor interrumpida por aclaración de matrícula.

Julio 13: Entrega del stand de exhibición para ferias empresariales.

7. PROYECTOS EXTRAS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

Se desarrollaron proyectos extras como revistas y portafolio de productos, pero estos no pueden ser exhibidos debido a las políticas de la empresa



BIBLIOGRAFIA

Galambos, T., Lin, F. y Johnston, B. (1999). Diseño de Estructuras de Acero con LRFD. México D.F., México: Prentice Hall, Hispanoamericana, S.A.

Moore, F. (2000). Comprensión de las Estructuras en Arquitectura. México D.F., México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Gregory Dess "Dirección Estratégica" Mac Graw Hill, 2001

Extraído de <http://es.scribd.com/doc/1251808/Tipos-de-sociedades-en-colombia> (proexport colombia) (consultado el 20 de marzo de 2013)

Extraído <http://www.tiposde.org/> (consultado el 20 de marzo de 2013)

Extraído de:

<http://www.slideshare.net/ediuroca/listado-derequerimientos>

http://www.ejemplode.com/46-contabilidad/948-el_contador.html

<http://axeleratum.com/2013/estrategia-comercial-ventas-mercadotecnia/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Stand> (03 mayo de 2013)

Dondis, D. (2002) "La sintaxis de la imagen". Editorial G.Gili

Wuiclus, w. (1995) "Fundamentos del diseño", Editorial Gili, S.A

