

**“PUESTA EN MARCHA DE PLATAFORMA ONLINE DE COMERCIO DE DISEÑO
PUBLICITARIO PARA PYMES EN COLOMBIA”**



NATALIA BETANCOURT JARAMILLO

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE INGENIERÍA
INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ
2011**

**“PUESTA EN MARCHA DE PLATAFORMA ONLINE DE COMERCIO DE DISEÑO
PUBLICITARIO PARA PYMES EN COLOMBIA”**

NATALIA BETANCOURT JARAMILLO

Proyecto de grado

Director:

GUILLERMO ANDRÉS ZAPATA PÉREZ

Ingeniero Industrial

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE INGENIERÍA

INGENIERÍA INDUSTRIAL

BOGOTÁ

2011

AGRADECIMIENTOS

*Dedico este trabajo de
Grado a Dios por
mostrarme que realmente
deseo el camino de la
sabiduría.*

*A mis maestros
espirituales, a
mi familia, a
Catalina Gómez Martínez
y a los Ángeles.*

*Sin ustedes éste nuevo
trabajo nunca hubiera
sido posible.*

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	13
INTRODUCCIÓN.....	19
1. GENERALIDADES	20
1.1. ANTECEDENTES	20
1.1.1. Antecedentes del diseño gráfico e industrial.....	20
1.1.2. Situación actual del sector de servicios de tecnología de información en el mundo y en Colombia.....	22
1.1.3. Contexto empresarial en relación con el diseño gráfico e industrial.....	28
1.1.4. Contexto de diseñadores industriales y diseñadores gráficos y las oportunidades de mejora en el sector.....	30
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	32
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	32
2. PLAN DE MERCADEO.....	34
2.1. OBJETIVOS	35
2.1.1. Objetivo general	35
2.1.2. Objetivos específicos.....	35
2.2. SEGMENTACION DEL MERCADO.....	36
2.2.1. Criterios de segmentación	36
2.2.2. Segmentación de los mercados industriales.....	36
2.2.3. Análisis del sector segmentado	40
2.2.3.1. Análisis del sector turismo.....	40
2.2.3.2. Análisis de las agencias de viajes	42
2.2.3.3. Análisis de las agencias de viajes y las tics.....	43
2.3. METODOLOGIA.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1. Propósito	44
2.3.2. Tipo de investigación.....	44
2.3.3. Técnica de investigación	45
Gerentes (IATA, Air France, Aviatour)	48
2.3.4. Muestreo	48

2.3.5.	Tamaño de la muestra.....	49
2.3.6.	Instrumentos.....	49
2.3.7.	Alcance	49
2.4.	TRABAJO DE CAMPO	50
2.4.1.	Resultados del estudio a agencias de viaje	50
2.4.2.	Conclusiones del estudio.....	65
2.4.3.	Estudio de la competencia.....	66
2.5.	TAMAÑO DEL MERCADO	72
2.5.1.	Tamaño del mercado potencial.....	72
2.5.2.	Tamaño del mercado objetivo, meta o target	72
2.6.	PUBLICO DE PARTICIPACIÓN POTENCIAL	73
2.6.1.	¿Qué es el público de participación potencial?	73
2.6.2.	Descripción del público de participación potencial.....	74
2.7.	PLAN ESTRATÉGICO.....	77
2.7.1.	Estrategia de lanzamiento y posicionamiento	79
2.7.2.	Estrategia de promoción.....	81
2.7.3.	Estrategia de producto.....	81
2.7.4.	Estrategia de servicio	83
2.7.5.	Estrategia de precio.....	84
2.7.6.	Estrategia de comunicación.....	86
2.7.7.	Plan de medios.....	87
2.8.	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	88
2.8.1.	Proyección de ventas	93
2.9.	CONCLUSIONES DEL PLAN DE MERCADEO.....	94
3.	ESQUEMA DE PLANEACIÓN OPERACIONAL	95
3.1.	FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	95
3.2.	UNIDAD DE COBRO: COMISIÓN DE WORLD PROJECT DESIGN	97
3.3.	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE PROVEEDORES	98
3.4.	DESCRIPCIÓN DE PROCESOS.....	99
3.4.1.	Proceso de inscripción a World Project Design.....	99
3.4.2.	Proceso de creación de un proyecto en World Project Design.....	102
3.4.3.	Proceso de participación en un proyecto de diseño enviando propuestas	106

3.4.4.	Proceso de calificación de los usuarios que realizaron una transacción de diseño	111
3.4.5.	Seguimiento interno de satisfacción de los usuarios.....	112
3.5.	DESARROLLO WEB.....	114
3.6.	REGLAS DE PROTECCIÓN AL DISEÑADOR.....	114
3.7.	REGLAS DE PROTECCIÓN PARA EL COMPRADOR DE DISEÑOS.....	115
3.8.	RESUMEN Y CONCLUSIONES DEL PLAN OPERATIVO.....	115
4.	ESQUEMA ORGANIZACIONAL.....	120
4.1.	NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA.....	120
4.2.	LOGO.....	120
4.3.	MISION.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.	VISION.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.	VALORES.....	121
4.6.	MODELO DE NEGOCIO.....	122
4.7.	ORGANIGRAMA.....	124
4.8.	FUNCIONES.....	124
4.9.	ANALISIS DOFA.....	128
4.10.	ANALISIS LEGAL.....	130
5.	ESQUEMA FINANCIERO.....	133
5.1.	FUENTES DE FINANCIACION Y POLITICAS FINANCIERAS.....	133
5.2.	INGRESOS Y EGRESOS.....	134
5.3.	PROYECCIONES Y ANÁLISIS FINANCIEROS.....	137
5.3.1.	Flujo de Caja Proyectado.....	137
5.3.2.	Estado de Resultados Proyectado.....	138
5.3.3.	Balance General Proyectado.....	140
5.3.4.	Flujo de Tesorería.....	141
5.3.5.	Indicadores Financieros.....	142
5.4.	RESUMEN Y CONCLUSIONES DEL ESQUEMA FINANCIERO.....	146
6.	ESQUEMA DE EJECUCIÓN.....	147
6.1.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	147
6.2.	METAS SOCIALES.....	149
6.3.	EMPLEO.....	150

6.4.	EMPRENDEDOR	150
6.5.	IMPACTO ECONÓMICO	151
6.6.	IMPACTO SOCIAL	151
7.	CONCLUSIONES	153
8.	RECOMENDACIONES	155
9.	BIBLIOGRAFIA	155
ANEXO A.	PRE-ESTUDIO AGENCIAS DE VIAJE	157
ANEXO B.	RESULTADOS PRE-ESTUDIO AGENCIAS DE VIAJE	161
ANEXO C.	CUESTIONARIO DEL ESTUDIO A AGENCIAS DE VIAJE	166
ANEXO D.	ESTUDIO AL PUBLICO DE PARTICIPACIÓN POTENCIAL	171
1.	METODOLOGÍA	171
2.	TRABAJO DE CAMPO	175
3.	RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL PUBLICO DE PARTICIPACION POTENCIAL	179
ANEXO E.	DEMANDA MENSUAL	189
ANEXO F.	SECUENCIAS DE PAGINA WEB	192
ANEXO G.	ANALISIS POAM	195
ANEXO H.	ESQUEMA ORGANIZACIONAL	198
1.	TERMINOS Y CONDICIONES GENERALES	198
2.	CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS - World Project Design - SHORTCUT S.A.S.	203
3.	POLITICAS DE PRIVACIDAD DE LA PAGINA	205
4.	POLITICA DE PROTECCIÓN DE DATOS	206
ANEXO I.	COTIZACIONES	208

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.1.2-1. South America internet users and population statistics	23
Tabla 1.1.2-2. Usuarios de internet y estadísticas de población para Sudamérica.....	25
Tabla 1.1.2-3. Suscriptores de internet en Colombia	27
Tabla 1.3-1. Oportunidades de mejora a través de <i>World Projec Design</i>	32
Tabla 2.2.2-1. Macro Sectores de la Economía	36
Tabla 2.2.2-2. Macro sector Servicios y entretenimiento.....	37
Tabla 2.2.2-3. Sector Servicios Turísticos Sol y Playa	39
Tabla 2.2.3-1-1. Prestadores de servicios turísticos.....	41
Tabla 2.3.3-1. Entrevista a Profundidad y Entrevistas Ejecutivas.....	46
Tabla 2.3.3-2. Metodología encuestas a profundidad (Diseño industrial (Proveedores) y Sector turismo (clientes)).....	47
Tabla 2.3.3-3. Estudio Exploratorio.....	48
Tabla 2.3.3-4. Estudio Descriptivo	48
Tabla 2.3.4-1. Muestreo.....	48
Tabla 2.5.1-1. Mercado potencial.....	72
Tabla 2.5.2-1. Mercado objetivo.....	73
Tabla 2.7.1-1. Estrategia de Lanzamiento y Expectativa.....	79
Tabla 2.7.2-1. Estrategia de promoción	81
Tabla 2.7.3-1. Estrategia de Producto.....	81
Tabla 2.7.4-1. Estrategia de Servicio	83
Tabla 2.7.5-1. Estrategia de precio	84
Tabla 2.7.5-2. Mínimos precios establecidos por ADGORA.....	85
Tabla 2.7.6-1. Estrategia de Comunicación	Error! Bookmark not defined.
Tabla 2.7.7-1. Estrategias obtención de mercado de expositores de Corferias.....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 2.7.8-1. Resultados promedio de inversión en Adwords.....	87
Tabla 2.8-1. Costos del plan de medios.....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 2.9-1. Penetración del 2.5%.....	88
Tabla 2.9-2. Porcentaje de empresas que según el estudio demandan cada cierto periodo de tiempo determinado producto	89
Tabla 2.9-3. Número de pedidos de cada producto	89
Tabla 2.9-4. Cantidad de pedidos de cada producto.....	90
Tabla 2.9-5. Número de pedidos por proyecto de diseño.....	91
Tabla 2.9-6. Demanda anual	92
Tabla 2.9.1-1. Precios de ventas	93
Tabla 2.9.1-2. Proyección de ventas.....	94
Tabla 3.1-1. Ficha técnica de Servicio – Proyectos de Diseño.....	95
Tabla 3.1-2. Características del servicio: Apertura del Proyecto de Diseño.	95
Tabla 3.2-1. Unidad de cobro: comisión de World Project Design.....	97

Tabla 3.2-2. Ficha técnica de Servicio – Transacciones Directas	98
Tabla 3.2-3. Unidad de Costo por comisión cobrada	98
Tabla 3.3-1. Estado del proyecto.	Error! Bookmark not defined.
Tabla 3.5.1-1. Datos de inscripción.....	99
Tabla 4.1-1. Nombre de la empresa y marca	120
Tabla 4.8-1. Funciones	124
Tabla 4.10-1. Análisis DOFA.....	128
Tabla 4.10-2. DOFA Cruzado	129
Tabla 5.1-1. Variables de entrada.....	133
Tabla 5.2-1 Ventas	134
Tabla 5.2-2. Costos Fijos	134
Tabla 5.2-3. Gastos Operacionales	135
Tabla 5.3.1-1. Flujo de Caja Proyectado.....	137
Tabla 5.3.1-2. Verificación Flujo de caja	138
Tabla 5.3.2-1. Estado de Resultados Proyectado	138
Tabla 5.3.3-1. Balance General Proyectado	140
Tabla 5.3.4-1. Flujo de Tesorería.....	141
Tabla 5.3.5-1. Flujo de caja de la financiación	Error! Bookmark not defined.
Tabla 5.3.6-1. Flujo de Caja de los Asociados	Error! Bookmark not defined.
Tabla 5.3.7-1. Indicadores Financieros	142
Tabla 6.1-1. Cronograma de actividades	147
Tabla D-1. Porcentaje de compras en un momento específico	Error! Bookmark not defined.
Tabla D-2. Monto de la inversión en diseño	Error! Bookmark not defined.
Tabla D-3. Cantidad a ordenar por producto.....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 1-1. Empresas de diseño en Bogotá clasificadas por código CIIU	172
Tabla 2-1. Ocupación	175
Tabla 2-2. Profesión	175
Tabla 2-3. Experiencia en años	176
Tabla 2-4. Opciones de respuestas	176
Tabla 2-5. Importancia a la hora de realizar un trabajo	177
Tabla 2-6. Propuestas mensuales de portal Web.....	177
Tabla 2-7 Remuneración por excelentes diseños.	178
Tabla 2-8. Mayores problemas	178
Tabla 2-9. % de la ganancia que pagaría a la empresa que le consigue el negocio	178
Tabla 3-1. Ocupación	179
Tabla 3-2. Universidades	180
Tabla 3-3. Profesión	181
Tabla 3-4. Experiencia en años	181
Tabla 3-5. Programas utilizados para diseñar.....	182
Tabla 3-6. Importancia a la hora de realizar un trabajo en el área de conocimiento.....	183

Tabla 3-7. Porcentaje de la ganancia que pagaría a la empresa que le consigue el negocio	188
Tabla F-1. Número de expositores de Corferias	Error! Bookmark not defined.
Tabla G-1. Demanda anual.....	189
Tabla G-2. Demanda mensual.....	189
Tabla G-3. Demanda de cada producto de diseño.....	190
Tabla I-1. Análisis POAM.....	195

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.1.2-1. Penetración del internet en Suramérica, Fuente: Miniwatts Marketing Group	23
Ilustración 1.1.2-2. Usuarios de internet en Suramérica, Fuente: Miniwatts Marketing Group	25
Ilustración 2.7.8-1. Estrategia online	87
Ilustración 2.7.8-2. Mensaje publicitario	102
Ilustración 3.5.1-1. Proceso de inscripción al portal	101
Ilustración 3.5.2-1. Proceso de creación de un proyecto en World Project Design.....	102
Ilustración 3.5.2-2. Proceso de creación de un proyecto de Diseño	105
Ilustración 3.5.3-1. Proceso de participación en un proyecto de diseño enviando propuestas.....	106
Ilustración 3.5.3-2. Proceso de creación de un proyecto de Diseño	110
Ilustración 3.5.4-1. Proceso de calificación o retroalimentación	111
Ilustración 3.5.5-1. Proceso seguimiento interno de satisfacción de los usuarios	113
Ilustración 4.2-1. Logo	120
Ilustración 4.5-1. Banner Facebook	122
Ilustración 4.6-1. Modelo de negocio	123
Ilustración 4.7-1. Organigrama.....	124
Ilustración A-1. Instrumentos de publicidad.....	159
Ilustración A-2. Presupuesto anual	160
Ilustración B-1. Opciones de diseño.....	161
Ilustración B-2. Instrumentos de publicidad.....	163
Ilustración B-3. Razones de prestar los servicios.....	163
Ilustración B-4. Periodicidad del uso de diseños	164
Ilustración B-5. Inversión en diseño	164
Ilustración B-6. Encargaría elaboración de diseño?	164
Ilustración B-7. Presupuesto anual	165

Ilustración B-8. Usaría los servicios de diseño?	165
Ilustración C-1. Información general	166
Ilustración C-2. Usa diseños para promocionar sus servicios o productos?	166
Ilustración C-3. Importancia al comprar un diseño	167
Ilustración C-4. Que productos usa?	167
Ilustración C-5. Para que utilizaría los diseños?	168
Ilustración C-6. Periodicidad de uso	168
Ilustración C-7. Opciones de selección	169
Ilustración C-8. Cantidad de diseños por producto.....	169
Ilustración D-1. Tamaño de las empresas encuestadas.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-2. Porcentaje de empresas que usan o han usado cada instrumento de diseño.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-3. Variables importantes a la hora de contratar un diseño.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-4. Productos más utilizados	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-5. Diagrama pareto de los diseños.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-6. Fines para los cuales las agencias de viajes buscan un diseño	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-7. Periodicidad de compra	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-8. Monto de la inversión en diseño por producto.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-9. Cantidad de diseños que se demandan normalmente.....	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-10. Porcentaje de aceptación de una página donde se puede negociar las características de un diseño publicitario	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-11. Porcentaje de empresas que piensan que invertir en diseño los posicionará mejor en el mercado	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-12. Porcentaje de aceptación de una página web donde expertos creativos están constantemente ofreciendo servicios de diseño.	Error! Bookmark not defined.
Ilustración D-13. Porcentaje de aceptación de una página web que reúne el potencial creativo de diferentes diseñadores para generar diseño publicitario para empresas.	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 1-1. Número de egresados de diseño industrial en Bogotá	172
Ilustración 1-2. Número de egresados de diseño gráfico en Bogotá	172
Ilustración 1-3. Instrumentos.....	174
Ilustración 3-1. Ha terminado una carrera profesional?.....	179
Ilustración 3-2. Ocupación	179
Ilustración 3-3. Universidades.....	180
Ilustración 3-4. Profesión	181
Ilustración 3-5. Años de experiencia para trabajar en el medio	182
Ilustración 3-6. Programas utilizados para diseñar.....	183
Ilustración 3-7. Importancia a la hora de realizar un trabajo en el área de conocimiento	184

Ilustración 3-8. Enviaría su propuesta a una empresa que recibe propuestas de otros diseñadores?	185
Ilustración 3-9. Le interesaría vincularse a un portal web?	185
Ilustración 3-10. Si existiera un portal web, enviaría propuestas relativas a su campo?	185
Ilustración 3-11. % de propuestas que enviaría al mes	186
Ilustración 3-12. Con qué le gustaría ser remunerado?	186
Ilustración 3-13. Cuáles son los mayores problemas que enfrenta al desempeñar su profesión?	187
Ilustración 3-14. Porcentaje de comisión que estaría dispuesto el diseñador a pagar....	188
Ilustración G-1. Demanda estacional de diseños por parte de las agencias de viajes....	190
Ilustración H-1. Esquema operacional 1	192
Ilustración H-2. Esquema operacional 2	193
Ilustración H-3. Esquema operacional 3	194

LISTA DE ECUACIONES

Ecuación 1. Tamaño de muestra	49
Ecuación 2. Tamaño de muestra del público de participación potencial	174

RESUMEN EJECUTIVO

World Project design.com (WPD) es un negocio que consiste en reunir y agremiar vía internet la oferta y demanda que existe alrededor del diseño publicitario en Colombia. Permitiéndole a las PYMES encontrar en un solo lugar varias propuestas de diseñadores que se ajustan a su presupuesto en un periodo de tiempo determinado.

A si mismo diseñadores gráficos e industriales podrán en WPD conseguir clientes que se ajustan a su capacidad, experiencia, expectativas de ingreso y tiempos de entrega. Todo a través de un proceso transaccional integrado, que reduce el promedio de costos y los tiempos de entrega del diseño publicitario para las PYMES en Colombia.

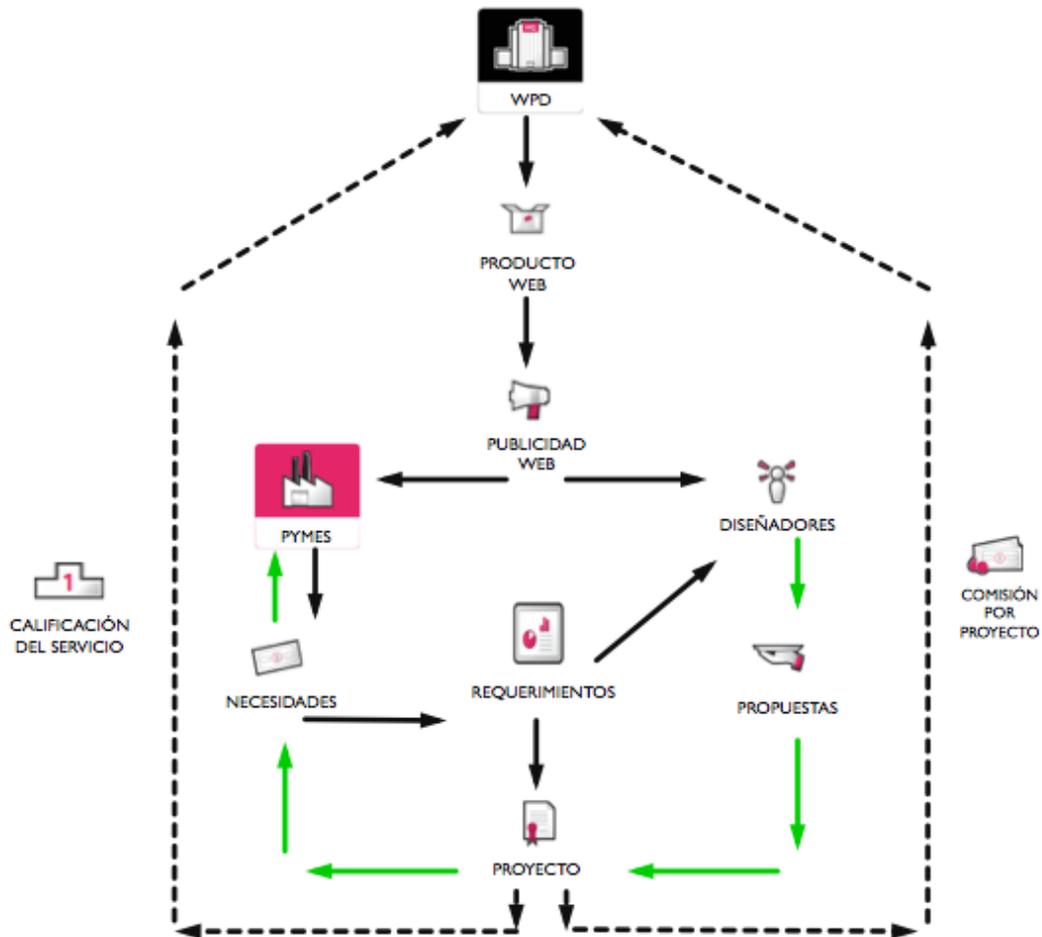


Visión:

Nuestra visión es ser líderes en el mercado de diseño publicitario online y la pagina número en la mente de las empresas que necesitan un diseño de alto impacto que se ajuste a sus precios. Así como brindar las mejores herramientas en el mercado a los diseñadores para que puedan hacer su trabajo de una forma más efectiva y cómoda.

Modelo de negocio:

WPD es rentable a través una línea de negocio basada principalmente en cobrar una comisión de venta sobre el costo de cada proyecto que realizan exitosamente los diseñadores asociados para los clientes de WPD. Convirtiéndose WPD así en un canal que concentra a proveedores enfocados en satisfacer las necesidades de las PYMES colombianas.



Valor a agregado para la industria del diseño publicitario:

A través de un proceso de calidad integrado, en WPD se destacan los diseñadores mejor puntuados por los clientes. De esta manera se garantiza la calidad y los tiempos de entrega que podrían contratar las PYMES, logrando así elevar los estándares actuales de calidad en diseño publicitario en Colombia.

Fortalezas del negocio:

Soluciones adaptadas a necesidades reales: El equipo gestor tiene experiencia en el sector del diseño publicitario en Colombia. Esto hace que entendamos la actual demanda de las PYMES por productos y servicios de diseño publicitario adaptado a sus necesidades y presupuestos.

Equipo Gestor Multidisciplinario: La experiencia sumada del equipo gestor de WPD ha abarcado desde el campo de Administración de Negocios, Social Media, Marketing Online, hasta el diseño y desarrollo de exitosos publicitarios para el sector privado con clientes como BAYER, RCN Televisión, entre otros.

Alcance nacional: WPD ofrecerá sus servicios a nivel nacional desde sus primeros días de operación sin incurrir en altos gastos de escalabilidad, ya que el modelo de plataforma vía internet permite gestionar transacciones de manera online a nivel nacional.

Problema:

¿Cómo satisfacer las necesidades de diseño publicitario de las PYMES en Colombia que buscan una contratación de diseño ajustada a su presupuesta, con respuesta rápida y de calidad?

Solución:

WPD a través de un proceso de identificación de requerimientos publicitarios, establece los criterios más importantes de las PYMES a la hora de contratar diseño publicitario en términos de; presupuestos, tiempos de entrega, entre otros. A su vez éstos son notificados exclusivamente a los diseñadores asociados a WPD que cumplen con los requisitos del portal, para satisfacer las necesidades de cada proyecto publicitario de las PYMES colombianas.

Estado actual del proyecto con el que se organizo la creación de la empresa:

Tabla 0-1. Estado del proyecto

	ACTIVIDAD	ESTADO DE DESARROLLO DEL PROYECTO
1. Realizar una investigación de mercados, plantear estrategias en el servicio, precio, producto, distribución y	Definir objetivos, segmentar el mercado, y determinar metodología de la investigación.	Concluido
	Analizar la competencia y analizar el sector.	Concluido
	Realizar una investigación de mercados cualitativa y cuantitativa. Definiendo la metodología a utilizar y analizando la	Concluido

		información obtenida.	
		Analizar los beneficios que reciben los <i>stakeholders</i> durante la operación de la compañía. En el resumen del plan de mercadeo.	Concluido
		Determinar estrategias de servicio, producto, precio, distribución y promoción y proyecciones de ventas.	Concluido
2. Definir los procesos que realizará la empresa durante su funcionamiento y a partir de éstos realizar un esquema de planeación operacional.		Realización de la ficha técnica del servicio y estado de desarrollo del proyecto	Concluido
		Describir los procesos internos y externos que realizara el personal de la compañía durante su funcionamiento, para cumplir con su objeto social.	Concluido
		Definir las necesidades y requerimientos, el plan de <i>servucción</i> y plan de abastecimiento.	Concluido
		Diseñar la estructura del portal en línea que representa la infraestructura del proyecto, los costos de operación y consolidar el plan operacional.	Concluido
3. Diseñar la estructura organizacional, los gastos administrativos y las estrategias organizacionales, para consolidar el plan organizacional.		Determinar los cargos de la empresa a partir del diseño de la estructura organizacional.	Concluido
		Definir la estrategia organizacional de la empresa.	Concluido
		Determinar los aspectos legales y el tipo de sociedad de la empresa y su constitución.	Concluido
		Determinar los gastos administrativos y de personal.	Concluido
4. Realizar los estados financieros proyectados, establecer las políticas financieras y efectuar un análisis financiero que		Determinar la inversión inicial y las políticas financieras.	Concluido
		Determinar los ingresos, egresos y cálculo de la rentabilidad.	Concluido
		Realizar las proyecciones de los estados financieros.	Concluido
		Realizar un análisis Financiero.	Concluido
5. Poner en marcha la empresa a través de la ejecución del plan de negocios.		Determinar el impacto social de la empresa y proyectar el negocio hacia el futuro.	Concluido
		Realizar el resumen ejecutivo	Concluido
		Realizar el esquema de ejecución, conclusiones del plan de negocios y poner en marcha la empresa.	Concluido

6. realización de la estrategia de promoción	Evento promocional con los diseñadores. (fiesta)	Concluido
	Evento promocional empresarios.(almuerzo)	Concluido
	Realización de conferencias directas explicativas a empresarios y fabricantes, Redes negocios.	Concluido
	Participación en las redes sociales como un medio de promoción.	Concluido
	Correo electrónico y el correo directo promocional.	Concluido
	Estrategias de colocación del portal mediante el uso de pautas.	Concluido
7. Operación	<p>Desarrollo del portal web, programación. Desarrollo de la página informativa. Inscripción de diseñadores.</p> <p>Transacciones de diseño entre diseñadores y agencias.</p>	En Proceso

Fuente: Autora

Oportunidades, Debilidades, Fortalezas y Amenazas:

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> •Globalización y las tecnologías de la información y la comunicación. •Proyecciones oficiales de modelos de negocios online en Colombia •Informalidad del sector de diseño •Aceptación por los pagos online 	<p>O</p>	<p>D</p>	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> •Falta de capital de inversión. •Falta de experiencia en el mercado. •Capacidad de endeudamiento •Lenta respuesta a fallas técnicas
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> •Adaptación del proceso a las necesidades de las PYMES Colombianas. •Modelo de negocio B2B transparente con un sistema de demanda PULL. •Bajos costos de operación. •Alianzas estratégicas 	<p>F</p>	<p>A</p>	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La competencia internacional y su posicionamiento en Colombia •El alto interés de empresarios de construir el mismo modelo de negocios •Incremento de empresas de publicidad que ofrecen sus servicios online.

0-1. Dofa

- ✓ 1 Documento de constitución
- ✓ 2 Matricula mercantil: 02101241
- ✓ 3 Cámara de comercio NIT: 900438030 – 7
- ✓ 4 Resolución e Facturación
- ✓ 5 Plan de negocios
- ✓ 6 Página Web
- ✓ 7 Transacciones en la Web



0-2. Constitución de la empresa

CLIENTES

Tabla 0-2. Clientes

COMPETIDORES					
Nombre de la empresa	Logo	Ciudad	Url	Contacto	Teléfono
1. Circulo de Viajes		Bogotá	http://www.cvu.com.co/	María Claudia Rodríguez	3258787.
2. Turismo al vuelo		Bogotá	http://www.turismoalvuelo.com.co/	Haylin Silva	3102119262

INTRODUCCIÓN

El propósito de este escrito es dar a conocer el plan de negocios que sirvió de soporte para la creación de una empresa, que a través de un portal web, sirve como canal de transacciones de diseño y facilita el trabajo entre empresas y diseñadores.

La página web reúne la oferta y demanda de agentes involucrados en el diseño gráfico e industrial, creando así un mercado en la red, que se nutre de proyectos de diseño a un valor ajustado a las necesidades de las empresas que lo solicitan. La plataforma permite que la empresa y el diseñador realicen de forma más rápida el proceso de selección de diseño y cotización de propuestas. La interacción entre el diseñador y comprador en tiempo real usando herramientas de la Tecnología de la información, permite la optimización de tiempos y costos en la obtención de diseños para fines publicitarios. La empresa ofrece herramientas que proporcionan la interacción entre los agentes del mercado generándoles beneficios operativos y económicos.

1. GENERALIDADES

1.1. ANTECEDENTES

Los antecedentes contextualizan la problemática de estudio con datos y hechos históricos, así mismo permiten indicar de donde surge el problema y qué se ha realizado sobre el tema en cuestión.

1.1.1. Antecedentes del diseño gráfico e industrial

Para comprender la contextualización de una empresa de este tipo se hace ineludible remontarse a los orígenes del diseño gráfico e industrial y su paulatino acercamiento a las tecnologías de información y comunicación por sus siglas en español T.I.C.

El diseño gráfico que tiene sus comienzos desde las primeras formas comunicativas del ser humano mediante elementos visuales dibujados en piedra y en pinturas rupestres, presentó su primer cambio drástico cuando Johann Gutenberg, desarrolló la imprenta, "artefacto capaz de reproducir en grandes cantidades y de forma cómoda un original, lo

que hizo posible que los documentos impresos y el mensaje que contenían fueran accesibles a un gran número de personas”¹.

Después, con la revolución industrial a principios del siglo XIX y la competitividad entre empresas aparece la publicidad, que es la “encargada de hacer llegar a los consumidores mensajes específicos, que les convencieran de que un producto dado era mejor que otros análogos”². El tercer cambio drástico que presentó el diseño gráfico fue la aparición de los ordenadores y la necesidad de crear interfaces de usuario “cuya misión era aislar al usuario de las consideraciones técnicas y procesos internos de los programas, permitiéndoles realizar tareas con ellos por medio de un lenguaje intermedio, más fácil de entender”³. Éstos nuevos conocimientos forman parte de una cultura tecnológica que se ha ido gestando desde la década de los noventas, y que conectados al internet son medios y herramientas computacionales que permiten procesar, resumir, almacenar, recuperar, intercambiar y acceder a información en tiempo real de una forma variada y eficiente.

Por otra parte el diseño industrial, no muy distante del gráfico “busca crear o modificar objetos o ideas para hacerlos útiles, prácticos o simplemente bellos con la intención de crear necesidades del ser humano, adaptándolos no solo en su forma sino también en sus funciones, sus conceptos, sus contextos y sus escalas, buscando lograr un producto final innovador”⁴.

Una vez contextualizados fugazmente en el tiempo referente al diseño gráfico e industrial, es preciso analizar para donde van estas importantes disciplinas que tanta influencia y aportes tienen en todas las áreas de la economía y algunas empresas que de ellas se derivan.

Nuestra época se define dentro del marco de cuatro ideas; la comunicación, la información, el servicio y el conocimiento.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (T.I.C), han llevado a las empresas de diseño gráfico e industrial a unas formas anteriormente ignoradas de producción, manejo y abastecimiento. Las comunicaciones en línea hacen más efectivo el trabajo y obligan a las empresas emergentes de diseño, no solo a cambiar su estructura organizacional sino a modernizar su forma de operación.

Hoy en día, no es necesario tener un equipo de trabajo laborando bajo unas mismas instalaciones, o imperativo para las empresas que ofrecen servicios de diseño de creación de marca, de publicidad exterior, P.O.P. *Merchandising*, diseño de impresos o diseño de páginas web, invertir sumas de dinero en manejo de personal o en un departamento. El beneficio de las T.I.C. es grande en costos, abundante en ahorro de tiempo y no influye

¹ MORENO, Luciano. La historia del diseño gráfico, desde los orígenes de la humanidad hasta la aparición de la web e Internet. En: Introducción al diseño gráfico. [en línea]. (2003). [consultado 12 Ago. 2010]. Disponible en <<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1276.php>>

² *Ibíd.*

³ *Ibíd.*

⁴ WIKIPEDIA. Diseño Industrial. [en línea]. (2010). [consultado 12 Ago. 2010]. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_industrial>

adversamente en la calidad, de manera que los diseñadores se pueden desenvolver actualmente de forma individual y colectiva a través de la red.

1.1.2. Situación actual del sector de servicios de tecnología de información en el mundo y en Colombia.

El sector al cual pertenece la empresa, se inscribe dentro del sector catalogado por el ministerio de Comercio Industria y Turismo como el sector de *Software* y Servicios de Tecnologías de Información, nombre que se viene implementando en Colombia desde agosto del 2008.

El 21 de julio de 2009, el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Luis Guillermo Plata, presentó oficialmente los planes de negocio de los ocho sectores que desde el 2009 al 2019, se convertirán en sectores de clase mundial, prevén para el 2019 generar ingresos aproximados a 69.000 millones de dólares y superar el millón de empleos.

Dentro de los ocho sectores, el octavo es el sector de *Software* y Servicios de Tecnologías de Información. Los demás 7 sectores son; “los sectores de cosméticos y artículos de aseo; de Tercerización de Servicios (BPO&O); turismo de salud; autopartes; energía eléctrica, bienes y servicios conexos; industria de la comunicación gráfica; textiles, confecciones, diseño y moda”.⁵

El 12 de Marzo de 2010, Plata dio a conocer los primeros logros de los llamados sectores de clase mundial y menciona progresos sobre cada sector. Es menester, mencionar que una empresa como ésta , no sólo beneficia al sector al cual pertenece, sino a otros dos sectores: el sector de Servicios de Tercerización y principalmente el sector de la industria de la comunicación gráfica.

Las empresas que específicamente trabajan en comunicación gráfica y visual logran realizar transacciones efectivas de sus productos en la red a través de la plataforma especializada para ellas y sus clientes, y las que son subcontratadas para prestar servicios de diseño gráfico e industrial, de algún tipo, también podrán aprovechar las herramientas que facilitaran los pagos y la forma de trabajar en línea.

Eventualmente un sin número de empresas se adicionan a la cadena de beneficios, porque son las que demandan un servicio del sector de la comunicación gráfica, y si en éste servicio se optimizan los procesos, todos los que tengan una relación directa o indirecta serán así mismo aún más productivos. Esto ayudaría también al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en su búsqueda por combatir la informalidad⁶ del sector y

⁵ Ministerio de comercio, Industria y turismo. 8 sectores de clase mundial prevén exportaciones hasta por 34.000 millones de dólares, en 10 años. [en línea]. (2010). [consultado 12 Ago. 2010]. Disponible en

<<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=7505&IDCompany=1>>

⁶ *Ibíd.*

los planes de generación de valor agregado que actualmente se adelantan con el Sena, Andigraf y la Dian.

Una vez descrito el sector al cual pertenece la empresa y sus rangos de influencia directa, es importante observar cifras y estadísticas que permiten visualizar el crecimiento puntual de las tecnologías de información e Internet y la paulatina aceptación de las organizaciones hacia éstas empresas en Colombia.

“Según el Banco Mundial, entre el 2000 y el 2010 se pasó de tener 361 millones de usuarios de internet a unos 1960 millones. Y según un suministrador europeo, en 2011 se pasará de tener 400 millones de conexiones de internet móvil a 1000 millones de conexiones”⁷

En el gráfico⁸ que se observa a continuación, se evidencia una penetración de Internet de 27.1% en Latinoamérica con respecto a la población en el 2008. Se observa que el crecimiento de internet en Latinoamérica es significativo y que para ese año en el resto del mundo el crecimiento era de 21.6%. En la tabla⁹ que se muestra posteriormente actualizada en junio de 2010, se evidencia que la penetración en Latinoamérica sigue creciendo y que se encuentra en 39.5%. También se evidencia que Latinoamérica representa el 8% de los usuarios mundiales de Internet.

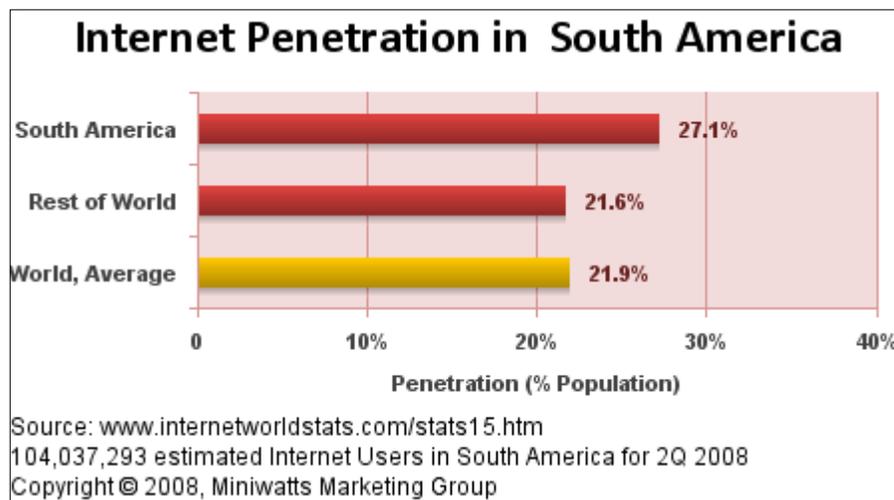


Ilustración 1.1.2-1. Penetración del internet en Suramérica, Fuente: Miniwatts Marketing Group

En la gráfica anterior se observa que Latino- América está en un proceso de desarrollo informático en el que internet está obteniendo una penetración muy fuerte en el sector.

Tabla 1.1.2-1. South America internet users and population statistics

SOUTH AMERICA INTERNET USERS AND POPULATION STATISTICS

⁷ FOSCHI. María Claudia. El futuro de internet está en la tecnología móvil. En: Enter.co: Innovaciones del 2011 en tecnología. Edición 142, (Enero, 2011); p. 27

⁸ Internet Usage and Population in South America [en línea]. (2010). [consultado 12 Ago. 2010]. Disponible en <<http://www.internetworldstats.com/stats15.htm>>

⁹ Ibid

SOUTH AMERICA REGION	Population (2010 Est.)	% Pop. of World	Internet Users, Latest Data	Penetration (% Population)	Growth (2000-2010)	% Users of World
South America	396,626,130	5.8 %	156,609,436	39.5 %	995.8 %	8.0 %
Rest of World	6,448,983,830	94.2 %	1,809,905,380	28.1 %	422.0 %	92.0 %
WORLD TOTAL	6,845,609,960	100.0 %	1,966,514,816	28.7 %	444.8 %	100.0 %

NOTES: (1) Statistics for South America (SA) were updated for **June 30, 2010**. (2) Population is based on data contained in US Census Bureau. (3) The most recent usage data comes mainly from figures published by Nielsen Online , ITU , Computer Industry Almanac, and trustworthy local sources. (4) Data on this site may be cited, giving due credit and establishing an active link back to Internet World Stats . (5) For definitions and help, see the site surfing guide. Copyright © 2010, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved.

Fuente: Miniwatts Marketing Group

En el siguiente gráfico se observan los países Latinoamericanos con más usuarios en internet en el 2008. La tabla posterior actualizada en 2008, informa que la penetración en Colombia es de 48.7% con respecto a la población. Así mismo el número de suscriptores en el país sigue aumentando tanto en banda ancha con un crecimiento de 2,86%, como en telefonía móvil con un crecimiento del 45.23%.

En la gráfica 1.1.2.2 se puede observar como Colombia es uno de los países con mayor inserción en internet, por lo cual es uno de los países latinoamericanos con más disposición a incursionar en empresas online.

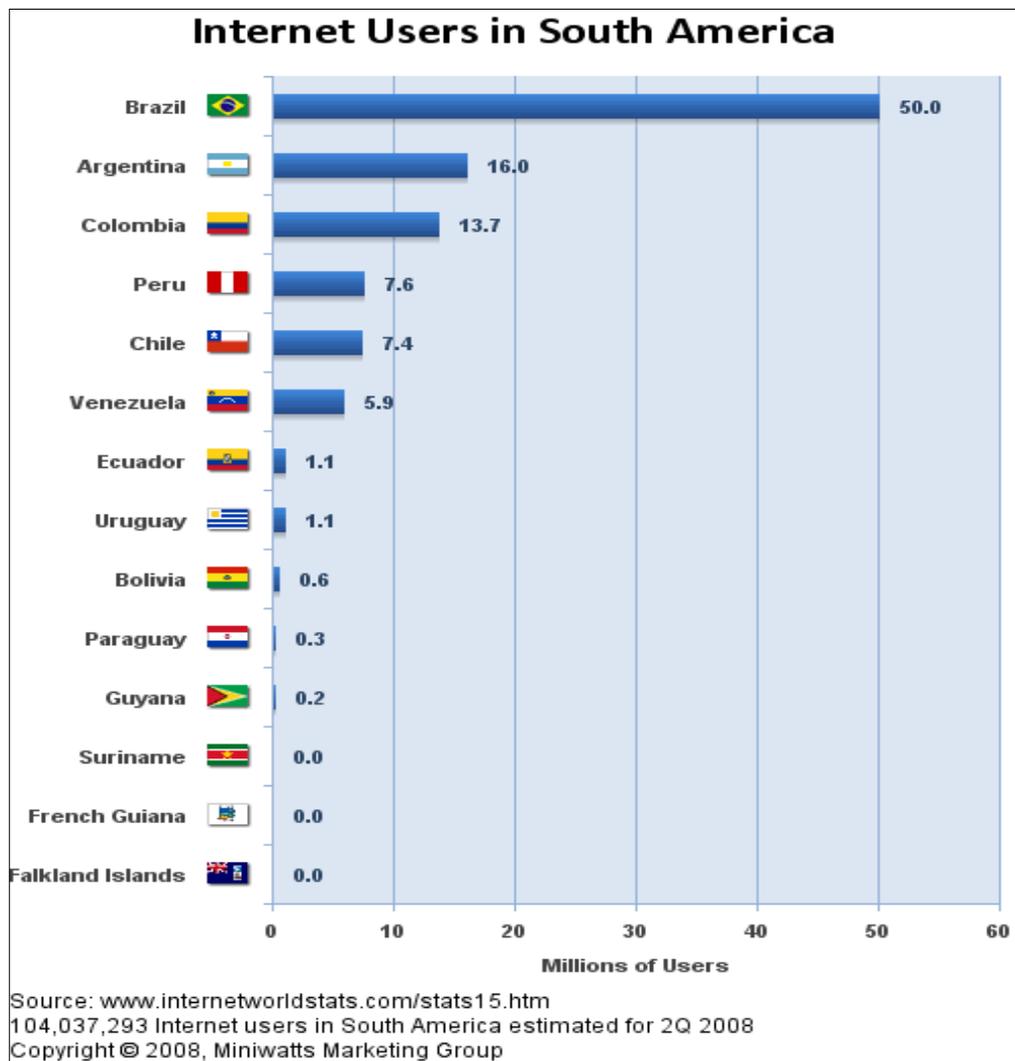


Ilustración 1.1.2-2. Usuarios de internet en Suramérica, Fuente: Miniwatts Marketing Group

Tabla 1.1.2-2. Usuarios de internet y estadísticas de población para Sudamérica.

Internet Usage and Population Statistics for South America						
SOUTH AMERICA	Population (2010 Est.)	% Pop. S. A.	Internet Usage, Latest Data	% Population (Penetration)	Growth (2000- 2010)	% Users S. A.
Argentina	41,343,201	10.4 %	26,614,813	64.4 %	964.6 %	17.0 %
Bolivia	9,947,418	2.5 %	1,102,500	11.1 %	818.8 %	0.7 %
Brazil	201,103,330	50.7 %	75,943,600	37.8 %	1,418.9 %	48.5 %

Chile	16,746,491	4.2 %	8,369,036	50.0 %	376.2 %	5.3 %
Colombia	44,205,293	11.1 %	21,529,415	48.7 %	2,352.1 %	13.7 %
Ecuador	14,790,608	3.7 %	2,359,710	16.0 %	1,211.0 %	1.5 %
Falkland Islands	2,546	0.0 %	2,546	100.0 %	0.0 %	n/a %
French Guiana	235,69	0.1 %	58	24.6 %	2,800.0 %	0.0 %
Guyana	748,488	0.2 %	220	29.4 %	7,233.3 %	0.1 %
Paraguay	6,375,830	1.6 %	1,000,000	15.7 %	4,900.0 %	0.6 %
Peru	29,907,003	7.5 %	8,084,900	27.0 %	223.4 %	5.2 %
Suriname	486,618	0.1 %	163	33.5 %	1,293.2 %	0.1 %
Uruguay	3,510,386	0.9 %	1,855,000	52.8 %	401.4 %	1.2 %
Venezuela	27,223,228	6.9 %	9,306,916	34.2 %	879.7 %	5.9 %
TOTAL SOUTH AM.	396,626,130	100.0 %	156,609,436	39.5 %	995.8 %	100.0 %

NOTES: (1) The South American (SA) Statistics were updated for **June 30, 2010**. (2) CLICK on each country name for detailed individual country and regional statistics. (3) The demographic (population) numbers are based on data contained in US Census Bureau. (4) Mexico is included together with the Central American countries according to the United Nations Statistical Division listings. (5) The most recent usage information comes mainly from the data published by Nielsen Online, ITU, and other reliable sources. (6) Data may be cited, giving due credit and establishing an active link back back to Internetworldstats.com. (7) For definitions and help, see the site surfing guide. Copyright © 2010, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved.

Fuente: Miniwatts Marketing Group

Así mismo, el número de suscriptores en el país sigue aumentando tanto en banda ancha con un crecimiento de 2,86%, como en telefonía móvil con un crecimiento del 45.23%. Según la Comisión de Regulación de Comunicaciones¹⁰ la velocidad de las conexiones en Colombia también ha aumentado. Pasó de 372 Kilobits por Segundo a finales del 2007 a 1.331 Kbps, es decir 1,3 megabits (Mbps) en marzo del 2010.

¹⁰ FOSCHI, María Claudia. Información comercial. El Futuro De Internet Está En La Tecnología Móvil. En: Enter.co: Innovaciones del 2011 en tecnología. Edición 142, (Enero, 2011); p. 27

Tabla 1.1.2-3. Suscriptores de internet en Colombia

Suscriptores de Internet en Colombia ¹¹			
Estadísticas Consolidadas - Sept. 30, 2009			
Tipo de Acceso	Subscriptores	Subscriptores	Crecimiento (%)
	Final del 2Q 2009	Final del 3Q 2009	
Banda Ancha	2,123,508	2,184,285	+2.86 %
Internet Móvil	495,73	719,943	+45.23 %
Acceso Telefónico	127,578	62,548	-50.97 %
Total de Subscriptores	2,746,816	2,966,776	+8.01 %
Fuente: The Internet Broadband provider companies and the CRT, Septiembre 30, 2009. http://www.crcom.gov.co/			

Fuente: Miniwatts Marketing Group

Existen varios avances importantes que llevan a las empresas Colombianas a modernizarse y movilizar operaciones a través de las conexiones a internet fijas y por dispositivos móviles. “El crecimiento es especialmente veloz en las conexiones móviles, que llegaron a 1,1 millones en el 2010 frente a los 157 mil del 2008. Y los operadores han venido creando nuevos productos para hacer más atractivo el acceso a internet desde los celulares”¹². Según un artículo llamado *El mercado se mueve hacia los Smartphones*, publicado en enero del 2011 por la revista Enter.co¹³, los usuarios de Internet en Colombia, harán cada vez más una transición hacia los equipos de gama media y alta, como los *smartphones* trayendo así lo que se piensa como la mayor revolución para los años venideros en cuanto a las conexiones en Internet. Respecto a la proyección de nuevas empresas, esto resulta interesante, ya que el público estará demandando aplicaciones específicas o páginas de internet que les sean útiles, para incluirlas en dentro de su plan de telefonía celular. Empresas que estén dispuestas solucionar problemas específicos u ofrezcan valor agregado a los clientes, podrán inscribirse como candidatas a éste mercado.

En Colombia además se piensa masificar la banda ancha y se “espera cuadruplicar el número de conexiones a la Red en cuatro años, para pasar de las 2,2 millones actuales a 8,8 millones en el 2014, además el país completó 3,5 millones de conexiones a internet, incluyendo fijas y móviles”.¹⁴

¹¹INTERNET WORLD STATS. Internet Usage and Population in South America. [en línea]. (2010). [consultado 3 Ene. 2011]. Disponible en <<http://www.internetworldstats.com/sa/co.htm> >

¹² ENTER.CO. Teléfonos inteligentes. El Mercado Se Mueve Hacia Los Smartphones. En: Enter.co: Innovaciones del 2011 en tecnología. Edición 142, (Enero, 2011); p. 42-43

¹³ ibid

¹⁴ ibid

Finalmente las gráficas, tablas e información ya señalada, evidencian que el ambiente y las condiciones necesarias para que las empresas del sector de Servicios de Tecnologías de Información se desarrollen con apoyos gubernamentales y avances tecnológicos, están dados para Colombia.

1.1.3. Contexto empresarial en relación con el diseño gráfico e industrial.

Todas las empresas que desean promocionar sus servicios o que aún no lo han hecho, saben que la forma de hacerlo, es por medio de la publicidad. Hay tres caminos que las empresas deciden tomar frente a éste hecho; contratar personal y formar un departamento de mercadeo dentro de la empresa, subcontratar éstos servicios a empresas de diseño o publicidad o no realizar ningún tipo de divulgación de su negocio, por diferentes motivos.

Para las empresas que deciden no promocionar sus servicios, de alguna forma, resulta en muchos casos complicado llegar a nuevos clientes y por consiguiente tener más utilidades.

Para el resto, aquellos que se enfocan en el objeto social de sus respectivos negocios y dejan en manos de terceros lo que no es conveniente para ellos administrar, ciertamente se evidencia una disminución en los costes y egresos derivados de onerosos programas de diseño, pagos de prestaciones sociales, parafiscales etcétera.

No obstante, en la subcontratación de servicios de diseño hay mucho por mejorar. Existen problemas que se pueden resolver con el fin de ahorrarle a las empresas que subcontratan, inconvenientes con los diseñadores, tiempo, costos y al mismo tiempo mejorar las formas de pago y comunicación.

A continuación se presentan los principales inconvenientes que enfrentan las empresas en el proceso de obtención de un diseño:

- 1. Los tiempos:** Los tiempos de diseño de propuestas y sobre todo los períodos de entrega, siempre varían durante el proceso, e inicialmente son desconocidos para el empresario que hace el pedido. Por otro lado existen retrasos por parte de diseñadores y fabricantes que no se han controlado aún y que a través de un sencillo análisis del proceso en detalle se pueden reducir al máximo, encontrando las razones del porqué de la existencia de éstas demoras y atacándolas a través de herramientas en línea.
- 2. Los Precios:** Las empresas tienen incertidumbre en cuanto al costo promedio de un diseño y a la materialización del mismo. Actualmente las organizaciones realizan varias llamadas e invierten tiempo haciendo cotizaciones que no tienen garantía de ser las más acertadas en cuanto a sus requerimientos de precio, materiales o calidad. Esto consecuentemente resulta en una limitación, derivada de las propuestas que se tienen en mano en un momento crítico y determinado para una campaña o promoción.

- 3. Las dificultades con las autorizaciones:** Los inconvenientes en cuanto la orden de materialización para una empresa surgen cuando los diseños son urgentes, en consecuencia no se revisan bien las propuestas y por no aclarar bien los cambios en un determinado diseño se realiza una fabricación indeseada. Una fabricación indeseada de un determinado diseño, debe corregirse y volverse a fabricar. Estas fabricaciones indeseadas generan costos y son causa de ruptura de relaciones entre empresas de diseño, agencias de publicidad o diseñadores particulares y las empresas (clientes) que demandan el producto.
- 4. Las comunicaciones:** No solo existen problemas con las órdenes de fabricación, sino también inconvenientes en cuanto a las correcciones de un determinado diseño. Las empresas no pueden estar totalmente desligadas de sus proveedores de diseño y aunque la subcontratación sea una buena opción, es claro que el cliente no se puede desligar del diseñador. Los diseñadores siempre tienen que recibir una retroalimentación por parte de las empresas para realizar cambios o ajustes en los diseños antes de su materialización. El problema radica en que esta comunicación demanda gastos de desplazamiento físico e inversión de tiempo. Esto puede reducirse al máximo a través de herramientas y aplicaciones de comunicación en tiempo real con las tecnologías de información y comunicación.

Un estudio realizado por *comScore Inc*¹⁵. Líder mundial en medición del mundo digital y fuente preferida de inteligencia en mercados digitales entre 2009 y 2010, informa que “los visitantes de internet aumentaron 31% en un año en Colombia, alcanzando los 11,8 millones de internautas. Se trata del mercado con mayor crecimiento en América Latina, donde se calcula que 108 millones de personas mayores de 15 años visitaron internet durante septiembre de 2010”.¹⁶ Según el estudio, los Colombianos pasaron en promedio 20,4 horas conectados en septiembre cada uno, conectados a 1.606 sitios web y conectándose 42 veces al mes. Se hicieron 184 búsquedas por persona al mes y el 86% de los usuarios visitó al menos una vez las redes sociales.

Actualmente en América Latina “el mercado más grande de usuarios de internet lo tiene Brasil, con 38 millones de internautas, seguido por México con 17 millones, Argentina con 12,8 millones, Colombia con 11,8 millones y Chile con 7,2 millones”¹⁷.

Otro estudio, realizado por *Pyramid Research* en Agosto del 2010, llamado *Internet Trends Among SMBs in Latin America*, muestra que el 86% de las PYMES en Latinoamérica tiene actualmente presencia en Internet a través de un sitio web. Así mismo 23% de las PYMES locales en Colombia que han implementado un sitio Web,

¹⁵ComScore. Colombia Internet Audience Increases 31 Percent in Past Year to Rank as Fastest-Growing Market in Latin America. [en línea]. (2010). [consultado 9 Feb. 2011]. Disponible en <[http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/12/Colombia_Internet_Audience_Increases_31_Percent_in_Past_Year_to_Rank_as_Fastest-Growing_Market_in_Latin_America/\(language\)/eng-US](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/12/Colombia_Internet_Audience_Increases_31_Percent_in_Past_Year_to_Rank_as_Fastest-Growing_Market_in_Latin_America/(language)/eng-US) >

¹⁶Ibíd.

¹⁷ Ibíd.

tienen algún tipo de esquema para transacciones en línea y el “24% de las PYMES Colombianas que aun no han adoptado un modelo de negocios *on-line* tienen pensado hacerlo en los próximos 18 meses”¹⁸

Esto permite visualizar la importancia no sólo del comercio electrónico, sino de la oportunidad de mercado que surge para los creativos y artistas que desean innovar en diseño a través de comercio *on-line* e indica que cada vez más las organizaciones aceptan y se abren a un tipo de comercio y trabajo en internet.

En resumidas cuentas las empresas desean obtener el diseño clave que impactará a su público, generar permanencia y reconocimiento de marca en las mentes de usuarios y consumidores. De ahí que, anhelan siempre que el proceso sea más sencillo, efectivo, económico y eficiente, hecho que podría llegar a ejecutarse a través de herramientas de trabajo y de información proporcionadas en un portal inteligente y especializado en la Red.

1.1.4. Contexto de diseñadores industriales y diseñadores gráficos y las oportunidades de mejora en el sector.

Un dato curioso es que las empresas, en general, están incrementando el rango de influencia en internet de una forma acelerada, dando oportunidad también a los diseñadores industriales y gráficos de incrementar su esfera de acción de trabajo al obtener más ofertas que les proporcionen una mejor situación económica, aumentar su experiencia laboral, su reputación y divulgación gracias a la Red.

A continuación se presentan los principales inconvenientes que afrontan los diseñadores durante la realización de proyectos.

- 1. Los tiempos:** Durante el proceso surgen demoras adjudicadas al tipo de especialización del diseñador. Estos tienen por lo general un conocimiento que les permite realizar un tipo de ocupaciones específicas, no es común que tengan el conocimiento en todas las áreas, programas, aplicaciones y maneras de hacer todos los diseños de todo tipo. Por ésta razón, muchos trabajan en equipo y complementan sus conocimientos con sus colegas. Las demoras surgen cuando no tienen el conocimiento específico de algo puntual y se retrasan consiguiendo a la persona experta, que lo haga, para de esta forma culminar el trabajo. En conclusión las demoras señaladas se reducen si existe una forma para que todos los diseñadores puedan siempre encontrar *on line*, la persona que hace el trabajo que ellos no saben o no pueden hacer, lo hacen de una forma eficaz y eficiente, trabajan a través de la red mano a mano y el diseñador puede proseguir luego con otros pasos importantes antes de entregar el diseño a su cliente.

¹⁸BUSINESSCOL.COM. La Legalidad: el Desafío de la Pymes Colombianas en la Web. [en línea]. (2010-8-18). [consultado 9 Ene. 2011]. Disponible en <<http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=14177>>

- 2. Los Precios:** Los diseñadores no saben verdaderamente cuánto vale su trabajo, muchas veces desconocen cuáles son los precios del mercado y por consiguiente no saben por qué precio, según su experiencia, deberían emprender la realización de un proyecto. Los precios del mercado suelen rebajarse hasta un punto crítico, por la competencia y la sobreoferta descontrolada (sin organización de categorías) de diseñadores y empresas de diseño que hacen por cualquier precio un trabajo determinado. Cuando se genera un mercado donde todas las entidades están enteradas de los precios de determinado producto, estos últimos volverán a restablecerse y equilibrarse para el bien de los diseñadores y de las empresas que contratan sus servicios.
- 3. La informalidad del sector:** Existen diferentes inconvenientes en cuanto a la informalidad del sector. Uno de ellos son las órdenes de materialización, que son críticas y sobretodo perjudiciales para el diseñador. Numerosas veces por la confianza existente entre las partes que acuerdan la transacción de un diseño, el diseñador informalmente le pregunta al cliente si autoriza la producción de un determinado diseño, el empresario vagamente autoriza, el diseñador es el que genera los pagos de la fabricación y luego cobra al empresario. Esto ha traído bastantes inconvenientes, porque no son pocas las veces que no se firman autorizaciones que permitan proteger al diseñador ante el imprevisto arrepentimiento o cambio de opinión del empresario y como no existe ningún documento que avale la autorización, el empresario no responde por el costo de fabricación y en ocasiones después de haber elaborado el trabajo, el diseñador debe asumir los costos de producción. Esto último también es ocasionado por el afán de obtener un determinado producto para una feria, una campaña o un evento, en tiempo record y no se revisa adecuadamente el diseño. En este caso sería ideal, que el empresario además de haber visto el diseño que se va a fabricar pudiera realizar correcciones a distancia con el diseñador, mientras éste último trabaja sobre el diseño a través de una plataforma, y una vez aprueba los cambios finales acepta una autorización de fabricación en esa plataforma de trabajo. Esta aceptación es una firma electrónica que protegerá a las dos partes de este riesgo, y facilitará las buenas relaciones de negocios.
- 4. Las comunicaciones:** El problema de comunicación demanda desplazamiento físico y tiempo, ya que se manejan diseños que han de ser corregidos y el diseñador siempre debe recibir una retroalimentación sobre un esquema previamente realizado antes de la materialización. Esta dificultad puede reducirse al máximo a través de herramientas y aplicaciones de comunicación en tiempo real con las tecnologías de información y comunicación, orientadas a satisfacer éste tipo de necesidades.

No obstante, para que las empresas puedan encontrar fácilmente quienes realicen un trabajo de diseño específico y para que los diseñadores logren ofrecer un mejor servicio a las empresas, se hace útil la creación de una página que integre la oferta y la demanda y

que a la vez ofrezca herramientas que faciliten el trabajo entre las partes, con aplicaciones fáciles de utilizar para empresas y diseñadores.

Dicho de otro modo, existe la forma de ofrecer mejores servicios a las empresas demandantes de un diseño, si se usan herramientas en un solo sitio que admitan la comunicación visual y auditiva, el trabajo entre diseñadores en línea, retroalimentación en tiempo real entre la empresa y el diseñador, donde ambos puedan visualizar y hacer los cambios necesarios de un diseño antes de su producción, donde se consigan proveedores confiables para la fabricación de un diseño y donde se obtenga un reconocimiento que ayude a evaluar a los demandantes de un diseño específico, la experiencia, reputación o simplemente la especialización de un diseñador.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo satisfacer las necesidades de diseño publicitario de las PYMES en Colombia, específicamente de las agencias de viajes, que buscan una contratación de diseño ajustada a su presupuesto, con respuesta rápida y de calidad?

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Este plan de negocios, permite la puesta en marcha de una empresa del sector de los Servicios de Tecnología de la Información concentrada en brindar herramientas para la óptima transferencia de proyectos de diseño gráfico e industrial, siendo así un canal y red neurálgica para el desarrollo de la industria publicitaria y las industrias directamente relacionadas, fructificando la oferta y demanda de servicios de diseño.

La siguiente tabla señala las oportunidades de mejora que la empresa introducirá para contribuir a los sectores relacionados con la industria de la comunicación gráfica, de la mano de la tecnología de la Información:

Tabla 1.3-1. Oportunidades de mejora a través de *World Projec Design*.

Oportunidades de mejora para beneficiar a la industria de la comunicación gráfica.	Oportunidades de mejora para beneficiar a las industrias demandantes de los servicios gráficos.
CORTO PLAZO	
Generación de proyectos de diseño, que produzcan un retorno monetario y una experiencia.	Generación de propuestas de diseño que brindan diferentes opciones al empresario, para promocionarse.
Facilidad de pagos en línea en la transacción de un diseño con empresarios.	Facilidad de pagos en línea en la transacción de un diseño.

Trabajo entre diseñadores y empresas demandantes de un diseño a distancia, disminuye costos de desplazamiento y no desliga al diseñador del empresario.	Disminución de los errores causados por la débil comunicación.
Disminución de los errores causados por la débil comunicación.	
LARGO PLAZO	
Disminución de la informalidad del sector de la industria de la comunicación gráfica.	Disminución de la informalidad del sector de la industria de la comunicación gráfica.
<i>Ranking</i> de trabajos pasados - Incremento de la reputación y reconocimiento	<i>Ranking</i> de confiabilidad en el pago.

Fuente: Autor

La meta de la empresa es desarrollar un mercado que permita la presentación de propuestas de diseño innovadoras y sus transferencias a través de convocatorias en línea.

La empresa facilitará a los diseñadores trabajar de una forma más efectiva sin que sea indispensable desplazarse hacia los clientes o fabricantes, o sin que renuncien a su puesto y donde además localicen trabajos adicionales que se pueden realizar cómodamente desde sus oficinas o desde su hogar, lo que naturalmente se reflejará en beneficios económicos.

Por otra parte, los diseñadores podrán contar con una página interactiva donde perfilarán sus identidades virtuales. Los perfiles virtuales de los diseñadores incrementaran su experiencia en la red a medida que creen diseños para diferentes empresas. Así que el diseñador tendrá una identidad virtual y una real. Ambas identidades se mejoraran con el trabajo a través del portal. Además, ellos como clientes del portal podrán asesorarse con otros diseñadores y hacerse conocer por medio de sus propios tutoriales y portafolios.

Los diseñadores son parte crucial del portal, ya que ellos participaran en los proyectos de diseño que crearan las empresas demandantes de un diseño y utilizan su tiempo ocioso ganando dinero.

Ahora bien, ¿Qué ocurrirá con las compañías que deseen un diseño para promocionar sus productos o servicios?

Muchas entidades no tienen previsto destinar recursos para crear y mantener un departamento de publicidad y mercadeo, tampoco planean subcontratar, aunque reconocen sus ventajas. Estas decisiones tienen una razón, los costos de estos servicios a veces se exceden del presupuesto planeado, y no todas las Pymes o inclusive las grandes empresas gozan de presupuestos elevados para publicidad. Para esto la empresa crea un sistema de convocatorias que define un rango de precios y un precio mínimo, que será ajustado por el mismo mercado acorde a la disponibilidad de presupuesto del empresario.

Es importante destacar dos de los valores agregados ofrecidos por el portal, uno es la concentración de potencial e innovación, dado por las diversas opciones que tiene el cliente para escoger el diseño que se ajuste a sus necesidades. Y el otro valor agregado es la disminución de intermediarios que representará eficiencia en todo el proceso de solicitud de un diseño, y hará posible la interacción de las empresas con una o varias propuestas de proyectos.

Dicha posibilidad beneficiaría enormemente a las empresas que desean impactar con el diseño, que necesitan esquemas clave que proporcionen un incremento en sus ventas, que desean perfeccionar su imagen con los clientes y anhelan modernizar o renovar los instrumentos y mecanismos de comunicación con usuarios finales constantemente.

2. PLAN DE MERCADEO

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. Objetivo general

El objetivo principal del plan de mercadeo es conocer el nivel de aceptación de un portal web como *World Project Design* para un grupo especial de empresas seleccionadas a partir de una segmentación de mercados. Así mismo generar estrategias de servicio, precio, promoción, comunicación y plaza para lograr obtener un determinado valor de ventas de un mercado objetivo específico.

2.1.2. Objetivos específicos

- ✓ A través de un pre estudio cuantitativo determinar el nivel de aceptación del servicio para el mercado potencial.
- ✓ Realizar una investigación de mercados cuantitativa y cualitativa al mercado potencial.
- ✓ Realizar una segmentación del mercado potencial hasta llegar al mercado objetivo.
- ✓ Analizar los resultados del estudio cuantitativo
- ✓ Realizar un plan estratégico de servicio, producto, precio, promoción, comunicación, lanzamiento y plaza.
- ✓ Establecer el costo del plan estratégico.
- ✓ Proyectar la demanda
- ✓ Proyectar las ventas



. Plan de mercadeo

2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

2.2.1. Criterios de segmentación

Las bases para la segmentación de mercados industriales son criterios útiles para determinar el mercado empresarial al cual presentar los servicios a ofrecer.

“El análisis de marketing por segmentación se basa en varias premisas clave:

- Cada marca se vende a ciertos sectores del mercado y no al mercado entero
- Los objetivos del marketing pretenden una diferenciación de los segmentos que representan la mayor cantidad de clientes de una marca en cuanto a requerimientos y susceptibilidades de los clientes que producen segmentos beneficiosos para marcas competitivas.
- Los tradicionales métodos demográficos de segmentación no proporcionan esta información, ya que se basan en edad, género, aspectos demográficos y nivel de ingresos.”¹⁹

Con base a los conceptos descritos por Jany,

2.2.2. Segmentación de los mercados industriales

El mercado objetivo de la empresa se selecciona, principalmente, por medio de un análisis de los sectores económicos que reflejan un potencial de crecimiento en el país. En Colombia, según Proexport²⁰ (2010), los macro sectores de la economía Colombiana son:

Tabla 2.2.2-1. Macro Sectores de la Economía

MACRO SECTORES	
1	MACROSECTOR AGROINDUSTRIAL
2	MACROSECTOR MANUFACTURA E INSUMOS
3	MACROSECTOR PRENDAS DE VESTIR
4	MACROSECTOR SERVICIOS Y ENTRETENIMIENTO

En principio, todo sector puede hacer uso del diseño para innovar en su forma de publicitarse y potencializar sus ventas. Por consiguiente existen diferentes opciones de

¹⁹ JANY C. José N. Investigación de Mercados. Decisiones sin incertidumbre: Fundamentos de Muestreo. 3ed. Colombia: Mc Graw Hill, 2005

²⁰ PROEXPORT COLOMBIA. En: Macro sectores. [en línea]. (2011). [consultado 12 Enero 2011]. Disponible en <http://www.proexport.gov.co/vbecontent/CategoryDetail.asp?idcategory=1473&Name=MACRO SECTORES:&IDCompany=16>

Macro Sectores, Sub Sectores y Sectores, que podrían hacer uso de ésta página web y aprovechar sus beneficios.

Sin embargo con el fin de realizar un plan de mercadeo basado en un método científico, se hace indispensable fraccionar el universo de personas u organizaciones que podrían llegar a ser clientes potenciales y escoger uno sólo con el fin de realizar estudios concretos, tangibles y convergentes.

El Macro sector agroindustrial está más ligado a la tierra y el trabajo presencial, no es un sector que tenga un alto volumen de interacciones tecnológicas y que se compagine de una manera importante con el sector de Software y Tecnología de la Información y de Comunicación, T.I.C, al cual pertenece Shortcut S.A.S con su marca *World Project Design*.

El sector de manufactura e insumos puede ser un mercado atractivo, ya que presenta productos al mercado que necesitan de diseño y la publicidad que va ligada a ellos también es imprescindible. Sin embargo no cabe ninguna duda de que éste sector todavía tiene un fuerte apego a sus departamentos de diseño especializados en crear el producto y en guardar en secreto los grandes lanzamientos de mercado masivo. No quiere decir que en el futuro no se puedan establecer estrategias para llegar a éste sector, sino que de entrada resulta más conveniente atacar un mercado que vaya más acorde con la modalidad de servicios por subcontratación de pequeños empresarios de diseño.

No se debe menospreciar el impacto que tiene el diseño en general hoy en día en sectores como el de las prendas de vestir. Este es un mercado potencial viable que como los anteriores, bajo ciertas circunstancias puede resultar una oportunidad de mercado. No obstante, en el sector de las prendas de vestir es notable que exista una tendencia de publicidad ligada a los modelos y a la fotografía, disminuyendo la posibilidad de campo de acción de los diseñadores que se desean tener en la página.

Por último el macro sector de servicios y entretenimiento presenta una amplia e ilimitada gama de posibilidades en diseño gráfico e industrial, donde la oportunidad de llegar un mercado importante se hace latente como en las anteriores opciones de mercado. Lo llamativo de éste macro sector para este estudio, es la posibilidad de trabajar el diseño en diferentes modalidades ligadas a los servicios. Las empresas que ofrecen un servicio son más flexibles al trabajo de diseño externo y en el medio del entretenimiento y ocio, siempre habrá la necesidad de un diseño a tiempo, a bajo costo y de alto impacto.

De los anteriores macro sectores se escoge el de servicios y entretenimiento como macro mercado objetivo para comenzar a operar y realizar estudios de aceptación para el portal *World Project Design*.

La tabla a continuación presentada por Proexport²¹ en 2010, se muestra el macro sector de servicios y entretenimiento desglosado.

Tabla 2.2.2-2. Macro sector Servicios y entretenimiento

	MACRO SECTOR SERVICIOS Y ENTRETENIMIENTO
1	Sector Artesanías y Regalos

²¹ Ibíd.

2	Sector Audiovisuales
3	Sector Courriers
4	Sector Editorial e Industria Gráfica
5	Sector Educación - Conocimiento
6	Sector Ingeniería y Servicios de Construcción
7	Sector Joyería y piedras preciosas
8	Sector Juguetes y Artículos Promocionales
9	Sector Otros Servicios
10	Sector Papel y Cartón
11	Sector Servicios de Salud
12	Sector Servicios Turísticos Sol y Playa
13	Sector Software

De los anteriores sectores en el país se derivan ciertos criterios para la selección de los clientes que Shortcut S.A.S. a través de *World Project Design* tiene como mercado potencial en el portal web. El criterio primordial son los sectores de clase mundial²² anunciados por el ministerio de comercio industria y turismo (MCIT) y los cuales tienen una alta demanda en la economía global y donde el país tiene una oportunidad de gozar de un crecimiento de 10 veces por cada sector en un corto plazo.

Si bien es cierto como se dijo anteriormente, que cualquier sector se puede beneficiar de un portal web que ofrece diseños innovadores con fines publicitarios, existen ciertos sectores que de entrada pueden resultar más provechosos que otros para entrar al mercado:

El sector Editorial y de industria gráfica, el sector de la Salud, el sector de servicios turísticos y el sector de software, los cuales a su vez pertenecen a los sectores de clase mundial, donde el gobierno se fijó una meta de exportar \$40,000 millones de dólares²³, generando un crecimiento económico en la exportación de productos y servicios de valor. Colombia actualmente tiene una gran inversión en diferentes sectores según el plan nacional de desarrollo, así que en éste punto resulta interesante suplir la necesidad de diseño de uno de ellos, que necesite de innovación en diseño para generar alto impacto en el mercado. Claro está que sin descartar la posibilidad de ofrecer los servicios a otros sectores en el futuro.

Ya que la empresa que se desea crear pertenece al sector de Software, los diseñadores que participan en la página como oferentes del servicio pertenecen al sector editorial y de industria gráfica. Resulta bastante interesante y conveniente dirigirse a un tercer sector, al sector del turismo o al de la salud. En el sector de la salud se puede hablar del turismo de salud, por lo que en últimas se puede mezclar con el sector del Turismo como mercado

²² COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Estudio por McKinsey&Company. [base de datos en línea]. [Consultado 27 Noviembre de 2010]. Disponible en <<http://www.andi.com.co/default.aspx>>

²³ *Ibíd.*

objetivo para ofrecer los productos de diseño con fines publicitarios en la página web durante sus comienzos.

“En los últimos cuatro años Colombia ha mostrado una tendencia creciente del turismo, al pasar de 1.978.000 visitantes en 2006 a 2.494.000 en 2009, mientras que el ingreso por divisas al país debido a este renglón de la economía pasó de USD\$2,0 millones a USD\$2,6 millones en los mismos años. Estas cifras son el resultado del enfoque de una política dirigida a poner mayor énfasis en la oferta turística y a incrementar los recursos para la promoción del país.”²⁴

“Los productos turísticos hacia los cuales Colombia dirigirá sus esfuerzos de oferta son turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, náuticos, de congresos, eventos e incentivos, y de salud y bienestar.”²⁵ Además “La inversión en el sector turístico ha mostrado incrementos importantes durante los últimos años.”²⁶

A continuación se presenta el sector turístico en seis divisiones:

Tabla 2.2.2-3. Sector Servicios Turísticos Sol y Playa

SECTOR SERVICIOS TURISTICOS SOL Y PLAYA	
1	Líneas Aéreas
2	Hoteles
3	Agencias de Viajes
4	Cruceros
5	Museos
6	Atracciones

En el sector turístico se escogen las agencias de viajes como mercado objetivo, debido a que las líneas aéreas normalmente tienen una casa matriz de donde el diseño viene establecido y aunque se puede diseñar para campañas y ferias con total libertad, también son muy pocas las que hay en número para aprovechar una gran demanda. En los hoteles se tiende a tener una página web donde se tiene la libertad de diseñar banner pero es muchas veces estática. En cambio los que promocionan constantemente a aerolíneas, hoteles e inclusive a los cruceros, museos y atracciones son las agencias de viajes. Ellas prácticamente deben promocionar a todas las entidades de servicios turísticos a través de campañas y paquetes que constantemente deben estar renovando. Tienen un alto contacto con el público y están compitiendo por recordación de marca, innovación y reputación. Las agencias de viajes son ideales para que *World Project Design* comience

²⁴ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. El Turismo en el Plan Nacional de Desarrollo. [base de datos en línea]. [Consultado 27 Noviembre de 2010]. Disponible en <<https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=655>>

²⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. El Turismo en el Plan Nacional de Desarrollo. [base de datos en línea]. [Consultado 27 Noviembre de 2010]. Disponible en <<https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=655>>

²⁶ *Ibíd.*

su trabajo de suplir la demanda de diseños de calidad, rápidamente y a un presupuesto razonable con la ayuda del clúster de diseño en por internet.

Acorde con lo anterior, el primer grupo de usuarios o mercado potencial de Shortcut S.A.S. en el portal *World Project Design* son las agencias de viajes que tienen presencia en el país, que manejan actualmente sus necesidades de diseño a través de la subcontratación, que disminuyen sus costos al no tener un departamento de publicidad, que están a la vanguardia manejando comercio electrónico de sus servicios y que al mismo tiempo están interesadas en mejorar su presencia en el mercado mediante el posicionamiento y comunicación de sus productos y servicios usando diseño.

2.2.3. Análisis del sector segmentado

2.2.3.1. Análisis del sector turismo.

Para comenzar este análisis del sector, es clave definir la palabra turismo. “Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.²⁷

En Colombia éste es un sector en crecimiento. La inversión y los planes del gobierno están encaminados a colaborar en el desarrollo del Turismo, el patrocinio de la inversión extranjera y la mejora en la productividad de todas aquellas empresas que realizan actividades turísticas. Así lo ratifica el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA a continuación en una de sus cartillas de inversión social en turismo:

El Clúster de Turismo adquiere un papel trascendental dentro del desarrollo económico del país puesto que involucra múltiples actividades que aumentan el dinamismo de la economía e impulsan de manera significativa el progreso de las regiones al conjugar en ellas variables que permiten crear destinos turísticos y a la vez elevar la calidad de vida de la zona. Es por esto que se ha contemplado como un sector importante en las propuestas del gobierno nacional de Agenda Interna que contiene el acuerdo de voluntades de diferentes actores del sector público y privado sobre el conjunto de acciones estratégicas que el país debe realizar para mejorar la productividad y competitividad de su aparato productivo. Así como en la Visión Colombia 2019 que plantea a través de 17 estrategias fundamentales un panorama de

²⁷ MORALES N. David. Estudio sobre el sector turismo en Colombia. En: Estudio sobre el sector turismo en Colombia. [en línea]. (2007). [consultado en 2 feb. 2011]. Disponible en: <>

formulación de políticas públicas sectoriales, en materias como crecimiento económico, infraestructura física, capital humano, desarrollo social y territorial, entre otras²⁸.

Según la ley 300 de 1996²⁹ son prestadores de servicios turísticos los siguientes:

Tabla 2.2.3.1-1. Prestadores de servicios turísticos

a) Agencias de Viajes y Turismo, Agencias Mayoristas y Operadores de Turismo.
b) Establecimientos de alojamientos y hospedaje.
c) Operadores Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones.
d) Arrendadores de vehículos.
e) Oficinas de Representaciones Turísticas.
f) Usuarios Operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
g) Empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
h) Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares calificados por el gremio respectivo
i) como establecimientos de interés turístico.
j) Los guías de turismo.
k) Las empresas captadoras de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados.
l) Los establecimientos que presten servicios de turismo de interés social.

A continuación se presentan los datos más relevantes del crecimiento del turismo en el mundo, en América latina y en Colombia, facilitados por un Estudio sobre el sector turismo en Colombia proyectado hasta el 2015.

Morales³⁰ concluye en su estudio del sector turismo que para el 2020, a nivel mundial se proyecta un total de 1.56 billones de turistas y la región comprendida por Norte, Centro y

²⁸ SENA. Inversión Social en el Sena, en el sector turismo. En: Dirección general del SENA. [en línea]. (2010). P. 17. [consultado en 6 de Marzo de 2011]. Disponible en <<http://www.sena.edu.co/downloads/2009/planeacion/CARTILLA%20SECTOR%20TURISMO.pdf>>

²⁹ COLOMBIA. Ley General de Turismo. Ley 100. En: Ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia. [en línea]. (2010). P. 41. [consultado en 20 de Marzo de 2011]. Disponible en <<http://www.redturs.org/inicio/docu/colombia/gobierno/colgn2.pdf>>

Sur América participará con 282 millones de turistas representando el 18.1% del total del mercado mundial.

En cuanto a América Latina, según el WTTC, el crecimiento hasta el 2015 será de 4.1%, cifra que concuerda con la proyección de crecimiento de la demanda mundial de servicios Turísticos que la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha proyectado.

Es importante reconocer que Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina. “Según el World Travel & Tourism Council (WTTC) para el período 2006-2015, se espera un crecimiento real anual de 4.5%, en la demanda por viajes y turismos en Colombia, pasando de un total de 7.243€ millones a 10.500€ millones en el 2015 superando así el crecimiento esperado en América Latina que será de 4.1%”.³¹

Finalmente Morales³² muestra en su estudio que para el 2015 se espera que la producción bruta del sector turístico colombiano sea de 4.800€ millones, una inversión en capital de 4.065€ millones y una generación de 540.000 empleos directos; lo que equivaldría a un crecimiento de 9% anual de la producción bruta y de 3.5% en la creación de empleos.

Esto demuestra que el sector del turismo ofrece un extraordinario potencial de desarrollo, creando diversas oportunidades de inversión con perspectivas de crecimiento, así como unos excelentes incentivos tributarios.

2.2.3.2. Análisis de las agencias de viajes

El Artículo 84 de ley 300 de 1996³³ establece que las Agencias de Viajes son las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Es importante definir las actividades de las agencias de viajes en Colombia, quienes se caracterizan por crear, planear, organizar y ejecutar programas de servicio de viajes para sus clientes en los que incluyen regularmente alimentación, excursiones, alojamiento y eventos. Ellas realizan estas actividades de forma directa o como intermediarios con prestadores de servicios nacionales o internacionales.

³⁰ MORALES. N. David. Estudio sobre el sector turismo en Colombia. En: Consejería de economía e Innovación Tecnológica. Comunidad de Madrid. [en línea]. (2007). P. 68. [consultado en 6 de Marzo de 2011].

³¹ *Ibíd.*

³² *Ibíd.*

³³ Op cit. <http://www.redturs.org/inicio/docu/colombia/gobierno/colgn2.pdf>

Así mismo gozan de un panorama económico positivo que además de presentar un incremento en los ingresos en el 2011 con respecto al año anterior, se verán favorecidas por la firma del tratado de libre comercio celebrado entre Estados Unidos y Colombia el 10 de Octubre de 2011. La Asociación Colombiana de agencias de viajes y turismo ANATO, presentó el siguiente reporte de Ingresos nominales: “En el primer trimestre de 2011, los ingresos nominales de las agencias de viajes aumentaron 13,1%, en comparación con los registrados en el primer trimestre de 2010, cuando el aumento había sido de 5,9%”.³⁴

En Colombia hay 5.164³⁵ agencias de viajes de las cuales 49 representan más del 89% en ventas del total nacional. Estas agencias de viajes están en las ciudades principales del país; Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Medellín y Cali.

2.2.3.3. Análisis de las agencias de viajes y las tics

El desarrollo del sector turístico es cada vez más dinámico, el crecimiento y la demanda de servicios turísticos generan una constante evolución en éste sector. “Gran parte del desempeño del mercado turístico depende de la información. El desarrollo de las TICS ha revolucionado el panorama de los negocios en la industria del turismo permitiendo acceso a la información sobre todas las partes del mundo”³⁶. Además el sector Tics desarrolla herramientas específicas para determinados sectores que permiten que las empresas trabajen con más eficiencia, reduzcan sus costos y satisfagan sus necesidades.

De acuerdo con un estudio realizado por ComScore y IAB Colombia en 2010, el país fue el mercado de internet de más rápido crecimiento en América Latina, con un aumento de 31%. Esto evidencia el potencial del sector de las tecnologías de la Información en y la comunicación en unión con los demás sectores del país y con el del turismo. Las agencias de viajes se pueden llegar a servir significativamente de empresas que solucionen problemas específicos a través de internet.

A continuación se presentan datos relevantes de las agencias de viajes y las Tics.

✓ 36%³⁷ de Colombianos utilizan Internet para planear sus viajes

³⁴ ANATO. Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. Estadísticas. Colombia (2011) [Consultado en Agosto 15 de 2011]. Disponible en: <<http://www.anato.org/index.php/investigaciones>>

³⁵ LA NOTA ECONÓMICA. Ranking Empresarial: Agencias de viajes. En: La Nota Económica: Turismo de Negocios. Vól. 21, No. 6 (junio 2011); p 58 -59

³⁶ LA NOTA ECONÓMICA. Tecnología: Democratización de Internet en el sector turístico. En: La Nota Económica: Turismo de Negocios. Vól. 21, No. 6 (junio 2011); p 30 - 32

³⁷ Ibíd.

- ✓ El desarrollo del sector turístico es cada vez más dinámico y gran parte del desempeño del mercado turístico depende de la información y la transmisión de la misma en los medios.
- ✓ El uso de las TIC desempeña un papel fundamental dentro del sector, “las empresas de turismo pueden ser aún más visibles, ampliar su mercado y ofrecer un mejor servicio”.³⁸
- ✓ Las agencias de viajes al integrar como estrategia de eficiencia las operaciones y compras online se vuelven más competitivas. Además “Colombia posee un potencial significativo para el desarrollo digital a medida que más industrias, como el turismo, comienzan a integrar el canal de venta online en su estrategia de negocios.”³⁹
- ✓ “Según el gobierno, Colombia se ubicará en el futuro como el quinto destino turístico en América latina”.⁴⁰

2.3. METODOLOGÍA

2.3.1. Propósito

Determinar los productos de diseño con fines publicitarios más pedidos por integrantes del sector del turismo en Colombia específicamente en el subsector de las agencias de viajes. Además reconocer los comportamientos de las agencias de viajes al buscar diseños, con el fin de predecir el comportamiento del mercado frente a un portal como *World Project Design*.

2.3.2. Tipo de investigación

Para la investigación de mercados se utilizan dos métodos de investigación, el método cuantitativo y el método cualitativo. El método cuantitativo “pone énfasis en preguntas formales normalizadas y en opciones de respuesta predeterminadas en cuestionarios o encuestas aplicadas a muchos entrevistados”⁴¹. Éste tipo investigación permite la validación de hechos, estimaciones, relaciones y pronósticos, es generalmente estructurada, se realiza a una muestra poblacional representativa del mercado objetivo. La clase de análisis que se puede lograr en dicha investigación se relaciona con la estadística y por lo general se pueden lograr muy buenas generalizaciones. Por otra parte el método cualitativo “tiene usos importantes para comprender y abordar problemas y oportunidades de negocios, en especial en las áreas iniciales de

³⁸ Ibíd.

³⁹ Ibíd.

⁴⁰ LA NOTA ECONÓMICA. Estudios Sectoriales: Turismo Colombiano, un sector de clase mundial. En: La Nota Económica: Turismo de Negocios. Vol. 21, No. 6 (junio 2011); p 48

⁴¹ HAIR JR, Joseph F., et al. Investigación de Mercados : Diseños exploratorios. México: McGrw-Hill, 2004. 209p.

descubrimiento y de explicación preliminar de la conducta del mercado⁴². Éste tipo de investigación permite un registro fiel de las conductas del mercado y posee una gran ventaja y es la riqueza a la hora de adquirir datos o conocimientos profundos sobre el tema tratado. Las muestras son pequeñas y limitadas, por lo general no se deben generalizar los datos a toda la población, en éste tipo de estudios.

Aparte de los dos anteriores métodos, que clasifican los datos en cualitativos o en cuantitativos, la investigación de mercados se puede clasificar según el tipo de estudio en tres categorías. Diseños Exploratorios (entrevistas de profundidad o grupos focales), Diseños de investigación descriptiva (métodos de encuestas) y Técnicas de observación (experimentos y mercados de prueba).

En la presente investigación se inquiriere sobre el mercado según el razonamiento de un estudio exploratorio, donde se obtiene información valiosa, profunda y detallada del mercado. Así como también sobre un estudio descriptivo que permite abarcar muestras más grandes, aplicar y registrar preguntas y respuestas fácilmente con el fin de aplicar análisis estadísticos.

2.3.3. Técnica de investigación

El estudio exploratorio se realiza usando fuentes secundarias y primarias de información. Las fuentes secundarias de información se obtienen a través de estudios del departamento nacional de estadística DANE, de la asociación Colombiana de agencias de viaje y turismo ANATO, la asociación de transporte aéreo internacional IATA, el ministerio de comercio industria y turismo de Colombia, la asociación de diseñadores gráficos colombianos ADG y otros estudios de interés a agencias de viajes y relacionados con el diseño gráfico e industrial en Colombia.

La segunda parte del estudio exploratorio es entrevistas a profundidad y entrevistas ejecutivas. La entrevista a profundidad o entrevista personal “es un proceso formal en el que un entrevistador capacitado formula a un sujeto preguntas semi-estructuradas en un encuentro personal”.⁴³ Dicha entrevista se realiza en la oficina del sujeto. La entrevista ejecutiva “es un intercambio personal con un ejecutivo de una empresa realizado en su oficina”.

En las entrevistas a profundidad y en las entrevistas ejecutivas es necesario tener ciertas habilidades, tener en cuenta las ventajas, desventajas y objetivo principal de cada método. Según Joseph Hair (2004) naturalmente existen ventajas y desventajas de las entrevistas a profundidad que se deben tener en cuenta a la hora de realizar un estudio exploratorio, para obtener un buen provecho de la investigación.

⁴² Ibíd.

⁴³ Ibíd.

El siguiente cuadro se encuentra el resumen algunas de las habilidades y estrategias que se utilizaron en el presente estudio acompañado del objetivo principal, ventajas y desventajas de las entrevistas a profundidad, expuestas por Hair (2004) en el libro *Investigación de mercados en un ambiente cambiante*.

Tabla 2.3.3-1. Entrevista a Profundidad y Entrevistas Ejecutivas

Entrevista a profundidad y Entrevistas ejecutivas			
Estrategias	Ventajas	Desventajas	Objetivo principal
El entrevistador debe tener excelentes dotes de comunicación y gran capacidad para escuchar	Flexibilidad para recopilar datos, gran cantidad de datos detallados que pueden recopilarse de cada gerente. Se pueden reunir datos acerca de una amplia variedad de temas que el investigador puede encontrar provechosos y que tal vez no había tenido en cuenta.	Los costos de preparación y ejecución son altos. Se requiere de bastante tiempo y el acceso a las citas con gerentes es limitado y muchas veces denegado. Pocos ejecutivos están dispuestos a dedicar tiempo a entrevistas o encuestas de investigación. Conseguir una cita con un ejecutivo puede ser muy demorado.	Hacer que el entrevistado comunique tanto como sea posible sus conocimientos y conducta hacia determinado tema u objeto. Recopilar datos primarios sobre servicios
Capacidad para articular preguntas de manera clara y directa			
Es necesario grabar la entrevista para posterior análisis			
Realizar preguntas de sondeo que sean precisas e incorporar las respuestas anteriores del sujeto.			
Hacer uso de las facultades interpretativas			
Los entrevistadores deben ser sociables, flexibles, confiables y profesionales.			
Los entrevistadores deben ser capaces y con experiencia, porque los temas pueden ser muy técnicos.			

Las entrevistas a profundidad y ejecutivas se realizan a nueve expertos, dentro de los cuales dos son especialistas en el área de diseño industrial y siete son gerentes de diferentes empresas relacionadas con el turismo.

Tabla 2.3.3-2. Metodología encuestas a profundidad (Diseño industrial (Proveedores) y Sector turismo (clientes))

Diseño Industrial (Proveedores)		
Nombre	Cargo y Empresa	Duración de la Entrevista
Roberto Cuervo	Director de Carrera de Diseño Industrial Universidad Javeriana	45 minutos
Alvaro Betancourt	Director de Arte de Teleset y RCN	60 minutos
Sector Turismo (Clientes)		
Nombre	Cargo y Empresa	Duración de la Entrevista
Gabriel Garcia	Gerente de AirFrance Colombia	40 minutos
Jaime Alberto Borrero	Gerente de Grupo Over	40 minutos
Juan Carlos Villate	Gerente de IATA	18 minutos
Jean Claud Bessudo	Gerente de Aviatur	23 minutos
Olga Lucia salazar Landinez	Gerente de Viajes Galeon	28 minutos
Marcela de Lecompte	Gerente de Viajes Ver	50 minutos
Angela Diaz	Gerente de Travel Port Colombia	40 minutos

El estudio descriptivo se realiza de la siguiente manera:

Se realiza un pre-estudio a la población de agencias de viajes Colombianas, 5164⁴⁴ donde se evalúa de una forma cuantitativa el mercado y su potencial interés por el servicio de una página web como World Project Design. Para esto se establece un cuestionario completo de preguntas muy similares a las del estudio descriptivo posterior. La muestra para un pre-estudio es de mínimo personas que representen el mercado objetivo n=30 empresas y el fin principal es cuantificar la aceptabilidad del servicio. La aceptabilidad del servicio será “p” y la no aceptabilidad será “q”.

Una vez realizado el pre estudio, con P (probabilidad de aceptación del servicio) y Q (probabilidad de la no aceptación del servicio) se procede a obtener el número de encuestas del estudio principal del proyecto. P y Q no serán 50% y 50% respectivamente, porque las probabilidades de aceptación no son las mismas que las probabilidades de la no aceptación.

Además es muy útil, para evaluar preguntas innecesarias de la encuesta y para completar el cuestionario con interrogantes claves sobre los cuales no se había reflexionado anteriormente.

En resumen las dos técnicas proporcionan un completo análisis del mercado que permitirán determinar la aceptabilidad del servicio.

⁴⁴ LA NOTA ECONÓMICA. Turismo Colombiano: Un sector de Clase Mundial. En: La Nota económica: Estudios Sectoriales. Vol. 32 No. 3 (Junio 2011); p. 58

En el Anexo A se puede visualizar el cuestionario del pre estudio y en el Anexo B sus respectivas respuestas.

Tabla 2.3.3-3. Estudio Exploratorio

	Estudio Exploratorio	
	Fuente de Información Primaria	Fuente de Información Secundaria
Fuentes de Información	Gerentes (IATA, Air France, Aviatour)	DANE, IATA, CCB
	Diseñadores con mínimo 10 años de experiencia	ADGORA
Método	Entrevistas a profundidad	Fichas técnicas, estudios y publicaciones
Datos	Cualitativos	Cuantitativos y cualitativos

Tabla 2.3.3-4. Estudio Descriptivo

	Estudio Descriptivo	
	Pre - Estudio n=30	Estudio n=27
Fuentes de Información	Gerentes de Agencias de viajes en Colombia	Gerentes de Agencias de Viajes en Colombia
Método	Encuestas por correo electrónico	Encuestas de respuesta personal y por correo
Datos Obtenidos	Cuantitativos	Cuantitativos

2.3.4. Muestreo

A continuación se definen los parámetros de muestreo para la investigación.

Tabla 2.3.4-1. Muestreo

Universo	Agencias de Viajes en Colombia 5164 ⁴⁵
Unidad de Muestreo	Agencias de Viajes en el territorio

⁴⁵ LA NOTA ECONÓMICA. Turismo Colombiano: Un sector de Clase Mundial. En: La Nota económica: Estudios Sectoriales. Vol. 32 No. 3 (Junio 2011); p. 58

	Colombiano
Fecha	Septiembre del 2010
Técnica de Recolección de Datos	Encuestas

2.3.5. Tamaño de la muestra

Teniendo en cuenta un nivel de confianza del 93%, un error del 9% y una población finita de 5164 (menor a 30.000 unidades), se considera que 27 encuestas a gerentes de agencias de viajes son una muestra representativa para conocer el grado de aceptabilidad del nuevo servicio. Así mismo se tiene en cuenta la realización de un pre estudio que arrojó una probabilidad de aceptación del 92.6% y un nivel de no aceptación del 7.4%.

El muestreo proporcional⁴⁶ de cuando existen investigaciones anteriores es el siguiente:

Ecuación 1. Tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q} = \frac{1.815^2 (0.926)(0.074)(5164)}{0.09^2 \cdot (5164 - 1) + 1.815^2 (0.926)(0.074)} = 27.87 \approx 28$$

Siendo $Z^{47} = 93\%$ (1.815 desviaciones estándar).

2.3.6. Instrumentos

Para la realización de las encuestas se realizó un cuestionario que se distribuyó de manera física y electrónica. El cuestionario físico fue llevado hasta la oficina de cada gerente y se asistió al mismo a con respuestas a sus inquietudes. El cuestionario en línea fue enviado a los correos de los gerentes de agencias de viajes en Colombia registrados en la IATA seleccionados aleatoriamente, con un correo introductorio del propósito del estudio y los agradecimientos por la ayuda e información prestadas.

2.3.7. Alcance

El estudio se realizó a empresas de Colombia, con el fin de dirigirse a un mercado de agencias de viajes nacional. Por la facilidad de envío de encuestas por internet y por el número de encuestas a realizar.

⁴⁶ JANY C. José N. Investigación de Mercados. Decisiones sin incertidumbre: Fundamentos de Muestreo. 3ed. Colombia: Mc Graw Hill, 2005. pg 155.

⁴⁷ Ibíd.

2.4. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo consta de dos partes. La primera es el pre estudio. Donde se utilizan 13 preguntas para indagar sobre diferentes preferencias de productos de diseño y montos de inversión en diseño.

La segunda parte del trabajo de campo es el estudio de mercado en sí. En éste estudio se realizó un cuestionario de 15 preguntas (*VER ANEXO C*). Estas preguntas se derivaron del pre estudio con pequeños cambios que permitieron que el cuestionario fuera más acorde al mercado objetivo, profundo y pudiera recoger información más detallada que el cuestionario inicial.

Los productos de diseño sobre los cuales se indaga en el cuestionario fueron obtenidos de la tabla de precios mínimos establecida por la Asociación Colombiana de la Industria Publicitaria⁴⁸.

2.4.1. Resultados del estudio a agencias de viaje

A continuación se presentan los resultados de las 27 encuestas a gerentes del sector turístico que dirigen agencias de viajes. Se encuentran en general resultados que demuestran interés y necesidad de productos de diseño para fines publicitarios. Además se evidencian los instrumentos de diseño más utilizados, las actividades para las cuales los diseños son pedidos y las preferencias a la hora de contratar diseñadores.

Finalmente se muestran los productos más demandados, la frecuencia de pedido y el monto que los empresarios pagarían por el diseño de cada uno de ellos.

Para comenzar, el 48% de las agencias de viajes encuestadas tienen entre 11 y 50 empleados en la organización. Lo que evidencia que la mayoría de las empresas encuestadas son medianas.

⁴⁸ ADOGORA. Asociación Colombiana de la Industria Publicitaria. En: Tarifas mínimas sugeridas. [en línea]. (2011). [consultado 12 Enero 2011]. Disponible en: <<http://www.adgora.org/php/home.php?ciudad=1>>

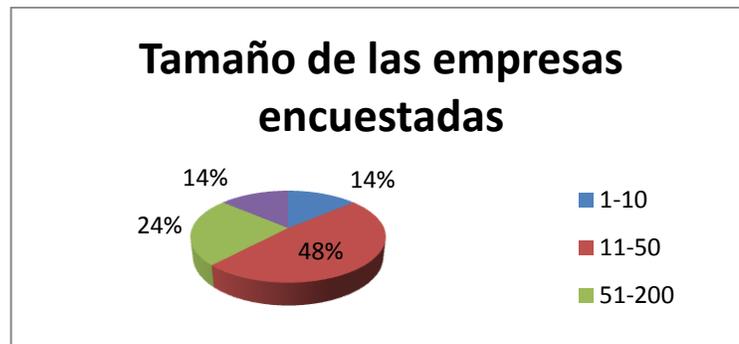


Ilustración 2.4.1-1. Tamaño de las empresas encuestadas

En general las agencias de viajes encuestadas han usado o usan regularmente mecanismos de publicidad. El 85.7% de ellas usa *P.O.P Merchandising* o micro mercadotecnia como: diseño de Stands, botones o Suvenires. El 78.6% utilizan herramientas de creación de marca como rediseño de logo, creación de nombre, Slogan. El 75% han utilizado o utilizan Impresos y papelería y el 60.7% Publicidad exterior. Lo que menos han usado o usan las empresas encuestadas es el diseño de página web. Esto puede crear una oportunidad de mercado y quiere decir que no se demanda regularmente. Por lo general una página web se pide una vez, se cambia totalmente cada año o cada dos años y se renueva regularmente su contenido. Por otra parte los otros mecanismos de publicidad se pueden ordenar con frecuencia y hacen parte de las necesidades publicitarias comunes dentro del sector. Esto se puede evidenciar en la siguiente gráfica.

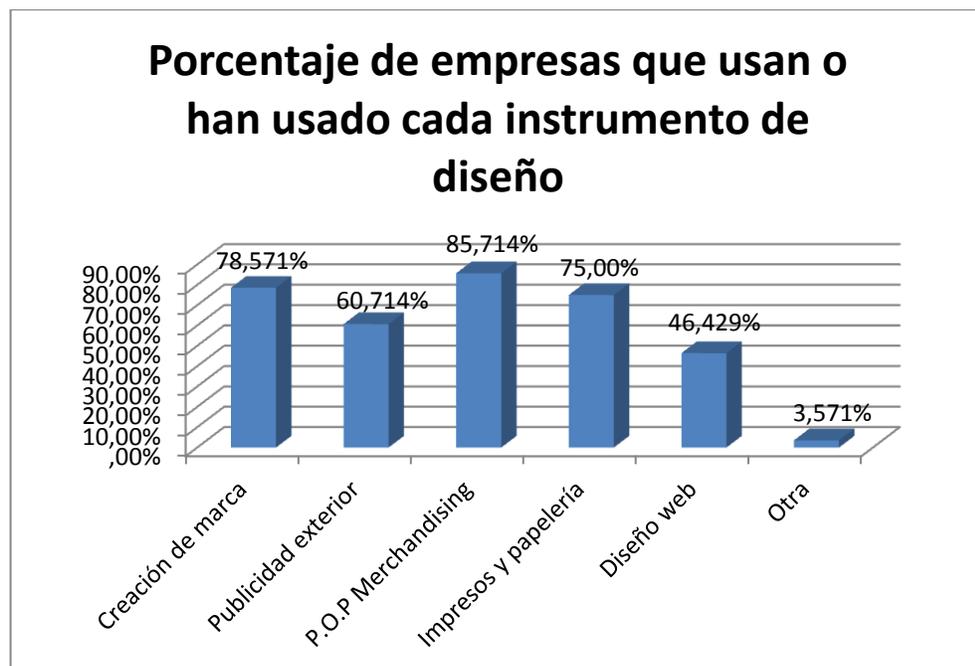


Ilustración 2.4.1-2. Porcentaje de empresas que usan o han usado cada instrumento de diseño

En la siguiente gráfica se presentan los factores más importantes para las agencias de viajes a la hora de contratar a un diseñador a que realice un trabajo de diseño. Se concluyó que el impacto del diseño, la novedad y la innovación son los aspectos más relevantes y que definitivamente son muy importantes para las empresas.

El impacto del diseño es importante para el 89.7% de los encuestados. Igualmente la novedad y la innovación. Lo que demuestra que para este sector, el diseño tiene que ser único e impactante al momento de realizar publicidad.

El 58.3% le da una gran importancia a la prontitud y el cumplimiento y el 62.1% considera que tanto la economía como los precios son importantes.

En último lugar de importancia se encuentran la recomendación de un tercero y la reputación de la empresa de diseño.

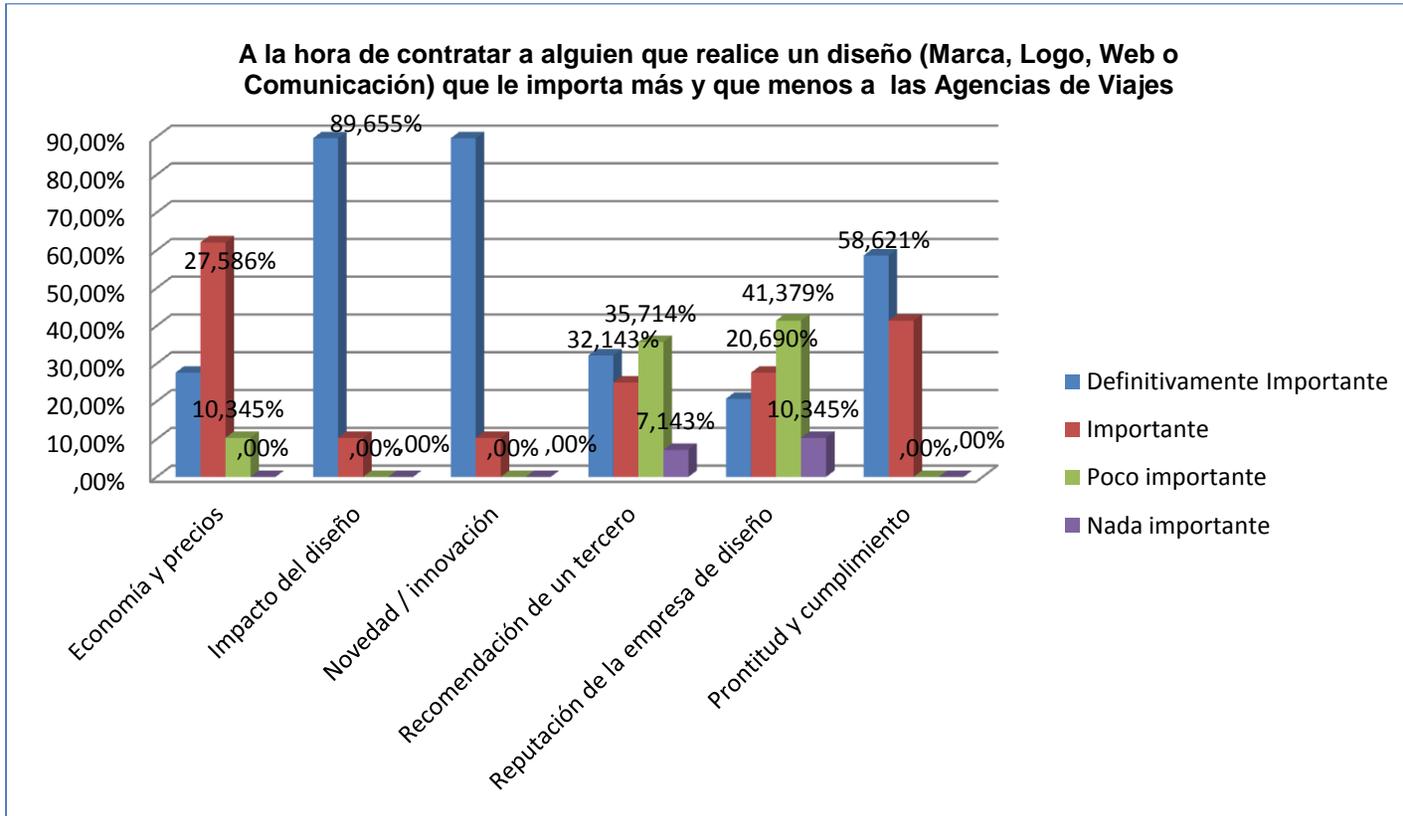


Ilustración 2.4.1-3. Variables importantes a la hora de contratar un diseño

A continuación se muestra el porcentaje de pedido para cada uno de los productos del cuestionario.

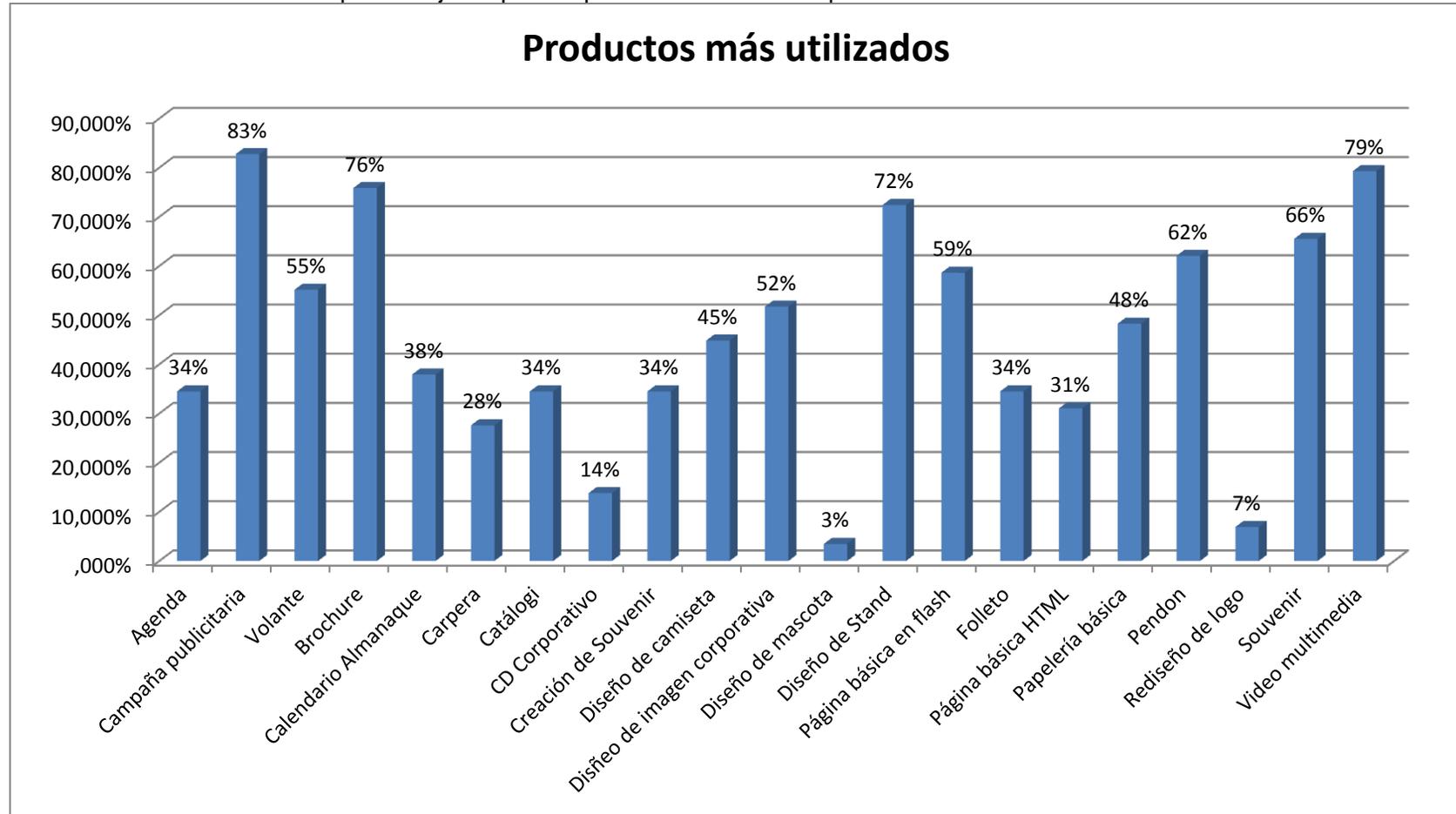


Ilustración 2.4.1-4. Productos más utilizados

A continuación se presenta el diagrama de los diseños más pedidos, entre los cuales se encuentran: campaña publicitaria con 83%, Video Multimedia con un 79%, brochure con un 76%, diseño de Stand con un 72%, souvenir con un 66%, pendón con 62% y página web con 59%.

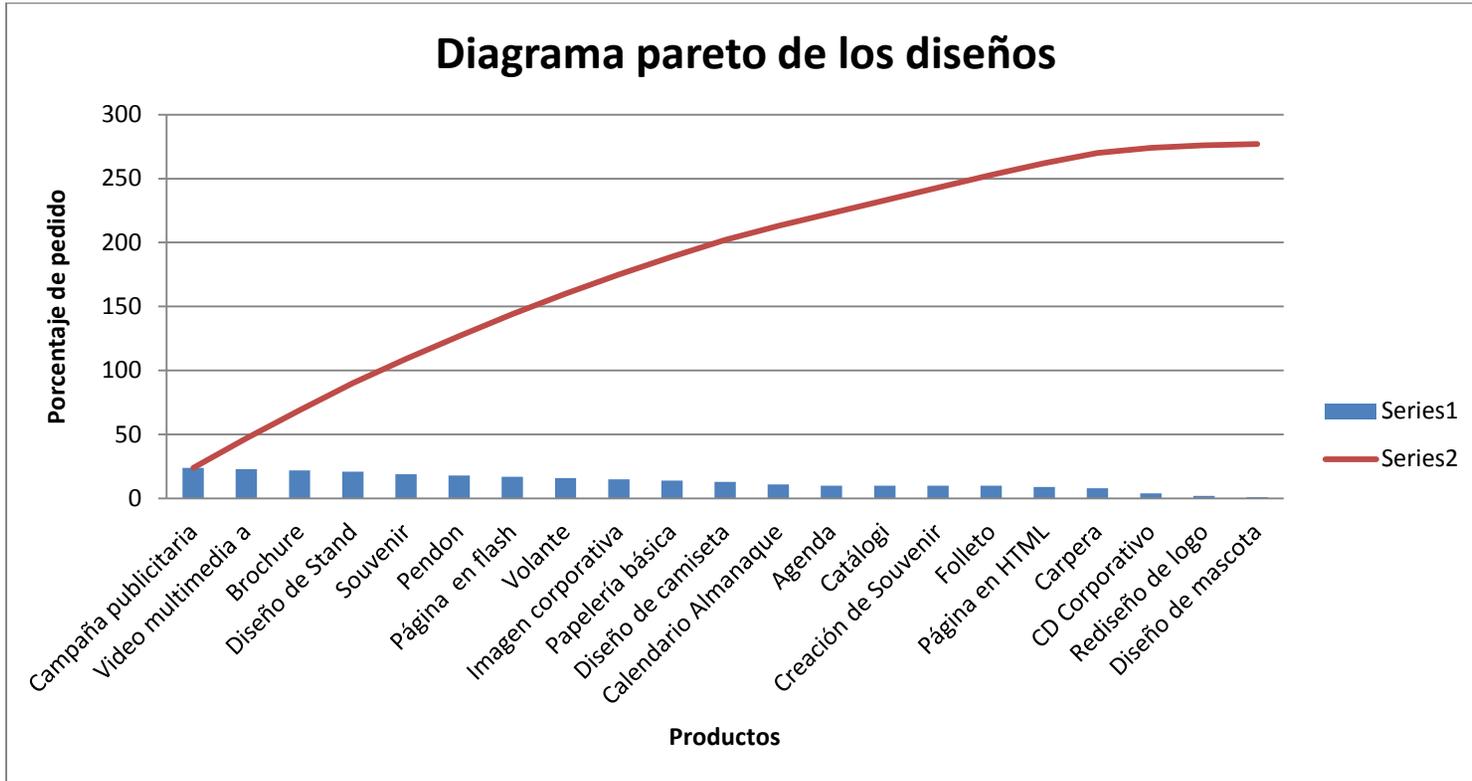


Ilustración 2.4.1-5. Diagrama Pareto de los diseños

En el siguiente gráfico se evidencia que las agencias de viajes usan los Stands y los pendones la mayoría de las veces para ferias, las campañas publicitarias para Promoción de sus servicios, ferias y comunicación con clientes. Los Brochures y los souvenirs para promoción de sus servicios, comunicación con sus clientes y diferenciación en el mercado.

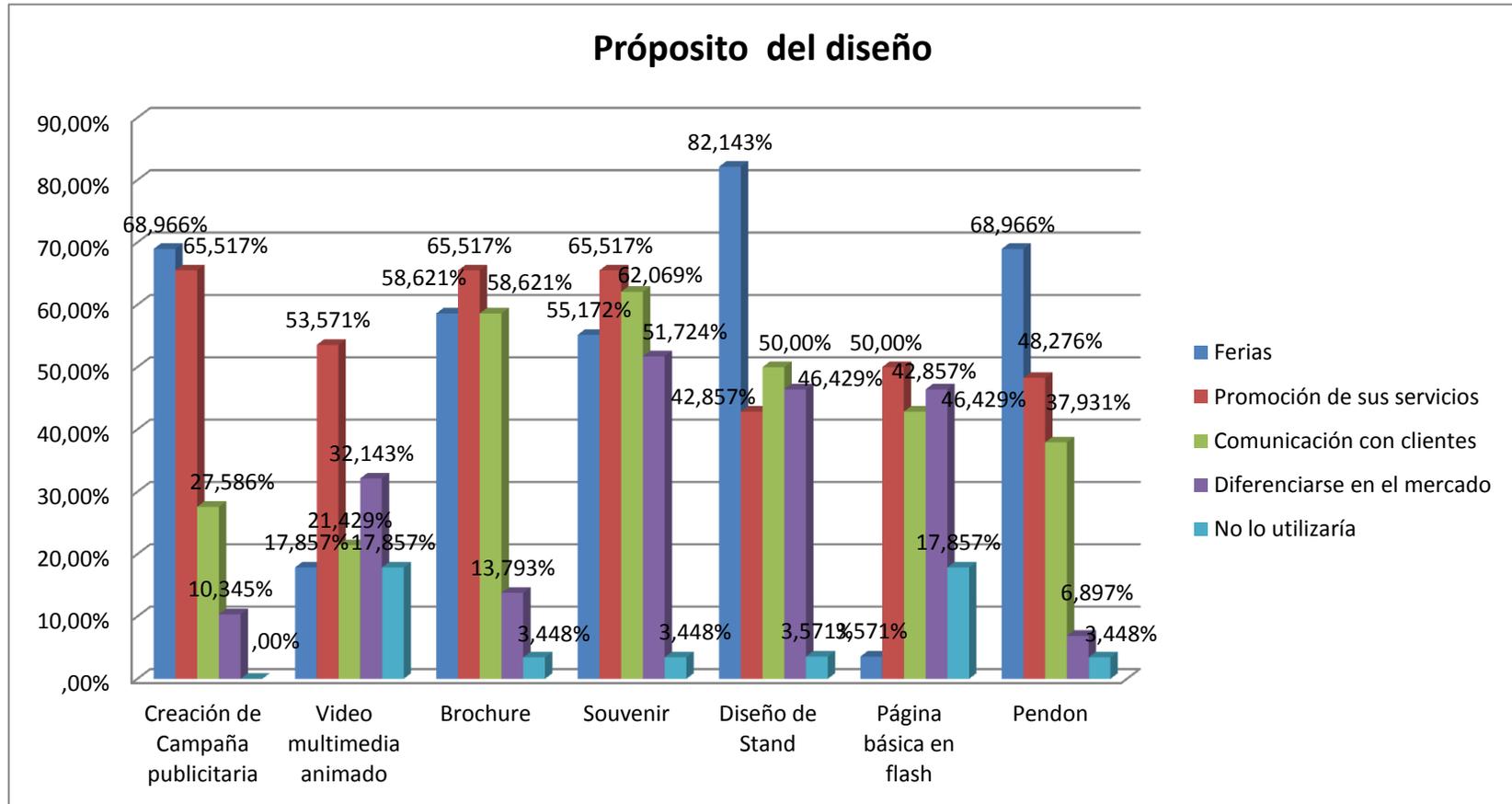


Ilustración 2.4.1-6. Fines para los cuales las agencias de viajes buscan un diseño

La periodicidad de compra para los productos más pedidos son las siguientes:

Las empresas encuestadas necesitan o necesitarían en el futuro los siguientes diseños. El 43.5% de los encuestados respondió que demandaría una campaña publicitaria cada dos meses, el 44.4% respondió que demandaría videos multimedia cada dos meses igualmente y el 36.4% de los encuestados demanda o demandaría Brochures mensualmente.

El 34.8% demandaría Suvenires, el 45.5% diseño de Stands y 80% Página web básica con una periodicidad semestral.

Finalmente el 47.8% de los encuestados necesitan o necesitarían pendones bimensualmente. Del presente estudio se observa que la demanda diaria no es una opción y que en este mercado lo importante no es el volumen sino la venta de un producto que genera valor y para el usuario.

Después de la tabla que se muestra a continuación, que muestra el porcentaje de compras en un momento específico, se puede visualizar la representación gráfica de éstos resultados.

Tabla 2.4.1-1. Porcentaje de compras en un momento específico

Productos de diseños	Diario	Bimensual	Quincenal	Semanal	Mensual	Semestral	Anual	TOTAL
Creación de Campaña publicitaria	0.0%	43.5%	17.4%	4.3%	8.7%	21.7%	4.3%	100%
Video multimedia animado	0.0%	44.4%	5.6%	5.6%	22.2%	16.7%	5.6%	100%
Brochure	0.0%	13.6%	13.6%	0.0%	36.4%	18.2%	18.2%	100%
Souvenir	0.0%	26.1%	8.7%	0.0%	8.7%	34.8%	21.7%	100%
Diseño de Stand	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	45.5%	36.4%	100%
Página Web básica	0.0%	6.7%	13.3%	0.0%	0.0%	80.0%	0.0%	100%
Pendón	0.0%	47.8%	13.0%	4.3%	13.0%	8.7%	13.0%	100%

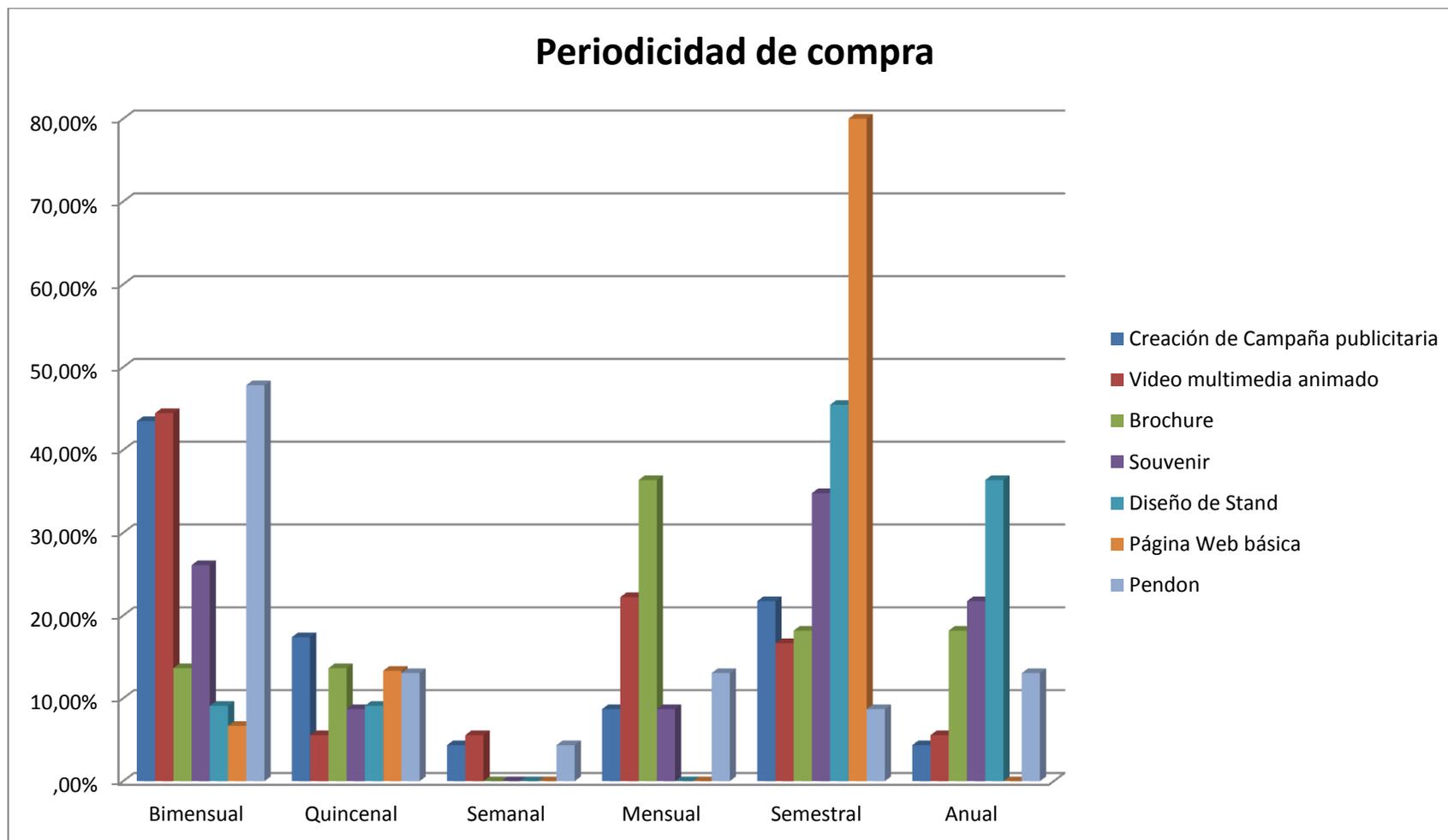


Ilustración 2.4.1-7. Periodicidad de compra

El monto de la inversión exclusivamente en diseño por parte de los encuestados se muestra a continuación. El 57% de los encuestados invertiría más de \$2.000.000 de pesos en el diseño de una campaña publicitaria, el 65% invertiría lo mismo en el diseño de video multimedia y el 41% invertiría de \$200.000 a \$600.000 en Brochures. Así mismo el 43%, el 59% y el 61% destinarían de \$600.000 a \$2.000.000 pesos en diseño de Souvenirs, Stands y Páginas web respectivamente. El 36% de los que invertirían de \$200.000 a \$600.000 pesos en Pendones.

Tabla 2.4.1-2. Monto de la inversión en diseño

MONTO DE LA INVERSIÓN EN DISEÑO POR PRODUCTO EN MILES DE PESOS							
	\$0 - \$50	\$50 - \$100	\$100 - \$200	\$200 - 600	\$600 - \$2000	<\$2000	Cantidad de Res
Creación de Campaña publicitaria	0%	0%	13%	9%	22%	57%	100%
Video multimedia animado	0%	0%	4%	15%	15%	65%	100%
Brochure	0%	23%	23%	41%	5%	9%	100%
Souvenir	9%	17%	17%	9%	43%	4%	100%
Diseño de Stand	0%	0%	5%	18%	59%	18%	100%
Página básica en flash	0%	0%	6%	11%	61%	22%	100%
Pendon	32%	14%	18%	36%	0%	0%	100%

Esta tabla es utilizada para hacer los cálculos y pronósticos financieros, limitando así el número de empresas que estarían dispuestas a pagar el valor de cada producto de diseño en la página. Ya que el 57% de las empresas encuestadas pueden pagar más de dos millones de pesos por el diseño de una campaña publicitaria, sólo este número se tiene en cuenta para calcular las proyecciones de ventas de este producto de diseño. Esto ocurre igualmente con los demás productos, escogiendo únicamente el porcentaje más alto de los resultados de la investigación.

A continuación se muestra la representación gráfica de los montos a invertir en sólo diseño por parte de los encuestados:

Monto de la inversión en diseño por producto

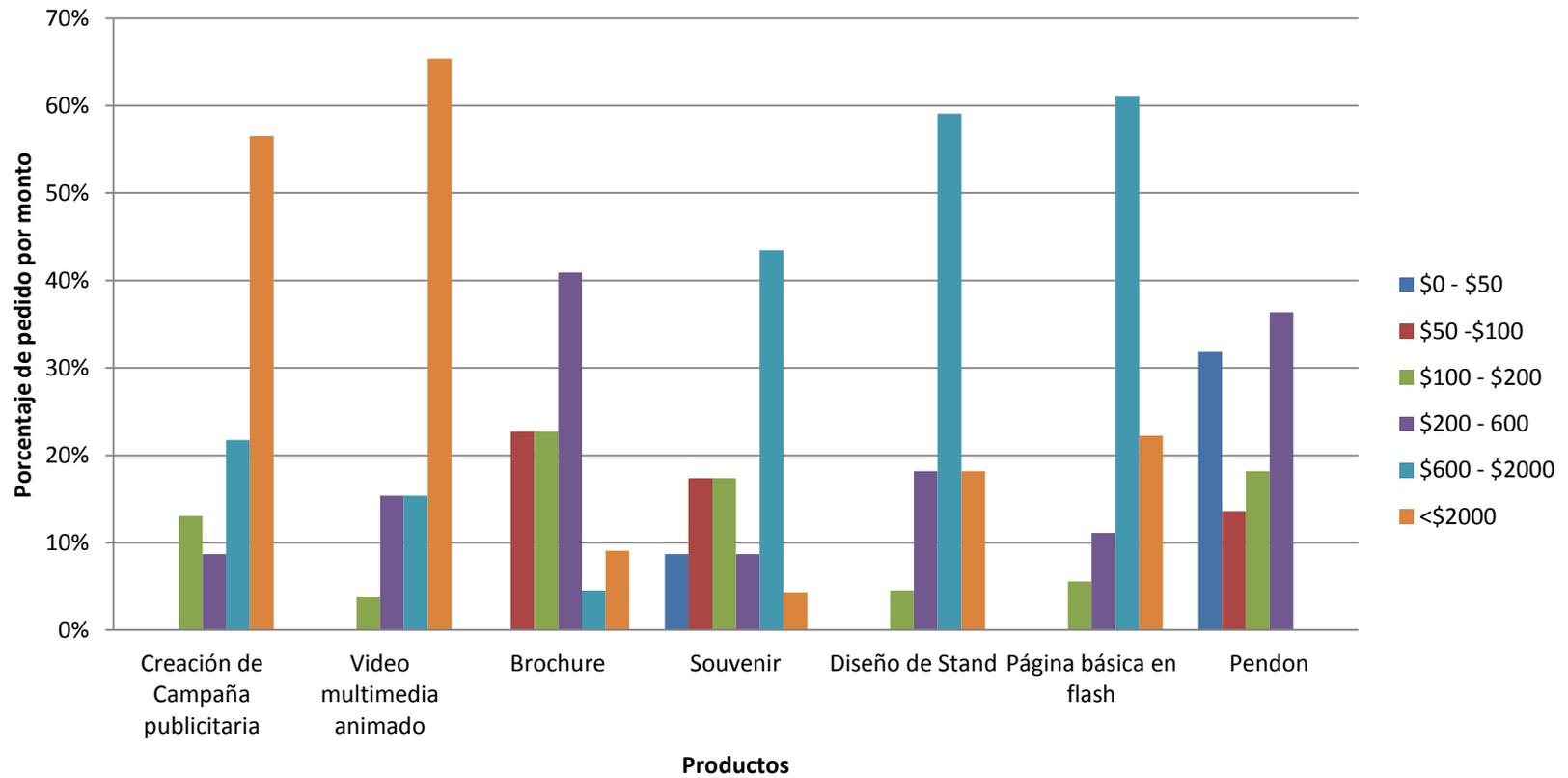


Ilustración 2.4.1-8. Monto de la inversión en diseño por producto

Es importante conocer la cantidad de diseños que una empresa ordenaría en determinado momento por producto. En el cuadro a continuación, se evidencian los resultados de las cantidades a ordenar por producto.

Las agencias de viajes ordenan u ordenarían un pendón, una página web, un diseño de Stand y un video multimedia en un momento específico. El 58% y el 43% de los encuestados demanda o demandaría dos diseños de Campaña publicitaria y de Brochure respectivamente. El 63% de las agencias de viajes encuestadas demandaría tres diseños de Souvenires.

Tabla 2.4.1-3. Cantidad a ordenar por producto

CANTIDAD A ORDENAR POR PRODUCTO							
	0	1	2	3	4 - 10	< 10	TOTAL
Creación de Campaña publicitaria	2%	33%	58%	7%	0%	0%	100%
Video multimedia animado	6%	73%	11%	9%	1%	0%	100%
Brochure	2%	20%	43%	23%	12%	0%	100%
Souvenir	0%	11%	15%	63%	9%	2%	100%
Diseño de Stand	0%	96%	4%	0%	0%	0%	100%
Página Web básica	4%	90%	6%	0%	0%	0%	100%
Pendón	3%	57%	23%	17%	0%	0%	100%

La cantidad a ordenar por producto es utilizada igualmente en la planeación financiera con el fin de segmentar el número de empresas que comprarían determinado producto y así hallar una ventas aproximadas acordes a las necesidades de las agencias.

A continuación se muestra la representación gráfica de las cantidades de diseños por producto a ordenar por parte de los encuestados:

Cantidad de diseños que se demandan normalmente o demandarían por producto

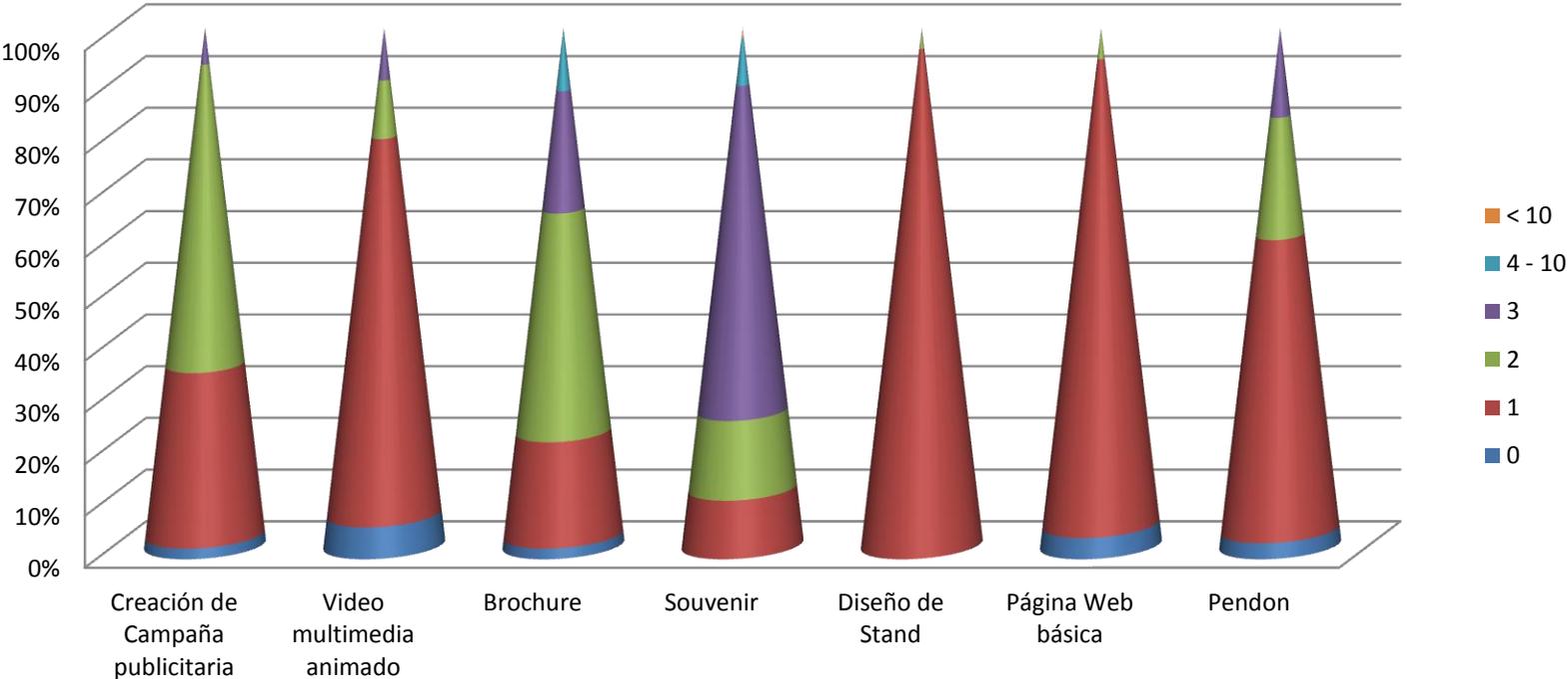


Ilustración 2.4.1-9. Cantidad de diseños que se demandan normalmente

En la gráfica anterior se muestra el monto de la inversión para el diseño de un Video promocional, un Stand o una Página web que por lo general es mayor a un millón de pesos, el monto para la creación de una campaña publicitaria por lo general es de menos de un millón de pesos. Y la inversión por lo general de un Brochure es de \$200.000 a \$600.000 pesos, de un Suvenir y un Pendón de \$100.00 a \$200.000 pesos. Además las agencias de viajes tienen un porcentaje de aceptación del 96% para una página donde se pueden evaluar, comparar y negociar los precios de un proyecto de diseño específico.

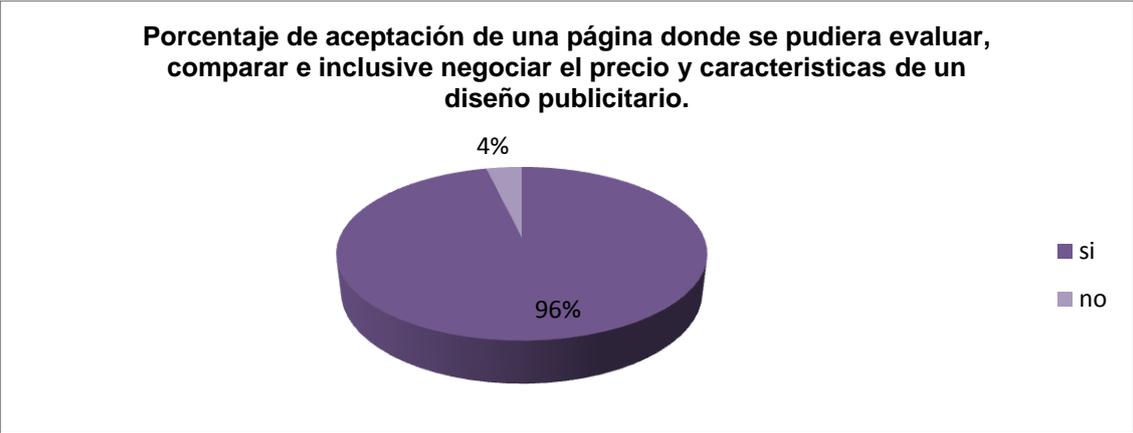


Ilustración 2.4.1-10. Porcentaje de aceptación de una página donde se puede negociar las características de un diseño publicitario

Todas las agencias de viajes encuestadas estaban de acuerdo en que invertir en diseño las posiciona mejor en el mercado.

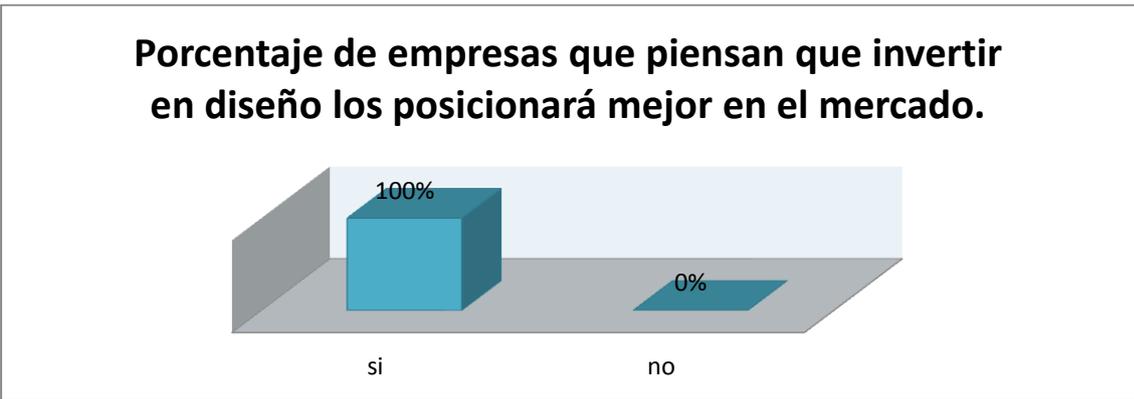


Ilustración 2.4.1-11. Porcentaje de empresas que piensan que invertir en diseño los posicionará mejor en el mercado

Igualmente el 96% de las agencias encuestadas afirmó que encargaría la elaboración de un diseño en una página web si supiera que expertos creativos están constantemente allí ofreciendo su trabajo con el fin de lograr los mejores diseños para un producto o servicio

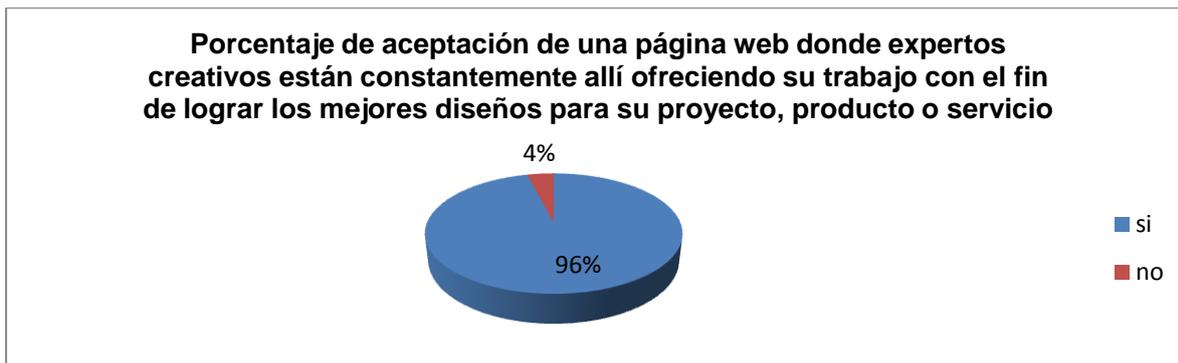


Ilustración 2.4.1-12. Porcentaje de aceptación de una página web donde expertos creativos están constantemente ofreciendo servicios de diseño.

Finalmente el porcentaje de aceptación de las agencias de una página web que reúne el potencial creativo de diferentes diseñadores para generar diseño publicitario es del 96%

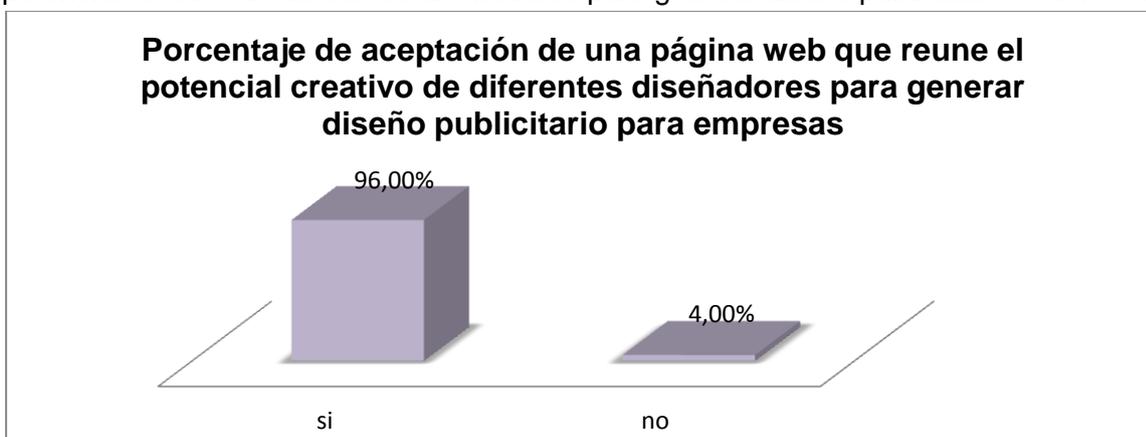


Ilustración 2.4.1-13. Porcentaje de aceptación de una página web que reúne el potencial creativo de diferentes diseñadores para generar diseño publicitario para empresas.

2.4.2. Conclusiones del estudio

- ✓ El 85.7% de las agencias de viajes usa *P.O.P Merchandising* o micro mercadotecnia como: diseño de Stands, botones o Suvenires. El 78.6% utilizan herramientas de creación de marca como rediseño de logo, creación de nombre, Slogan. El 75% han utilizado o utilizan Impresos y papelería y el 60.7% Publicidad exterior.
- ✓ El impacto del diseño, la novedad y la innovación a la hora de contratar servicios de diseños son los más importantes para las agencias de viajes. En segundo lugar la economía y precios resultan relevantes para las agencias de viajes a la hora de contratar. En tercer lugar la prontitud y cumplimiento son definitivamente importantes para las agencias de viajes.
- ✓ Los productos más pedidos por las agencias de viajes son: Campaña publicitaria con 83%, Video Multimedia con un 79%, Brochure con un 76%, Diseño de Stand con un 72%, Suvenir con un 66%, Pendón con 62% y Página Web con 59% de los encuestados.
- ✓ La mayoría de los productos más pedidos son utilizados para ferias, promoción de los servicios, comunicación con los clientes y para diferenciarse en el mercado.
- ✓ La mayoría de los productos no se piden diariamente ni semanalmente, en su mayoría se piden mensualmente, bimensualmente y semestralmente. La creación de campañas publicitarias, de video multimedia y los pendones se demanda en su mayoría bimensualmente, los Brochures se demandan en su mayoría de mensualmente, los suvenires, los diseños de página web y los diseños de Stand en su mayoría semestralmente.
- ✓ Los encuestados pagan en su mayoría por diseño de campañas publicitarias y diseño de videos multimedia más de dos millones de pesos, por el diseño de brochures y pendones entre \$200.000 y \$600.000. Así mismo los encuestados en su mayoría pagan por el diseño de suvenires, diseño de stands y diseño de página web entre \$600.000 y \$2.000.000 de pesos.
- ✓ Las agencias de viajes ordenan u ordenarían un pendón, una página web, un diseño de Stand y un video multimedia en un momento específico. El 58% y el 43% de los encuestados demanda o demandaría dos diseños de Campaña publicitaria y de Brochure respectivamente. El 63% de las agencias de viajes encuestadas demandaría tres diseños de Suvenires.
- ✓ El 100% de los encuestados piensa que invertir en diseño los posicionará mejor en el mercado.
- ✓ El porcentaje de aceptación de una página donde se puede evaluar, comprar e inclusive negociar el precio de un diseño publicitario por las agencias de viajes es de 96%.
- ✓ Finalmente el 96% de los encuestados tiene un nivel de aceptación frente a una página que reúne el potencial creativo de diseñadores para realizar proyectos con fines publicitarios.

2.4.3. Estudio de la competencia

Tabla 2.4.3-1. Estudio de la competencia

COMPETIDORES				
Nombre de la empresa	Logo	País	Url	Tipo de Competidor
3. 99Designs		Australia	www.99designs.com/	Fuerte
4. Choosa		Argentina	http://www.choosa.net/en/	Fuerte
5. CroudSpring		Estados Unidos	www.crowdspring.com	Fuerte
6. MycroBurst		Estados Unidos	http://www.mycroburst.com	Fuerte
7. Design Chords		India	http://designchords.com/	No es un competidor fuerte para América Latina y Colombia
8. Hatchwise		Reino Unido	http://www.hatchwise.com/	No es un competidor fuerte para América Latina y Colombia
9. The Idealists		Estados Unidos	http://theidealists.com/	No es un competidor fuerte para América Latina y Colombia

Tabla 2.4.3-2. Comportamiento de la competencia

Comportamiento de la Competencia en relación a W.P.D.	99Designs	Choosa	CroudSpring	MycroBurst	World Project Design
1. Número de proyectos abiertos hasta el momento	125,540	1112	27, 648	No hay publicaciones	2
2. Promedio de diseños que reciben por proyecto	107	106	138	108	3
3. Número de diseños recibidos en la página hasta el momento	13,432.780	126,002	2,820.264	No hay publicaciones	6
4. Proyectos abiertos actualmente que están en proceso	1,650	No hay publicaciones	242	No hay publicaciones	1
5. Dinero ofrecido en este momento a los diseñadores	\$ 536,404 USD	No hay publicaciones	No hay publicaciones	\$ 4,352 USD	\$125 USD
6. Pago realizado a los diseñadores hasta el momento	\$1, 427,127 USD/Mes	\$176,156 USD	No hay publicaciones	\$4,354,153 USD	\$615 USD
7. Número de diseñadores inscritos en la página	No hay publicaciones	18,279	111,595	33,744	10

8. Han sido destacados en las siguientes publicaciones

New York Times, Wall Street Journal, Entrepreneur, TechCrunch y Forbes

BBC, Fortuna, lanacion.com y Apertura

New York Times, Wall Street Journal, Entrepreneur, Business week y Forbes

Wall Street Journal, Entrepreneur, Fortune y Business Journal

No hay publicaciones

Tabla 2.4.3-3. Productos de diseño ofrecidos

PRODUCTOS DE DISEÑO OFRECIDOS	99Designs	Choosa	CroudSpring	MycroBurst	World Project Design
Diseño de Imagen Corporativa	✓	✓	✓	✓	✓
Diseño Web	✓	✓	✓	✓	✓
Diseño Gráfico	✓	✓	✓	✓	✓
Diseño de Papelería	✓		✓	✓	✓
Diseño Industrial			✓	✓	✓

Tabla 2.4.3-4. Costos para los usuarios

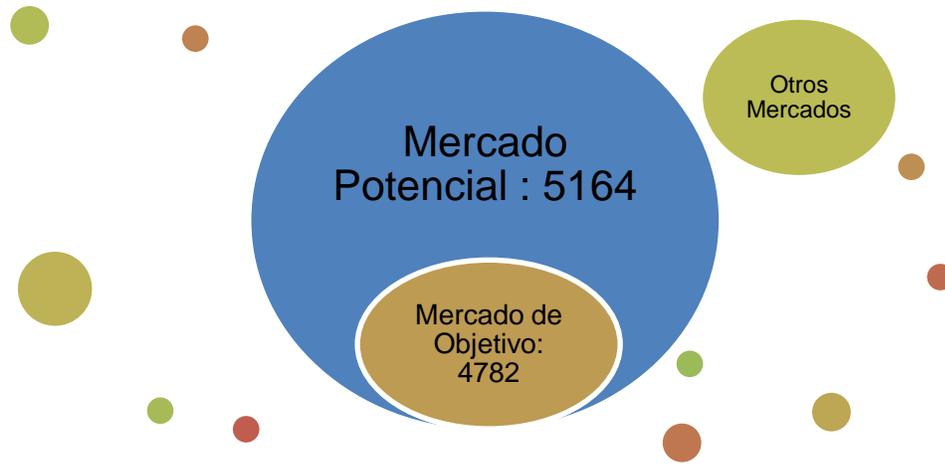
Costos para los usuarios además del dinero que se paga al diseñador	99Designs	Choosa	CroudSpring	MycroBurst	World Project Design
Costo de hacer un diseño privado	\$39 USD	\$29 USD	\$49 USD	\$25 USD	No tiene aún la opción
Costo de publicación	\$0 USD	\$0 USD	\$39 USD	10% del valor de la transacción	\$0 USD
Cuota por utilizar el servicio	\$0 USD	\$0 USD	15% del valor de la transacción	10% del valor de la transacción	10% del valor de la transacción
Precio por eliminar de los motores de búsqueda	\$0 USD	\$0 USD	\$29 USD	\$0 USD	\$0 USD
Precio por publicidad en las redes sociales	\$0 USD	\$18 USD	\$0 USD	\$0 USD	\$0 USD
Precio por alta visibilidad del proyecto	\$0 USD	\$18 USD	\$0 USD	\$39 USD	\$0 USD
Porcentaje más alto de diseños	\$0 USD	\$50 USD	\$49 USD	\$39 USD	\$0 USD
Precio de correo masivo a diseñadores	\$0 USD	\$18 USD	\$0 USD	\$69 USD	\$0 USD

Tabla 2.4.3-5. Servicios ofrecidos por el portal

SERVICIOS OFRECIDOS POR EL PORTAL	99Designs	Choosa	Croud Spring	MycroBurst	The Idealists	World Project Design
Servicio Telefónico	✓	✓	✓	✓		✓
Servicio de Consulta por correo	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tienda de diseños prediseñados	✓			✓		
Opción de hacer Concurso privado	✓	✓	✓	✓	✓	
Garantía de que recibirán diseños haciendo un pago adicional	✓		✓	✓		
Transferencia de Derechos de Autor (Copy Right)	✓					
Más de 4 formas de pago	✓	✓	✓	✓	✓	
Opción de negociación posterior entre empresas y diseñadores		✓	✓		✓	✓
Monitoreo de movimientos de usuarios en tiempo real	✓	✓				
Chat	✓	✓	✓	✓		✓
Invitación a Diseñadores Top				✓	✓	
Promoción del proyecto en la Red	✓			✓		

Acuerdo de protección de la a la información publicada de la empresa por parte del diseñador			✓			
Programas especiales para incentivar a los estudiantes de diseño	✓					
Quien hace el pago a la plataforma es la empresa que abre el proyecto	✓	✓	✓	✓		
Quien hace el pago a la plataforma es el diseñador					✓	✓
Empresa y diseñador acuerdan formas de pago y transferencias de documentos en la página, sin embargo hacen estas operaciones fuera de ella.					✓	✓

2.5. TAMAÑO DEL MERCADO



2.5.1. Tamaño del mercado potencial

El mercado potencial son todas aquellas empresas pertenecientes al sector segmentado en la tercera parte de este plan de mercadeo llamada *segmentación de mercados*. Al realizar el fraccionamiento de las empresas que posiblemente pudiesen haber sido el público de World Project Design. Se concluyó que el mercado objetivo son todas las agencias de viajes de Colombia, quienes demandan proyectos de diseño con las características que W.P.D ofrece. Como por ejemplo la facilidad a la hora de conseguir varias propuestas de diseño, innovación e impacto en el diseño publicitario dirigido a consumidores y variedad de diseñadores que trabajan a diferentes precios y se ajustan a la economía de estas empresas en diferentes casos.

En Colombia existen actualmente según La Nota Económica⁴⁹ 5164 agencias de viajes, estas representan el total del mercado potencial de este proyecto.

Tabla 2.5.1-1. Mercado potencial

Mercado Potencial
5164 Agencias

2.5.2. Tamaño del mercado objetivo, meta o target

El segmento de mercado que se va a escoger para enfocar en el todas las estrategias de marketing mix dentro del mercado potencial y teniendo en cuenta los resultados

⁴⁹ LA NOTA ECONÓMICA. Turismo Colombiano: Un sector de Clase Mundial. En: La Nota económica: Estudios Sectoriales. Vol. 32 No. 3 (Junio 2011); p. 58

analizados anteriormente, es aquel porcentaje de agencias de viajes Colombianas que presentan un criterio de aceptación frente al servicio y que se dedican a crear, planear, organizar y ejecutar programas de servicio de viajes para sus clientes en los que incluyen regularmente alimentación, excursiones, alojamiento y eventos.

Este mercado de aceptación del producto son aquellas agencias de viajes que respondieron positivamente al servicio en las encuestas y demostraron un gran interés por la forma en que *World Project Design* facilita el canal de pedido de un diseño.

El porcentaje de aceptación de un servicio como *World Project Design* para el público encuestado es de 96% lo que indica que el público que utilizaría un servicio como este sería de 4782 Agencias de viajes a nivel nacional.

Tabla 2.5.2-1. Mercado objetivo

Mercado Objetivo o Target
4782 Agencias

A este número de empresas dedicadas a preparar todo tipo de paquetes turísticos se dirige el servicio de esta empresa en su primera etapa. A través de diferentes estrategias expuestas posteriormente se consigue atraer a este público, para que utilicen la página como un medio fácil para diseñar sus campañas publicitarias y demás diseños que necesiten para su publicidad.

2.6. PÚBLICO DE PARTICIPACIÓN POTENCIAL

2.6.1. ¿Qué es el público de participación potencial?

En *World Project Design* existen dos tipos de usuarios: todos aquellos que demandan diseño y que para términos de este estudio se segmentaron, se clasificaron y de ellos se obtuvo un mercado objetivo y un mercado meta anteriormente explicado y los proveedores del diseño. En el presente escrito se denominará a los proveedores de diseño o diseñadores: público de participación potencial.

Éste último grupo de usuarios se une a *World Project Design* con la intención de trabajar y cubrir la demanda de diseños que se piden a diario en la página Web.

El público de participación potencial es atraído por los proyectos de diseño que en la página se demandan y hacen parte de la oferta de diseños.

2.6.2. Descripción del público de participación potencial

De acuerdo con la investigación de mercados presentada anteriormente, la demanda de diseños tiene unos requerimientos por parte de las empresas que hacen que sus necesidades y preferencias sean cubiertas.

A continuación se enuncian las características que deben tener los diseñadores para cubrir las necesidades de la demanda:

- ✓ Los diseñadores que *World Project Design* tiene en su página pueden realizar trabajos de creación de marca, de publicidad exterior, de P.O.P Merchandising, de Impresos y papelería y de Diseño Web.
- ✓ El impacto en el diseño, la novedad y la innovación son los rasgos más importantes que los diseñadores de *W.P.D* deben tener en cuenta a la hora de realizar sus diseños. Valoración más alta por parte de los demandantes del diseño.
- ✓ Diseñadores que trabajan con prontitud y cumplimiento, aspecto definitivamente importante para los demandantes de diseño en la página web.
- ✓ La economía y los precios son importantes aunque no son la prioridad de los usuarios que abren proyectos de diseño. Los diseñadores de *W.P.D* hacen trabajos de diseño por precios que están en el mercado. Precios que cobraría un diseñador con máximo 6 años de experiencia.
- ✓ Los diseñadores de *W.P.D.* pueden tener su propia empresa de diseño o trabajar como independientes. La reputación de la empresa a la cual pertenecen es considerado poco importante para las empresas que demandan el diseño. Además los diseñadores podrán gozar de un perfil de diseño nuevo en *W.P.D* que tendrá a largo plazo calificaciones que le darán al comprador un criterio de la reputación del diseñador.
- ✓ Los diseñadores que se inscriben en el portal tienen diferentes habilidades y saben diseñar diferentes productos. Por lo general saben diseñar campañas publicitarias, videos y animaciones multimedia, Brochures, Stands, Suvenires y pendones.
- ✓ Los diseños que se realizan en la página tienen una demanda, semanal, quincenal, mensual, bimensual, semestral y anual. Los diseñadores están constantemente observando los proyectos que se abren para participar en ellos. Dependiendo de su ocupación y necesidad de trabajar.

- ✓ En cuanto a productos específicos los diseñadores de *W.P.D* están dispuestos a enviar a los clientes sus propuestas sabiendo que hay más diseñadores enviando las suyas y que el cliente escoge la propuesta que más le agrada. Como funciona actualmente fuera de internet con la diferencia de que para el cliente es más sencillo abrir un proyecto en *W.P.D* que buscar diseñador por diseñador. Y para el diseñador es más interesante ver todas las ofertas de proyectos de diseño en el mercado y escoger las que más le parezca de acuerdo con sus capacidades en vez de aceptar todo trabajo que llegue a sus manos por necesidad.
- ✓ Para realizar una propuesta del diseño de una campaña publicitaria y diseño de video multimedia animado los diseñadores de *W.P.D* aceptan que la mayoría de proyectos abiertos paguen a la mejor propuesta más de dos millones de pesos. Para la realización de una propuesta diseño de Stand, de diseño de una página web o de diseño de suvenires los diseñadores del portal que en envían sus ofertas están de acuerdo con que estos diseños tengan un valor entre \$600.000 y \$2.000.000 de pesos para la propuesta que el cliente escoja. Con otros productos como Brochures y pendones entre \$200.000 y \$600.000 pesos.
- ✓ Los diseñadores de *W.P.D.* que realizan propuestas de diseño están de acuerdo con que el portal reciba un 10% del valor ofertado por la empresa (agencia de viajes) que abre un proyecto de diseño, por la oportunidad de negocio que se le abre al diseñador con la empresa que eligió su propuesta.
- ✓ Los diseñadores de *W.P.D.* manejan los sistemas electrónicos, están a la vanguardia con la forma de comercializar sus servicios y trabajo en internet. Se adaptan fácilmente a los cambios y están abiertos a trabajar de la mano con las tecnologías de la Información y la comunicación.

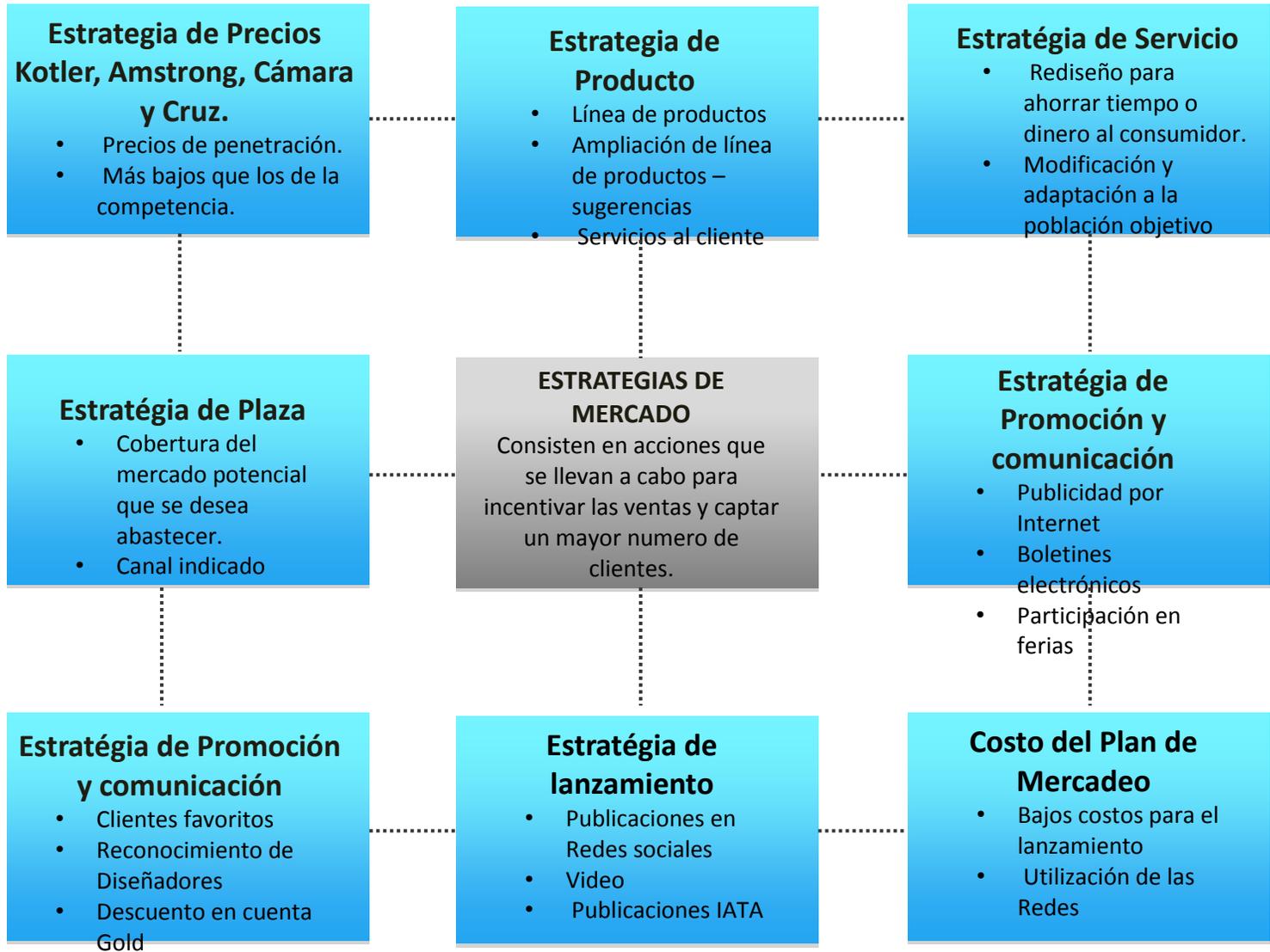
La demanda de diseños por parte del mercado segmentado, las agencias de viajes, otorga las características de los diseñadores que mejor se acomodan a participar en este sistema de oferta y demanda de proyectos de diseño.

De acuerdo a la descripción anterior los diseñadores que pueden participar en éste tipo de trabajos pueden ser tanto estudiantes y como profesionales. Ya que el talento no es proporcional a la escolaridad de un diseñador sino su pasión por el diseño y su motivación. Sin embargo existen otras variables como la prontitud y el cumplimiento que se acomodan mejor a los que ya son profesionales y tienen un mayor grado de habilidad para responder. No quiere decir que los estudiantes no puedan participar en la página web, enviando propuestas. Por el contrario son bienvenidos. Sin embargo para facilidad de este estudio del público de participación potencial se encuestan a diseñadores graduados.

Por otra parte las empresas que se dedican al diseño también pueden encontrar en *W.P.D* oportunidades negocios y proyectos interesantes a realizar. Como tienen al menos algo de experiencia, pueden realizar campañas de publicidad, videos multimedia, Stands y páginas web entre otros, con un grado de responsabilidad y cumplimiento.

Para ver el estudio al público de participación potencial, *VER ANEXO E*.

2.7. PLAN ESTRATÉGICO



2.7-1. Plan estratégico

2.7.1. Estrategia de lanzamiento y posicionamiento

Tabla 2.7.1-1. Estrategia de Lanzamiento y Expectativa

ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO Y EXPECTATIVA						
Estrategia de Lanzamiento y Expectativa	Número de Estrategia	Actividades	Recursos	Tiempo límite para comenzar a ejecutar la estrategia	Indicador	Costo
	1	Contactar a las facultades de diseño de 3 universidades de Bogotá, para que con la base de datos de estudiantes y el banco de datos de egresados se envíen correos electrónicos con el servicio que ofrece la página.	Visitas a las Universidades, Llamadas, Tiempo: 3 Horas / Semana	15/11/2012	Número de diseñadores inscritos en la página W.P.D (Meta: 50 - 140)	\$ 426.060
	2	Contactar a la IATA, para obtener una base de datos de agencias de viajes para envío masivo de correos exponiendo el servicio.	Visita a la IATA, Tiempo: 3 Horas	15/11/2012	Número de Agencias inscritas en la página W.P.D (Meta: 30 - 90)	\$ 106.515

3	Se creó y se promociona de un grupo en Facebook y un perfil en twitter describiendo las oportunidades que brinda la página. Dirigido a los diseñadores quienes tienen un contacto más cercano a las redes sociales. "Participa en proyectos de diseño, incrementa tus oportunidades de negocio y llega a públicos y empresas que no habías imaginado". En twitter dirigir la campaña de expectativa a las empresas (agencias de viajes). "¿Deseas tener más impacto en tus campañas publicitarias? Entra a nuestra página y ordena rápido y fácil los diseños que necesitas. "	Internet, Correo Electrónico, Tiempo: 3 Horas / Semana	11/12/2011	Número de fans en la página de Facebook (Meta: 50 - 100) Número de seguidores en twitter (Meta: 20 - 60)	\$ 170.424
4	Crear una cuenta de Youtube con un video explicativo de la página. Enviar el link del video a todos los integrantes de los grupos de facebook y twitter, así como presentarlo en la página principal del Portal. Publicar el link del video en páginas de alto tráfico.	Internet, Tiempo: 2 Horas / Semana Gastos Publicitarios	12/07/2012	Número de inscritos (Meta: 100 - 200)	\$ 2.500.000

2.7.2. Estrategia de promoción

Tabla 2.7.2-1. Estrategia de promoción

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN						
	Número de Estrategia	Actividades	Recursos	Tiempo límite para comenzar a ejecutar la estrategia	Indicador	costo
Estrategia de Promoción	1	Se creó un descuento para los diseñadores que tienen cuenta Premium (la cuenta que poseen si están al día con sus pagos): Descuento del pago a W.P.D. del 5% en la transacción número 10 y 11. Así como descuento del 10% en la transacción número 30 y 31. Sólo validos para el 2012	Programación en la Pág. Web - Se ejecuta automáticamente	01/01/2012	Número de diseñadores inscritos en la página W.P.D (Meta: 50 - 140)	\$ 3.500.000
	2	Las empresas que más piden diseños a través de la página, se promocionan como "nuestros clientes favoritos". Así mismo ellos encuentran un espacio publicitario en una página.	Programación en la Pág. Web - Se ejecuta automáticamente	11/05/2012	Número de Agencias inscritas en la página W.P.D (Meta: 30 - 90)	\$ -

2.7.3. Estrategia de producto

Tabla 2.7.3-1. Estrategia de Producto

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Estrategia de Producto	Número de Estrategia	Actividades	Recursos	Tiempo límite para comenzar a ejecutar la estrategia	Indicador	
	1	Se iniciaron las operaciones con los productos de más aceptación en el mercado, los que se encargan con más frecuencia y los que generan para la empresa mayor margen de contribución.	Estudio de mercados	11/01/2012	Número de empresas (agencias) ordenando sus diseños a través de W.P.D (Meta al final del 2012: 48).	0
	2	Revisar los correos de sugerencias de los usuarios y se habilita un link de caja de sugerencias para que los usuarios nos asesoren con nuevos productos de diseño que deberíamos abrir al mercado.	Página web, Tiempo: 2 horas / Semana	12/04/2012	Número de diseñadores inscritos en la página W.P.D (Meta: 50 - 140)	\$ 738.504
	3	Se abre un combo de diseño de productos especial para ferias y exposiciones para las empresas (agencias de viajes). Para que así el diseñador participante envíe tres diseños a la vez. Programación nueva adicional en la pagina web.	Tiempo de planeación: 3 horas al mes.	15/06/2012	Número de Agencias inscritas en la página W.P.D (Meta: 30 - 90)	\$ 300.000

2.7.4. Estrategia de servicio

Tabla 2.7.4-1. Estrategia de Servicio

ESTRATEGIA DE SERVICIO						
	Número de Estrategia	Actividades	Recursos	Tiempo límite para comenzar a ejecutar la estrategia	Indicador	costo
Estrategia de Servicio	1	Se revisan en las bases de datos todas las "Cartas al diseñador" comenzadas y no terminadas y terminadas por empresas (agencias de viajes) para acompañarlos en el proceso por medio de correo electrónico. Enviándoles un correo de bienvenida, de información importante y de servicio de atención al cliente al correo contacto@worldprojectdesing.com.	Programación en la Pág. Web - Se ejecuta automáticamente	01/11/2012	Número de empresas que se inscriben al portal y no abren un proyecto de diseño (Meta: menos de cada 10).	\$ -
	2	Establecer toda la programación web de la cuenta Premium y la cuenta normal para los diseñadores, con el fin de brindar un mejor servicio y lograr asegurar el 10% por transacción para World Project Design.	Programación en la Pág. Web -	15/05/2012	Número de diseñadores que se inscriben al portal y no participan en un proyecto de diseño (Meta: menos de 5 por cada 20 inscritos).	\$ 1.200.000
	3	Garantizar convenios con los bancos de egresados de las principales universidades del país que tengan un departamento de diseño, con el fin de contactar a diseñadores independientes o con agencias de publicidad que participen en W.P.D y se beneficien de la oferta del portal.	Llamadas telefónicas, Tiempo: 2 Horas / Semana (por 3 semanas)	11/06/2012	Número de convenio con banco de datos de egresados (Meta: 10)	\$ 320.000

2.7.5. Estrategia de precio

Tabla 2.7.5-1. Estrategia de precio

ESTRATEGIA DE PRECIO						
Estrategias de Precio	Número de Estrategia	Actividades	Recursos	Tiempo límite para comenzar a ejecutar la estrategia	Indicador	Costo
	1	Motivar a los creadores de un proyecto nuevo de diseño a que oferten por encima del precio mínimo, a través del video promocional, para que el proyecto atraiga más potencial creativo y más propuestas.	Video Publicitario de la campaña de lanzamiento.	06/07/2012	Número de diseñadores inscritos en la página W.P.D (Meta: 50 - 140)	
	2	Se estableció un precio mínimo que las empresas puedan ofrecer para que los diseñadores se motiven a trabajar en el proyecto. Este precio se estableció con la estrategia de penetración de mercados, haciéndolos más atractivos que los de la competencia.	Tabla de precios mínimos ADGORA. Asociación Colombiana de la Industria Publicitaria.	10/12/2012	Número de diseñadores trabajando por proyecto (Meta: más de 10)	\$ -
	3	Se estableció un sistema gratuito para las empresas que ordenen un diseño a través de la página y un sistema por comisión del 10% que debe pagar el diseñador a W.P.D por haber recibido el pago de un trabajo de diseño.	Información de las reglas de uso de la página	10/01/2012	Número de empresas (agencias) ordenando sus diseños a través de W.P.D (Meta al final del 2012: 48).	\$ -

El estudio anterior mostro los niveles de precios que los demandantes de diseño están o estarían dispuestos a pagar por determinado producto. Así mismo el estudio al mercado potencial, los diseñadores, demostró que el 10% es la tarifa que ellos estarían dispuestos a pagar por la oportunidad de negocio que una página como *World Project Design* ofrece.

Por otra parte la tabla de precios que un diseñador debe cobrar por su trabajo, establecida por la asociación Colombiana de la Industria publicitaria, ADGORA, establece los siguientes precios mínimos por producto:

En la tabla a continuación se resumen los mínimos precios establecidos por ADGORA para los 7 productos más pedidos por el mercado objetivo. Además se establecen los precios de un diseñador con experiencia mínima de 4 a 6 años. Un diseñador con ésta experiencia es clave a la hora de participar en proyectos en diseño que se acomoden a las exigencias del público investigado, así que para términos de este estudio y con el fin de motivar a los diseñadores de la página. *World Project Design* establece un precio mínimo para cada uno de sus proyectos de diseño. Y sobre esos precios calculará sus comiciones del 10% a los diseñadores por otorgarles la oportunidad de promoción y negocios en la página web.

Tabla 2.7.5-2. Mínimos precios establecidos por ADGORA

Productos	Valor mínimo del Diseño hecho por un diseñador .	Valor mínimo del Diseño hecho por un diseñador con experiencia de 4 -6 años (sin tener en cuenta el prestigio del Diseñador).	Comisión de W.P.D 10%
Creación de Campaña publicitaria	\$4,000,000	<u>\$4,400,000</u>	\$440,000
Video multimedia animado	\$1,800,000	<u>\$1,980,000</u>	\$198,000
Brochure	\$330,000	<u>\$363,000</u>	\$36,300
Souvenir	\$720,000	<u>\$792,000</u>	\$79,200
Diseño de Stand	\$1,500,000	<u>\$1,650,000</u>	\$165,000
Página básica en flash	\$1,800,000	<u>\$1,980,000</u>	\$198,000
Pendon	\$200,000	<u>\$220,000</u>	\$22,000

2.7.6. Estrategia de comunicación

Tabla 2.7.6-1. Estrategia de Comunicación

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN						
Estrategia de comunicación	Número de Estrategia	Actividades	Recursos	Tiempo límite para comenzar a ejecutar la estrategia	Indicador	Costo
	1	Campaña publicitaria en Facebook para diseñadores y para clientes potenciales (agencias de viajes. Segmentando el mercado usando la modalidad de coste por clic	Herramienta de Promoción de Facebook (Red Social más visitada en el Mundo)	12/10/2012	Número de Amigos de W.P.D en Facebook (Meta: 100 - 200)	\$ 1.400.000
	2	Campaña de publicidad en google a través de la herramienta google Adwords. Para que los usuarios de google encuentren a W.P.D cuando digiten una palabra relacionada al negocio. El servidor que se pagó incluye gran parte de la campaña publicitaria en google.	Herramienta de Promoción de Google, "Adwords". (Buscador más utilizado en el mundo)	12/10/2012	Número de Agencias inscritos en la página W.P.D (Meta:100)	\$ 1.700.000
	3	Email marketing a los correos electrónicos de los clientes potenciales, obtenidos a través de una base de Datos de la Cámara de Comercio de Bogotá de 100 Empresas.	Base de datos de 100 Empresas otorgada por la Cámara de comercio. Tiempo: 2 Horas / Semana (durante un año)	12/10/2012	Número de proyectos comenzados en la página (1-4)	\$ 1.798.000
	4	Administración de las cuentas de redes sociales, creando contenido y ofreciendo el servicio.	Cuentas de las redes Sociales Tiempo: 2 Horas / Semana (durante un año)	11/01/2012	Número de fans y seguidores (Meta: 40 Semanales)	\$ 1.846.260
COSTO TOTAL DE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO			\$16.000.000			

2.7.7. Plan de medios

WPD iniciara una inversión de \$4.000.0000 pesos colombianos en marketing y publicidad, a través de dos (2) principales medios; Motores de búsqueda (Google Adwords) y videos promocionales en redes sociales (Youtube.com, Facebook.com)

Motores de Búsqueda:

WPD pretenda captar el 2.5% del mercado del diseño publicitario para PYMES en Colombia a través de una estrategia online de pauta en Google Adwords, mayor motor de búsqueda a donde a queden mensualmente un promedio de 110.000 demandantes de diseño gráfico en Colombia

Términos de búsqueda (1)				
Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales	CPC aproximado
diseño grafico	Baja	823.000	110.000	0,47 US\$

Ilustración 2.7.7-1. Estrategia online

Tabla 2.7.7-1. Resultados promedio de inversión en Adwords

Resultados promedio de inversión en Adwords:	
Inversión	\$ 100.000
clics	134
Costo clics	\$745
Rebote de usuarios	56%
Usuarios registrados	59
Usuarios desertantes	18
Usuarios clientes	41



Mensaje publicitario con mayores tasa de clics (estudio del 22 de Agosto de 2011):

Video promocional:

A través de un video comercial de 1:30 segundos se planea difundir viralmente el concepto de WPD en redes sociales y comunidades de diseño en internet para cautivar a la comunidad de diseñadores, a que ofrezcan sus productos y servicios a las PYMES colombianas en asocio con WPD.

2.8. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Para estimar la demanda y realizar cálculos financieros posteriores se tiene en cuenta el mercado objetivo o *target* que consta de 4957 empresas y los resultados obtenidos de la investigación de mercados realizada. Si se supone una penetración mínima de 2.5% del mercado en el primer año, se obtiene que la porción del mercado en el primer año es de 120 agencias. Para estimar la cantidad y periodicidad de compra de productos de diseño, se obtuvo primero el porcentaje de mercado de agencias de viajes que compraría cada producto: diseño de campaña publicitaria, diseño de video multimedia, diseño de página web, diseño de stand, diseño de suvenir, diseño de pendón y diseño de Brochure en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 2.8-1. Penetración del 2.5%

Penetración del 2.5%
120 Agencias

A continuación se muestra el porcentaje de empresas que según el estudio demandan cada cierto periodo de tiempo determinado producto. Y el porcentaje de empresas que pueden pagar cada tipo de producto, con el fin de segmentar las ventas que se tendrán en cada periodo.

Porcentaje de empresas que pagarían los precios establecidos.		
Creación de Campaña publicitaria	57%	<\$2000
Video multimedia animado	65%	<\$2000
Brochure	41%	\$200 - 600
Souvenir	43%	\$600 - \$2000
Diseño de Stand	59%	\$600 - \$2000
Página básica en flash	61%	\$600 - \$2000
Pendon	36%	\$200 - 600

Tabla 2.8-2. Porcentaje de empresas que según el estudio demandan cada cierto periodo de tiempo determinado producto

	Diario	Bimensual	Quincenal	Semanal	Mensual	Semestral	Anual	TOTAL
Creación de Campaña publicitaria	0,0%	43,5%	17,4%	4,3%	8,7%	21,7%	4,3%	100%
Video multimedia animado	0,0%	44,4%	5,6%	5,6%	22,2%	16,7%	5,6%	100%
Brochure	0,0%	13,6%	13,6%	0,0%	36,4%	18,2%	18,2%	100%
Suvenir	0,0%	26,1%	8,7%	0,0%	8,7%	34,8%	21,7%	100%
Diseño de Stand	0,0%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	45,5%	36,4%	100%
Página Web básica	0,0%	6,7%	13,3%	0,0%	0,0%	80,0%	0,0%	100%
Pendón	0,0%	47,8%	13,0%	4,3%	13,0%	8,7%	13,0%	100%

Teniendo en cuenta el porcentaje de penetración del 2.5% y el porcentaje de agencias que compran y comprarían determinado diseño en un periodo determinado obtenemos el número de pedidos que habría de cada uno.

Tabla 2.8-3. Número de pedidos de cada producto

	DEMANDA ANUAL							Total Anual
	Diario	Bimensual	Quincenal	Semanal	Mensual	Semestral	Anual	
Creación de Campaña publicitaria	365	6	24	52	12	2	1	
Video multimedia animado	0	323	517	280	129	54	5	1309
Brochure	0	330	165	358	330	41	7	1232
Suvenir	0	101	406	0	541	45	23	1115
	0	194	259	0	129	86	27	695

Diseño de Stand	0	68	270	0	0	113	45	496
Página Web básica	0	50	397	0	0	198	0	644
Pendón	0	356	388	280	194	22	16	1256

La cantidad de pedidos de cada producto de diseño se muestra a continuación:

Tabla 2.8-4. Cantidad de pedidos de cada producto

Cantidad de pedidos por proyecto de diseño	
Número de pedidos	Proyecto de Diseño
2	Creación de Campaña publicitaria
1	Video multimedia animado
2	Brochure
3	Souvenir
1	Diseño de Stand
1	Página Web básica
3	Pendon

Tabla 2.8-5. Número de pedidos por proyecto de diseño

Cantidad de pedidos por proyecto de diseño					
Número de pedidos	Proyecto de Diseño	Total Anual	Tot Anual X Cantidad	Total Mensual	Total mensual X Cantidad
2	Creación de Campaña publicitaria	747	1493	62	124
1	Video multimedia animado	802	802	67	67
2	Brochure	458	915	38	76
3	Souvenir	299	897	25	75
1	Diseño de Stand	293	293	24	24
1	Página Web básica	393	393	33	33
3	Pendon	452	1357	38	113
TOTAL		3443	6150	287	512

De este modo se consigue una cantidad de venta aproximada para cada periodo en el tiempo y se obtiene el total de ventas aproximadas de 512 proyectos de diseño mensuales para el primer año. No obstante es difícil comenzando operaciones obtener ventas de 124 diseños de campañas publicitarias, 67 diseños de videos multimedia, 76 diseños de brochures, 75 diseños de suvenires, 24 diseños de Stands, 33 diseños de páginas web y 113 diseños de pendones mensuales desde el primer mes. Por lo cual se realiza una suposición más realista y es que en el primer año de ventas, se alcanzará el número de ventas mensuales aquí proyectadas, llegando así al doceavo mes del año a abrir 512 proyectos de diseño. La demanda mensual del primer año por producto se pueden visualizar en el ANEXO G Las ventas de los años posteriores se hacen con base a las ventas del primer año.

Considerando el rápido crecimiento de las TICs para el uso de las pymes, el crecimiento del sector turístico de los próximos años con el TLC y las políticas de apoyo gubernamental para el crecimiento del sector turístico en Colombia. Se supone un crecimiento de las ventas del primer año al segundo y del segundo al tercero del 3%, del tercer al cuarto año de 3.5%, del cuarto al quinto del 4% y del quinto al sexto del 4.5%.

Tabla 2.8-6. Demanda anual

DEMANDA						
Años	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Crecimiento anual		0.03	0.03	0.35	0.04	0.045
Creación de Campaña publicitaria	124	128	132	137	142	149
Video multimedia animado	67	69	71	73	76	80
Brochure	76	79	81	84	87	91
Souvenir	75	77	79	82	85	89
Diseño de Stand	24	25	26	27	28	29
Página Web básica	33	34	35	36	37	39
Pendon	113	116	120	124	129	135

2.8.1. Proyección de ventas

Durante el estudio se estableció un precio mínimo para cada producto o proyecto de diseño, el cual según el estudio de mercados es un precio el cual las agencias demandantes de diseño estarían dispuestas a pagar. Así mismo en el estudio al mercado de participación potencial se determinó el porcentaje que los diseñadores estarían dispuestos a pagar por la oportunidad de negocio o de mercado que una página como World Project Design les ofrece. Teniendo esto en cuenta es posible proyectar las venas de la empresa con una inflación del 3,2%.

Tabla 2.8.1-1. Precios de ventas

PRECIOS DE VENTA						
	Año1	Año 2	año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Creación de Campaña publicitaria	\$440,000	\$454,080	\$468,611	\$483,606	\$499,081	\$515,052
Video multimedia animado	\$198,000	\$204,336	\$210,875	\$217,623	\$224,587	\$231,773
Brochure	\$36,300	\$37,462	\$38,660	\$39,898	\$41,174	\$42,492
Souvenir	\$79,200	\$81,734	\$84,350	\$87,049	\$89,835	\$92,709
Diseño de Stand	\$165,000	\$170,280	\$175,729	\$181,352	\$187,156	\$193,145
Página Web básica	\$198,000	\$204,336	\$210,875	\$217,623	\$224,587	\$231,773
Pendon	\$22,000	\$22,704	\$23,431	\$24,180	\$24,954	\$25,753
Inflación	0.032					

Tabla 2.8.1-2. Proyección de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Creación de Campaña publicitaria	\$54.761.635	\$58.209.427	\$61.874.293	\$66.089.170	\$70.932.184	\$76.496.105
Video multimedia animado	\$13.225.117	\$14.057.770	\$14.942.847	\$15.960.754	\$17.130.358	\$18.474.063
Brochure	\$2.768.238	\$2.942.526	\$3.127.788	\$3.340.853	\$3.585.670	\$3.866.930
Souvenir	\$5.921.302	\$6.294.107	\$6.690.384	\$7.146.133	\$7.669.802	\$8.271.421
Diseño de Stand	\$4.023.800	\$4.277.138	\$4.546.427	\$4.856.130	\$5.211.987	\$5.620.815
Página Web básica	\$6.489.912	\$6.898.517	\$7.332.847	\$7.832.361	\$8.406.316	\$9.065.708
Pendon	\$2.487.224	\$2.643.820	\$2.810.275	\$3.001.711	\$3.221.676	\$3.474.384
TOTAL	\$89.677.228	\$95.323.306	\$101.324.861	\$108.227.111	\$116.157.994	\$125.269.427

2.9. CONCLUSIONES DEL PLAN DE MERCADEO

- ✓ A través de un pre estudio cuantitativo se determinó el nivel de aceptación del servicio para el mercado potencial.
- ✓ Se realizó una investigación de mercados cuantitativa y cualitativa al mercado potencial.
- ✓ Se culminó una segmentación del mercado potencial hasta llegar al mercado objetivo.
- ✓ Se analizaron los resultados del estudio cuantitativo
- ✓ Se llevó a cabo un plan estratégico de servicio, producto, precio, promoción, comunicación, lanzamiento y plaza.
- ✓ Se estableció el costo del plan estratégico.
- ✓ Se proyectó la demanda
- ✓ Se proyectaron las ventas

3. ESQUEMA DE PLANEACIÓN OPERACIONAL

Con el plan operativo *World Project Design* define las políticas y objetivos de los procesos dentro del portal web, con el fin de comunicar a cada uno de los miembros de la organización la forma de operar.

3.1. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

Tabla 3.1-1. Ficha técnica de Servicio – Proyectos de Diseño

Concepto	Descripción
Descripción del Servicio	<p>Página web que permite la apertura de proyectos de diseño publicitario para empresas a través de un documento. Esto con el fin encontrar rápida y económicamente varias propuestas para su necesidad.</p> <p>Así mismo permite que los Diseñadores puedan encontrar una concentración de ofertas de proyectos de diseño que se ajusten a sus capacidades, experiencia, políticas de trabajo y expectativas de ingresos.</p>
Descripción de los Usuarios	<p>Los Usuarios son de dos tipos: Empresas demandantes de diseño – Agencias de viajes. Diseñadores gráficos e Industriales con experiencia y capacidad para responder.</p>
Necesidades y expectativas de los clientes demandantes de diseño	<p>Diferenciación de las marcas y sus productos. Mejor difusión de planes y servicios turísticos. Propuestas de diseño ajustadas al presupuesto. Soluciones innovadoras de diseño para la promoción de sus Actividades Turísticas. Rapidez en la entrega de propuestas.</p>
Necesidades y expectativas de los clientes ofertantes de diseño	<p>Variedad de ofertas constantes de proyectos de diseño con diferentes empresas. Ofertas de proyectos que se ajusten a sus habilidades y experiencia. Remuneración ajustada a sus necesidades.</p>

Tabla 3.1-2. Características del servicio: Apertura del Proyecto de Diseño.

Primer paso
<p>Descripción de las necesidades de la organización, expectativas con respecto a las actividades de diseño. Objetivos de la organización frente a la propuesta de diseño. Colores Páginas, diseños o estrategias de publicidad de Inspiración. Presupuesto o pago por la propuesta de diseño. Fecha de pago de la propuesta.</p>

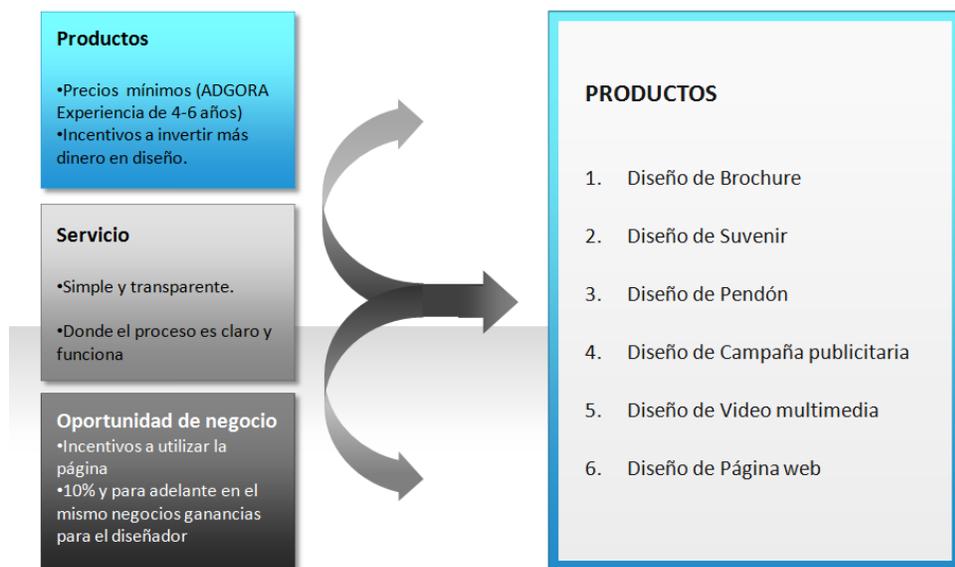
<p>Las líneas de opción de transacciones de propuestas de diseño con las que abre sus operaciones <i>World Project Design</i> son: Diseño de campaña publicitaria, diseño de video multimedia, diseño de brochure, diseño de Stand, diseño de Suvenir y diseño de Pendón.</p>
<p>Cronograma</p>
<p>Apertura del Proyecto Cierre de la Recepción de Propuestas Presentación de Propuesta favorita Contacto con el diseñador para</p>
<p>Procedimiento de calificación de la propuesta</p>
<p>Las propuestas presentadas son visibles para la empresa que abrió el proyecto de diseño y en algunos casos a todos los usuarios de la página. La empresa acepta las condiciones de aceptar una propuesta favorita (el pago del valor ofrecido al abrir el proyecto al diseñador). Si ninguna propuesta le ha gustado, debe remitirse en la página web al formulario de diseño no optimo para el proyecto y escribir a W.P.D. porqué no le gustó el diseño. Así <i>World Project Design</i> puede mejorar sus estrategias para otorgarle la posibilidad de encontrar diseños que se ajustan a sus deseos. En el portal Web Shortcut exhibirá al ganador junto con su propuesta, después de la materialización del proyecto, a través de la página.</p>
<p>Requerimientos de los participantes/Concursantes</p>
<p>Los diseñadores inscritos en <i>world Project design</i> son diseñadores gráficos e industriales. La pagina web no limita por nivel educativo a los inscritos pero si les exige que se clasifiquen en una rama o área de experiencia y conocimiento. Para que la página web pueda diferenciar que Diseñadores tienen ciertas habilidades y así mismo generar una base de datos completa.</p>
<p>Requisitos de la Presentación de la propuesta</p>
<p>Formatos de presentación de la propuestas serán subidos al portal y presentado a los concursantes a través de este. Estas deberán de ser cargadas en formato: JPG TIF PDF Nota: Las propuestas subidas a la página no podrán ser copiadas de ésta o manipuladas por las empresas que demandan el diseño y los archivos finales como los logos serán entregados luego de la declaración de la mejor propuesta.</p>
<p>Criterios de evaluación</p>
<p>Las características de cada diseño serán calificadas según los objetivos de la organización que requiere y únicamente el que abre el proyecto de diseño es el que escoge cual es su propuesta favorita.</p>

3.2. UNIDAD DE COBRO: COMISIÓN DE WORLD PROJECT DESIGN

Tabla 3.2-1. Unidad de cobro: comisión de World Project Design

Productos	Valor mínimo del Diseño hecho por un diseñador .	Valor mínimo del Diseño hecho por un diseñador con experiencia de 4 -6 años (sin tener en cuenta el prestigio del Diseñador).	Comisión de W.P.D 10%
Creación de Campaña publicitaria	\$4,000,000	\$4,400,000	\$440,000
Video multimedia animado	\$1,800,000	\$1,980,000	\$198,000
Brochure	\$330,000	\$363,000	\$36,300
Souvenir	\$720,000	\$792,000	\$79,200
Diseño de Stand	\$1,500,000	\$1,650,000	\$165,000
Página básica en flash	\$1,800,000	\$1,980,000	\$198,000
Pendón	\$200,000	\$220,000	\$22,000

Fuente: Autora



3.2-1. Productos de diseño ofrecidos

Tabla 3.2-2. Ficha técnica de Servicio – Transacciones Directas

Concepto	Descripción
Descripción del Servicio	Prestación de servicio de pagos a través del portal.
Descripción General	Transacciones realizadas por medio del portal de: Diseñador a Diseñador Cliente a diseñador
Necesidades y expectativas de los clientes	Cada cliente espera que a través del portal las transacciones sean realizadas de forma segura y rápida. Con un sistema de calificación coherente.

Tabla 3.2-3. Unidad de Costo por comisión cobrada

Pasarela de pagos	Productos	Cobro Pagos
Mercado Pago	Por cualquier tipo de transacción. No tiene costo de activación.	9% del total de la transferencia

Fuente: Autora

3.3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE PROVEEDORES

- Dominio en el internet
- Velocidad de acceso de 5.000 Mb
- Capacidad ilimitada de almacenamiento
- Capacidad de repuesta y mantenimiento todos los días a cualquier hora.
- Correo electrónico institucional.
- Conexión las 24 horas del día al portal.
- Soporte portal 3.0
- Tráfico mensual mayor a 100 Gb

El Segundo proveedor que requiere Shortcut es el ingeniero que se encargará de programar el portal, este servicio no sólo se realizará al inicio, sino que también permanecerá como soporte permanente bajo el pago de honorarios.

El ingeniero tiene que estar en la capacidad de:

- Implantar y desarrollar herramientas virtuales.
- Desarrollar portal web 3.0.
- Crear un superficie de trabajo que permita una constante evolución del sistema.

- Tener experiencia en el área de desarrollo de software libre.
- Tener experiencia en el desarrollo de herramientas de seguridad para la transferencia de información.

3.4. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

3.4.1. Proceso de inscripción a World Project Design

El proceso de inscripción a *World Project Design* comienza con cualquier usuario que desee vincularse al sistema de datos del portal. Lo hace entrando a la página web e ingresando sus datos. Los usuarios que se registran son empresas interesadas en demandar diseño, en este caso el público al que está dirigida la página son empresas que prestan servicios turísticos, específicamente las agencias de viajes. Ellas deben entrar llenar los datos de la empresa y aceptar las condiciones de uso de la página web. Después de esto pueden confirmar su correo electrónico para actualizar sus datos y activarlos como miembro activo de la comunidad en el portal. Además después de realizar este proceso puede visualizar la página principal y comenzar a abrir proyectos de diseños online.

Los diseñadores deben hacer lo mismo llenar sus datos de contacto y aceptar las cláusulas y condiciones de uso del portal para comenzar a participar en los proyectos de diseño.

La tabla a continuación muestra la información que podrá diligenciar la persona que desea inscribirse al portal. Podrá fácilmente con nombre y correo abrir su cuenta y luego actualizar los datos. Luego el diagrama que se muestra posteriormente muestra el proceso de inscripción a la página web.

Tabla 3.4.1-1. Datos de inscripción

Datos de Inscripción	
Empresa	Diseñador
Nombre	Nombre
Nit	Rut
Correo Electrónico	Correo Electrónico
Ciudad	Modalidades de pago
Dirección	Ciudad
Página Web	Áreas de Conocimiento en Diseño
Sector Empresarial	Años de Experiencia en Diseño
Intereses de Diseño	Trabajos realizados Anteriormente
	Portafolio
	Página Web

Tiempos de entrega que maneja

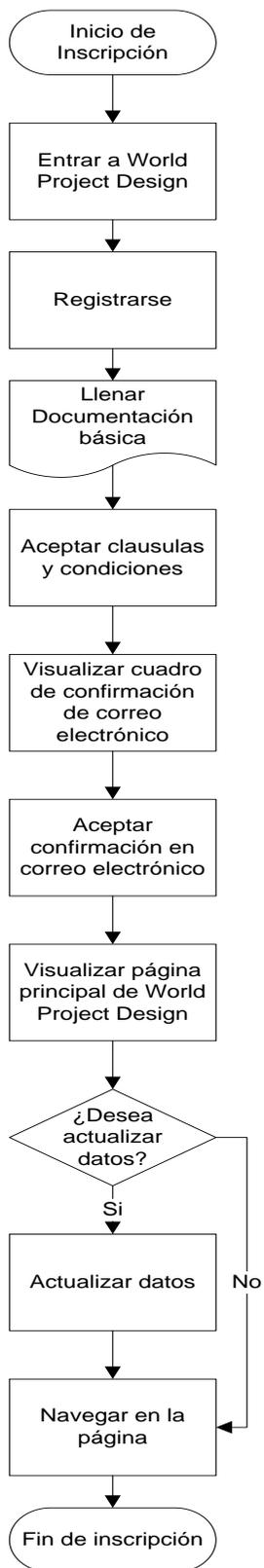


Ilustración 3.4.1-1. Proceso de inscripción al portal

3.4.2. Proceso de creación de un proyecto en World Project Design

El proceso de creación de un proyecto de diseño en World Project Design consiste en ocho simples pasos para las empresas que desean diseños en un tiempo específico.

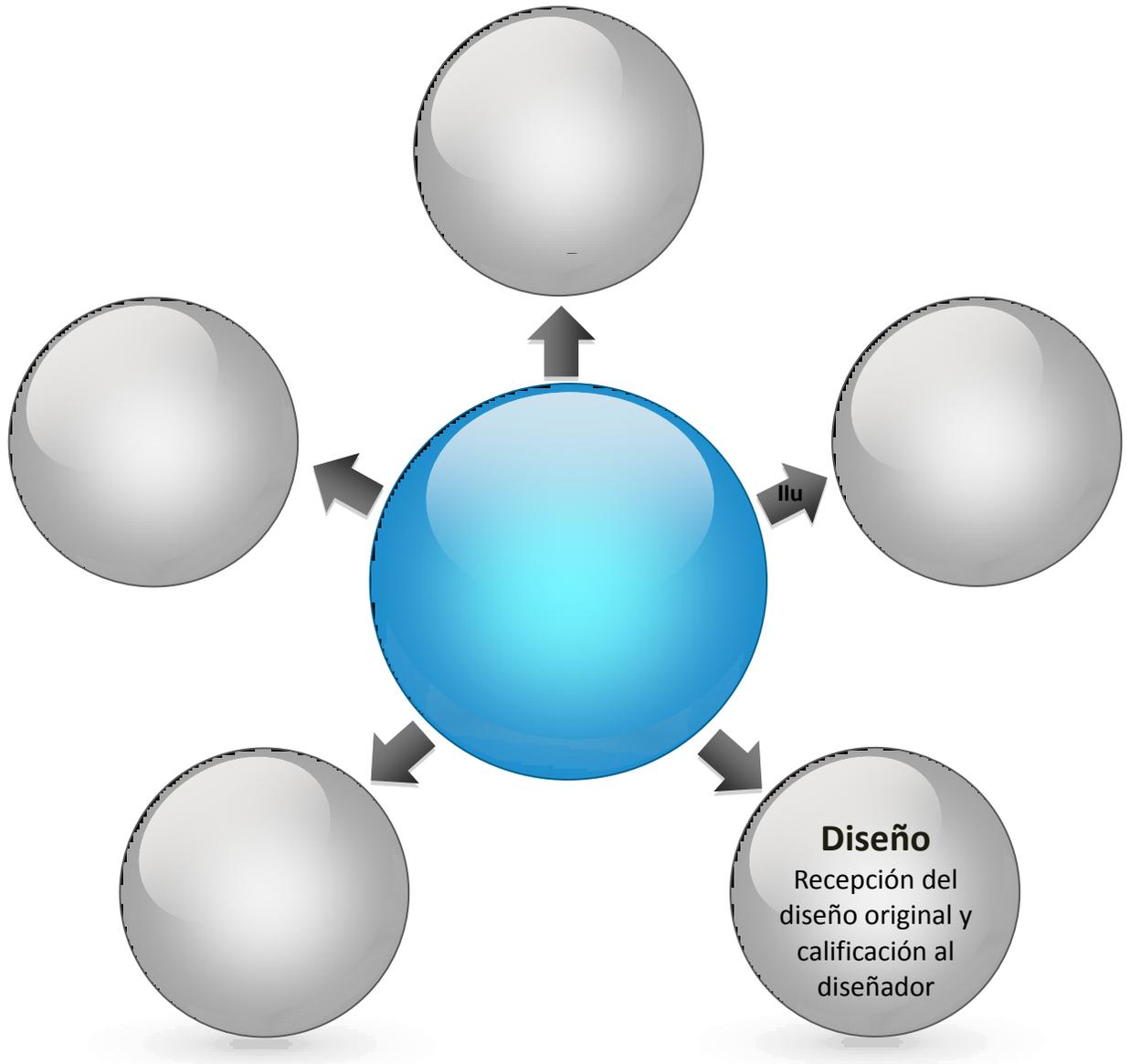
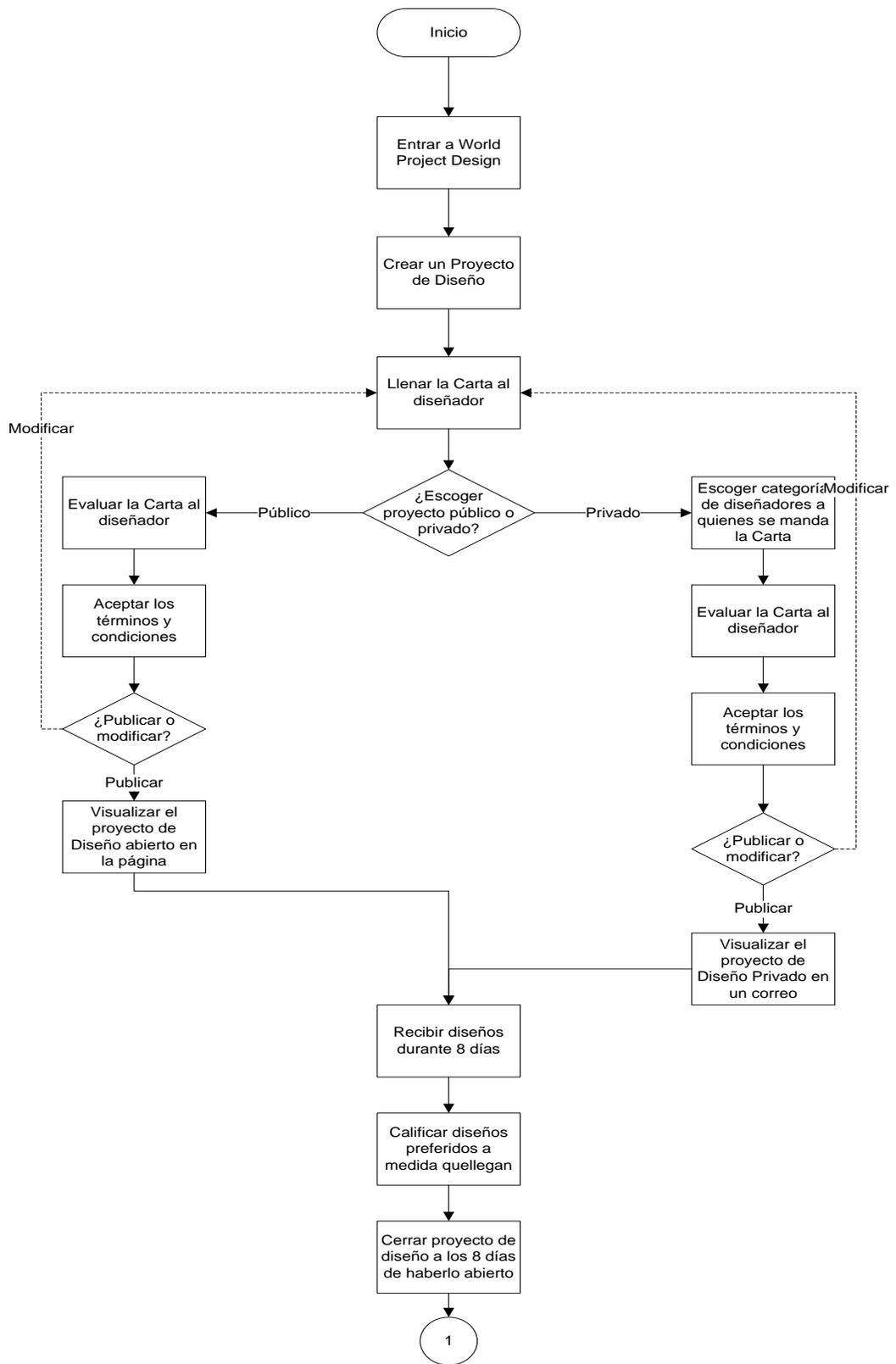


Ilustración 3.4.2-2. Proceso de creación de un proyecto en World Project Design

La creación de un proyecto de diseño en World Project Design, consiste en definir claramente las necesidades y deseos de diseño de las empresas, para que los diseñadores que anhelan participar en el proyecto enviando sus propuestas tengan claros los requerimientos del cliente. Por esta razón el primer paso una vez el demandante de

diseño (las agencias de viajes) se encuentran en la página es llenar la carta al diseñador o *Brief al Diseñador*, donde sus ideas de lo que quieren se exponen y se organizan. Posteriormente aceptan las condiciones de abrir un diseño y la oferta se publica en la página web. En el instante que esta es visible para los usuarios de la página los diseñadores pueden participar enviando sus propuestas antes de 8 días. La empresa puede ir visualizando las propuestas que van llegando y puede ir dándoles retroalimentación. Una vez el plazo máximo de recepción de propuestas se cierre, la empresa que abrió el proyecto, debe decidir cual propuesta se acomoda más a sus gustos y necesidades.

Cuando la propuesta recibe aprobación de la empresa, el diseñador y la empresa se pueden contactar para hacer la entrega del dinero y del diseño. Si la empresa desea hacer correcciones o desea darle más plazo al diseñador, no hay problema, a partir de que ellos dos han generado el contacto, pueden realizar más tareas, cambios o adiciones. Las dos partes deciden lo que quieren modificar o agregar. La función de *World Project Design* entonces ha culminado, ser la plataforma que permita agilizar las transacciones de diseño y establecer las reglas de juego entre la oferta y demanda, para que estos dos trabajen armónica y eficientemente. El modelo de esta página web permite



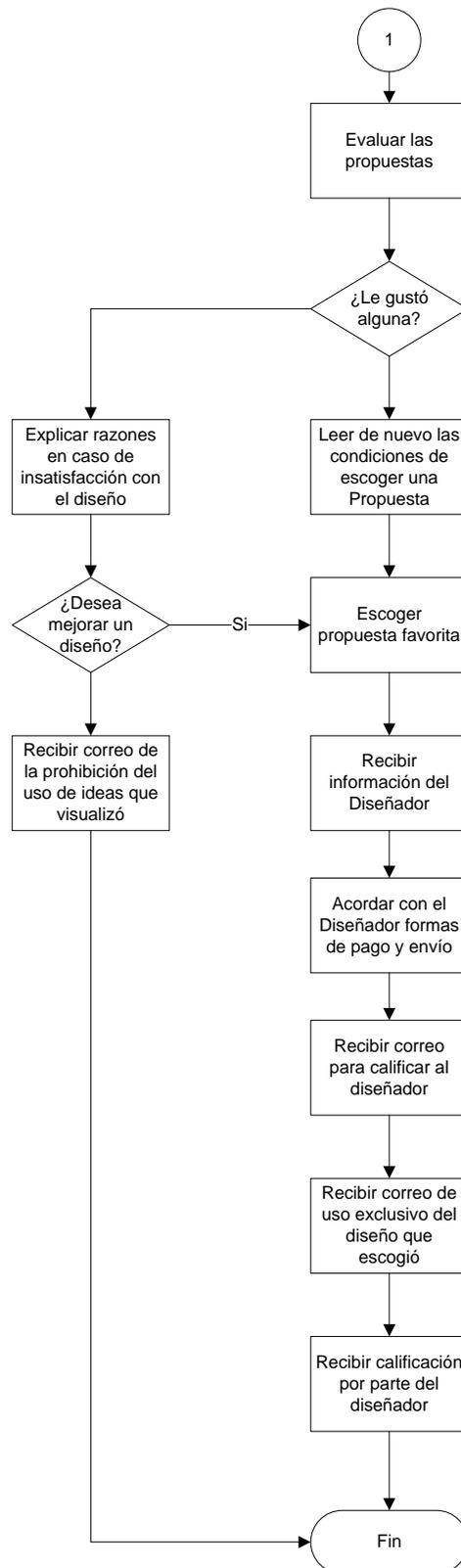


Ilustración 3.4.2-3. Proceso de creación de un proyecto de Diseño

3.4.3. Proceso de participación en un proyecto de diseño enviando propuestas

El proceso de participación en un proyecto de diseño en World Project Design consiste en ocho simples pasos para los diseñadores que desean utilizar su tiempo ocioso, que quieren ganar dinero, que quieren establecer nuevas oportunidades de negocio y más importante que desean un reconocimiento o aparición en un ranking de diseño a nivel nacional en línea.



Ilustración 3.4.3-1. Proceso de participación en un proyecto de diseño enviando propuestas

Para participar en un proyecto el diseñador puede ingresar en la página web a la lista de ofertas de diseño. Allí puede visualizar todas las ofertas que se ajustan a su tiempo a su capacidad, a su experiencia y a su necesidades económicas. Los diseñadores pueden participar en todos los proyectos que deseen. Cuando tienen sus propuestas de diseño las pueden subir a la página web. Cuando los diseñadores suben sus propuestas las pueden subir en archivos de imagen y la página web le pondrá una marca de agua a las propuestas para que no sea posible utilizarlas con otros propósitos que no sean únicamente la muestra al demandante del diseño.

En este caso ellos pueden elegir si quieren hacer pública su propuesta o no. Si la hacen privada pueden contar con mayor seguridad de exposición de sus ideas y sabrán que los únicos que han visto sus ideas son W.P.D y la empresa que abrió el proyecto de diseño.

Si no se ha cerrado el plazo máximo para entregar propuestas y han recibido retroalimentación de la empresa que abrió el proyecto, pueden hacer correcciones y volver a cargar la propuesta en la página.

Cuando llega el momento de cierre, si la propuesta del diseñador ha sido la favorita del demandante de diseño, estos dos pasarán a una segunda instancia.

El portal generará en la cuenta del diseñador una factura por el 10% del valor ofrecido por la empresa demandante de diseño, la cual debe pagar a través de la pasarela de pagos en un plazo no máximos a un mes después de que su diseño ha sido escogido como el favorito.

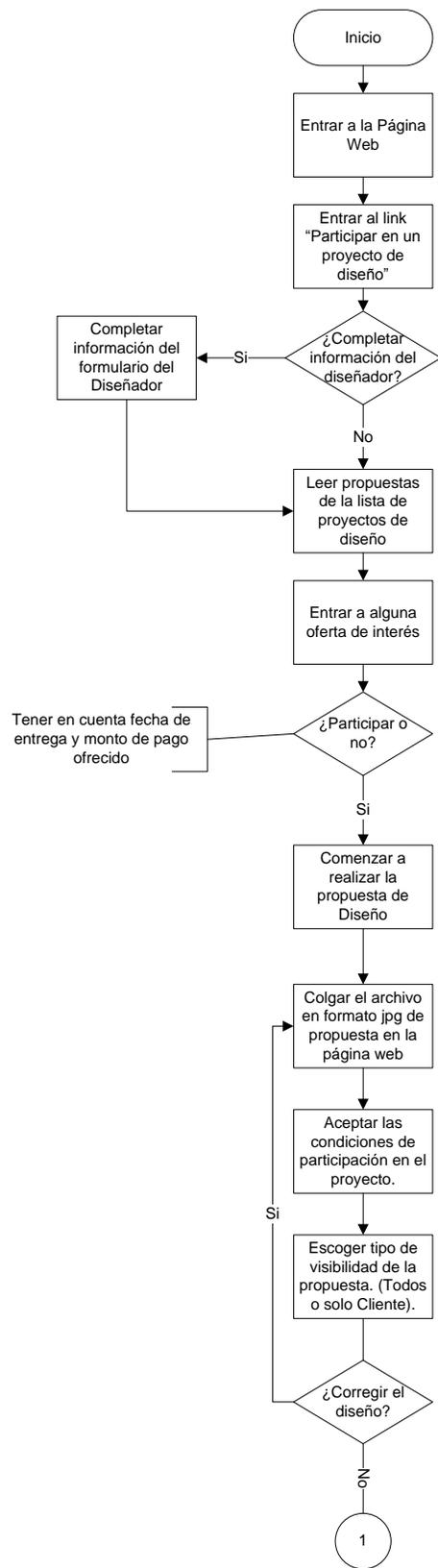
Así mismo el diseñador y la empresa que abrió el proyecto, reciben los contactos del uno y del otro para que se cierre el proceso con un contacto más cercano. Donde pueden:

- Hacer correcciones sobre la propuesta
- Acordar una fecha de entrega del diseño listo con la nueva corrección si es necesario
- Un encuentro si es necesario
- Acordar fecha de pago y si así lo desean futuros negocios.

A world Project design le interesa tener la mayor cantidad de empresas y diseñadores vinculados haciendo transacciones efectivas, más no pretende limitarlos a la operación inherente del negocio. World Project Design genera oportunidades de negocios y confianza en sus clientes y hace que estos regresen buscando propuestas de varios diseñadores de una forma raída y económica. Así que con una política de servicio transparente, limpia y sencilla todos los usuarios serán atraídos nuevamente, sin negarles el acceso a la comunicación post negociación.

Esto se da gracias al valor agregado del negocio que se resume en mayor rapidez, mayor cantidad de propuestas de diseño y presupuesto ajustado a las necesidades de la empresa para las agencias de viajes. Y variedad de ofertas de proyectos para los diseñadores, quienes pueden usar su tiempo ocioso de sus negocios y convertirlo en dinero, ganar experiencia y aumentar sus oportunidades de negocios.

A continuación se muestra el diagrama de proceso de participación en un proyecto de diseño por parte de los diseñadores.



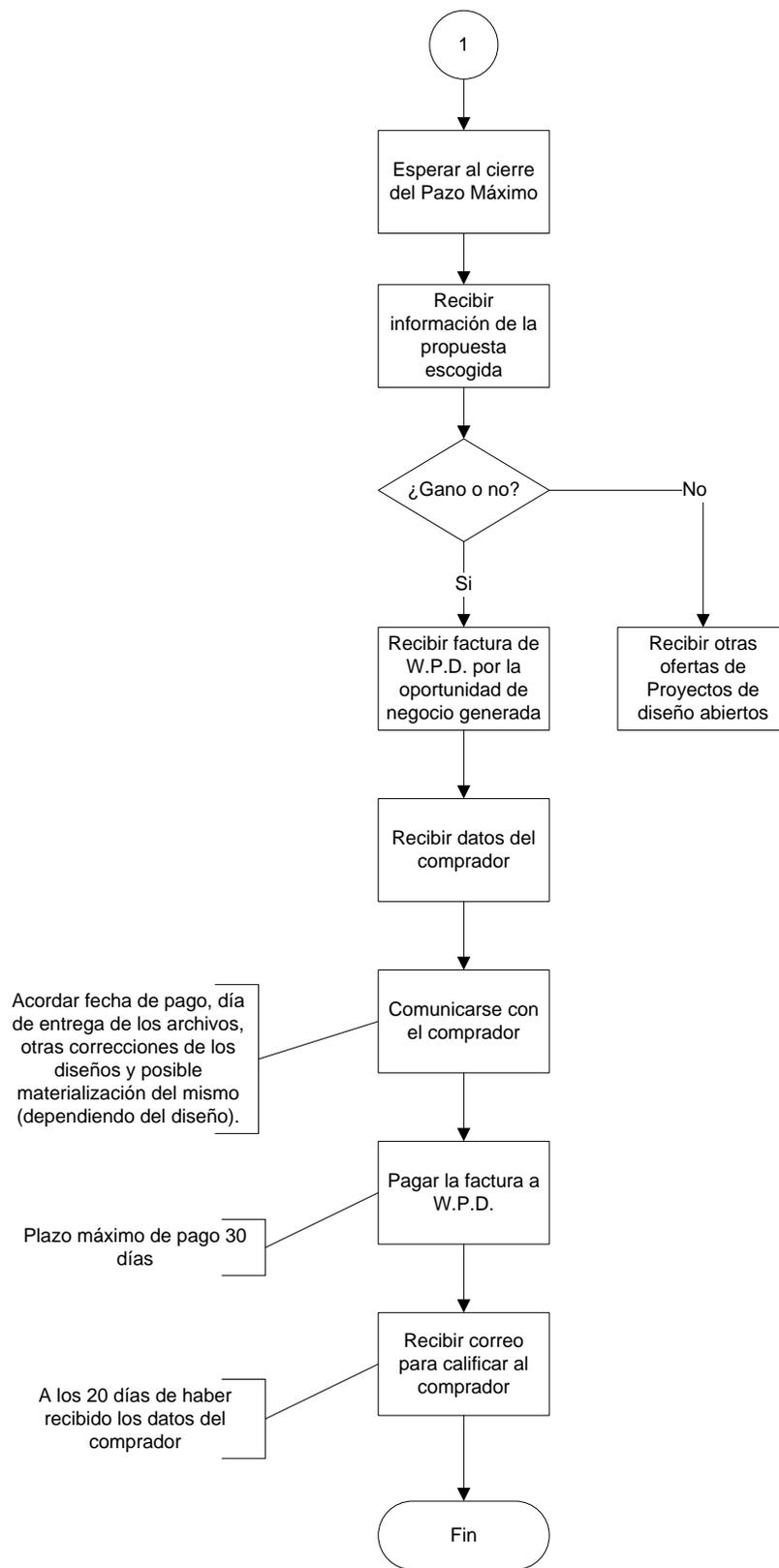


Ilustración 3.4.3-2. Proceso de creación de un proyecto de Diseño

3.4.4. Proceso de calificación de los usuarios que realizaron una transacción de diseño

El proceso de calificación entre usuarios consiste en evaluar aspectos que definen un buen proceso de negociación o de transacción entre las partes.

Las PYMES demandantes de diseños (agencias de viajes), califican al diseñador en aspectos como: puntualidad, calidad en el diseño, facilidad de comunicación y responsabilidad.

Los diseñadores califican a su cliente en aspectos como prontitud en el pago y facilidad para entender sus requerimientos de diseño y necesidades.

La calificación se lleva a cabo después de una transacción exitosa entre las que tuvieron la transacción exitosa y se utiliza como medio de retroalimentación para todos los usuarios del portal.

Las calificaciones son guardadas y acumuladas, así mismo sirven como incentivo para los diseñadores, quienes exponen sus perfiles a diferentes empresas y les interesa ser reconocidos en un área específica de su profesión en una red en internet.

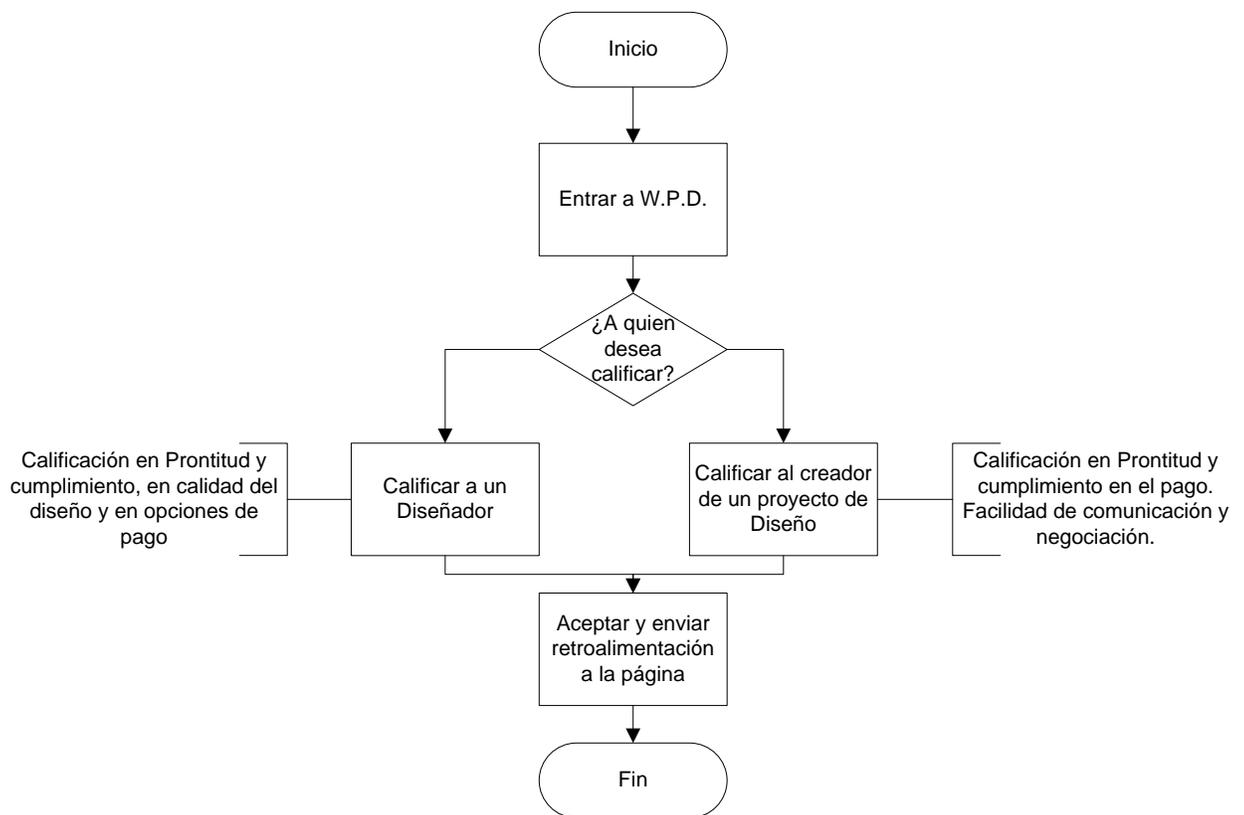
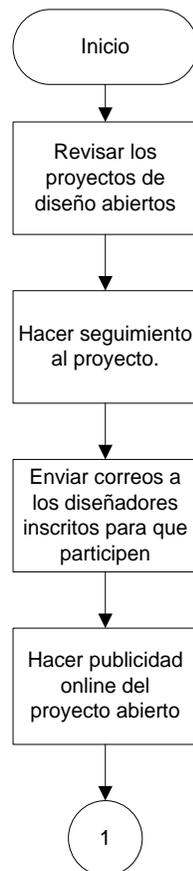


Ilustración 3.4.4-1. Proceso de calificación o retroalimentación

3.4.5. Seguimiento interno de satisfacción de los usuarios

El proceso de seguimiento interno de satisfacción de los usuarios consiste en mantener a los usuarios satisfechos e interesados en el portal. Así que para lograr este objetivo se invierten recursos de publicidad. Se anuncian proyectos de diseño abiertos para que los diseñadores tengan la posibilidad de escoger varios proyectos de diseño. Así mismo este proceso está enfocado para que las PYMES, en este caso agencias de viajes, encuentren en internet la opción de enterarse del servicio que *World Project Design* ofrece a la comunidad.



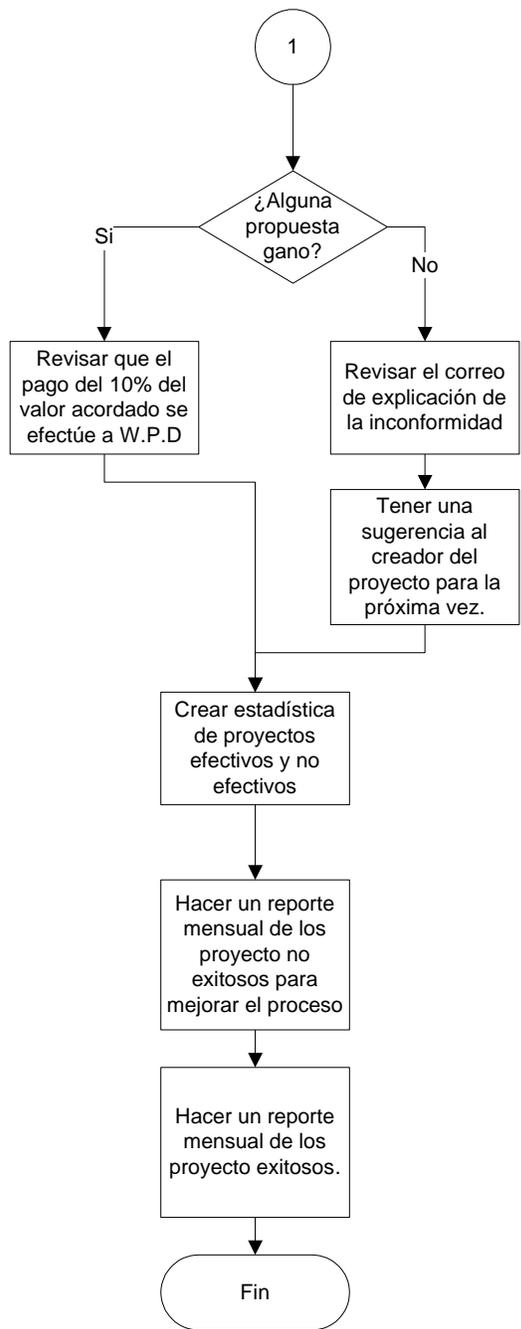


Ilustración 3.4.5-1. Proceso seguimiento interno de satisfacción de los usuarios

3.5. DESARROLLO WEB

Para realizar el desarrollo web, se obtuvieron 2 cotizaciones (*VER ANEXO K*), además, se realizaron unas secuencias de página web modelo que sirven de guía para el desarrollo web (*VER ANEXO H*)

3.6. REGLAS DE PROTECCIÓN AL DISEÑADOR

Las reglas de protección al diseñador constan de dos elementos: mercado pago y sus reglas de compensación de dinero y las cláusulas y condiciones que firme el comprador.

Nota: Estas reglas sólo aplican cuando el comprador ha escogido un diseño favorito y luego acuerda éste acuerda el pago, el envío, etc. Con el diseñador y no realiza el pago al diseñador. Sin importar si el diseñador ha enviado o no el diseño.

- Una vez el comprador de una propuesta de diseño acepta un diseño, se compromete a pagarlo por el monto ofrecido inicialmente al abrir el proyecto de diseño.
- El comprador podrá acordar posteriormente con el diseñador un pago mayor por cambios adicionales a lo estipulado en los requerimientos que dio inicialmente al abrir el proyecto.
- Es asunto de la empresa que pide una propuesta de diseño y del diseñador enviar los documentos, dinero y trabajo acordados, sin que *World Project Design* se haga responsable de estos acuerdos.
- El envío de los productos de diseño es responsabilidad de las partes, comprador y vendedor.

CONSEJOS PARA LOS DISEÑADORES

- Se recomienda abrir una cuenta en la pasarela de pagos, mercado pago, y exigir los pagos por este medio a las empresas demandantes de diseño.
- Observar el historial del comprador y sus calificaciones
- Si le parece conveniente realice un acuerdo con el vendedor o un contrato después de haberse contactado con él por medio de *World Project Design*.
- Si le parece necesario reúnanse con el comprador de la propuesta de diseño en un lugar seguro antes de realizar el intercambio del diseño con el dinero.

Nota: Si el diseñador participa en un proyecto de diseño y su propuesta no fue aceptada, éste no recibirá pago y por consiguiente no deberá realizar la causación del 10% por la oportunidad de negocio generada.

3.7. REGLAS DE PROTECCIÓN PARA EL COMPRADOR DE DISEÑOS

Las reglas de protección al comprador le evitan inconvenientes a la hora de recibir un diseño específico y le aclaran hasta qué punto se responsabiliza *World Project Design*.

- En la medida de lo posible realice la consignación o el pago al diseñador por medio de mercado pago, la pasarela de pagos segura de nuestro portal.
- Se recomienda abrir una cuenta de mercado pago, donde puede tener un depósito de dinero fijo, si usted está regularmente demandando diseños, para hacer transferencias entre su cuenta hacia la cuenta de los diseñadores.
- El diseñador se compromete a entregar el diseño en formato modificables en el momento que acuerda participar en un proyecto de diseño determinado.
- Si la propuesta del diseñador es la más atractiva para el comprador, los derechos del diseño pasan a ser del comprador en el momento que en que el comprador de la propuesta de diseño realiza el pago.
- La empresa puede exigirle al diseñador una póliza de cumplimiento en el caso que deseen realizar la materialización de un propuesta costosa por fuera del portal. Todas estas acciones son responsabilidad de las partes y *World Project Design* no se hace responsable de los perjuicios que se puedan causar.
- Es asunto de las partes determinar el precio final (por encima y no por debajo del acordado en la página). El modo de envío, la fecha y demás detalles de la transacción sin que *World Project Design* se responsabilice de ello.

CONSEJOS PARA LOS COMPRADORES DE PROPUESTAS DE DISEÑO

- Realizar los pagos por medio de la pasarela de pagos.
- No ponerse citas con los diseñadores a menos de que exista confianza y sea un lugar público.
- Evaluar las calificaciones pasadas del diseñador antes de acordar con él trabajos posteriores de materialización de determinado diseño.
- Siempre calificar honestamente a los diseñadores, ya que servirá para retroalimentaciones futuras para otras empresas o su propia empresa.
- Si le parece necesario firme un contrato o exija una póliza de cumplimiento si el caso lo amerita.

3.8. RESUMEN Y CONCLUSIONES DEL PLAN OPERATIVO

- Se realizaron las fichas técnicas del servicio.
- Se diseña toda la lógica y estructura de la página web, la cual representa la infraestructura de la empresa y consolida el plan operacional.

- Se diagraman los procesos clave para visualizar el funcionamiento de la organización.
- Se describen los procesos que se fundamentan la marca *World Project Design* de la empresa Shortcut S.A.S, en la realización de su objeto social.

3.9. PLAN DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

El plan de fidelización va de la mano con el plan de crecimiento de la empresa, aspecto indispensable para una organización online que está comenzando sus operaciones.

La fidelización de los clientes es proporcional al crecimiento y acogida que tiene la página en la comunidad. Entre más popular y dinámica se encuentra, mayores son los usuarios que quieren cumplir con los términos y condiciones de la misma, para aprovechar sus beneficios.

Casos de éxito reconocidos a nivel mundial como Ebay y Mercado libre utilizan la metodología a continuación presentada, naturalmente adaptada a su servicio en particular, con el fin de hacer que sus clientes sean fieles y siempre prefieran volver la página para utilizar sus servicios una y otra vez. Es un cierto tipo de enganche que hace que la página le brinde a los clientes un servicio adicional que no encontrarían por sí mismos.

El plan de fidelización de clientes consiste en fortalecer el sistema de la página web a través de incentivos que motiven a los diseñadores de la página a estar al día en los pagos con la plataforma.

La fidelización de los clientes es muy importante para lograr obtener los recursos necesarios para continuar con la operaciones de la empresa.

Los diseñadores contarán con la opción de pertenecer a una cuenta Premium y una cuenta normal. A la cuenta Premium que tiene más beneficios pertenecen todos los diseñadores al inscribirse a la página y tienen la opción de utilizar todas sus ventajas siempre y cuando no estén en mora.

La cuenta Premium es la que está por default en la página web para los diseñadores inscritos, quienes pueden utilizarla indefinidamente. La cuenta normal se activa en el momento que los inscritos no tienen un saldo pendiente en la página web. Así que mientras los diseñadores tengan una cuenta pendiente en la página web no podrán seguir ganando dinero y las operaciones de la pagina quedan congeladas.

La cuenta Premium es la de los diseñadores que siempre pagan sus saldos o que después de tener su cuenta como normal desactivada, la reactivan al hacer el pago de su saldo a World Project Design. La cuenta Gold es la que se accede con el puntaje recibido por las empresas y por el cumplimiento en los pagos.

Esta última cuenta es la más atractiva para el diseñador, ya que con ella tendrá herramientas para mejorar sus ingresos y trabajar de la mano con W.P.D.

La cuenta de diseñadores Gold la tienen los diseñadores que pagan a la página en los primeros 5 días después de escogido su diseño. Esto los motiva a trabajar rápidamente en cuanto al envío de documentos a la empresa y pago a W.P.D a través de Mercado pago la plataforma de pagos.

3.9-1. Plan de fidelización de clientes

Cuenta normal (desactivada)	Cuenta Premium	Cuenta Gold
 Puede ver su cuenta	 Puede ganar dinero participando en proyectos de interés	 Puede ganar dinero participando en proyectos de interés
 Puede ver los proyectos ofrecidos en el momento	 Tiene derecho a poner a la venta sus productos de diseño ya hechos. En un espacio que se habilitará en el 2012	 Tiene derecho a poner a la venta sus productos de diseño ya hechos sin costo de publicación o transacción en el espacio que se habilitará en la página.
 No puede participar en ningún proyecto abierto limitando así sus ingresos en la página.	 Tiene derecho a publicidad en lugares visibles de W.P.D	 Tiene derecho a publicidad en google y facebook patrocinada por W.P.D
 Se le negará el acceso a abrir otras cuentas desde su código IP	 Recibe estadísticas de visitas a su perfil y si tiene productos a sus productos.	 Recibe estadísticas de visitas a su perfil y si tiene productos a sus productos.
 Se le enviarán correos y llamadas de acuerdo con lo establecido en el acuerdo de términos y condiciones de la página.	 De vez en cuando podrá tener descuentos en las comisiones a pagar a W.P.D	 Tendrá descuentos en las comisiones a pagar a W.P.D de acuerdo a los términos y condiciones de uso de cada año y según especifique la página.
 Tendrá después de 30 días de vencido el plazo de pago, una penalidad	 Transferencia rápida de los derechos de autor	 Podrá utilizar el foro, tener contacto con

del 10% del valor a pagar adicional	entre las partes.	otros diseñadores, y crear un red de contactos de con los que puede complementar sus conocimientos.
 No podrá visualizar los mensajes enviados por otros usuarios hasta que no reactive su cuenta.		 Disfrutará de todas las ventajas tecnológicas que se desarrollen en el portal. Como la pantalla compartida para la revisión de diseños próximamente.
		 Será recomendado a las empresas que eventualmente nos contactan en busca de diseñadores talentosos para trabajar en una organización reconocida.
		 Transferencia de derechos de autor en la pagina web mediante un documento descargable.

3.8.1. Protección de los diseños

Los diseños se protegen de la siguiente forma:

- ✓ Se establecen marcas de agua en la página web y una baja resolución requerida para subir los diseños a la pagina. Haciendo realmente difícil o imposible copiarlos. Eventualmente una empresa podría copiar una idea, pero para esto tendría que hacer muchos más esfuerzos porque tendría que hacer una copia y esto le tomaría

más tiempo y presenta dificultades para otro diseñador que tiene que volver a hacer todo el proceso y carece de los detalles.

- ✓ Igualmente se tiene registro en las bases de datos sobre cada empresa y que revisa determinados diseños, haciendo fácil el seguimiento de cualquier fraude.
- ✓ Además los diseñadores saben a quién presentan sus propuestas y en el caso que quieran hacer un reclamo sobre el robo de ideas pueden descargar el documento que se habilitara en el curso del año, llamado el aviso de infracción por derechos de autor, el cual posteriormente podrá ayudarle al diseñador a recuperar sus derechos.
- ✓ Antes de abrir un proyecto de diseño se le exige a las partes detallar sus datos de contacto para que W.P.D. los tenga a la mano y pueda utilizarlos en caso de necesitarlos.

Es importante además destacar que World Project Design recolecta las direcciones IP de los usuarios, la versión del servidor y sus capacidades, el sistema operativo del ordenador que están usando, las páginas visitadas y la fecha y hora de la visita. Así se generan estadísticas y monitores de seguridad que permiten controlar el adecuado funcionamiento de la página web y que se establecen en las políticas de privacidad de la página.

3.8.2. Plan de contingencia para la empresa

Ahora bien, existe por supuesto un plan de contingencia trazado en el caso de que en la marcha se vea la necesidad de organizar un método alternativo de recolección de dinero. Después del primer semestre de operación se evaluarán las estadísticas de pagos y actividad de la página web. En caso de ser necesario, el momento de la recepción del dinero equivalente al 10% de la transacción, se restablecerá.

Con el fin de continuar con las políticas y la misión de la empresa se seguirá haciendo el cobro al diseñador. Sin embargo el momento de recolección del dinero se hará en el momento que la empresa escoge su diseño favorito. Al hacer clic en el diseño favorito se desplegará un cuadro de pago, donde el empresario podrá hacer el 10% del pago. Posteriormente el diseñador es avisado por la página web que su diseño ha sido escogido y que su pago del 90% y la transferencia de los documentos originales del diseño ya pueden ser efectuada.

Todo plan está sujeto a cambios y cualquier plan de contingencia no es más que la preparación para los eventuales acontecimientos que puedan surgir en la actividad del negocio que lo afecten de manera positiva o negativa. Por esta razón se cree importante mencionar algunas herramientas que se tuvieron en cuenta en la creación de la empresa.

4. ESQUEMA ORGANIZACIONAL

4.1. NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA

Tabla 4.1-1. Nombre de la empresa y marca

Empresa: Shortcut S.A.S
Marca: World Project Design
Nit: 900 438 030 - 7

4.2. LOGO



Ilustración 4.2-1. Logo

4.3. MISIÓN

Somos una Entidad que une oferta y demanda de servicios de diseño, facilitando herramientas para mejorar la competitividad de los diseñadores al servicio de las PYMES. Con el uso de una plataforma de información en tiempo real, se establecemos relaciones comerciales que permiten generar transacciones de diseño publicitario.

4.4. VISIÓN

Nuestra visión es ser líderes en el mercado de diseño publicitario online y la pagina número en la mente de las empresas que necesitan un diseño de alto impacto que se ajuste a sus precios. Así como brindar las mejores herramientas en el mercado a los diseñadores para que puedan hacer su trabajo de una forma más efectiva y cómoda.

4.5. VALORES

WORLD PROJECT DESIGN tiene como principales valores para regir el funcionamiento de la empresa:

- Honestidad: todas las acciones y compromisos de la empresa se van a regir con honestidad.
- Confianza: siendo una empresa seria y fortalecida con valores, va a lograr la confianza de cada uno de los usuarios para que intervengan en la página de WORLD PROJECT DESIGN.
- Calidad: todas las acciones de WORLD PROJECT DESIGN se van a regir bajo los estándares de calidad.
- Respeto: tener un trato respetuoso con los clientes que se interesen en la empresa.
- Cumplimiento: cumplir con cada una de las obligaciones que adquiere la organización con sus usuarios y con terceros.

Y de más valores que van a llevar WORLD PROJECT DESIGN a prestar un óptimo servicio a sus usuarios.



Ilustración 4.5-1. Banner Facebook

4.6. MODELO DE NEGOCIO

WPD es rentable a través una línea de negocio basada principalmente en cobrar una comisión de venta sobre el costo de cada proyecto que realizan exitosamente los diseñadores asociados para los clientes de WPD. Convirtiéndose WPD así en un canal que concentra a proveedores enfocados en satisfacer las necesidades de las PYMES colombianas.

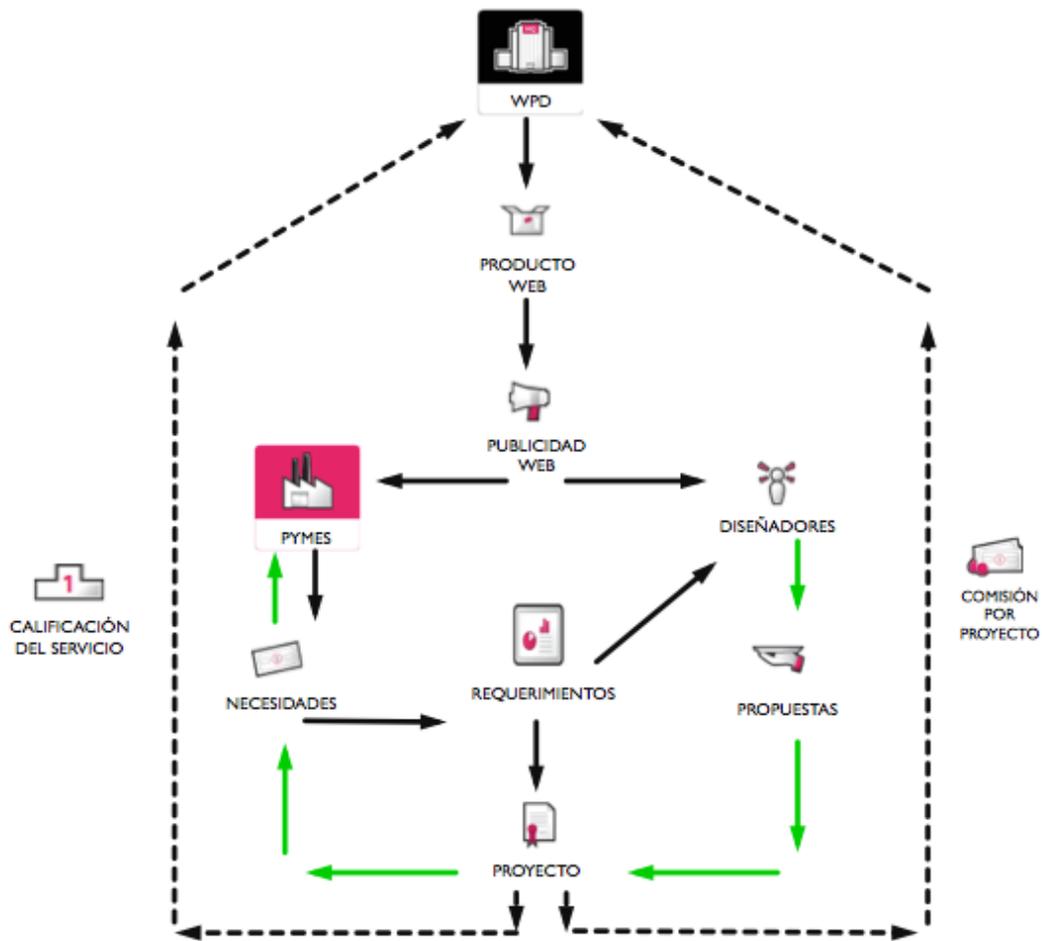


Ilustración 4.6-1. Modelo de negocio

Valor a agregado para la industria del diseño publicitario:

A través de un proceso de calidad integrado, en WPD se destacan los diseñadores mejor puntuados por los clientes. De esta manera se garantiza la calidad y los tiempos de entrega que podrían contratar las PYMES, logrando así elevar los estándares actuales de calidad en diseño publicitario en Colombia.

Fortalezas del negocio:

Soluciones adaptadas a necesidades reales: El equipo gestor tiene experiencia en el sector del diseño publicitario en Colombia. Esto hace que entendamos la actual demanda de las PYMES por productos y servicios de diseño publicitario adaptado a sus necesidades y presupuestos.

4.7. ORGANIGRAMA

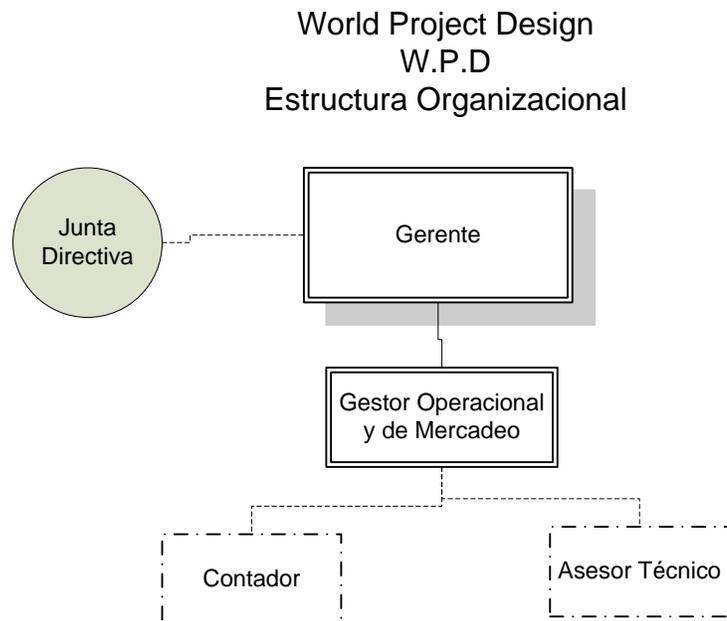


Ilustración 4.7-1. Organigrama

4.8. FUNCIONES

Tabla 4.8-1. Funciones

Gerente	
Nombre del Cargo:	Gerente general
Nombres del Responsable actual:	Natalia Betancourt Jaramillo
Características del cargo:	Responsable en la área administrativa y funcionamiento general de la empresa
Requisitos Exigidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Es un profesional capacitado en el área administrativa • Conocimientos en las áreas del comercio electrónico • Conocimiento de sistemas • Manejo de personal.
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Altas capacidades de planeación

	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Estrategia • Manejo de conflictos • Excelentes relaciones personales • Habilidades con el trabajo en equipo
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Debe administrar la empresa • Debe buscar una excelente relación con los usuarios de WORLD PROJECT DESIGN • Debe buscar mejorar la calidad de la empresa y los productos que en ella se contienen, buscando los mejores beneficios para el cliente y para la empresa, • Debe garantizar las obligaciones obtenidas por WORLD PROJECT DESIGN • Procurar que el cliente quede satisfecho y le encuentre siempre utilidad a la página de WORLD PROJECT DESIGN.

Gestor de Mercadeo	
Nombre del Cargo:	Gestor de mercado
Nombres del Responsable actual:	Mario Enrique Muñoz Ahumada
Número de puestos de trabajo:	1
Características del cargo:	Debe velar por el desarrollo del plan de mercado, por la relación con los clientes y mantener siempre en alto la imagen de la empresa.
Requisitos Exigidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional en diseño industrial • Con conocimiento en áreas de mercadeo, publicidad y comercio electrónico. • Manejo de programas de diseño y office
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Debe ser una persona recursiva • Creativa • Con altas capacidades para el análisis • Buen rendimiento en trabajos en equipo
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Esta encargado de desarrollar e implementar el plan estratégico de mercado • Estudiar las tendencias del mercado • Investigar formas de llegarle al

	cliente y el contacto con el mismo <ul style="list-style-type: none"> • Hacerle seguimiento a la imagen de la empresa y al posicionamiento de la misma en el mercado.
--	--

Gestor Operacional	
Nombre del Cargo:	Gestor operacional
Nombres del Responsable actual:	Avaro Betancourt
Número de puestos de trabajo:	1
Características del cargo:	Gestiona el funcionamiento general de la pagina y las operaciones dentro de esta.
Requisitos Exigidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero industrial o administrador de empresas • Manejo de office • Conocimiento en el comercio electronico • 2 años de experiencias en materias afines
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación con los cliente • Manejo de conflictos • Excelentes relaciones personales • Habilidades con el trabajo en equipo • Emprendedor • Productivo • Creativo • Buena redaccion de documentos
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Responder todas las solicitudes de los usuarios • Buscar mejoras a la pagina Web y encargarse de que sean ejecutadas • verificar cada una de las operaciones que se efectúen en la pagina • Hacer seguimiento a todos los procesos de diseño que se realicen en la pagina • Verificar fallas en el sistema y reportarlas al encargado • Trabajar coordinadamente con los demas departamentos

Contador	
Nombre del Cargo:	Contador
Nombres del Responsable actual:	Alvaro Leal
Número de puestos de trabajo:	1
Características del cargo:	Controlar el área Contable y financiera de la empresa.
Requisitos Exigidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Contador titulado

	<ul style="list-style-type: none"> • Debe tener conocimientos en finanzas • Debe manejar el paquete de office • Debe tener conocimiento en el área del comercio electrónico.
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Debe tener una excelente capacidad de análisis • Calculador • Un buen trabajo en equipo.
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Debe controlar los indicadores de gestión y rentabilidad • Administrar el flujo de caja y supervisar • Realizar el analisis financiero de la empresa • Realizar el cierre contable anualmenete

Asesor Técnico	
Nombre del Cargo:	Asesor tecnico y de sistemas
Nombres del Responsable actual:	Enrique Reasco
Número de puestos de trabajo:	1
Características del cargo:	Supervisar el funcionamiento tecnico de la pagina Web
Requisitos Exigidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Ser ingeniero de sistemas • Tener conociemiento en el area de comercio electronico • Tener conocimientos amplios en paginas Web
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Analitico • Calculador • Habilidades para trabajar en equipo • productivo • Emprendedor • Creativo
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el soporte técnico de la pagina • Trabajar conjuntamente con el gestor operacional • Verificar que la pagina este en buenas condiciones y funcionando como debe ser • Arreglar en el menor tiempo posible algun imprevisto tecnico que se presente en la pagina Web • Mantener la pagina en funcionamiento

Abogado	
Nombre del Cargo:	Abogado
Nombres del Responsable actual:	Andrea Catalian Mejia
Número de puestos de trabajo:	1
Características del cargo:	Encargarse de todos los aspectos juridico-legales que lleguen a la empresa.
Requisitos Exigidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Ser abogado titulado • 2 años de experiencia en empresas del sector • Manejo de office • Conocimiento del comercio electrónico
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Analítico • Planificador • Trabajo en equipo • Comunicador
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Debe responder a todos los requerimientos legales que se le hagan a la organización; tales como derechos de petición, tutelas. entre otros • Encargarse de la parte de contratación con usuarios y terceros • Verificar lo relacionado con derechos de autor y propiedad industrial tanto de la compañía como de los usuarios. • supervisar y ejecutar todos los aspectos legales de la empresa

4.9. ANALISIS DOFA

El análisis DOFA es determinado a través de las matrices POAM y PCI (Para mayor detalle, VER ANEXO I)

Tabla 4.9-1. Análisis DOFA

DOFA	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aceptación redes sociales	Desconfianza en la realización de pagos

	en línea
Desconocimiento de los precios de propuestas de diseños	La errónea utilización páginas web que unen oferta con demanda
Uso del internet en los negocios y Globalización de la información	El incremento de empresas que ofrecen productos de diseño en línea
Tiempos de entrega de Diseño	Incremento de empresas de publicidad que ofrecen sus servicios online.
Costos del movilización para las partes	
Inestabilidad laboral de Diseñadores	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Diferenciación en el mercado	Sistemas de coordinación
Velocidad de respuesta ante la demanda de diseños	Grado capacidad de endeudamiento
Habilidad para atraer y retener gente altamente creativa	Líquides y disponibilidad de fondos
Bajos costos de Operación	Experiencia técnica
Potencial de crecimiento del mercado	
Capacidad de innovación	
Motivación	

Fuente: Autor

Tabla 4.9-2. DOFA Cruzado

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
DOFA CRUZADO	Aceptación redes sociales	Desconfianza en la realización de pagos en línea
	Desconocimiento de los precios de propuestas de diseños	La errónea utilización páginas web que unen oferta con demanda
	Uso del internet en los negocios y Globalización de la información	El incremento de empresas que ofrecen productos de diseño en línea
	Tiempos de entrega de Diseño	Incremento de empresas de publicidad que ofrecen sus servicios online.
	Costos del movilización para las partes	

	Inestabilidad laboral de Diseñadores	
FORTALEZAS		
Diferenciación en el mercado	Realizar Campañas en redes sociales e invertir en publicidad en línea	Incentivar el uso de las pasarelas de pago y los pagos en línea.
Velocidad de respuesta ante la demanda de diseños	Mantener el interés de los usuarios por medio de el contante flujo de Ofertas de Proyectos de Diseño.	Dar a conocer claramente las reglas del portal para que los usuarios no cometan errores por falta de información.
Habilidad para atraer y retener gente altamente creativa	Desarrollo de un espacio en el portal, donde los usuario podrán formar parte del desarrollo del porta, por medio de opiniones.	Permitir que los diseñadores a través de los foros y preguntas abiertas puedan dar conocer sus experiencias.
Bajos costos de Operación	Dar a conocer los diferentes precios establecidos por la asociación Colombiana de la Industria publicitaria.	Establecer de una forma abierta el proceso para ser más confiables con respecto a la competencia.
Potencial de crecimiento del mercado	Átraer empresas que creen proyectos de diseño para atraera el potencial de más diseñadores.	Establecer relaciones en línea a través de programas de ruedas de negocios en los sectores de interés.
Capacidad de innovación	Establecer un sistema de retroalimentación entre la oferta y la demanda	
Motivación		
DEBILIDADES		
Sistemas de coordinación avanzaso entre la oferta y demanda habilitado	Proyectar la herramienta en el portal que permita que las partes tambien se comuniquen con escritorio compartido y con herramientas avanzadas.	Dar a conocer el servicio y sus fortalezas en reducción de tiempos y costos. Y las ventajas de la variedad de propuestas del diseño a través de la red.
Grado capacidad de endeudamiento	Presentar el plan de negociosos a instituciones de financiación.	Presentar el plan de negociosos a instituciones de financiación.
Liquidez y disponibilidad de fondos	Optimizar los recursos al máximo y adquirir una deuda	Competir con un servicio claro y fácil de usar.
Experiencia técnica	Apoyarse de eventos donde se renan desarrolladores web y donde se aprenda de la experiencia de otras empresas pertenecientes al sector de las TICS	Competir con una página web sencilla e intuitiva que permita al usuario ver la ventaja de un proceso rapido e impactante.

Fuente: Autor

4.10. ANALISIS LEGAL

REGISTRO Y CONSTITUCIÓN

El tipo de sociedad que se ha escogido es el de una sociedad por acciones simplificada S.A.S., debido entre otras razones a las siguientes: a.-) autonomía contractual, b.-) libertad para establecer los órganos de dirección, administración y control, c.-) limitación de responsabilidad, d.-) no requerir de contador público.

Es un nuevo tipo de sociedad que revalúa el sistema societario colombiano bajo nuevas pautas normativas. Conforme a la Ley 1258 de diciembre de 2008⁵⁰, la sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

La sociedad S.A.S puede contar por lo menos con un representante legal quien ostentará las funciones de la Junta Directiva a falta de estipulación en contrario.

Una de las características de este tipo societario es que los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capital cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

La SAS se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establece su domicilio principal, salvo que haya aportes cuya transferencia requiera escritura pública, en el cual se expresará lo siguiente:

1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.

3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

⁵⁰ LEY 528.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Los siguientes puntos están contemplados en el Registro único tributario de la DIAN. Las obligaciones tributarias son Impuesto a la Renta, retención en la fuente a título de renta, retención en la fuente en el impuesto sobre las ventas, ventas régimen común, informante de exógena. Número de resolución de facturación: 320000790273.

POLITICAS DE PRIVACIDAD DE LA PAGINA

Para ver el contrato laboral que se utilizara en la empresa, VER ANEXO J

5. ESQUEMA FINANCIERO

5.1. FUENTES DE FINANCIACION Y POLITICAS FINANCIERAS

Tabla 5.1-1. Variables de entrada

VARIABLES DE ENTRADA	
Reservas	0,1
Tasa de impuestos	0,33
Inflación	0,032
% de dividendos a pagar	0,9
Inversión de los socios	\$10.000.000
Préstamo para campañas publicitarias	\$16.000.000
Costo	0,18856
Plazo (año)	2
Costo de Oportunidad	0,12
% de dividendos	0,5
Vida útil Muebles y enseres (años)	5
Vida útil Máquinas y equipos (años)	5
% de utilidad por reinversión	0

Amortización de la financiación	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2
Saldo Inicial	\$0	\$16.000.000	\$8.000.000
Abono a Capital uniforme	\$0	\$8.000.000	\$8.000.000
Intereses	\$0	\$3.016.960	\$1.508.480
Cuota	\$0	\$11.016.960	\$9.508.480
Saldo Final	\$16.000.000	\$8.000.000	\$0

5.2. INGRESOS Y EGRESOS

Tabla 5.2-1 Ventas

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
VENTAS	\$0	\$89.677.228	\$95.323.306	\$101.324.861	\$108.227.111	\$116.157.994	\$125.269.427
Campaña Publicitaria		\$54.761.635	\$58.209.427	\$61.874.293	\$66.089.170	\$70.932.184	\$76.496.105
Video multimedia animado		\$13.225.117	\$14.057.770	\$14.942.847	\$15.960.754	\$17.130.358	\$18.474.063
Brochure		\$2.768.238	\$2.942.526	\$3.127.788	\$3.340.853	\$3.585.670	\$3.866.930
Souvenir		\$5.921.302	\$6.294.107	\$6.690.384	\$7.146.133	\$7.669.802	\$8.271.421
Diseño de Stand		\$4.023.800	\$4.277.138	\$4.546.427	\$4.856.130	\$5.211.987	\$5.620.815
Página web básica		\$6.489.912	\$6.898.517	\$7.332.847	\$7.832.361	\$8.406.316	\$9.065.708
Pendon		\$2.487.224	\$2.643.820	\$2.810.275	\$3.001.711	\$3.221.676	\$3.474.384

Tabla 5.2-2. Costos Fijos

COSTOS FIJOS								
COSTO	DETALLE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Honorarios			3.600.000	3.715.200	3.834.086	3.956.777	4.083.394	4.214.063
	Asistencia técnica	600.000	3.600.000	3.715.200	3.834.086	3.956.777	4.083.394	4.214.063
Arrendamiento			290.000	299.280	308.857	318.740	328.940	339.466
	Servidor	1.667	20.000	20.640	21.300	21.982	22.686	23.411
	Dominio	1.667	20.000	20.640	21.300	21.982	22.686	23.411
	Hosting	20.833	250.000	258.000	266.256	274.776	283.569	292.643
Servicios			1.680.000	1.733.760	1.789.240	1.846.496	1.905.584	1.966.563
	Luz	80.000	960.000	990.720	1.022.423	1.055.141	1.088.905	1.123.750
	Internet	60.000	720.000	743.040	766.817	791.355	816.679	842.813
TOTAL COSTOS FIJOS		464.167	5.570.000	5.748.240	5.932.184	6.122.014	6.317.918	6.520.091

Tabla 5.2-3. Gastos Operacionales

GASTOS OPERACIONALES								
Gastos	DETALLE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN								
Honorarios		1.300.000	15.600.000	16.099.200	16.614.374	17.146.034	17.694.707	18.260.938
	Gerente de Relaciones Púlicas	1.000.000	12.000.000	12.384.000	12.780.288	13.189.257	13.611.313	14.046.875
	Contador	300.000	3.600.000	3.715.200	3.834.086	3.956.777	4.083.394	4.214.063
Arrendamiento		597.000	7.164.000	7.393.248	7.629.832	7.873.987	8.125.954	8.385.985
	Local	500.000	6.000.000	6.192.000	6.390.144	6.594.629	6.805.657	7.023.438
	Cuota de Adminis.	97.000	1.164.000	1.201.248	1.239.688	1.279.358	1.320.297	1.362.547
Legales		14.417	181.663	187.744	194.037	200.600	207.451	214.610
	Matricula Mercantil ICA	14.417	173.000	178.536	184.249	190.145	196.230	202.509
			8.663	9.208	9.788	10.455	11.221	12.101
	Ventas		89.677.228	95.323.306	101.324.861	108.227.111	116.157.994	125.269.427
Seguros		66.667	800.004	825.604	852.023	879.288	907.425	936.463
	Seguro de muebles y equipos	66.667	800.004	825.604	852.023	879.288	907.425	936.463
Servicios		340.000	4.080.000	4.210.560	4.345.298	4.484.347	4.627.847	4.775.938
	Agua	80.000	960.000	990.720	1.022.423	1.055.141	1.088.905	1.123.750
	Teléfono fijo	110.000	1.320.000	1.362.240	1.405.832	1.450.818	1.497.244	1.545.156
	Teléfono celular	150.000	1.800.000	1.857.600	1.917.043	1.978.389	2.041.697	2.107.031
Otros Gastos		30.000	360.000	371.520	383.409	395.678	408.339	421.406
	Papeleria	30.000	360.000	371.520	383.409	395.678	408.339	421.406
Total		2.348.084	28.185.667	29.087.876	30.018.973	30.979.934	31.971.724	32.995.340
1,00								
0,14	Campaña Publicitaria	335.441	4.026.524	4.155.411	4.288.425	4.425.705	4.567.389	4.713.620
0,14	Video multimedia animado	335.441	4.026.524	4.155.411	4.288.425	4.425.705	4.567.389	4.713.620
0,14	Brochure	335.441	4.026.524	4.155.411	4.288.425	4.425.705	4.567.389	4.713.620

0,14	Souvenir	335.441	4.026.524	4.155.411	4.288.425	4.425.705	4.567.389	4.713.620
0,14	Diseño de Stand	335.441	4.026.524	4.155.411	4.288.425	4.425.705	4.567.389	4.713.620
0,14	Página web básica	335.441	4.026.524	4.155.411	4.288.425	4.425.705	4.567.389	4.713.620
0,14	Pendon	335.441	4.026.524	4.155.411	4.288.425	4.425.705	4.567.389	4.713.620

GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS

Honorarios		900.000	10.800.000	11.145.600	11.502.259	11.870.331	12.250.182	12.642.188
	Gestor Operacional y de Mercadeo	900.000	10.800.000	11.145.600	11.502.259	11.870.331	12.250.182	12.642.188
Otros		353.333	4.240.000	4.348.800	8.487.962	8.631.576	8.779.787	8.932.740
	Publicidad	283.333	3.400.000	3.508.800	3.621.082	3.736.956	3.856.539	3.979.948
	Campaña especial de publicidad		0	0	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
	Papelería	40.000	480.000	480.000	495.360	511.212	527.570	544.453
	Cafetería	30.000	360.000	360.000	371.520	383.409	395.678	408.339
	Totales	1.253.333	15.040.000	15.494.400	19.990.221	20.501.908	21.029.969	21.574.928

1,00								
0,14	Campaña Publicitaria	179.048	2.148.571	2.213.486	2.855.746	2.928.844	3.004.281	3.082.133
0,14	Video multimedia animado	179.048	2.148.571	2.213.486	2.855.746	2.928.844	3.004.281	3.082.133
0,14	Brochure	179.048	2.148.571	2.213.486	2.855.746	2.928.844	3.004.281	3.082.133
0,14	Souvenir	179.048	2.148.571	2.213.486	2.855.746	2.928.844	3.004.281	3.082.133
0,14	Diseño de Stand	179.048	2.148.571	2.213.486	2.855.746	2.928.844	3.004.281	3.082.133
0,14	Página web básica	179.048	2.148.571	2.213.486	2.855.746	2.928.844	3.004.281	3.082.133
0,14	Pendon	179.048	2.148.571	2.213.486	2.855.746	2.928.844	3.004.281	3.082.133

GASTOS FINANCIEROS OPERACIONALES

Honorarios		10.000	120.000	123.840	127.803	131.893	136.113	140.469
	Costo Bancario de transacción	10.000	120.000	123.840	127.803	131.893	136.113	140.469
	Totales	10.000	120.000	123.840	127.803	131.893	136.113	140.469
TOTAL GASTOS		3.611.417	43.345.667	44.706.116	50.136.997	51.613.735	53.137.806	54.710.737

5.3. PROYECCIONES Y ANÁLISIS FINANCIEROS

5.3.1. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 5.3.1-1. Flujo de caja de los asociados

Flujo de caja de los asociados (FCA)							
- APORTES DE CAPITAL	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
+ UTILIDADES O DIVIDENDOS PAGADOS	\$0	\$0	\$16.988.711	\$21.297.971	\$22.426.896	\$25.291.117	\$28.813.140
= FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA (FCA)	-\$10.000.000	\$0	\$16.988.711	\$21.297.971	\$22.426.896	\$25.291.117	\$28.813.140
VPN FCA	\$44.751.765						
TIR FCA	0,935601815						

5.3.1-2. Flujo de caja de la financiación

Flujo de caja de la financiación (FCF)							
- PRÉSTAMOS RECIBIDOS	\$16.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
+ PAGOS DE PRESTAMOS (Capital e intereses)	\$0	\$11.016.960	\$9.508.480	\$0	\$0	\$0	\$0
= FLUJO DE LA CAJA DE LA DEUDA (FCD)	\$16.000.000	\$11.016.960	\$9.508.480				
- AHORRO EN IMPUESTOS POR PAGOS DE INTERESES		0	\$ 995.597				
= FLUJO DE CAJA DE LA FINANCIACIÓN (FCF)	\$16.000.000	\$11.016.960	\$8.512.883				

5.3.1-3. Flujo de caja libre

Flujo de caja libre (FCL) FCL = FCA + FCF	-\$26.000.000	\$11.016.960	\$25.501.594	\$21.297.971	\$22.426.896	\$25.291.117	\$28.813.140
VPN	\$ 42.794.033,78						
TIR	65%						
B/C	1,84						

Tabla 5.3.1-4. Verificación Flujo de caja

Verificación							
Flujo de caja libre (FCL)							
SALDO OPERATIVO	-\$12.500.000	\$32.690.610	\$29.031.193	\$27.036.594	\$31.168.724	\$35.442.075	\$40.453.542
+ SALDO ACUMULADO DE CAJA DEL AÑO ANTERIOR	0	\$13.500.000	\$35.173.650	\$37.707.652	\$43.446.275	\$52.188.103	\$62.339.062
- SALDO ACUMULADO DE CAJA DEL AÑO	\$13.500.000	35173650,4	37707651,99	43446275,15	52188103,36	62339061,6	73979464,1
- Ahorros en Impuestos		\$ 0	\$ 995.597	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= FLUJO DE CAJA LIBRE	-\$26.000.000	\$11.016.960	\$25.501.594	\$21.297.971	\$22.426.896	\$25.291.117	\$28.813.140

5.3.2. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 5.3.2-1. Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
VENTAS	\$0	\$89.677.228	\$95.323.306	\$101.324.861	\$108.227.111	\$116.157.994	\$125.269.427
Campaña Publicitaria		\$54.761.635	\$58.209.427	\$61.874.293	\$66.089.170	\$70.932.184	\$76.496.105
Video multimedia animado		\$13.225.117	\$14.057.770	\$14.942.847	\$15.960.754	\$17.130.358	\$18.474.063
Brochure		\$2.768.238	\$2.942.526	\$3.127.788	\$3.340.853	\$3.585.670	\$3.866.930
Souvenir		\$5.921.302	\$6.294.107	\$6.690.384	\$7.146.133	\$7.669.802	\$8.271.421

Diseño de Stand		\$4.023.800	\$4.277.138	\$4.546.427	\$4.856.130	\$5.211.987	\$5.620.815
Página web básica		\$6.489.912	\$6.898.517	\$7.332.847	\$7.832.361	\$8.406.316	\$9.065.708
Pendon		\$2.487.224	\$2.643.820	\$2.810.275	\$3.001.711	\$3.221.676	\$3.474.384
COSTO DE VENTAS	\$0	\$13.640.950	\$14.327.338	\$15.051.421	\$15.862.454	\$16.772.137	\$17.794.340
COSTOS FIJOS		\$5.570.000	\$5.748.240	\$5.932.184	\$6.122.014	\$6.317.918	\$6.520.091
COSTOS VARIABLES		\$8.070.950	\$8.579.098	\$9.119.238	\$9.740.440	\$10.454.219	\$11.274.248
Campaña Publicitaria		\$4.928.547	\$5.238.848	\$5.568.686	\$5.948.025	\$6.383.897	\$6.884.649
Video multimedia animado		\$1.190.261	\$1.265.199	\$1.344.856	\$1.436.468	\$1.541.732	\$1.662.666
Brochure		\$249.141	\$264.827	\$281.501	\$300.677	\$322.710	\$348.024
Souvenir		\$532.917	\$566.470	\$602.135	\$643.152	\$690.282	\$744.428
Diseño de Stand		\$362.142	\$384.942	\$409.178	\$437.052	\$469.079	\$505.873
Página web básica		\$584.092	\$620.867	\$659.956	\$704.912	\$756.568	\$815.914
Pendon		\$223.850	\$237.944	\$252.925	\$270.154	\$289.951	\$312.695
GASTOS OPERACIONALES	\$0	\$43.345.667	\$44.706.116	\$50.136.997	\$51.613.735	\$53.137.806	\$54.710.737
Gastos Administrativos		\$28.185.667	\$29.087.876	\$30.018.973	\$30.979.934	\$31.971.724	\$32.995.340
Gastos de Ventas		\$15.040.000	\$15.494.400	\$19.990.221	\$20.501.908	\$21.029.969	\$21.574.928
Gastos Financieros		\$120.000	\$123.840	\$127.803	\$131.893	\$136.113	\$140.469
EBITDA	\$0	\$32.690.610	\$36.289.852	\$36.136.443	\$40.750.923	\$46.248.050	\$52.764.350
Campaña Publicitaria		\$42.845.135	\$45.762.814	\$48.295.724	\$51.893.180	\$56.054.613	\$60.864.194
Video multimedia animado		\$5.046.904	\$5.584.806	\$5.588.108	\$6.276.322	\$7.094.951	\$8.064.136
Brochure		-\$4.468.856	-\$4.530.066	-\$5.163.596	-\$5.207.788	-\$5.230.715	-\$5.228.355
Souvenir		-\$1.599.568	-\$1.480.128	-\$1.921.633	-\$1.744.983	-\$1.514.155	-\$1.220.268
Diseño de Stand		-\$3.326.294	-\$3.315.569	-\$3.872.634	-\$3.828.886	-\$3.750.767	-\$3.632.319
Página web básica		-\$1.082.132	-\$930.115	-\$1.336.992	-\$1.120.515	-\$843.927	-\$497.467
Pendon		-\$4.724.578	-\$4.801.889	-\$5.452.533	-\$5.516.407	-\$5.561.949	-\$5.585.571
UTILIDAD OPERACIONAL (EBIT)		\$31.190.610	\$34.789.852	\$34.636.443	\$39.250.923	\$44.748.050	\$51.264.350
Depreciación		\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$28.173.650	\$35.320.017	\$37.192.199	\$41.942.150	\$47.782.984	\$54.721.927
Otros Ingresos		\$0	\$2.038.645	\$2.555.756	\$2.691.228	\$3.034.934	\$3.457.577

Egresos financieros		\$3.016.960	\$1.508.480	\$0	\$0	\$0	\$0
Impuestos		\$9.297.305	\$11.655.606	\$12.273.426	\$13.840.910	\$15.768.385	\$18.058.236
UTILIDAD NETA		\$18.876.346	\$23.664.412	\$24.918.774	\$28.101.241	\$32.014.600	\$36.663.691

5.3.3. Balance General Proyectado

Tabla 5.3.3-1. Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
ACTIVOS	\$26.000.000	\$46.173.650	\$47.207.652	\$51.446.275	\$58.688.103	\$67.339.062	\$77.479.464
ACTIVO CORRIENTE	\$13.500.000	\$35.173.650	\$37.707.652	\$43.446.275	\$52.188.103	\$62.339.062	\$73.979.464
Caja	\$13.500.000	\$35.173.650	\$37.707.652	\$43.446.275	\$52.188.103	\$62.339.062	\$73.979.464
ACTIVOS FIJOS	\$12.500.000	\$11.000.000	\$9.500.000	\$8.000.000	\$6.500.000	\$5.000.000	\$3.500.000
Muebles y Enseres	\$4.500.000	\$4.500.000	\$4.500.000	\$4.500.000	\$4.500.000	\$4.500.000	\$4.500.000
- Depreciación Acumulada	\$0	\$900.000	\$1.800.000	\$2.700.000	\$3.600.000	\$4.500.000	\$5.400.000
Equipos de computo	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000
- Depreciación Acumulada	\$0	\$600.000	\$1.200.000	\$1.800.000	\$2.400.000	\$3.000.000	\$3.600.000
Página web	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000
PASIVO	\$16.000.000	\$34.286.016	\$32.953.576	\$34.700.322	\$39.132.026	\$44.581.524	\$51.055.558
Impuestos por pagar	\$0	\$9.297.305	\$11.655.606	\$12.273.426	\$13.840.910	\$15.768.385	\$18.058.236
Dividendos por pagar	\$0	\$16.988.711	\$21.297.971	\$22.426.896	\$25.291.117	\$28.813.140	\$32.997.322
Creditos	\$16.000.000	\$8.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PATRIMONIO	\$10.000.000	\$11.887.635	\$14.254.076	\$16.745.953	\$19.556.077	\$22.757.537	\$26.423.906

Aportes de los socios	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000
Excedentes no repartidos	\$0	\$1.887.635	\$4.254.076	\$6.745.953	\$9.556.077	\$12.757.537	\$16.423.906
ACTIVO	26.000.000	46.173.650	47.207.652	51.446.275	58.688.103	67.339.062	77.479.464
PASIVO Y PATRIMONIO	26.000.000	46.173.650	47.207.652	51.446.275	58.688.103	67.339.062	77.479.464

5.3.4. Flujo de Tesorería

Tabla 5.3.4-1. Flujo de Tesorería

FLUJO DE TESORERIA							
SALDO INICIAL	\$0	\$13.500.000	\$35.173.650	\$37.707.652	\$43.446.275	\$52.188.103	\$62.339.062
Ingresos corrientes	\$0	\$89.677.228	\$95.323.306	\$101.324.861	\$108.227.111	\$116.157.994	\$125.269.427
Otros ingresos	\$0	\$0	\$2.038.645	\$2.555.756	\$2.691.228	\$3.034.934	\$3.457.577
- EGRESOS CORRIENTES	\$0	\$56.986.617	\$59.033.454	\$65.188.418	\$67.476.188	\$69.909.943	\$72.505.076
- INVERSION EN ESPECIE	\$12.500.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
- PAGO DE IMPUESTOS	\$0	\$0	\$9.297.305	\$11.655.606	\$12.273.426	\$13.840.910	\$15.768.385
SALDO OPERATIVO	-\$12.500.000	\$32.690.610	\$29.031.193	\$27.036.594	\$31.168.724	\$35.442.075	\$40.453.542
- PAGO DE PRESTAMOS (Capital e Intereses)	\$0	\$11.016.960	\$9.508.480	\$0	\$0	\$0	\$0
- PAGO DE DIVIDENDOS	\$0	\$0	\$16.988.711	\$21.297.971	\$22.426.896	\$25.291.117	\$28.813.140
SALDO DEL AÑO	-\$12.500.000	\$21.673.650	\$2.534.002	\$5.738.623	\$8.741.828	\$10.150.958	\$11.640.403
+ INVERSION DE LOS SOCIOS	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
+ PRESTAMOS RECIBIDOS	\$16.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
NUEVO SALDO DEL AÑO	\$13.500.000	\$21.673.650	\$2.534.002	\$5.738.623	\$8.741.828	\$10.150.958	\$11.640.403
SALDO ACUMULADO	\$13.500.000	\$35.173.650	\$37.707.652	\$43.446.275	\$52.188.103	\$62.339.062	\$73.979.464

5.3.5. Indicadores Financieros

Tabla 5.3.5-1. Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS												
INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6	
INDICADORES DE LIQUEDEZ	Razon de liquidez =Act cte/Pas cte	1,03	1,14	11,5%	1,25	9,4%	1,33	6,5%	1,40	4,8%	1,45	3,6%
	Capital neto de trabajo =Act.Cte.-Pas.Cte.	\$ 887.635	\$ 4.754.076	435,6%	\$ 8.745.953	84,0%	\$ 13.056.077	49,3%	\$ 17.757.537	36,0%	\$ 22.923.906	29,1%
INDICADORES DE RENDIMIENTO	Rendimiento de activos =Utilidad neta/activos fijos	1,72	2,49	45,2%	3,11	25,0%	4,32	38,8%	-	-	10,48	-
	Rendimiento de activos totales =Utilidad Neta/activos totales	0,41	0,50	22,6%	0,48	-3,4%	0,48	-1,1%	0,48	-0,7%	0,47	-0,5%
	Margen operacional =Utilidad Operacional/ventas netas	0,35	0,36	4,9%	0,34	-6,3%	0,36	6,1%	0,39	6,2%	0,41	6,2%
	Margen neto de Utilidad =Utilidad Neta/ventas netas	0,210	0,248	17,9%	0,246	-0,9%	0,260	5,6%	0,276	6,1%	0,293	6,2%
	Nivel de endeudamiento =Total Pasivo/total activo	0,74	0,70	-6,0%	0,67	-3,4%	0,67	-1,1%	0,66	-0,7%	0,66	-0,5%
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO	Endeudamiento =Obligaciones financieras/ventas netas	0,089	0,000	-100,0%	0,000	-	0,000	-	0,000	-	0,000	-
	Impacto de la carga Financiera =Gastos Financieros/ventas netas	0,001	0,001	-2,9%	0,001	-2,9%	0,001	-3,4%	0,001	-3,8%	0,001	-4,3%
	Cobertura de intereses =Utilidad de operación/Intereses Pagados	10,34	23,06	123,1%	-	-	-	-	-	-	-	-
	Apalancamiento total =Pasivo Total/Patrimonio	2,88	2,31	-19,8%	2,07	-10,4%	2,00	-3,4%	1,96	-2,1%	1,93	-1,4%
INDICADORES DE APALANCAMIENTO	Apalancamiento Financiero =Pasivo entidades Financieras/Patrimonio	0,67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

5.3.6. Gráficas para pegar en finanzas

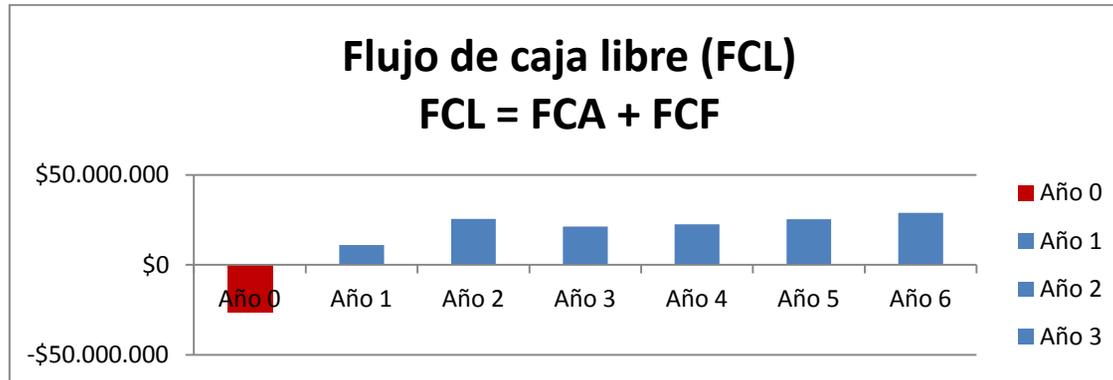


Ilustración 5.3.6-1. Flujo de caja libre

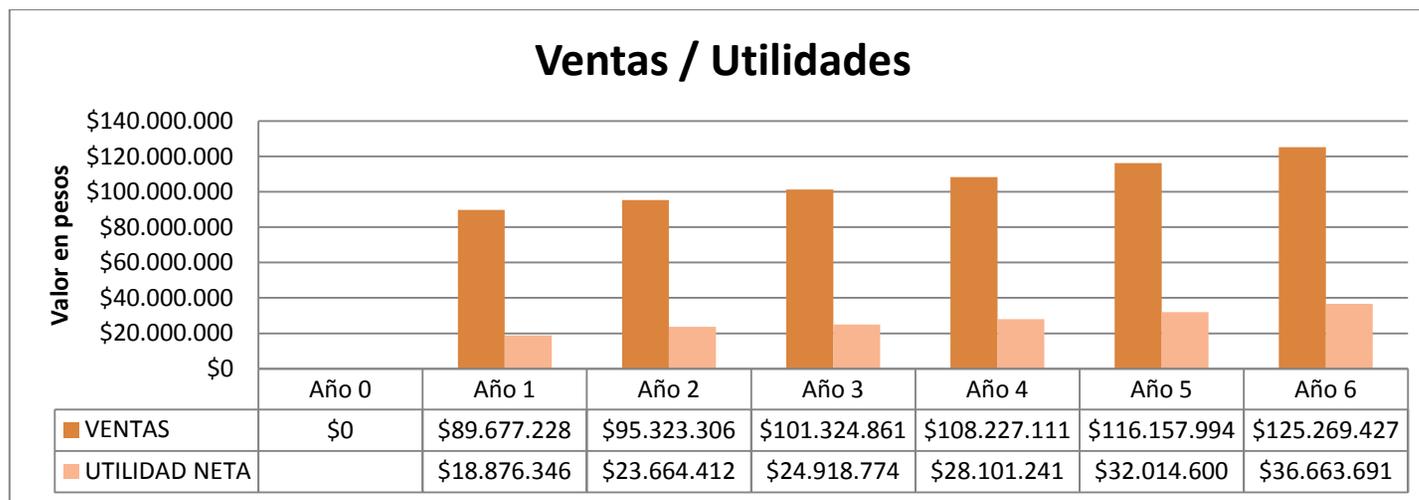


Ilustración 5.3.6-2. Ventas

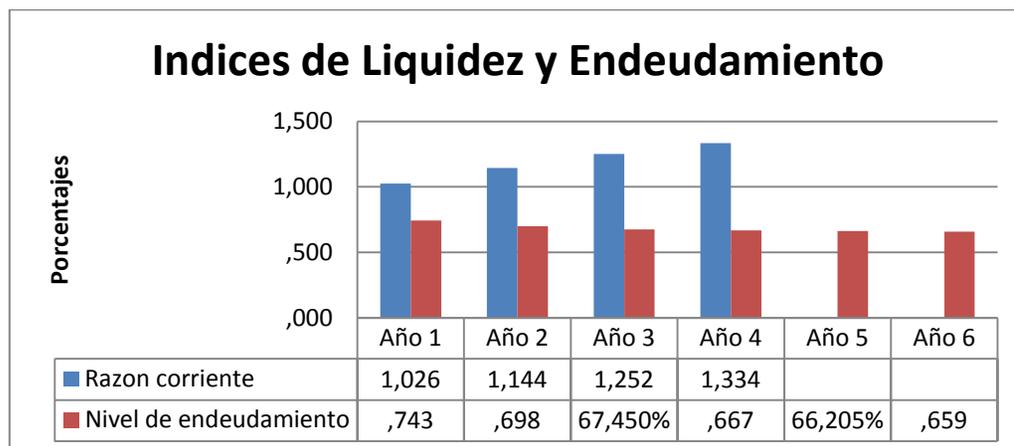


Ilustración 5.3.6-3. Índices de Liquidez y Endeudamiento

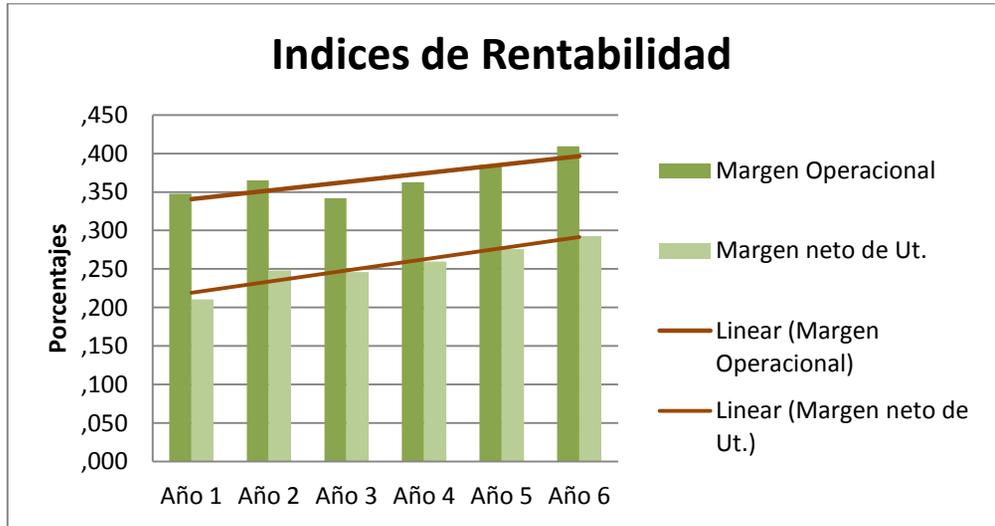


Ilustración 5.3.6-4. Índices de rentabilidad

5.4. RESUMEN Y CONCLUSIONES DEL ESQUEMA FINANCIERO

El proyecto se muestra financieramente viable, teniendo un Valor Presente Neto positivo de \$ 42.794.034 con una inversión de \$10 millones (año) y un Costo de oportunidad de 12%, proyectado a 6 años. Adicionalmente, el rendimiento de los inversionistas es mayor al esperado, ya que los resultados nos muestran una tasa interna de retorno del 65%.

Por otro lado, los indicadores calculados para el año 1 nos arrojan lo siguiente:

- **Liquidez:** Razón Corriente, también denominada relación corriente, muestra que las posibilidades de la empresa para asumir deudas las cuales van disminuyendo en el tiempo. La empresa puede afrontar un compromiso financiero del 11.5% en el primer año y del 9.4% en el segundo año. Esta posibilidad se reduce en un punto porcentual. Esto da una idea del respaldo sobre los pasivos corrientes, riesgo de iliquidez y efectividad en el manejo del capital de trabajo.
- **Rendimiento:** En el primer año se observa que cada peso en ventas generó 0,21 pesos de utilidad neta, terminando en el 6 año con 0,29 pesos, mostrando un aumento claro de la utilidad marginal.
- **Endeudamiento:** Se observa que en el primer año por cada peso invertido en activos, 0,74 pesos fueron financiados con terceros. Estas obligaciones disminuyeron año tras año, mostrando siempre un nivel de endeudamiento razonable

6. ESQUEMA DE EJECUCIÓN

En el esquema de ejecución describe las actividades y metas que la organización tiene con la sociedad, así como su responsabilidad para mejorar la situación laboral y económica tanto de los usuarios del sistema.

6.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 6.1-1. Cronograma de actividades

	ACTIVIDAD	MESES							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1. Realizar una investigación de mercados, plantear estrategias en el servicio, precio, producto, distribución y promoción y a partir de ellas consolidar el plan de mercadeo.	Definir objetivos, segmentar el mercado, y determinar metodología de la investigación.	x							
	Analizar la competencia y analizar el sector.	x							
	Realizar una investigación de mercados cualitativa y cuantitativa. Definiendo la metodología a utilizar y analizando la información obtenida.	x							
	Analizar los beneficios que reciben los <i>stakeholders</i> durante la operación de la compañía. En el resumen del plan de mercadeo.	x							
	Determinar estrategias de servicio, producto, precio, distribución y promoción y proyecciones de ventas.	x							
2. Definir los procesos que realizará la empresa durante su funcionamiento y a partir de éstos realizar un esquema de planeación operacional.	Realización de la ficha técnica del servicio y estado de desarrollo del proyecto		x						
	Describir los procesos internos y externos que realizara el personal de la compañía durante su funcionamiento, para cumplir con su objeto social.		x						
	Definir las necesidades y requerimientos, el plan de <i>servucción</i> y plan de abastecimiento.		x						
	Diseñar la estructura del portal		x						

		en línea que representa la infraestructura del proyecto, los costos de operación y consolidar el plan operacional.										
3. Diseñar la estructura organizacional, los gastos administrativos y las estrategias organizacionales, para consolidar el plan organizacional.		Determinar los cargos de la empresa a partir del diseño de la estructura organizacional.			x							
		Definir la estrategia organizacional de la empresa.			x							
		Determinar los aspectos legales y el tipo de sociedad de la empresa y su constitución.			x							
		Determinar los gastos administrativos y de personal.			x							
4. Realizar los estados financieros proyectados, establecer las políticas financieras y efectuar un análisis financiero que permitan un esquema integral para el área administrativa.		Determinar la inversión inicial y las políticas financieras.				x						
		Determinar los ingresos, egresos y cálculo de la rentabilidad.				x						
		Realizar las proyecciones de los estados financieros.				x						
		Realizar un análisis Financiero.				x						
5. Poner en marcha la empresa a través de la ejecución del plan de negocios.		Determinar el impacto social de la empresa y proyectar el negocio hacia el futuro.						x				
		Realizar el resumen ejecutivo						x				
		Realizar el esquema de ejecución, conclusiones del plan de negocios y poner en marcha la empresa.						x				
6. realización de la estrategia de promoción		Evento promocional con los diseñadores. (fiesta)							x			
		Evento promocional empresarios.(desayuno)							x			
		Realización de conferencias directas explicativas a empresarios y fabricantes, Redes negocios.							x	x	x	
		Participación en las redes sociales como un medio de promoción.							x	x	X	

	Correo electrónico y el correo directo promocional.							x	x	x
	Estrategias de colocación del portal mediante el uso de pautas.								x	x
7. World Project Design en operación	Desarrollo del portal web, programación.							x	x	x
	Pre-inscripción: Diseñadores, Fabricantes, Empresas								X	
	Primeros proyectos de diseño abiertos								X	
	Ventas y transacciones de Diseños									x

Fuente: Autora

6.2. METAS SOCIALES

Shortcut S.A.S a través de *World Project Design* presenta un modelo de negocio que brinda oportunidades de desarrollo profesional y económico a dos grandes grupos de usuarios empresas y diseñadores.

Finalmente el sistema presenta un abanico de posibilidades y facilidades, mientras que incentiva la comunicación y brinda un espacio en el cual las empresas pueden presentar una necesidad específica y donde los profesionales pueden dar a conocer sus servicios de forma rápida, oportuna y segura, para suplir esta demanda. Con esto se busca apoyar al clúster de diseño utilizando herramientas TIC y generar una sinergia entre la demanda y la oferta a través de un modelo de negocios B2B bajo una ejecución de procesos de la cadena de suministro en modo Pull.

Metas sociales de la organización.

Shortcut S.A.S tiene como principal meta generar empleo para aquellos diseñadores que quieran fortalecer su perfil profesional, además busca satisfacer las necesidades de personas o empresas que busquen de la ayuda profesional de un diseñador.

De la misma manera, Shortcut S.A.S busca que los diseñadores que entren al portal puedan vender sus productos y servicios, que vean en el portal una herramienta útil para el desarrollo de sus carreras profesionales, que vean las oportunidades de crecer, de conocer personas del gremio, de evaluar como funciona el mercado y así convertirse en profesionales más competitivos.

Por otro lado, Shortcut S.A.S desea satisfacer las necesidades de las personas y empresas que buscan en el portal una herramienta para cerrar un negocio, donde puedan jugar con variables como: precio y tiempos de entrega, y en donde de miles de opciones de diseño puedan escoger la que más se ajuste a lo que buscan.

6.3. EMPLEO

Al ser una organización de diseño independiente, el crear empleo se convierte en una de sus principales metas sociales. Shortcut S.A.S no sólo lograra emplear directamente a las personas que harán parte de la organización, como lo es el gerente, el gestor operacional, el gestor de ventas y todos aquellos asesores externos, sino a su vez a docenas de diseñadores que quieran hacer parte de esta gran red.

Se busca lograr que cientos de diseñadores vean en la página la oportunidad de ocuparse con determinadas personas que busquen sus servicios, que puedan trabajar sin necesidad que exista subordinación sino por el contrario que cada persona pueda trabajar por un resultado (un proyecto de diseño específico).

6.4. EMPRENDEDOR

La motivación más importante para la creación de la organización es la necesidad de permitir que el trabajo sea fácil para todos los usuarios de la red.

Además de esto, lograr hacer más interactiva la transacción de un diseño, donde todos los usuarios pueden ponerse en contacto, negociar y contratar por medio de nuestro portal interactivo.

Por otro lado ofrecer a los usuarios y empresas (agencias de viajes) la posibilidad de trabajar o convocar desde el lugar que deseen, con las condiciones de pago que pidan y bajo los parámetros que acuerden. Es inspirante saber que varias personas pueden crecer en una organización de forma no presencial y que exista un lugar en la red donde a

los usuarios se les da la posibilidad de acceder desde cualquier lugar de Colombia y así mismo entregar sus servicios a cualquier lugar del país.

Por último, otra motivación importante es brindar la oportunidad a los diseñadores de hacerse conocer online, de venderse, de lograr encontrar en el portal una herramienta útil para desarrollar proyectos de diseño.

6.5. IMPACTO ECONÓMICO

Este nuevo concepto de trabajo y empleo virtual, permite que muchas personas puedan trabajar sin la necesidad de estar vinculadas laboralmente a una empresa y que puedan ofrecer sus servicios de manera independiente y a varias organizaciones a la vez.

De la misma manera, permite promocionar el espíritu empresarial, apoyar a través de los servicios ofrecidos a las empresas (agencias de viajes) que necesitan renovar su posicionamiento en el mercado y a los diseñadores.

Promover el trabajo independiente como forma de crecimiento y desarrollo económico.

6.6. IMPACTO SOCIAL

La idea del negocio de Shortcut SAS contribuye un impacto positivo en la sociedad, pues va a acercar a los diferentes usuarios con necesidades específicas dentro de la Web. Una vez se encuentr

an, facilita la transacción entre unos y otros, haciendo más eficiente cada una de las operaciones de diseño en la red. Da la posibilidad de crear una red enorme de proyectos de diseño, donde los diseñadores y quienes se hacen acreedores de estos diseños se benefician mutuamente y se puedan satisfacer todas las necesidades que allí se plasman.

6.7. IMPACTO AMBIENTAL

Si se evalúa el impacto ambiental como el resultado del análisis de las secuelas predecibles que deja una determinada labor o actividad sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, podemos concluir que las acciones que se despliegan en Shortcut S.A.S. no generan efectos negativos al medio ambiente, por el contrario, al permitir y facilitar que los intervinientes trabajen virtualmente, se contribuye con la responsabilidad de no generar contaminación ambiental. Incluso, al ser todo virtual la reducción del uso del papel va a ser realmente importante y se va a contribuir a pensar en el medio ambiente.

7. CONCLUSIONES

- ✓ A la hora de contratar servicios de diseño lo más valorado por el mercado objetivo es el impacto en el diseño, la novedad y la innovación, así como también lo son la economía y los precios. Estos criterios son los más relevantes para los demandantes de diseño en el portal web. A lo largo del estudio se encontró que la prontitud y el cumplimiento también forman una dinámica clave para satisfacer las necesidades del mercado estudiado.
- ✓ Se concluye del estudio que el público objetivo está altamente interesado en un servicio que le ofrece la posibilidad de recibir varias propuestas de diseño en un solo lugar sin tener que buscar a los creativos uno por uno y tal vez hacer una elección errónea. Existe un alto interés en ver el diseño o resultado primero y no a la persona que hace el trabajo, así como de trabajar con *FreeLancers* y no tener diseñadores en la empresa.
- ✓ Los productos más pedidos y con los cuales se abrieron las operaciones de la empresa son: Campaña publicitaria, Video Multimedia, Brochure, Diseño de Stand, Suvenir, Pendón y Página Web. Dichos pedidos son utilizados para ferias de exposiciones, comunicación con los clientes y para establecer un reconocimiento y diferenciación por parte del mercado.
- ✓ El 100% de los individuos estudiados piensa que invertir en diseño los posicionará mejor en el mercado. Y 96% tienen un nivel de aceptación frente a los servicios de la página web.
- ✓ La empresa es capaz de generar suficiente dinero para recuperar la inversión y además generar ganancia.
- ✓ Los estudios revelan que se halla una competencia internacional con presencia en Colombia que utiliza altos precios al público. Así mismo existen altas oportunidades de negocio debido a la ventaja competitiva que se tiene en cuanto al proceso, el cual es más flexible en cuanto a los pagos para los usuarios y enfocado a brindar a los diseñadores los mayores beneficios y oportunidades de negocios.
- ✓ El proyecto se muestra financieramente viable, teniendo un Valor Presente Neto positivo de \$ 42,794,033 con una inversión de \$10 millones (año) y un Costo de oportunidad de 12%, proyectado a 6 años. Adicionalmente, el rendimiento de los inversionistas es mayor al esperado, ya que los resultados nos muestran una tasa interna de retorno del 65%

- ✓ La empresa tiene capacidad para hacer frente a sus deudas a corto plazo comprometiendo sus activos corrientes durante el primer en los primeros años. Por cada peso de deuda corriente la empresa tiene 1.03 pesos de respaldo.
- ✓ El 74% del apalancamiento corresponde a la participación de los acreedores en los activos de la empresa. Así mismo las obligaciones con las entidades financieras equivalen al 0.89% de las ventas.
- ✓ 0.1% de las ventas son dedicadas a los gastos financieros. Esto permanece estable durante los diferentes periodos de operación a menos que mercado pago, la pasarela de pagos de la página web, decida cambiar sus tasas de cobro por el manejo o transferencias. Por otra parte la utilidad operacional resulta ser 10.34 veces superior a los intereses pagados y el 67% del patrimonio en el primer año son pasivos que representa el apalancamiento financiero de la empresa.
- ✓ En cuanto a la rentabilidad de la empresa, cada peso de venta reporta un 35% de la utilidad operacional. Así mismo los indicadores de rentabilidad neta, muestran que el 21% y el 24% de las ventas netas de World Project Design generan utilidad después de impuestos en el primer y segundo año respectivamente.

8. RECOMENDACIONES

Se recomienda al lector de éste plan de negocios tener en cuenta los anexos del presente documento para entrar en detalles de la mayoría de los temas tratados en el plan mercadeo.

Así mismo se le informa que por hacer énfasis en la síntesis del documento se excluyeron algunas investigaciones y análisis del autor.

También se ha excluido el marco teórico y otras investigaciones del anteproyecto.

9. BIBLIOGRAFIA

- BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.
- HEIZER, Jay; RENDER, Barry. Principios de administración de operaciones: Aspectos de una cadena de suministro integrada. 7 ma. México
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Principios de Marketing. 12 ed. España: Pearson Prentice Hall, 2008.
- JANY C. José N. Investigación de Mercados. Decisiones sin incertidumbre: Fundamentos de Muestreo. 3ed. Colombia: Mc Graw Hill, 2005.
- Director de la carrera de ingeniería industrial de la Pontificia Universidad Javeriana. Roberto Cuervo.
- HAIR JR, Joseph F., et al. Investigación de Mercados : Diseños exploratorios. México: McGrw-Hill, 2004. 715p
- MORENO, Luciano. La historia del diseño gráfico, desde los orígenes de la humanidad hasta la aparición de la web e Internet. En: Introducción al diseño gráfico. [en línea]. (2003).
- WIKIPEDIA. Diseño Industrial. [en línea]. (2010). [consultado 12 Ago. 2010].
- Ministerio de comercio, Industria y turismo. 8 sectores de clase mundial prevén exportaciones hasta por 34.000 millones de dólares, en 10 años. [en línea]. (2010).
- FOSCHI. María Claudia. El futuro de internet está en la tecnología móvil. En: Enter.co: Innovaciones del 2011 en tecnología. Edición 142, (Enero, 2011); p. 27
- FOSCHI, María Claudia. Información comercial. El Futuro De Internet Está En La Tecnología Móvil. En: Enter.co: Innovaciones del 2011 en tecnología. Edición 142, (Enero, 2011); p. 27
- INTERNET WORLD STATS. Internet Usage and Population in South America. [en línea]. (2010).

- ENTER.CO. Teléfonos inteligentes. El Mercado Se Mueve Hacia Los Smartphones. En: Enter.co: Innovaciones del 2011 en tecnología. Edición 142, (Enero, 2011); p. 42-43
- ComScore. Colombia Internet Audience Increases 31 Percent in Past Year to Rank as Fastest-Growing Market in Latin America. [en línea]. (2010). [consultado 9 Feb. 2011].
- BUSINESSCOL.COM. La Legalidad: el Desafío de la Pymes Colombianas en la Web. [en línea]. (2010-8-18). [consultado 9 Ene. 2011].
- DE LA HOZ. G, Narciso. Actualidad. La Burbuja 2.0. En: Enter.co: Innovaciones del 2011 en tecnología. Edición 142, (Enero, 2011); p. 12-14.
- VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial – Arte y Ciencia en la creación de empresas. Segunda edición, Bogotá D.C. Pearson Educación, 2001.
- ENTREVISTA con Olga Lucia Salazar, Gerente Viajes Galeón, Bogotá, 12 de octubre de 2010
- HAIR JR, Joseph F., et al. Investigación de Mercados: Diseños exploratorios. México: McGraw-Hill, 2004. 209p.
- DINERO.COM, La publicidad en internet creció 30%: El último reporte de IAB Colombia muestra que 2009 fue otro año de crecimiento acelerado de la inversión publicitaria digital en el país.
- INVESTROS SUPPORT. La Agencia de Desarrollo Económico de la Ciudad de Madrid “Madrid Emprende”: Sector diseño y sector industria gráfica. [en línea]. (2011). [consultado 13 feb. 2011].
- CERCO CORPORATE SERVICES. Sector del Diseño. En: El sector de servicios gráficos en Madrid. [En línea]. (2009).
- ENTREVISTA con Olga Lucia Salazar, Gerente Viajes Galeón, Bogotá, 12 de octubre de 2010
- ADGORA, asociación colombiana de la industria publicitaria en: <http://adgora.org/php/home.php?ciudad=1>
- <http://www.gerencie.com/contrato-de-trabajo-a-termino-fijo-o-a-termino-indefinido.html>
- <http://consultas-laborales.blogspot.com/2009/05/contrato-de-prestacion-de-servicios.html>
- EL TIEMPO. Claves para determinar su salario. Domingo 20 de marzo de 2011. Empleos.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. En: http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/
- Cámara de Comercio de Bogotá. En: <http://www.ccb.org.co/portal/default.aspx>
- LEY 528

ANEXOS

ANEXO A. PRE-ESTUDIO AGENCIAS DE VIAJE

CUESTIONARIO DEL PRE ESTUDIO N=30

1. Nombre
2. Correo Electrónico
3. Nombre de la entidad o empresa donde trabaja.
4. Cargo
5. ¿Cuántos empleados tiene la empresa para la que usted trabaja?
6. ¿Ha usado o usa para promocionar sus servicios o productos alguna de las siguientes opciones?
 - a. DISEÑO DE CREACIÓN DE MARCA: (Creación de nombre, Logo, Slogan)
 - b. DISEÑO DE PUBLICIDAD EXTERIOS: (Valla, Fachada, Pasacalle, Pendón)
 - c. DISEÑO DE MICRO-MERCADOTECNIA: (Suvenir, Uniformes, Cachucha, Botón, Empaque)
 - d. DISEÑO DE IMPRESOS: (Carpeta, Empaque, Folletos, Afiche, Volantes, Bolsa)
 - e. DISEÑO WEB: (Página básica, Diseño web Inteligente, Página en Flash)
 - f. ¿Alguna otra?
7. ¿Cuáles de los siguientes instrumentos de publicidad son de su interés?

<input type="checkbox"/> Creación de nombre de la entidad	<input type="checkbox"/> Diseño de Camiseta o Cachucha	<input type="checkbox"/> Cenefa publicitaria
<input type="checkbox"/> Diseño de imagen corporativa	<input type="checkbox"/> Diseño de Botón o pin	<input type="checkbox"/> Aviso exterior
<input type="checkbox"/> Logo para empresa o entidad	<input type="checkbox"/> Decoración de vitrina	<input type="checkbox"/> Aviso interior
<input type="checkbox"/> Logo de para un Evento	<input type="checkbox"/> Diseño de Stand	<input type="checkbox"/> Correo directo bás
<input type="checkbox"/> Logo para un Producto	<input type="checkbox"/> Carpeta	<input type="checkbox"/> Correo directo esp
<input type="checkbox"/> Rediseño de logo	<input type="checkbox"/> Empaque para un producto:	<input type="checkbox"/> Diploma
<input type="checkbox"/> Slogan para empresa o entidad	<input type="checkbox"/> Etiqueta de un producto	<input type="checkbox"/> Dispensador
<input type="checkbox"/> Slogan para un producto	<input type="checkbox"/> Plegable o Brochure	<input type="checkbox"/> Diseño estructural
<input type="checkbox"/> Manual de Imagen básico para empresa o entidad	<input type="checkbox"/> Folleto	<input type="checkbox"/> Adaptación de emp
<input type="checkbox"/> Papelería básica	<input type="checkbox"/> Catalogo	<input type="checkbox"/> Escarapela
<input type="checkbox"/> Diseño de Mascota	<input type="checkbox"/> Afiche	<input type="checkbox"/> Maquilla
<input type="checkbox"/> Valla	<input type="checkbox"/> Volante	<input type="checkbox"/> Exhibidor
<input type="checkbox"/> Fachada	<input type="checkbox"/> Invitaciones o Tarjetas	<input type="checkbox"/> Programa de event
<input type="checkbox"/> Pasacalle	<input type="checkbox"/> Bolsa	<input type="checkbox"/> Góndola
<input type="checkbox"/> Pendón	<input type="checkbox"/> Boletería	<input type="checkbox"/> Sticker
<input type="checkbox"/> Señaleta por pieza:	<input type="checkbox"/> Buzón	<input type="checkbox"/> Página básica HTM
<input type="checkbox"/> Publicidad en Taxis y en Buses	<input type="checkbox"/> Calendario – Almanaque	<input type="checkbox"/> Página básica en f
<input type="checkbox"/> Aplicación de logo a una pieza	<input type="checkbox"/> Caratula CD corporativo	<input type="checkbox"/> Banner
<input type="checkbox"/> Creación de un suvenir	<input type="checkbox"/> Camet	<input type="checkbox"/> Diseño y Program
<input type="checkbox"/> Diseño de Uniformes	<input type="checkbox"/> CD corporativo	<input type="checkbox"/> web inteligente
<input type="checkbox"/> Otro (especifique)		<input type="checkbox"/> Ninguno

Ilustración A-1. Instrumentos de publicidad

8. ¿Para que utilizaría los diferentes servicios de diseño?
 - a. Campañas
 - b. Comunicación con los clientes
 - c. Ferias
 - d. Comunicación con los usuarios finales
 - e. Comunicación con proveedores
 - f. Comunicación dentro de la misma empresa
 - g. Diferenciarse en el mercado
 - h. Promoción de Productos
 - i. Promoción de sus servicios
 - j. Otro

9. ¿Con que regularidad necesita o necesitaría todo tipo de diseños durante el año?
 - a. 0 veces
 - b. 1-2 veces

- c. 2-4 veces
 - d. 4-12 veces
 - e. Más de 12 veces
10. ¿Cree usted que invertir dinero en diseño (Marca, Logo, Web y Comunicación) lo posicionará mejor en el mercado, incrementará sus ventas , o facilitará la comunicación con sus clientes?
- a. Si
 - b. No
11. ¿Encargaría usted la elaboración de un diseño en una página web si supiera que expertos creativos estarán dispuestos a trabajar en la página para lograr los mejores diseños para su proyecto, producto o servicio?
12. De su presupuesto anual, ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en total en éste tipo de servicios de diseño?

\$0 - \$1.000.000

\$1.000.000 - \$3.000.000

\$3.000.000 - \$5.000.000

\$5.000.000 - \$10.000.000

< \$10.000.000

¿Desea agregar un valor específico?

Ilustración A-2. Presupuesto anual

13. ¿Si hubiera una empresa dedicada a reunirlo a usted con el potencial de diseñadores en diferentes especialidades para que usted tenga el diseño clave, le gustaría usar sus servicios?
- a. Si
 - b. No

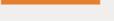
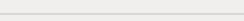
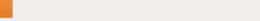
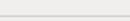
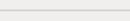
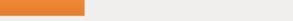
ANEXO B. RESULTADOS PRE-ESTUDIO AGENCIAS DE VIAJE

5. ¿Ha usado o usa para promocionar sus servicios o productos, alguna de las siguientes opciones?

		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
DISEÑO DE CREACIÓN DE MARCA: (Creación de nombre, Logo, Slogan)		46,4%	13
DISEÑO DE PUBLICIDAD EXTERIOR: (Valla, Fachada, Pasacalle, Pendón)		53,6%	15
DISEÑO DE P.O.P MERCHANDISING: (Creación de un souvenir, Uniformes, Diseño de Camiseta, Vitrina, Stand)		71,4%	20
DISEÑO DE IMPRESOS: (Carpeta, Empaque de producto, Etiqueta de producto, Folletos, Catálogos, Afiche, Tarjetas, Bolsa, Carnet, Diploma)		67,9%	19
DISEÑO WEB: (Página básica, Página en flash, Sitio Web inteligente)		60,7%	17
No utilizamos ninguna de las anteriores herramientas		3,6%	1
¿Alguna otra?		0,0%	0

Ilustración B-1. Opciones de diseño

6. ¿Cuáles de los siguientes instrumentos de publicidad son de su interés?

		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Diseño de imagen corporativa		48,1%	13
Logo para empresa o entidad		14,8%	4
Logo de para un Evento		22,2%	6
Rediseño de logo		18,5%	5
Slogan para empresa o entidad		29,6%	8
Manual de Imagen básico para empresa		22,2%	6
Papelería básica		70,4%	19
Diseño de Mascota		14,8%	4
Valla		22,2%	6
Fachada		18,5%	5
Pasacalle		18,5%	5
Pendón		77,8%	21
Publicidad en Taxis y en Buses		3,7%	1
Aplicación de logo a una pieza		7,4%	2
Creación de un souvenir		51,9%	14
Diseño de Uniformes		37,0%	10
Diseño de Camiseta o Cachucha		37,0%	10
Diseño de Botón o pin		25,9%	7
Decoración de vitrina		18,5%	5
Diseño de Stand		40,7%	11
Carpeta		48,1%	13
Brochure		74,1%	20
Folleto		88,9%	24
Catalogo		40,7%	11
Afiche		25,9%	7
Volante		37,0%	10
Invitaciones		11,1%	3

Bolsa		7,4%	2
Calendario – Almanaque		51,9%	14
Caratula CD corporativo		29,6%	8
Carnet		14,8%	4
CD corporativo		37,0%	10
Cenefa publicitaria		18,5%	5
Aviso exterior		22,2%	6
Aviso interior		14,8%	4
Correo directo básico		18,5%	5
Correo directo especial		11,1%	3
Diploma		3,7%	1
Escarapela		14,8%	4
Exhibidor		3,7%	1
Programa de evento		11,1%	3
Góndola		7,4%	2

Ilustración B-2. Instrumentos de publicidad

7. ¿Para que utilizaría los diferentes servicios de diseño?

	Porcentaje de respuestas
Promoción de sus servicios	51,9%
Campañas	48,1%
Ferías	63,0%
Comunicación con clientes	51,9%
Comunicación con usuarios finales	74,1%
Comunicación con proveedores	18,5%
Diferenciarse en el mercado	85,2%
Comunicación dentro de la misma entidad o empresa	18,5%
¿Otro?	3,7%
Mostrar respuestas	

Ilustración B-3. Razones de prestar los servicios

8. ¿Con que regularidad necesita o necesitaría todo tipo de diseños durante el año?

		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
0 veces		0,0%	0
1-2 veces		29,6%	8
2-4 veces		14,8%	4
4-12 veces		33,3%	9
Más de 12 veces		22,2%	6

Ilustración B-4. Periodicidad del uso de diseños

9. ¿Cree usted que invertir dinero en diseño (Marca, Logo, Web y Comunicación) lo posicionará mejor en el mercado, incrementará sus ventas , o facilitará la comunicación con sus clientes?

		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
SI		100,0%	24
NO		0,0%	0
		pregunta respondida	24
		pregunta omitida	5

Ilustración B-5. Inversión en diseño

10. ¿Encargaría usted la elaboración de un diseño en una página web si supiera que expertos creativos estarán dispuestos a trabajar en la página para lograr los mejores diseños para su proyecto, producto o servicio?

2. ¿Encargaría usted la elaboración de un diseño si supiera que más de  Crear gráfico 10 expertos creativos al rededor del pais estarán compitiendo para lograr el mejor diseño proyecto o servicio?		Porcentaje de respuestas
SI		96,3%
NO		3,7%

Ilustración B-6. Encargaría elaboración de diseño?

11. De su presupuesto anual, ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en total en éste tipo de servicios de diseño?

	Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
\$0 - \$1.000.000	0,0%	0
\$1.000.000 - \$3.000.000	25,9%	7
\$3.000.000 - \$5.000.000	22,2%	6
\$5.000.000 - \$10.000.000	37,0%	10
< \$10.000.000	14,8%	4
¿Desea agregar un valor específico?	0,0%	0

Ilustración B-7. Presupuesto anual

12. ¿Si hubiera una empresa dedicada a reunirlo a usted con el potencial de diseñadores en diferentes especialidades para que usted tenga el diseño clave, le gustaría usar sus servicios?

1. ¿Si hubiera una empresa dedicada a reunir el potencial de diseñadores en todo el país para que usted tenga el diseño clave, le gustaría usar sus se

Crear gráfico

	Porcentaje de respuestas
SI	92,6%
NO	7,4%

Ilustración B-8. Usaría los servicios de diseño?

Del PRE ESTUDIO se obtuvo:

P	0.926	NUM	1415.43174
Q	0.074	DENOM	51.914096
N	5164	n	27.2648828
E	0.1		
	4		

n=27

ANEXO C. CUESTIONARIO DEL ESTUDIO A AGENCIAS DE VIAJE

1. Nombre
2. Correo Electrónico
3. Nombre de la empresa donde trabaja.
4. Cargo
5. ¿Cuántos empleados tiene la empresa donde usted trabaja?

*1. Nombre:	*2. Correo electrónico:
<input type="text"/>	<input type="text"/>
3. Nombre de la entidad o empresa donde trabaja	4. Cargo:
<input type="text"/>	<input type="text"/>
*5. ¿Cuántos funcionarios o empleados tiene la entidad o empresa?	
<input type="radio"/> 1 - 10	
<input type="radio"/> 11 - 50	
<input type="radio"/> 51 - 200	
<input type="radio"/> Más de 200	

Ilustración C-1. Información general

6. ¿Ha usado o usa para promocionar sus servicios o productos, alguna de las siguientes opciones?

Seleccione todas las opciones que sean necesarias

1.DISEÑO DE CREACIÓN DE MARCA: (Creación de nombre, Logo, Slogan)

2.DISEÑO DE PUBLICIDAD EXTERIOR: (Valla, Fachada, Pasacalle, Pendón)

3.DISEÑO DE MICRO-MERCADOTECNIA: (Suvenir, Uniformes, Camiseta o Cachucha, Botón o pin, Vitrina, Stand)

4. DISEÑO DE IMPRESOS: (Carpeta, Folletos, Catálogos, Afiche, Volantes, Tarjetas, Carnet)

5. DISEÑO WEB: (Página básica, Página en flash, Sitio Web inteligente)

¿Alguna otra?

Ilustración C-2. Usa diseños para promocionar sus servicios o productos?

7. ¿A la hora de contratar a alguien que realice un diseño (Marca, Logo, Web o Comunicación) que le importa más y que menos?

	Definitivamente importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Economía y Precios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impacto del Diseño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Novedad - Innovación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prontitud y Cumplimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendación de un tercero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputación de la empresa de diseño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Otro aspecto importante?	<input type="text"/>			

Ilustración C-3. Importancia al comprar un diseño

8. ¿Cuáles de los siguientes productos usa su empresa normalmente?

<input type="checkbox"/> Afiche	<input type="checkbox"/> Creación de campaña publicitaria	<input type="checkbox"/> Página básica HTML
<input type="checkbox"/> Agenda	<input type="checkbox"/> Creación de Souvenir	<input type="checkbox"/> Papelería básica
<input type="checkbox"/> Banner	<input type="checkbox"/> Diseño de camiseta o cachucha	<input type="checkbox"/> Pendon
<input type="checkbox"/> Brochure	<input type="checkbox"/> Diseño de Imagen corporativa	<input type="checkbox"/> Rediseño de logo
<input type="checkbox"/> Calendario Almanaque	<input type="checkbox"/> Diseño de mascota	<input type="checkbox"/> Souvenir
<input type="checkbox"/> Carpeta	<input type="checkbox"/> Diseño de Stand	<input type="checkbox"/> Video multimedia animado
<input type="checkbox"/> Catalogo	<input type="checkbox"/> Folleto	<input type="checkbox"/> Volante
<input type="checkbox"/> CD Corporativo	<input type="checkbox"/> Página básica en flash	
¿Otro?	<input type="text"/>	
<input type="button" value="Siguiente"/>		

Ilustración C-4. Que productos usa?

9. ¿Para que utilizaría los diferentes servicios de diseño?

Marque las opciones que sean necesarias

	Ferias	Promoción de sus Servicios	Comunicación con clientes	Diferenciarse en el mercado	No lo utilizaría
Banner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brochure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creación de campaña publicitaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diseño de Stand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Página básica en flash	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pendon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Souvenir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Video multimedia animado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Otro?	<input type="text"/>				

Ilustración C-5. Para que utilizaría los diseños?

10. ¿Con qué regularidad necesita o necesitaría la realización de los siguientes diseños y cuanto estaría usted dispuesto a pagar por el sólo por el diseño y por sólo la materialización del diseño?

	Periodicidad	\$\$ en miles de pesos SÓLO POR EL DISEÑO	\$\$ en miles de pesos SÓLO LA FABRICACIÓN
Brochure	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Creación de Campaña publicitaria	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Diseño de Stand	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Página básica en flash	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Pendon	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Souvenir	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Video multimedia animado	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Otro (especifique)	<input type="text"/>		

Ilustración C-6. Periodicidad de uso

- Las opciones de periodicidad de pedidos de diseño son las siguientes: Diario, Semanal, Quincenal, Bimensual, Semestral y Anual.

- Las opciones de dinero que a invertir en sólo diseño son: de \$0 a \$50.000 pesos, de \$50.000 a \$100.000 pesos, de \$100.000 a \$200.000 pesos, de \$200.000 a \$600.000 pesos, de \$600.000 a \$1.000.000 pesos y de más de \$1.000.000 de pesos.
- Las opciones de dinero que a invertir en la fabricación del diseño son: de \$0 a \$200.000 pesos, de \$200.000 a \$600.000 pesos, de \$600.000 a \$1.000.000 pesos, de \$1.000.000 a \$4.000.000 pesos, de \$4.000.000 a \$8.000.000 pesos y de más de \$8.000.000 de pesos.

Periodicidad	\$\$ en miles de pesos SÓLO POR EL DISEÑO	\$\$ en miles de pesos SÓLO LA FABRICACIÓN
<input type="text"/> Diario Bimensual Quincenal semanal mensual semestral anual	<input type="text"/> \$0 - \$50 \$50 - \$100 \$100 - \$200 \$200 - \$600 \$600 - \$2000 <\$2000	<input type="text"/> \$0 - \$200 \$200 - \$600 \$600 - \$1000 \$1000 - \$4000 \$4000 - \$8000 <\$8000

Ilustración C-7. Opciones de selección

11. ¿Qué número de diseños necesita o necesitaría por cada producto nombrado a continuación, según la periodicidad que especifico anteriormente?

	Cantidad a Pedir	Cantidad a Pedir
Campaña publicitaria	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Video Multimedia	<input type="text"/>	0
Brochure	<input type="text"/>	1
Diseño de Stand	<input type="text"/>	2
Souvenir	<input type="text"/>	3
Pendón	<input type="text"/>	4
		5
		6
		7
		8
		9
		<10

Ilustración C-8. Cantidad de diseños por producto.

12. ¿Utilizaría usted una página que pudiera evaluar, comparar e inclusive negociar el precio, envío y características del diseño publicitario que su empresa necesita?

- a) Si
- b) No

13. ¿Cree usted que invertir dinero en diseño (Marca, Logo, Web y Comunicación) lo posicionará mejor en el mercado, incrementará sus ventas, o facilitará la comunicación con sus clientes?
- a) Si
 - b) No
14. ¿Encargaría usted la elaboración de un diseño en una página web si supiera que expertos creativos están constantemente allí ofreciendo su trabajo con el fin de lograr los mejores diseños para su proyecto, producto o servicio?
- a) Si
 - b) No
15. ¿Si hubiera una empresa dedicada a reunirlo a usted con el potencial de diseñadores en diferentes especialidades para que usted tenga el diseño clave, le gustaría usar sus servicios?
- a) Si
 - b) No

ANEXO D. ESTUDIO AL PÚBLICO DE PARTICIPACIÓN POTENCIAL

Para realizar el estudio al público de participación potencial se consideraron aspectos relevantes de los resultados del estudio al mercado objetivo, quienes demandan diseños en W.P.D.

1. METODOLOGÍA

PROPÓSITO

El propósito de este estudio es conocer el nivel de aceptación del público de participación potencial frente a un portal web que ofrece un mercado de diseño como lo es *World Project Design*. Así mismo hacer un sondeo de sus necesidades y preferencias.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se realiza una investigación descriptiva a través del método cuantitativo, donde se realiza una encuesta a egresados de diseño Industrial y diseño Gráfico y a diseñadores que trabajan o tienen una empresa donde realizan trabajos de diseño.

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

El estudio descriptivo se realiza de la siguiente manera:

Según el estudio realizado a las empresas demandantes de diseño, son muy importantes aspectos como la innovación y el impacto en el diseño, la prontitud y el cumplimiento así como la economía y los precios. Un público que reúna estas características tendría que ser muy diverso. Así que se toman dos grupos. Los egresados de diseño quienes por sus estudios y su carrera pueden otorgar un gran potencial de innovación e impacto y empresas que realicen diseño por su naturaleza jurídica, quienes saben que para los clientes la prontitud y el cumplimiento es un requisito indispensable para este medio.

Para facilitar el estudio y por la limitación de información pública sobre personas vinculadas al diseño, se toman en cuenta los egresados de diseño gráfico e industrial desde el año 2011 hasta el año 2010 en Bogotá y las empresas que por su objeto social realizan trabajos de diseño constantemente para otras empresas en Bogotá.

El número de egresados de diseño industrial en Bogotá del 2001 al 2010 es 1,451⁵¹.

⁵¹ COLOMBIA. Graduados Colombia Observatorio Laboral para la Educación. Estadísticas de Interés: Perfil graduados por núcleo básico de conocimiento. [base de datos en línea]. [consultado

FORMACION ACADEMICA PROGRAMA	PERIODO GRADUACION AÑO										
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
DISEÑO INDUSTRIAL	130	146	140	137	164	107	161	66	273	127	1,451
Total	130	146	140	137	164	107	161	66	273	127	1,451

Ilustración 1-1. Número de egresados de diseño industrial en Bogotá

El número de egresados de diseño gráfico en Bogotá del 2001 al 2010 es 3,158⁵².

ZONA GEOGRAF.		ORIGEN INSTITUTL		FORMACION AC/		METODOLOGIA		NIVEL DE ESTUD			
BOGOTA DC		ORIGEN INSTITUCIOI		DISEÑO GRAFICO		METODOLOGIA		NIVEL DE ESTUDIO			
FORMACION ACADEMICA PROGRAMA	PERIODO GRADUACION AÑO										
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
DISEÑO GRAFICO	212	253	265	242	430	369	213	331	422	421	3,158
Total	212	253	265	242	430	369	213	331	422	421	3,158

Ilustración 1-2. Número de egresados de diseño gráfico en Bogotá

El número de empresas en Bogotá que por su naturaleza realizan diseños a otras empresas es 628⁵³.

Tabla 1-1. Empresas de diseño en Bogotá clasificadas por código CIU

Actividad de la empresa.	Código CIU	Número de Empresas en Bogotá	Número de Empresas en Colombia
PUBLICIDAD			
ORGANIZACIÓN Y PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS	K743001	52	1800
PREPARACIÓN Y EXPOSICIÓN DE CARTELES DE PUBLICIDAD PINTADOS Y LUMINOSOS.	K743002	39	
SERVICIOS DE PUBLICIDAD AÉREA	K743003	3	
SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO	K743004	40	
SERVICIOS DE VENTA O ARRENDAMIENTO DE ESPACIO O TIEMPO PARA AVISOS DE PUBLICIDAD	K743005	22	
EJECUCIÓN DE TRABAJOS DE ARTE PUBLICITARIO.	K743006	115	
TOTAL EMPRESAS DE PUBLICIDAD EN BOGOTÁ		271	
ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN			
IMPRESIÓN DE PERIÓDICOS	D222001	12	1520
IMPRESIÓN DE PRODUCTOS EDITORIALES	D222002	32	

1 feb. 2011]. Disponible en < <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/propertyvalue-36267.html>>

⁵² *Ibíd.*

⁵³ CORREO ELECTRÓNICO de Gerzón Javier Rodríguez Lombana, ejecutivo comercial de la Cámara de comercio, Bogotá, 15 noviembre de 2010.

IMPRESIÓN DE ARTÍCULOS ESCOLARES Y DE OFICINA	D222003	26	
IMPRESIÓN DE VALORES	D222004	2	
IMPRESIÓN LITOGRÁFICA DE ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES	D222005	27	
IMPRESIÓN DE TARJETAS POSTALES Y JUEGOS DIDÁCTICOS	D222006	2	
IMPRESIÓN DE MATERIALES PUBLICITARIOS	D222007	135	
TOTAL EMPRESAS DE IMPRESIÓN EN BOGOTÁ		236	
CONSULTORES EN PROGRAMAS DE INFORMÁTICA, ELABORACIÓN Y SUMINISTRO DE PROGRAMAS DE INFORMÁTICA	K722000		1380
SERVICIOS DE PROGRAMAS DE CÓMPUTO ESPECIALIZADOS.	K722001	168	
DISEÑO DE PAGINAS WEB	K722002	121	
TOTAL EMPRESAS DE CONSULTACION, ELABORACIÓN Y SUMINISTRO DE PROGRAMAS DE INFORMÁTICA EN BOGOTÁ		289	
TOTAL		628	4700

En total son 7077 personas vinculadas al diseño que se toman como población objetivo para realizar el estudio y que serán el Universo para el muestreo posterior.

Así mismo se tiene en cuenta una probabilidad de aceptación y de no aceptación del servicio de un 50% y 50% respectivamente.

MUESTREO

A continuación se definen los parámetros de muestreo para la investigación.

Tabla 8. Muestreo

Universo	Egresados de diseño industrial y gráfico en Bogotá y empresas en Bogotá relacionadas al diseño: 7077
Unidad de Muestreo	Egresados y empresarios relacionados al diseño en Bogotá
Fecha	Septiembre del 2010
Técnica de Recolección de Datos	Encuestas

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Teniendo en cuenta un nivel de confianza del 95%, un error del 10% y una población finita de 7077 (menor a 30.000 unidades), se considera que 99 encuestas a egresados de diseño industrial y gráfico y empresas que trabajan en diseño en Bogotá, son una muestra representativa para conocer el grado de aceptabilidad del nuevo servicio.

A continuación se muestra la ecuación, de variables dicotómicas⁵⁴ de cuando no existen investigaciones anteriores, para obtener el número de encuestas:

Ecuación 2. Tamaño de muestra del público de participación potencial.

$$n = \frac{4PQN}{e^2(N-1) + 4PQ} = \frac{4(0.5)(0.5)(7077)}{0.1^2 \cdot (7077 - 1) + (0.5)(0.5)} = 98.62 \approx 99$$

Nivel de confianza del 95%

INSTRUMENTOS

Para la realización de las encuestas se efectuó un cuestionario que se distribuyó de manera electrónica. El cuestionario en línea fue enviado a los correos de egresados de algunas universidades de Bogotá y también se publicó en Facebook en diferentes páginas para que fuera respondido por el público de participación potencial.



Ilustración 1-3. Instrumentos

ALCANCE

El público de participación potencial como se dijo anteriormente no pretende ser muy limitado, también se desea la participación de estudiantes de varias ramas de diseño gráfico e industrial de diferentes semestres, de los egresados de diseño gráfico e industrial del país y de las empresas de diseño que deseen hacer parte de W.P.D. Sin embargo para términos de este estudio se realiza una investigación a egresados únicamente de algunas universidades de Bogotá y empresas relacionadas al diseño en la misma ciudad con el fin de conocer el nivel de aceptación del servicio.

⁵⁴ JANY C. José N. Investigación de Mercados. Decisiones sin incertidumbre: Fundamentos de Muestreo. 3ed. Colombia: Mc Graw Hill, 2005. pg 188.

2. TRABAJO DE CAMPO

En el presente estudio se realiza un cuestionario de 17 preguntas donde se indaga sobre el nivel de aceptación de una página como *World Project Design*, las preferencias del público de participación potencial y los inconvenientes que encuentran en su trabajo.

A continuación se presentan las preguntas del cuestionario:

Cuestionario del Estudio

Favor responder únicamente si usted es egresado de algún programa de diseño gráfico o industrial o si usted trabaja en una empresa donde se requiera que usted realice diseños con fines publicitarios.

1. ¿Ha terminado usted una carrera profesional?
Si
No

SI USTED MARCÓ SI POR FAVOR CONTINÚE CON EL CUESTIONARIO DE LO CONTRARIO NO CONTINUE HACIENDOLO GRACIAS. GRACIAS

2. Nombre
3. Ocupación

Tabla 2-1. Ocupación

Opciones de Respuesta	Marque con una X
Trabajador Independiente	
Empleado	
Desempleado	
Empleado donde no ejerzo mi profesión de Diseñador	
Dueño de empresa	
Otra	

4. Universidad de donde se graduó (si aplica).
5. Profesión (si aplica)

Tabla 2-2. Profesión

Profesión	Marque con una X
Diseño de comunicación gráfica	

Diseño gráfico	
Diseño gráfico y multimedia	
Diseño industrial	
Diseño visual	
OTROS	

6. Experiencia en Años

Tabla 2-3. Experiencia en años

Opciones de Respuestas	No tiene experiencia	Menos de un año	1-4 Años	4-8 Años	Más de 8 Años
Diseño gráfico					
Diseño industrial					
Otro (especifique con años)					

7. ¿Cuáles de los siguientes programas utiliza usted para diseñar?

Tabla 2-4. Opciones de respuestas

Opciones de Respuestas	Marque con una X
Corel Draw	
Photo Shop	
Illustrator	
Flash	
Solid Works	
CAD	
3d max	
Final cut	
Ninguno	
¿Otros? (especifique)	

8. Describa la experiencia que tiene en su área, trabajos de diseño que ha realizado y que puede destacar o proyectos en los cuales ha participado.

9. ¿Qué resulta para usted más importante a la hora de realizar un trabajo en su área de conocimiento?

Tabla 2-5. Importancia a la hora de realizar un trabajo

Opciones de Respuesta	Definitivamente Importante	Importante	Poco importante	Totalmente Irrelevante	N/C
Reconocimiento Nacional					
Reconocimiento Internacional					
Monto del Pago					
Prontitud en el Pago					
Entidad para la cual hace el trabajo					
Facilidad de transporte					
Horas de trabajo					
Tiempo libre					
Colegas con los que debe trabajar					

10. ¿Envía o enviaría usted su propuesta de diseño a una empresa que se lo pide sabiendo que esta empresa recibe propuestas de otros diseñadores?
 Si
 No
11. ¿Le interesaría vincularse a un portal WEB conectado con empresas que requieren diseños innovadores donde usted o su empresa de diseñadores podrían participar en proyectos de diseño relativos a su campo?
 Si
 No
12. ¿Si existiera un portal Web que ofreciera trabajos de diseño, para que usted o su empresa los realizaran le gustaría participar enviando propuestas relativas a su campo? ¿Cuántas propuestas enviaría mensuales?
 Si
 No

Tabla 2-6. Propuestas mensuales de portal Web

Propuestas Mensuales	Marque con una X
Ninguna	
1 a 4	
1 a 10	
10 a 15	
de 15 en Adelante	

13. Si usted o su empresa son los autores un excelente diseño, ¿Con qué le gustaría ser remunerado?

Tabla 2-7 Remuneración por excelentes diseños.

Opciones de Respuesta	Marque con una X
Remuneración Económica	
Reconocimiento Nacional	
Productos	
Otros (especifique)	

14. ¿Cuáles son los mayores problemas que enfrenta al desempeñar su profesión en el campo laboral?

Tabla 2-8. Mayores problemas

Opciones de Respuesta	Marque con una X
La falta de ofertas laborales	
La competencia	
La falta de contactos	
La falta de propuestas llamativas para trabajar	
Ningún problema	
¿Otros problemas? (especifique)	

15. Considere el siguiente escenario: Usted realiza un tipo de diseños específicos y existe una empresa en internet llamada X donde se ofrece una lista de peticiones de diseños por parte de diferentes empresas Y. Usted tiene la opción de escoger que proyecto realizar dependiendo de sus capacidades y el precio ofrecido por las empresas Y. En éste caso usted realiza una propuesta de diseño y la envía a la empresa Y sabiendo que otras personas también envían sus propuestas. Si su propuesta es la que más le agrada al demandante del diseño Y usted recibe el dinero ofertado por la misma como ganancia.

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagarle a la empresa en internet X por la oportunidad de negocio que se le otorgó bajo el escenario anterior?

Tabla 2-9. % de la ganancia que pagaría a la empresa que le consigue el negocio

Porcentaje de la ganancia que pagaría a la empresa que le consigue el negocio	0%	1% - 5%	5% - 15%	15% - 25%	25% - 50%
Marque con una X					

3. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL PUBLICO DE PARTICIPACIÓN POTENCIAL

¿Ha terminado usted una carrera profesional?

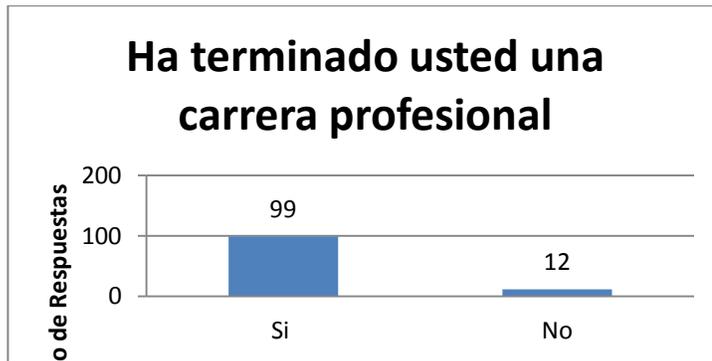


Ilustración 3-1. Ha terminado una carrera profesional?

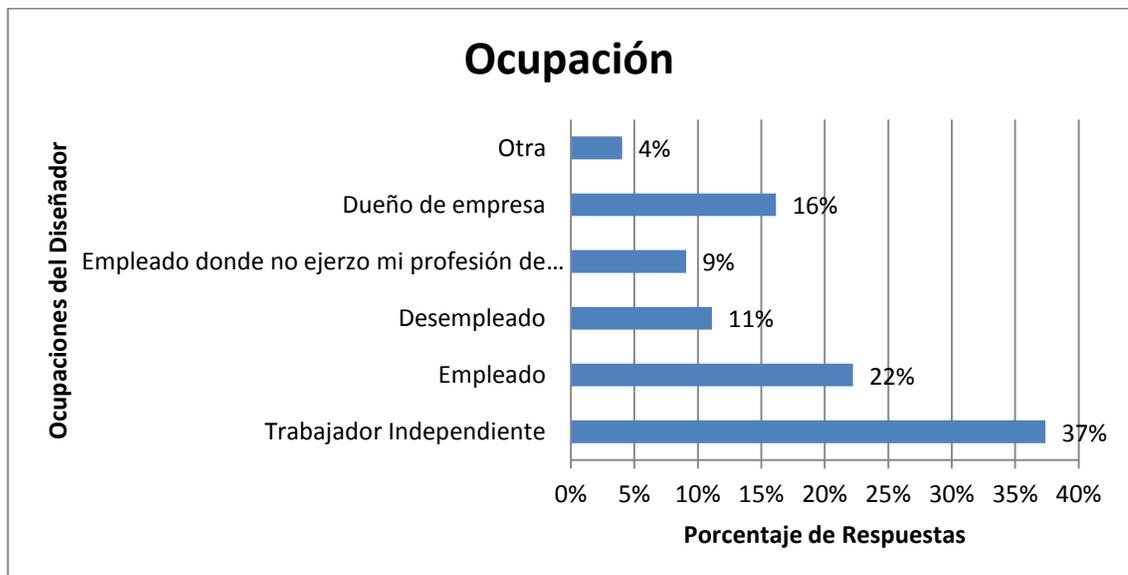


Ilustración 3-2. Ocupación

Tabla 3-1. Ocupación

Opciones de Respuesta	Conteo de Respuestas	Porcentaje de Respuestas
Trabajador Independiente	37	37%
Empleado	22	22%
Desempleado	11	11%

Empleado donde no ejerzo mi profesión de Diseñador	9	9%
Dueño de empresa	16	16%
Otra	4	4%

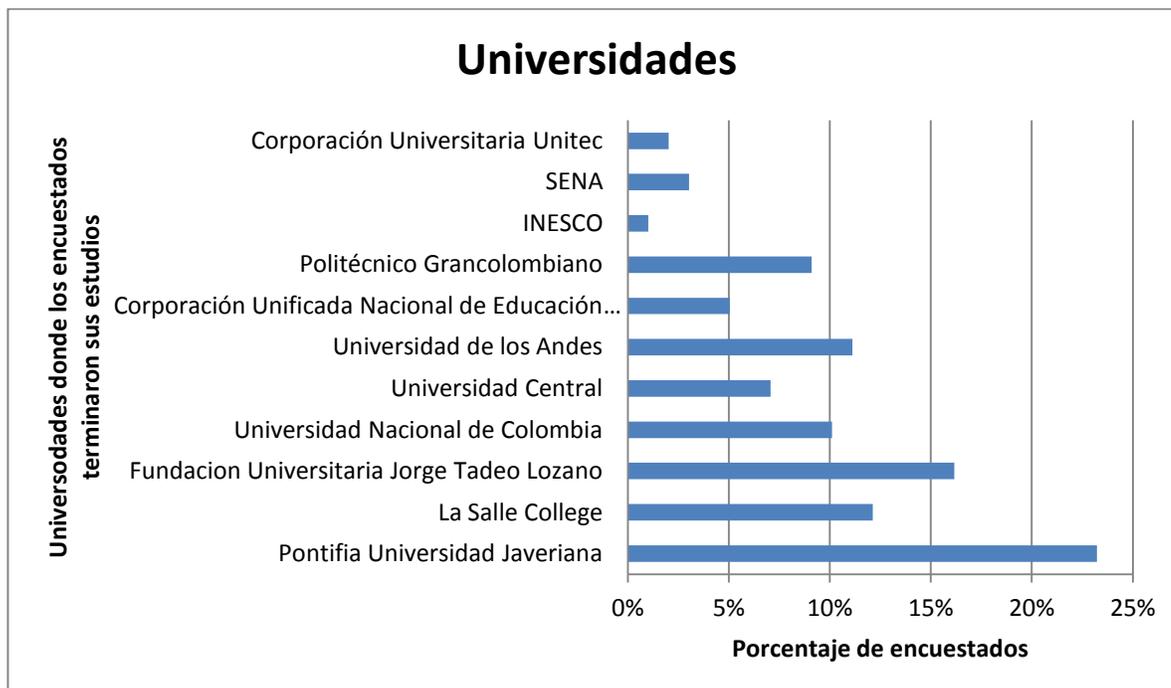


Ilustración 3-3. Universidades

Tabla 3-2. Universidades

Universidades de los Encuestados	Número de encuestados	%
Pontificia Universidad Javeriana	23	23%
La Salle College	12	12%
Fundación Universitaria Jorge Tadeo Lozano	16	16%
Universidad Nacional de Colombia	10	10%
Universidad Central	7	7%
Universidad de los Andes	11	11%
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior	5	5%
Politécnico Grancolombiano	9	9%
INESCO	1	1%
SENA	3	3%
Corporación Universitaria Unitec	2	2%

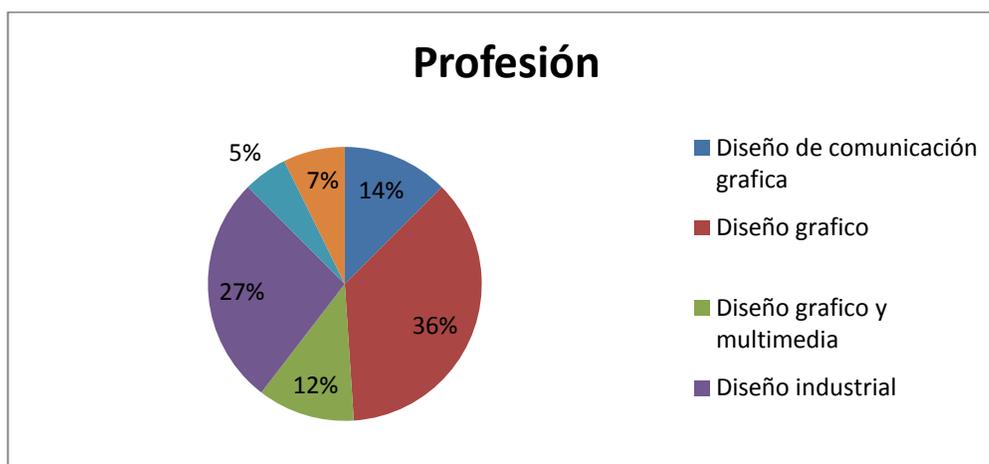


Ilustración 3-4. Profesión

Tabla 3-3. Profesión

Profesión	Número de respuestas	Porcentaje
Diseño de comunicación gráfica	12	13%
Diseño gráfico	35	36%
Diseño gráfico y multimedia	11	11%
Diseño industrial	26	27%
Diseño visual	5	5%
OTROS	7	7%
Total de Preguntas respondidas	96	100%
Total de preguntas no respondidas	3	

Tabla 3-4. Experiencia en años

Opciones de Respuesta	No tiene experiencia	Menos de un año	1-4 Años	4-8 Años	Más de 8 Años
Diseño gráfico	2%	5%	19%	11%	5%
Diseño industrial	2%	6%	14%	5%	2%
Diseño visual	3%	1%	7%	3%	0%
Diseño gráfico y multimedia	4%	3%	7%	2%	2%

¿Cuántos años de experiencia tiene de trabajar en el medio?

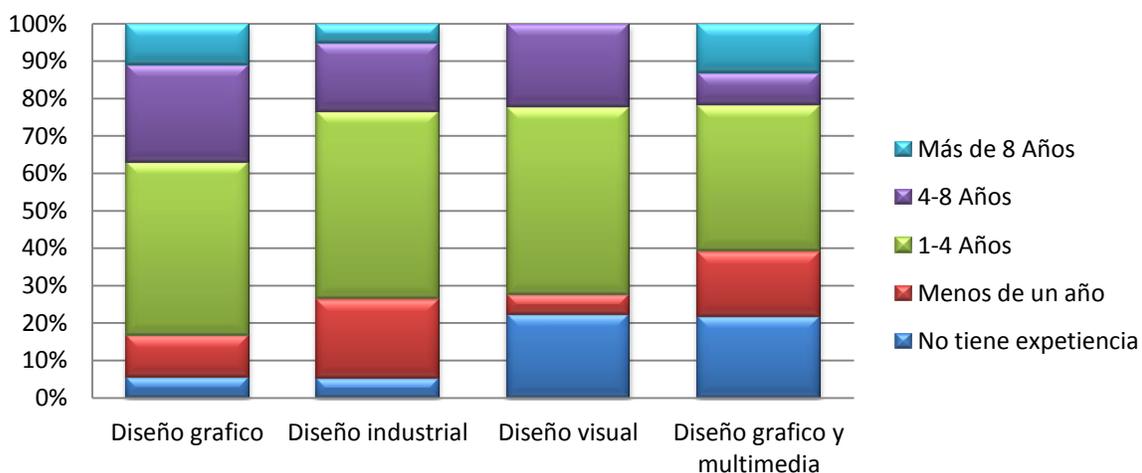


Ilustración 3-5. Años de experiencia para trabajar en el medio

¿Cuáles de los siguientes programas utiliza usted para diseñar?

Tabla 3-5. Programas utilizados para diseñar

Opciones de Respuestas	Porcentaje de Respestas
Corel Draw	12.4%
Photo Shop	19.0%
Illustrator	15.5%
Flash	10.3%
Solid Works	7.6%
CAD	6.6%
3d max	8.3%
Final cut	9.0%
Ninguno	1.0%
¿Otros? (especifique)	10.3%
Preguntas Respondidas	99
Preguntas sin responder	0



Ilustración 3-6. Programas utilizados para diseñar

¿Qué resulta para usted más importante a la hora de realizar un trabajo en su área de conocimiento?

Tabla 3-6. Importancia a la hora de realizar un trabajo en el área de conocimiento

Opciones de Respuesta	Definitivamente Importante	Importante	Poco importante	Totalmente Irrelevante	N/C
Reconocimiento Nacional	39%	43%	14%	2%	2%
Reconocimiento Internacional	49%	36%	13%	2%	0%
Monto del Pago	20%	77%	2%	0%	0%
Prontitud en el Pago	25%	55%	16%	2%	2%
Entidad para la cual hace el trabajo	31%	47%	18%	4%	0%
Facilidad de transporte	12%	47%	33%	7%	2%
Horas de trabajo	25%	55%	20%	0%	0%
Tiempo libre	16%	52%	27%	2%	2%
Colegas con los que debe trabajar	29%	40%	22%	9%	0%

¿Qué resulta para usted mas importante a la hora de realizar un trabajo en su área de conocimiento?

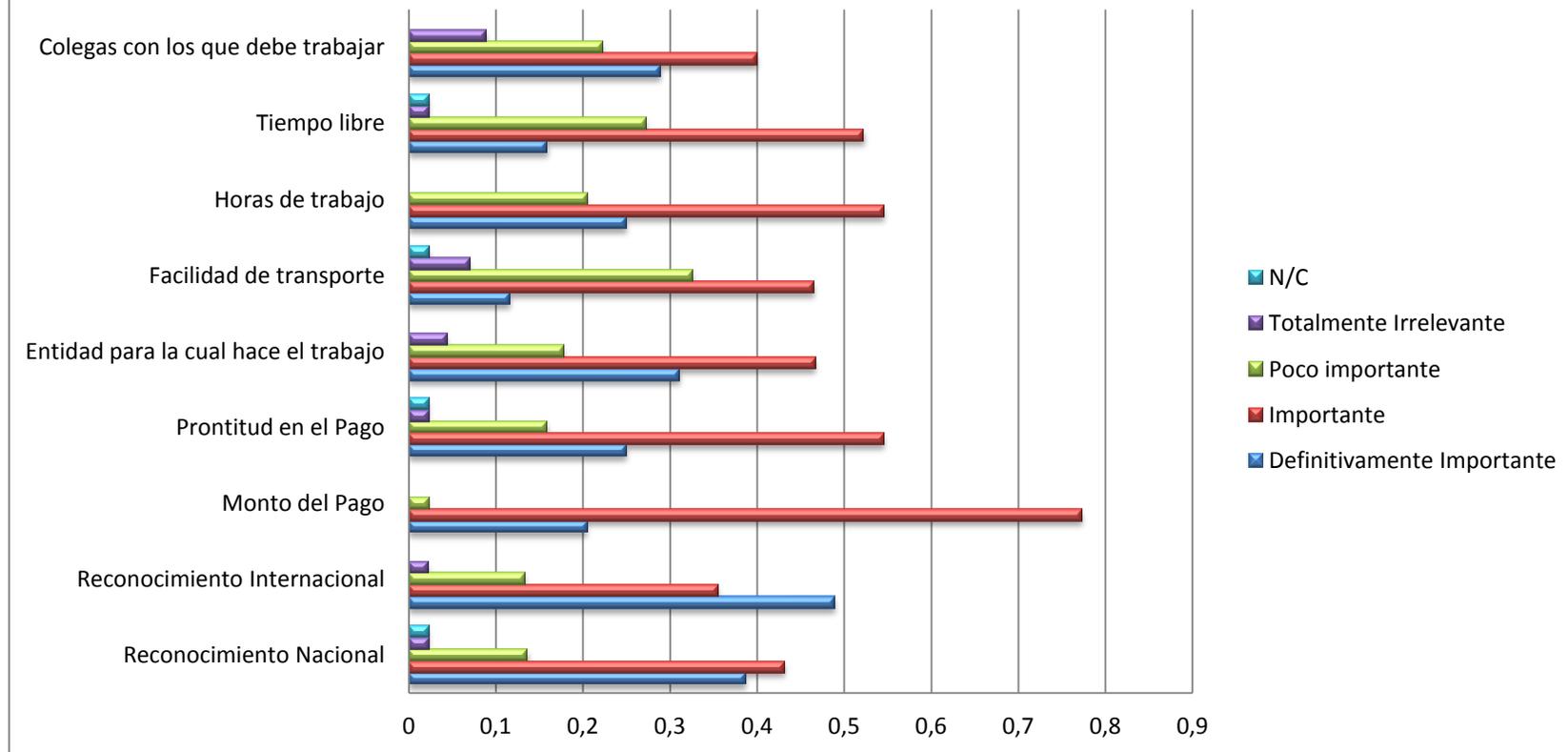


Ilustración 3-7. Importancia a la hora de realizar un trabajo en el área de conocimiento

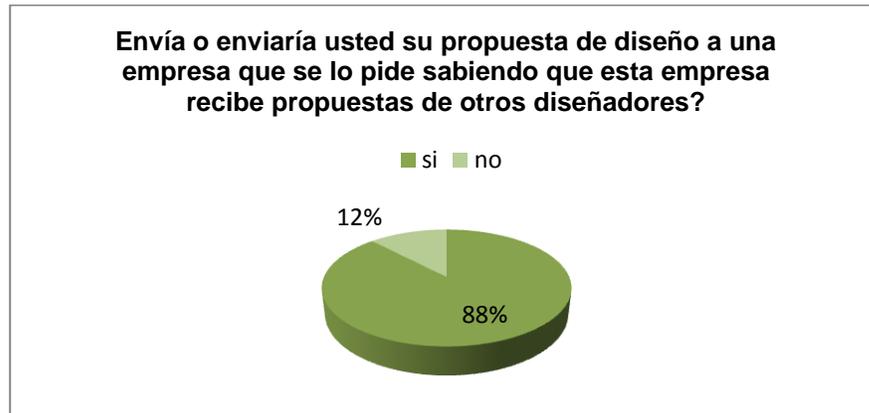


Ilustración 3-8. Enviaría su propuesta a una empresa que recibe propuestas de otros diseñadores?



Ilustración 3-9. Le interesaría vincularse a un portal web?



Ilustración 3-10. Si existiera un portal web, enviaría propuestas relativas a su campo?

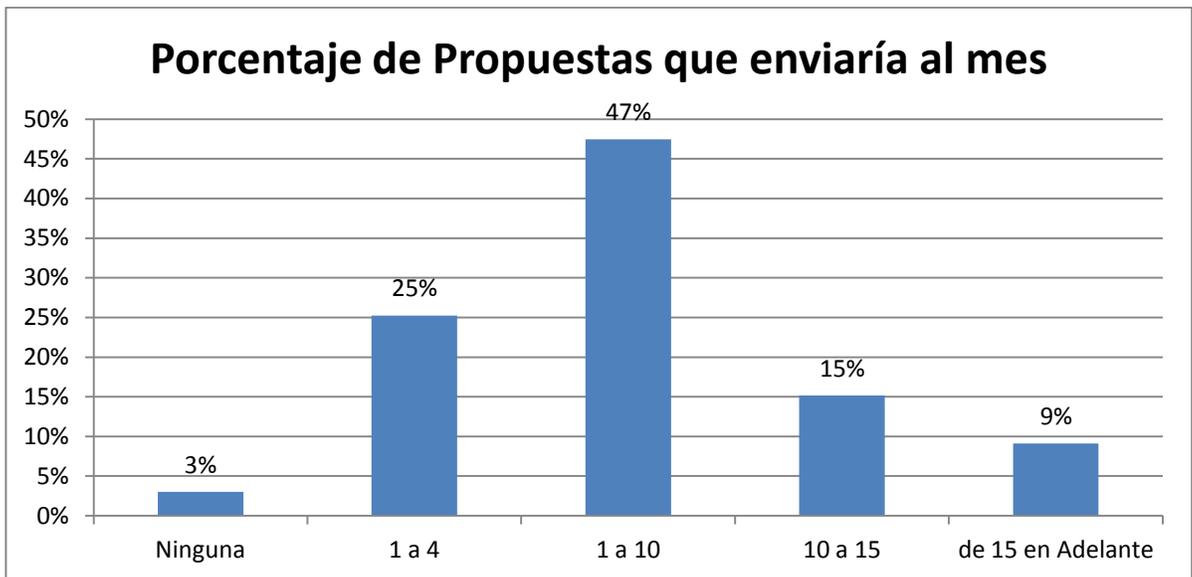


Ilustración 3-11. % de propuestas que enviaría al mes

Si usted o su empresa son los autores un excelente diseño, ¿Con qué le gustaría ser remunerado?

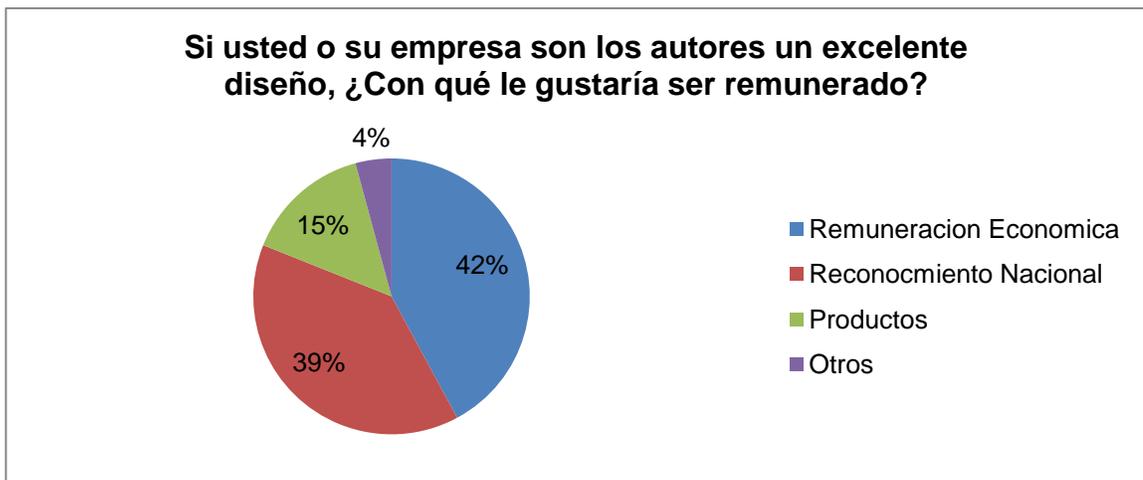


Ilustración 3-12. Con qué le gustaría ser remunerado?

¿Cuáles son los mayores problemas que enfrenta al desempeñar su profesión en el campo laboral?

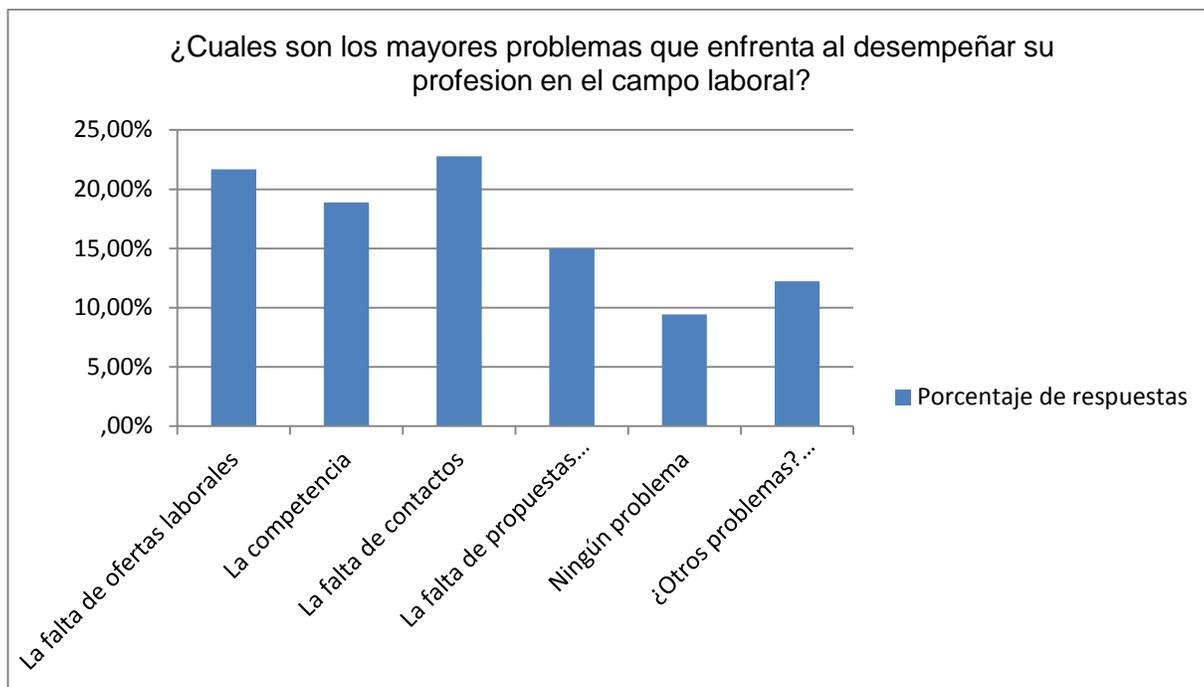


Ilustración 3-13. Cuáles son los mayores problemas que enfrenta al desempeñar su profesión?

Entre algunas respuestas interesantes a otros problemas en el campo laboral se encontraron bastantes réplicas como las siguientes:

“La gente cobra muy poco por los trabajos que hay que realizar, y las empresas quieren que todo diseño (multimedia, grafico, ilustración, fotografía) sea regalado”.

“La poca importancia que algunos clientes le dan al diseño y a la publicidad como parte integral de sus empresas. Y los bajos precios que algunas empresas ofrecen”.

“Que la gente regale su trabajo, regale en el sentido que no cobran lo que deben”.

Considere el siguiente escenario: Usted realiza un tipo de diseños específicos y existe una empresa en internet llamada X donde se ofrece una lista de peticiones de diseños por parte de diferentes empresas Y. Usted tiene la opción de escoger que proyecto realizar dependiendo de sus capacidades y el precio ofrecido por las empresas Y. En éste caso usted realiza una propuesta de diseño y la envía a la empresa Y sabiendo que otras personas también envían sus propuestas. Si su propuesta es la que más le agrada al demandante del diseño Y usted recibe el dinero ofertado por la misma como ganancia.

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagarle a la empresa en internet X por la oportunidad de negocio que se le otorgó bajo el escenario anterior?

Porcentaje de comisión que estaría dispuesto el diseñador a pagar

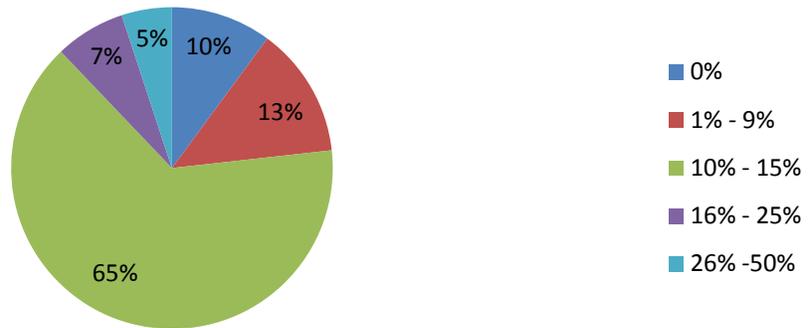


Ilustración 3-14. Porcentaje de comisión que estaría dispuesto el diseñador a pagar.

Tabla 3-7. Porcentaje de la ganancia que pagaría a la empresa que le consigue el negocio

Porcentaje de la ganancia que pagaría a la empresa que le consigue el negocio	0%	1% - 9%	10% - 15%	16% - 25%	26% - 50%
Porcentaje	10%	13%	65%	7%	5%
Numero de Reapuestas	10	13	64	7	5

ANEXO E. DEMANDA MENSUAL

La demanda del primer año se toma para obtener la demanda mensual.

Tabla E-1. Demanda anual

DEMANDA						
Años	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Crecimiento anual		0.03	0.03	0.35	0.04	0.045
Creación de Campaña publicitaria	218	225	232	313	325	340
Video multimedia animado	103	106	109	147	153	160
Brochure	186	191	197	266	277	289
Souvenir	174	179	184	249	259	270
Diseño de Stand	41	43	44	59	62	64
Página Web básica	54	55	57	77	80	84
Pendon	314	323	333	450	468	489

Posteriormente se obtiene un índice estacional, ya que la ventas no son iguales durante los doce meses del año. Para obtener las ventas en cada mes se hace una ponderación donde los meses con mayor demanda son aquellos donde las agencias de viajes buscan diferentes servicios de diseños de diseño para ferias de turismo, la preparación para la publicidades de mitad de año y diciembre y otras actividades que realizan las agencias de viajes.

En las entrevistas a profundidad se encontró que las agencias de viajes planean la obtención de esta publicidad con uno o dos meses de anticipación dependiendo del evento. Así se obtiene la siguiente tabla y posteriormente la gráfica del índice estacional.

Tabla E-2. Demanda mensual

Mes	Demanda único año de funcionamiento	Demanda promedio mensual	Índice estacional
Enero	22	20	1.1
Febrero	23	20	1.1
Marzo	10	20	0.5
Abril	9	20	0.4
Mayo	22	20	1.1
Juni	25	20	1.2
Julio	27	20	1.3

Agosto	12	20	0.6
Septiembre	10	20	0.5
Octubre	22	20	1.1
Noviembre	30	20	1.5
Diciembre	31	20	1.5



Ilustración E-1. Demanda estacional de diseños por parte de las agencias de viajes

A continuación se presenta la demanda de cada producto de diseño en cada mes, sujeta al índice estacional de demanda de diseño de las agencias de viajes. \

Tabla E-3. Demanda de cada producto de diseño

Demanda Mensual Aproximada	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Creación de Campaña publicitaria	1.2	1.2	0.2	0.6	1.0	1.4
Video multimedia animado	22	22	4	11	18	25
Brochure	10	10	2	5	9	12
Souvenir	19	19	3	9	15	22
Diseño de Stand	17	17	3	9	14	20
Página Web básica	4	4	1	2	3	5
Pendon	5	5	1	3	4	6

Demanda Mensual Aproximada	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Creación de Campaña publicitaria	0.4	0.2	1.4	1.4	1.8	1.4
Video multimedia animado	7	4	25	25	33	25
Brochure	3	2	12	12	15	12

Souvenir	6	3	22	22	28	22
Diseño de Stand	6	3	20	20	26	20
Página Web básica	1	1	5	5	6	5
Pendon	2	1	6	6	8	6

ANEXO F. SECUENCIAS DE PAGINA WEB

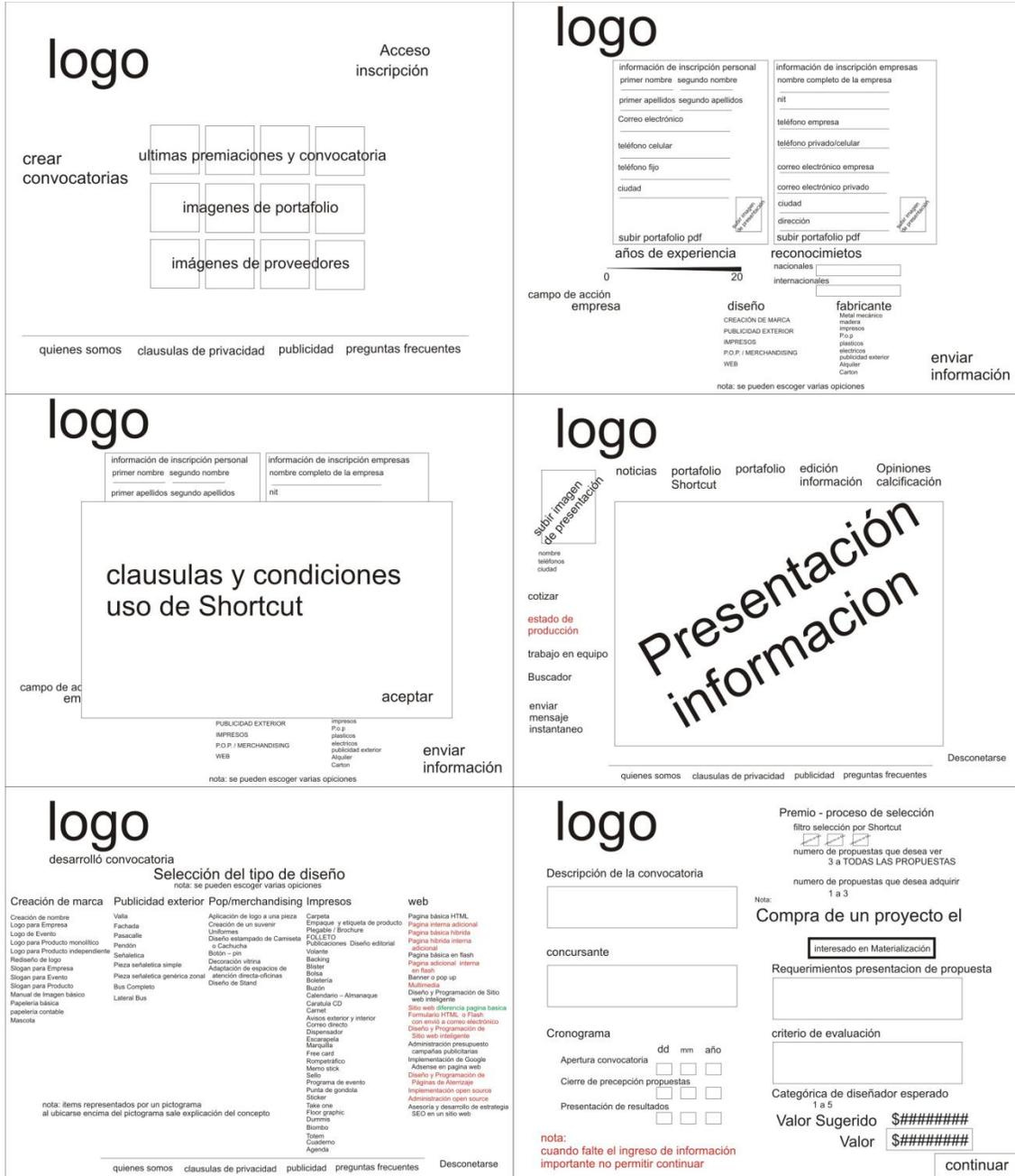


Ilustración F-1. Esquema operacional 1

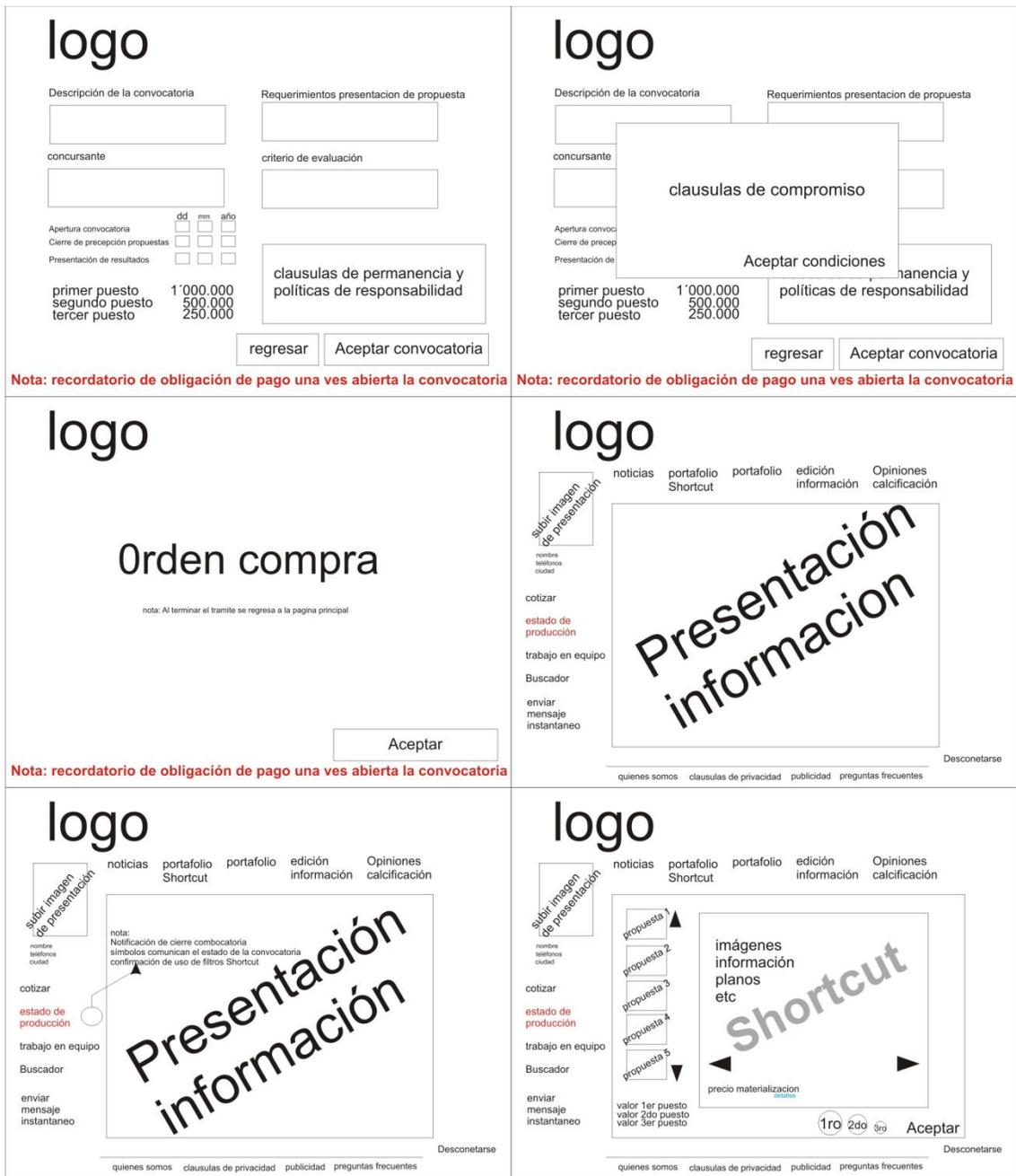


Ilustración F-2. Esquema operacional 2



Ilustración F-3. Esquema operacional 3

ANEXO G. ANALISIS POAM

ANÁLISIS POAM

Tabla G-1. Análisis POAM

POAM									
FACTORES	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Tecnológicos.									
Aceptación redes sociales	x			x			x		
uso de pagos on line	x				x		x		
Facilidad acceso a la tecnología			x	x				x	
Globalización de la información	x					x	x		
Resistencia a los cambios tecnológicos		x			x			x	
Uso del internet en los negocios	x				x		x		
Fácil acceso al internet			x		x		x		
Telecomunicaciones	x					x	x		
Políticos									
descoordinación entre los frentes políticos, económicos y sociales			x		x				x
Falta de madures en las clases políticas del país			x			x			x
Falta de credibilidad en algunas instituciones del mercados			x			x			x
Inestabilidad institucional			x		x			x	
Geográficos									
Dificultad en el transporte	x					x	x		
Micro clima	x					x	x		
rutas rurales de comunicación		x				x	x		
Costos del movilización	x					x	x		
Sociales									
Inestabilidad laboral	x					x	x		
Aumento de la población		x				x		x	

Incremento de la población en las ciudades principales			x				x			x
Falta de trabajo para profesionales, en las áreas creativas	x						x	x		
Aumento de profesionales en las áreas creativas	x						x	x		
Conocimiento del Diseño, por los empresarios		x			x			x		
Aumento en las políticas ambientales		x					x			x
Competitivos										
Alianzas estratégicas	x						x	x		
Disponibilidad de talento Humano (Diseñadores, etc..)	x					x		x		

Fuente: Autor

ANÁLISIS PCI

Tabla PCI

PCI SHORTCUT									
Calificación	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	Debilidades			Fortalezas					
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. DIRECTIVA									
Imagen corporativa redes sociales				x			x		
Uso de planes estratégicos análisis estratégico					x		x		
Evaluación y pronóstico del medio			x						x
Velocidad de respuesta pronósticos cambiantes				x			x		
Flexibilidad de la estructura organizacional				x				x	
Habilidad para atraer y retener gente altamente creativa				x			x		
Habilidad para responder a la tecnología cambiante				x				x	
Sistemas de coordinación					x		x		
Comunicación y control gerencial					x			x	

Agresividad para enfrentar la competencia		x							x
Evaluación de gestión				x				x	
2. COMPETITIVA									
Calidad y exclusividad del servicio				x				x	
Bajos costos de distribución y ventas				x			x		
Potencial de crecimiento del mercado				x			x		
Capacidad cantidad de clientes				x				x	
Programa postventa				x				x	
3. FINANCIERA									
Grado capacidad de endeudamiento	x						x		
Facilidad para salir del mercado					x			x	
Rentabilidad de retorno de inversión					x		x		
Líquidos y disponibilidad de fondos	x						x		
Elasticidad de la demanda con respecto a los precios.					x			x	
Estabilidad de costos					x		x		
4. TECNOLÓGICA									
Capacidad de innovación					x			x	
Nivel de tecnología utilizado en el servicio					x			x	
Desarrollo de patentes y procesos					x				x
Mano de obra del producto					x				x
Nivel tecnológico						x			x
Aplicación de tecnología de computadores					x			x	
Nivel de coordinación con otras áreas					x			x	
5. TALENTO HUMANO									
Nivel académico del talento humano					x				x
Experiencia técnica						x			x
Estabilidad						X		x	
Rotación					X				X
Absentismo							x		x
Pertenencia						x			x
Motivación						x		x	
Nivel de remuneración					x				x
Accidentalidad							x		X
Retiros							x		x
Índice de desempeño						x		x	

Fuente: Autor

ANEXO H. ESQUEMA ORGANIZACIONAL

1. TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES

Términos y Condiciones de uso del Sitio

Este contrato describe los términos y condiciones generales (los "Términos y Condiciones Generales") aplicables al uso de los servicios ofrecidos por **World Project Design**. Toda persona que desee usar el sitio o los servicios aquí ofrecidos deberá sujetarse a los términos y condiciones generales y las demás políticas de uso del sitio.

Todo usuario que desee ser parte de **World Project Design** deberá leer, entender y aceptar las condiciones establecidas en los términos y condiciones y sus políticas de uso. La no aceptación de estas condiciones de uso inhabilita a cualquier persona que desee ser usuario de **World Project Design**

01 - Capacidad

Los Servicios que se ofrecen en **World Project Design** sólo están disponibles para personas que tengan capacidad legal para contratar. Las personas que no tengan esa capacidad y los menores de edad no podrán utilizar los servicios ofrecidos por **World Project Design**. Si estás inscribiendo un Usuario como Empresa, debes tener capacidad para contratar a nombre de tal entidad y de obligarla, así como debes demostrar que la empresa está legalmente reconocida.

02 – Inscripción

Las personas que deseen utilizar los servicios ofrecidos por **World Project Design** deberán completar el formulario de inscripción en todos los campos con datos válidos, exactos, precisos y verdaderos y se compromete a actualizarlos cada vez que sea necesario. **World Project Design** podrá utilizar diversos medios para identificar los futuros usuarios, pero **World Project Design** no se hace responsable por la veracidad y certeza de los datos personales suministrados por sus usuarios. Los usuarios serán los únicos responsables por la veracidad, exactitud, vigencia y autenticidad de los datos personales ingresados.

World Project Design se reserva el derecho de solicitar algún comprobante y/o dato adicional a efectos de corroborar los datos personales, y aquellos datos que **World Project Design** no pueda confirmar desencadena la inhabilitación definitiva o suspensión del usuario.

El usuario creará una cuenta personal e intransferible con nombre de usuario y contraseña personal que lo habilita a acceder a **World Project Design** como usuario. Ningún usuario podrá crear más de una cuenta, si **World Project Design** llegase a encontrar dos o más cuentas de la mismo usuario podrá suspender, inhabilitar o cancelar las cuentas y al usuario.

El Usuario (DISEÑOR) (FABRICANTES) (EMPRESAS PARTICULARES) será responsable por todas las operaciones efectuadas en su Cuenta, pues el acceso a la misma está restringido al ingreso y uso de su Clave de Seguridad, de conocimiento exclusivo del Usuario.

World Project Design se reserva de el derecho de rechazar cualquier solicitud de inscripción en aras de darle seguridad y confianza a la pagina, son que esté obligado a

comunicar o exponer las razones de su decisión y sin que ello genere algún derecho de indemnización o resarcimiento.

03 - Modificaciones del Acuerdo

World Project Design podrá modificar en cualquier momento los términos y condiciones generales haciendo públicos esos cambios en el sitio. Toda modificación entrara en vigor a los diez días (10 días) desde su publicación, tiempo en el cual los usuarios deberán aceptar o rechazar las mismas. Usuario que no acepte dichas modificaciones quedara inhabilitado y todo vinculo contractual existente entre **World Project Design** y el usuario quedara disuelto. Vencido este plazo, sin que el usuario se pronuncie, se considerará que el Usuario acepta los nuevos términos y el contrato continuará vinculando a ambas partes.

04 - Listado de Bienes

4.1 Los usuarios deberán describir exactamente los productos y servicios que pretender vender, y deberán dar a la venta el producto o servicio ofrecido en la negociación, deberá describir el precio en moneda del curso legal y esta prohibido que aquella descripción del bien o servicio contenga o se limite a datos personales o de contacto, teléfonos, dirección e-mail, dirección postal, paginas de internet y demás datos que no tengan que ir en la descripción del bien o servicio. No podrá publicitarse otros medios de pagos, distintos de los enunciados por **World Project Design** en la página de publicación de bienes y servicios.

4.2 Inclusión de imágenes y fotografías. El usuario puede incluir imágenes y fotografías del producto ofrecido siempre que las mismas correspondan con el artículo, salvo que se trate de bienes o productos o de servicios que por su naturaleza no permiten esa correspondencia.

World Project Design podrá impedir la publicación de la fotografía, e incluso del producto, si interpretara, a su exclusivo criterio, que la imagen no cumple con los presentes Términos y Condiciones.

4.3 Artículos Prohibidos. Sólo podrán ser ingresados en las listas de bienes y/o servicios ofrecidos, aquellos cuya venta no se encuentre tácita o expresamente prohibida en los Términos y Condiciones Generales y demás políticas de **World Project Design** o por la ley vigente.

4.4 Protección de Propiedad Intelectual. Los usuarios o quienes sean titulares de derechos podrán identificar y solicitar la remoción de aquellos artículos que a su criterio infrinjan o violen sus derechos. En caso que **World Project Design** sospeche que se está cometiendo o se ha cometido una actividad ilícita o infractora de derechos de propiedad intelectual o industrial, **World Project Design** se reserva el derecho de adoptar todas las medidas que entienda adecuadas.

05 - Privacidad de la Información

Para utilizar los Servicios ofrecidos por **World Project Design**, los Usuarios deberán facilitar determinados datos de carácter personal. Su información personal se procesa y almacena en servidores o medios magnéticos que mantienen altos estándares de seguridad y protección tanto física como tecnológica.

06 - Obligaciones de los Usuarios

6.1 Obligaciones del Comprador. Durante el plazo fijado por el Usuario Vendedor, los Usuarios interesados realizarán ofertas de compra para los bienes y ofertas de

contratación para los servicios. La oferta de venta se cierra una vez el comprador y el vendedor se pongan de acuerdo con la cosa y el precio.

El Comprador está obligado comunicarse con el vendedor y completar la operación si ha realizado una oferta por un artículo ofrecido.

Al ofertar por un artículo el Usuario acepta quedar obligado por las condiciones de venta incluidas en la descripción del artículo en la medida en que las mismas no infrinjan las leyes o los Términos y Condiciones Generales y demás políticas de **World Project Design**. La oferta de compra es irrevocable salvo en circunstancias excepcionales, tales como que el vendedor cambie sustancialmente la descripción del artículo después de realizada alguna oferta, que exista un claro error tipográfico, o que no pueda verificar la identidad del vendedor.

6.2. Obligaciones del Vendedor. El Usuario Vendedor debe tener capacidad legal para vender el bien o servicio objeto de su oferta.

Si el Usuario Vendedor ha recibido al menos una oferta sobre el precio mínimo que estableció, queda obligado a intentar comunicarse con el comprador y completar la operación con el Usuario comprador. Solamente en casos excepcionales el Vendedor podrá retractarse de la venta, tales como cuando no haya podido acordar con el Usuario Comprador sobre la forma de pago, de entrega o no sea posible verificar la verdadera identidad o demás información del Comprador.

Dado que **World Project Design** es solo el medio de contacto entre comprador y vendedor, y no hacer parte de la operación que se realiza entre comprador y vendedor, será el vendedor el responsable por todas las obligaciones y cargas impositivas que correspondan por la venta de sus artículos, sin que pudiera imputársele a **World Project Design** algún tipo de responsabilidad por incumplimientos en tal sentido.

World Project Design mediante su plataforma solo pone a disposición de los usuarios un espacio virtual para que tanto comprador como vendedor puedan ponerse en contacto, y puedan comunicarse mediante Internet para encontrar una forma de vender o comprar artículos y/o servicios. **World Project Design** no tiene participación alguna en el proceso de negociación y perfeccionamiento del contrato definitivo entre las partes. Por eso, **World Project Design** no es responsable por el efectivo cumplimiento de las obligaciones fiscales o impositivas establecidas por la ley vigente.

07 - Prohibiciones

Los Usuarios no podrán: (a) manipular los precios de los artículos una vez acordado un precio entre comprador y vendedor; (b) interferir en la puja entre distintos Usuarios; (c) dar a conocer sus datos personales o de otros usuarios por ningún medio (d) publicar o vender artículos prohibidos por los Términos y Condiciones Generales, demás políticas de **World Project Design** o leyes vigentes; (e) insultar o agredir a otros Usuarios.

Este tipo de actividades será investigado por **World Project Design** y el infractor podrá ser sancionado con la suspensión o cancelación de la oferta e incluso de su inscripción como Usuario de **World Project Design** y/o de cualquier otra forma que estime pertinente, sin perjuicio de las acciones legales a que pueda dar lugar por la configuración de delitos o contravenciones o los perjuicios civiles que pueda causar a los Usuarios oferentes.

08 - Violaciones del Sistema o Bases de Datos

No está permitida ninguna acción o uso de dispositivo, software, u otro medio tendiente a interferir tanto en las actividades y operatoria de **World Project Design** como en las ofertas, descripciones, cuentas o bases de datos de **World Project Design**. Cualquier intromisión, tentativa o actividad violatoria o contraria a las leyes sobre derecho de

propiedad intelectual y/o a las prohibiciones estipuladas en este contrato harán pasible a su responsable de las acciones legales pertinentes, y a las sanciones previstas por este acuerdo, así como lo hará responsable de indemnizar los daños ocasionados.

09 - Sanciones. Suspensión de operaciones

Sin perjuicio de otras medidas, **World Project Design** podrá advertir, suspender en forma temporal o inhabilitar definitivamente la Cuenta de un Usuario o una publicación, aplicar una sanción que impacte negativamente en la reputación de un Usuario, iniciar las acciones que estime pertinentes y/o suspender la prestación de sus Servicios si (a) se quebrantara alguna ley, o cualquiera de las estipulaciones de los Términos y Condiciones Generales y demás políticas de **World Project Design**; (b) si incumpliera sus compromisos como Usuario; (c) si se incurriera a criterio de **World Project Design** en conductas o actos dolosos o fraudulentos; (d) no pudiera verificarse la identidad del Usuario o cualquier información proporcionada por el mismo fuere errónea; (e) **World Project Design** entendiera que las publicaciones u otras acciones pueden ser causa de responsabilidad para el Usuario que las publicó, para **World Project Design** o para los Usuarios. En el caso de la suspensión o inhabilitación de un Usuario, todos los artículos que tuviera publicados y las ofertas realizadas también serán removidos del sistema.

10 - Responsabilidad

World Project Design sólo pone a disposición de los Usuarios un espacio virtual que les permite ponerse en comunicación mediante Internet para encontrar una forma de vender o comprar servicios o bienes de diseño.

World Project Design no es el propietario de los artículos ofrecidos, no tiene posesión de ellos ni los ofrece en venta.

World Project Design no interviene en el perfeccionamiento de las operaciones realizadas entre los Usuarios ni en las condiciones por ellos estipuladas para las mismas, por ello no será responsable respecto de la existencia, calidad, cantidad, estado, integridad o legitimidad de los bienes ofrecidos, adquiridos o enajenados por los Usuarios, así como de la capacidad para contratar de los Usuarios o de la veracidad de los Datos Personales por ellos ingresados. Cada Usuario conoce y acepta ser el exclusivo responsable por los artículos que publica para su venta y por las ofertas y/o compras que realiza.

Debido a que **World Project Design** no tiene ninguna participación durante todo el tiempo en que las partes están negociando el bien o el servicio por medio de la pagina, ni en la posterior negociación y perfeccionamiento del contrato definitivo entre las partes, no será responsable por el efectivo cumplimiento de las obligaciones asumidas por los Usuarios en el perfeccionamiento de la operación. El Usuario conoce y acepta que al realizar operaciones con otros Usuarios o terceros lo hace bajo su propio riesgo. En ningún caso **World Project Design** será responsable por lucro cesante, o por cualquier otro daño y/o perjuicio que haya podido sufrir el Usuario, debido a las operaciones realizadas o no realizadas por artículos publicados a través de **World Project Design**.

World Project Design recomienda actuar con prudencia y sentido común al momento de realizar operaciones con otros Usuarios. El Usuario debe tener presentes, además, los riesgos de contratar con menores o con personas que se valgan de una identidad falsa. **World Project Design** NO será responsable por la realización de ofertas y/o operaciones con otros Usuarios basadas en la confianza depositada en el sistema o los Servicios brindados por **World Project Design**.

En caso que uno o más Usuarios o algún tercero inicien cualquier tipo de reclamo o acciones legales contra otro u otros Usuarios, todos y cada uno de los Usuarios

involucrados en dichos reclamos o acciones eximen de toda responsabilidad a **World Project Design** y a sus directores, gerentes, empleados, agentes, operarios, representantes y apoderados.

En virtud que el usuario vendedor tiene la facultad para eliminar preguntas o impedir a un usuario hacer preguntas u ofertas en sus publicaciones, se deja aclarado que en ese caso, el usuario será el exclusivo responsable por esa decisión y las consecuencias que pudieran acarrear.

World Project Design únicamente sirve de medio entre comprador y vendedor, mas en ninguno de los eventos participara en la realización del negocio entre las dos partes por lo cual se exime de toda responsabilidad o reclamación.

11 - Alcance de los servicios de **World Project Design**

Este acuerdo no crea ningún contrato de sociedad, de mandato, de franquicia, o relación laboral entre **World Project Design** y el Usuario. El Usuario reconoce y acepta que **World Project Design** no es parte en ninguna operación, ni tiene control alguno sobre la calidad, seguridad o legalidad de los artículos anunciados, la veracidad o exactitud de los anuncios, la capacidad de los Usuarios para vender o comprar artículos. **World Project Design** no puede asegurar que un Usuario completará una operación ni podrá verificar la identidad o Datos Personales ingresados por los Usuarios. **World Project Design** no garantiza la veracidad de la publicidad de terceros que aparezca en el sitio y no será responsable por la correspondencia o contratos que el Usuario celebre con dichos terceros o con otros Usuarios.

12 - Fallas en el sistema

World Project Design no se responsabiliza por cualquier daño, perjuicio o pérdida al Usuario causados por fallas en el sistema, en el servidor o en Internet. **World Project Design** tampoco será responsable por cualquier virus que pudiera infectar el equipo del Usuario como consecuencia del acceso, uso o examen de su sitio web o a raíz de cualquier transferencia de datos, archivos, imágenes, textos, o audio contenidos en el mismo. Los Usuarios NO podrán imputarle responsabilidad alguna ni exigir pago por lucro cesante, en virtud de perjuicios resultantes de dificultades técnicas o fallas en los sistemas o en Internet. **World Project Design** no garantiza el acceso y uso continuado o ininterrumpido de su sitio. El sistema puede eventualmente no estar disponible debido a dificultades técnicas o fallas de Internet, o por cualquier otra circunstancia ajena a **World Project Design**; en tales casos se procurará restablecerlo con la mayor celeridad posible sin que por ello pueda imputársele algún tipo de responsabilidad. **World Project Design** no será responsable por ningún error u omisión contenidos en su sitio web.

13 - Tarifas. Facturación

La inscripción en **World Project Design** es gratuita.

15 - Propiedad intelectual. Enlaces

Los contenidos de las pantallas relativas a los servicios de **World Project Design** como así también los programas, bases de datos, redes, archivos que permiten al Usuario acceder y usar su Cuenta, son de propiedad de **World Project Design** y están protegidas por las leyes y los tratados internacionales de derecho de autor, marcas, patentes, modelos y diseños industriales. El uso indebido y la reproducción total o parcial de dichos contenidos quedan prohibidos, salvo autorización expresa y por escrito de **World Project Design**.

El Sitio puede contener enlaces a otros sitios web lo cual no indica que sean propiedad u operados por **World Project Design**. En virtud que **World Project Design** no tiene

control sobre tales sitios, NO será responsable por los contenidos, materiales, acciones y/o servicios prestados por los mismos, ni por daños o pérdidas ocasionadas por la utilización de los mismos, sean causadas directa o indirectamente. La presencia de enlaces a otros sitios web no implica una sociedad, relación, aprobación, respaldo de **World Project Design** a dichos sitios y sus contenidos.

16 - Indemnización

El Usuario indemnizará y mantendrá indemne a **World Project Design**, sus directivos, administradores, representantes y empleados, por cualquier reclamo o demanda de otros Usuarios o terceros por sus actividades en el Sitio o por su incumplimiento los Términos y Condiciones Generales y demás Políticas que se entienden incorporadas al presente o por la violación de cualesquiera leyes o derechos de terceros, incluyendo los honorarios de abogados en una cantidad razonable. Los usuarios entienden que **World Project Design** es solo un espacio en donde los usuarios se ponen en contacto, mas no tiene nada que ver con la relación contractual que surja entre los usuarios de este portal

18 - Jurisdicción y Ley Aplicable

Este acuerdo estará regido en todos sus puntos por las leyes vigentes en la República de Colombia.

Cualquier controversia derivada del presente acuerdo, su existencia, validez, interpretación, alcance o cumplimiento, será sometida a las leyes aplicables y a los Tribunales competentes de la Ciudad de Bogotá y los procedimientos se llevarán a cabo en idioma castellano.

19 - Domicilio

Se fija como domicilio de **World Project Design**. la calle 70 A Oficina 801, Bogotá, Colombia.

2. CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS - World Project Design - SHORTCUT S.A.S

Entre Shortcut SAS., sociedad comercial legalmente constituida y con domicilio principal en la ciudad de Bogotá D.C. quien en adelante se denominará CONTRATANTE, representada legalmente por NATALIA BETANCOURT JARAMILLO , identificado como aparece al pie de su firma, según certificado de Cámara de Comercio de Bogotá , y por otra parte _____, quien se identifica como aparece al pie de su firma y en adelante se denominará CONTRATISTA, hemos convenido en celebrar un contrato de prestación de servicios profesionales que se regulará por las cláusulas que a continuación se expresan y en general por las disposiciones del Código Civil y Código de Comercio aplicables a la materia de que trata este contrato:

Primera. Objeto. El CONTRATISTA, de manera independiente, sin subordinación o dependencia, utilizando sus propios medios, elementos de trabajo, personal a su cargo, prestará los servicios de _____ (**explicar en detalle el servicio a prestar**).

Segunda. Término del Contrato. Este Contrato de Prestación de Servicios se extenderá por un periodo de _____ (**se escribe un tiempo fijo o se establece hasta cuando se finalice el servicio específico**).

Tercero. Honorarios. – El CONTRATANTE pagará al CONTRATISTA por concepto de honorarios _____ (\$ _____) (**mensuales o por el total del servicio prestado**).

Cuarta. Prorroga. Si vencido el plazo establecido para la ejecución del contrato de prestación de servicios el CONTRATANTE decide ampliar el plazo de vencimiento, se suscribirá minuta suscrita por las partes, que hará parte integral de este contrato.

Quinta. Nuevo servicio. Si finalizado el objeto del servicio contratado, el CONTRATANTE necesita un nuevo servicio del CONTRATISTA, se deberá hacer un nuevo Contrato de Prestación de Servicios y no se entenderá como prórroga por desaparecer las causas contractuales que dieron origen a este contrato.

Sexta. Obligaciones del CONTRATISTA. Son obligaciones del CONTRATISTA: 1. Obrar con seriedad y diligencia en el servicio contratado, 2. Realizar informes mensuales. (**Según se acuerde entre las partes**). 3. Atender las solicitudes y recomendaciones que haga el CONTRATANTE o sus delegados, con la mayor prontitud. 4. Permitir que el CONTRATANTE o un delegado haga visitas a las instalaciones del CONTRATISTA o el sitio que esté desarrollando la labor contratada. (**Y las demás que pacten las partes sin que exista subordinación**).

Séptima. Garantías. EL CONTRATISTA prestará garantía expedida por compañía de seguros legalmente autorizada en Colombia, o garantía bancaria única que avalará el cumplimiento, calidad y daños causados al contratante y a terceros en ejecución del contrato. (**Optativo incluir la constitución de garantías**).

Octava. Obligaciones del CONTRATANTE. Son obligaciones del CONTRATANTE: 1. Cancelar los honorarios fijados al CONTRATISTA, según la forma que se pacto dentro del término debido. 2. Entregar toda la información que solicite el CONTRATISTA para poder desarrollar con normalidad su labor independiente.

Novena. Terminación anticipada o anormal. – Incumplir las obligaciones propias de cada una de las partes, dará lugar a la otra para terminar unilateralmente el Contrato de Prestación de Servicio.

Décima. Cláusula compromisoria. – Toda controversia o diferencia relativa a este contrato, su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitramento que por economía será designado por las partes y será del domicilio donde se debió ejecutar el servicio contratado o en su defecto en el domicilio de la parte que lo convoque. El tribunal de Arbitramento se sujetara a lo dispuesto en el decreto 1818 de 1998 o estatuto orgánico de los sistemas alternativos de solución de conflictos y demás normas concordantes. (**Optativo incluir la Cláusula Compromisoria ya que el contrato presta mérito ejecutivo**).

En todo caso, este contrato presta mérito ejecutivo por ser una obligación clara, expresa y exigible para las partes

Este Contrato de Prestación de Servicios se firma en dos ejemplares para las partes en _____ a los _____ (____) días del mes de _____ del dos mil.

El contratante

c.c.

Representante Legal

El contratista

c.c.

3. POLITICAS DE PRIVACIDAD DE LA PAGINA

Las políticas de uso y privacidad deben incluirse en el sitio web, sitio que debe estar bien identificado para que sea accesible a los usuarios que lo visitan.

Se deben establecer los términos y condiciones de uso que el usuario puede dar a los contenidos, servicios y herramientas de las que dispone el sitio que está visitando y, también, para aclarar al usuario el uso y manejo que se le dará a la información que se proporcione en el sitio.

Política de uso

“Está debe aclarar al usuario con un texto bien redactado y de manera muy formal, los términos de uso que el usuario puede hacer del contenido, fotografía, herramientas y servicios que el sitio proporciona. Se debe ser claro en cuanto al uso de licencias y derechos de autor, la manera adecuada para promover o manejar el contenido del sitio en otros medios. Este espacio busca aclarar todas las dudas de los usuarios con respecto al uso que este puede darle al sitio”⁵⁵.

A continuación se contemplan los aspectos legales a tener en cuenta por Shortcut S.A.S:

Protección de la oferta: el diseño gráfico, los contenidos y el código fuente de la página web en la que se describe el servicio estarán protegidos por los derechos de autor mediante la utilización del símbolo ©.

World Project Design dispondrá de modelos de contrato que regulen relaciones con proveedores de contenidos, diseño gráfico, programación HTML y en los que haya cesión de derechos de propiedad intelectual.

Protección de la marca: *World Project Design* protegerá la propiedad industrial con el registro de la empresa en el correspondiente dominio.

Contratos con proveedores tecnológicos: *World Project Design* ofrecerá sus servicios a través de Internet y contará con contratos de referencia necesarios que protejan sus derechos.

Normas sobre publicidad en Internet: La descripción del servicio de *World Project Design* se ajustará a la normativa sobre publicidad.

Normas sobre protección de datos: *World Project Design* diseñará los formularios de obtención de datos personales, e informará la política de uso sobre los datos obtenidos, su rectificación y cancelación.

⁵⁵ ESCAPE NETWORKS. Aspectos legales de una web. [en línea]. [Consultado 27 Agosto de 2011]. Disponible en <<http://www.grupoescape.com/alicante/noticias/web-internet/aspectos-legales-web-empresa-34.html>>

Normas de contratación electrónica: *World Project Design* adecuará la plataforma de comercio electrónico a la normativa relativa a las condiciones generales de contratación, ventas a distancia, ley comercio electrónico, legislación sobre firma electrónica, medios de pago electrónicos, facturación electrónica y medidas para la prevención de impagos en Internet.

Prevención de supuestos de responsabilidad civil: las medidas preventivas deberán extenderse a la responsabilidad civil derivada de los contenidos, links, servicios defectuosos, virus informáticos, memoria caché de los navegadores y otros elementos inherentes al uso de Internet y a nuevas tecnologías como canal de comunicaciones y transacciones.

Resolución de controversias: *World Project Design* adoptará el arbitraje como fórmula alternativa en el caso de conflictos derivados del comercio electrónico.

Prevención de fraudes y delitos: *World Project Design* extenderá la prevención de estafas electrónicas, daños informáticos, interceptación de pedidos, transacciones y comunicaciones comerciales, uso no autorizado de terminales, revelación de secretos, falsedades documentales y lavado de activos.

4. POLITICA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Favor leer Los Aspectos legales y la Política de protección de datos personales y confidenciales antes de usar este sitio web. Al usar este sitio web usted acepta estar de acuerdo con dicha política. En caso contrario no utilice este sitio web. *World Project Design* se reserva todos los derechos a borrar, modificar o actualizar el contenido de esta web en cualquier momento y por cualquier motivo sin tener que notificarlo a ninguna persona.

Este sitio web es propiedad de *World Project Design* y está siendo gestionado por el mismo.

World Project Design tiene su domicilio en Bogotá D.C., mantiene este sitio web para su información. Usted puede navegar por nuestra web, descargar el material visualizado en la misma para su propio uso con tal de que usted guarde intactos todos los derechos de copia (Copyright), marca registrada y otros avisos de propiedad. Sin embargo, no puede: copiar, almacenar, reproducir, republicar, actualizar, fijar, transmitir o distribuir de ninguna manera el contenido de este sitio web incluyendo el texto, las imágenes, el audio y el vídeo para cualquier propósitos públicos o comerciales, sin el permiso expreso y por escrito de *World Project Design*.

Mediante el formulario de registro de nuestra web se requiere que los USUARIOS suministren información de contacto (como nombre y dirección de correo electrónico) e información demográfica (como ciudad de origen). Utilizamos esta información de contacto del USUARIO proveniente del formulario de registro, para enviarle información sobre nuestra compañía. La web recoge información solamente para propósitos internos.

Esta información no será compartida, cedida, transferida, ni vendida a nadie fuera de *World Project Design*

Información para usuarios

Debe saber que todo lo que ve o que lee en este sitio web está protegido por el derecho de copia (Copyright) y se deberá usar solamente según estos Aspectos Legales.

World Project Design no garantiza y no se responsabiliza de ningún uso que se pueda hacer de los materiales obtenidos en esta web, ni que puedan infringir derechos de terceras partes, aunque estén afiliados al Shortcut S.A.S.

Las imágenes son propiedad o están usadas con permiso por *World Project Design*. El uso de estas imágenes por usted, o cualquier persona autorizada por usted, se prohíbe expresamente a menos que sea permitido específicamente por estos Aspectos Legales.

Cualquier uso desautorizado de las imágenes puede violar leyes sobre derechos de copia (Copyright), leyes sobre marca registrada, leyes de Protección de Datos y de la publicidad, y acerca de la regulación de las comunicaciones y estatutos.

Correo Electrónico

Cualquier comunicación o material que nos transmita por el correo electrónico o de otra manera, incluyendo cualquier dato, preguntas, comentarios, sugerencias, o cualquier otro de este tipo, serán tratados como no confidenciales y no de propiedad exclusiva. Cualquier cosa que nos envíe podrá ser usada, utilizada y modificada por *World Project Design* para cualquier propósito incluyendo sin limitaciones: reproducción, acceso, transmisión, publicación, difusión, y envío. Además, *World Project Design* se considera libre de usar cualesquiera de estas ideas, conceptos, conocimientos técnicos, o técnica contenida en cualquier comunicación que usted envíe a la web usando tal información para cualquier propósito, incluyendo pero no limitándose a desarrollos, fabricación, y a servicios en comercialización.

Información sobre el sitio web de Coloplast

Nos esforzamos en incluir información actualizada y exacta en la web. No obstante *World Project Design* no garantiza ni representa la exactitud de la misma. *World Project Design* no asume ni se responsabiliza de los posibles errores o defectos en los contenidos de este sitio web.

Marcas registradas y logos

Las marcas y los logos, visualizados en esta web, son marcas registradas de *World Project Design*. Ningún contenido de la web se debe interpretar como que se concede implícitamente, o de cualquier otra manera, licencia o derecho para utilizar cualquier marca registrada visualizada en la web sin el permiso por escrito de *World Project Design* o de los terceros que puedan poseer las marcas registradas visualizadas en la misma.

Conexiones

Desde ésta web se ofrece conexión a otras páginas webs y portales que no están bajo el control de *World Project Design*. El acceso a estas webs, es para su ayuda y conveniencia.

World Project Design no se hace responsable del contenido de estos sitios web y en consecuencia no se responsabiliza de los posibles daños o lesiones que presente el contenido de los mismos.

Aceptamos la inclusión de nuevos vínculos a webs y portales en nuestra web. Por ello usted es libre de establecer una conexión o link a esta web siempre que por ello no se indique ni implique cualquier tipo de patrocinio de su web por parte de *World Project*

Design o de cualquiera de sus usuarios. Tampoco está permitido incorporar material protegido por la propiedad intelectual o por derechos de copia (Copyright) a otra parte.

Estadísticas

World Project Design examina permanentemente el comportamiento de acceso y visitas a la información de su página Web. Esto le facilita conocer mejor los procesos a mejorar.

World Project Design hace seguimiento a través de "cookies" en su computador. Estas "cookies" le permiten un grado de análisis minucioso. No obstante si prefiere deshabilitar las cookies en su equipo podrá seguir teniendo el mismo acceso a los contenidos de la página Web.

La información que recoja *World Project Design* de su visita será exclusivamente de uso interno con la única finalidad de incrementar la calidad de los contenidos, el servicio, así como la ayuda a nuestros visitantes. Parte de esta información podría ser publicada de vez en cuando.

ANEXO I. COTIZACIONES