

Trabajo:

Trabajo de investigación

Curso:

Investigación e Innovación Tecnológica

Profesor:

Jesús Medina Guzmán.y

Integrantes:

- Ccapa Ccamaque Abel Franco
 - Diaz Huapaya Josué
- Cahuina Cahuina Dante

Especialidad:

Mantenimiento de Maquinaria Pesada

Semestre/Grupo:

IV Semestre, Grupo "C"

Fecha de Entrega:

20/11/2018

Año:

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Contenido:

- I. Speech:
- II. Marca - color:
- III. Preferencia cerebral y nivel de conciencia:
- IV. Afiche y banner:

1. Speech:

30 segundo (explicación)

El Problema:

¿Se han preguntado donde va la botella vidrio que compramos y luego botamos, por ejemplo, de vino, champagne, gaseosa, cerveza, ron, etc.? Bueno, estas se van a botaderos generando contaminación, aun cuando se recicle y se metan en hornos.

Dar solución:

He encontrado una manera de reutilizarlas y convertirlas en vasos y copas.

Explicación:

Un producto hecho de a base de botellas de vidrio, las cuales primero pasan por un proceso de lavado, selección y clasificación de las botellas y seguidamente pasa por un proceso de maquinado y pulido.

30 segundos (Venta)

Datos para el inversionista

El Perú exporta anualmente US\$ 100 000 000.00 en residuos sólidos reciclados, del cual el vidrio representa el 3.2% del total que significan US\$ 3 200 000.

Panorama:

Es un rubro que aún no es explorado por lo que se cuenta con ventaja.

Ofrecer:

Necesitamos de Ud. señor inversionista para comenzar a producir vasos y copas por todo el mundo y generar utilidades millonarias con una idea simple y barata.

2. Marca - color:

Nombre de la empresa: "GLASSIDEA"

La filosofía de GLASSIDEA es asegurar y promover el adecuado tratamiento de los residuos de vidrio, concienciando de la necesidad de reciclar e implicando a todos los agentes que intervienen en la industria, siempre siguiendo los más estrictos controles de calidad, respetando el medio ambiente y facilitando un desarrollo sostenible.

MISIÓN

La misión de nuestra empresa es impulsar la cultura del reciclaje y conservación del MEDIO AMBIENTE con vinculación en el sector público, privado y social, implementando sistemas eficientes de recolección del vidrio para desarrollar productos reciclados de alta calidad.

VISIÓN

La visión de GLASSIDEA es la de convertirse en una empresa de referencia en el sector, para lo que cuenta con un equipo comprometido y cuyo esfuerzo está enfocado a garantizar la responsabilidad corporativa y la calidad a través de un sistema de gestión integral con un proceso de mejora continua en calidad, medio ambiente y seguridad laboral, así como en innovación, que nos permite la gestión ambiental correcta de los residuos de vidrio, y la obtención de un producto final, para su reutilización.

FILOSOFÍA

La idea es cambiar al mundo con la premisa **¡Conservar el medio ambiente!**, pero en este proceso **¡cambiaremos vidas!** con **¡más empleabilidad!** Y sobre todo con la satisfacción de crear un envase de primera calidad que será parte del día a día de las personas

Imagotipo:

Es una representación visual de una marca. Existe un elemento pictográfico junto al texto que puede ser abstracto o no, que se puede leer y que otro no.

Estrategia utilizada para elegir colores:

Círculo cromático, las triadas:



- Positivo 80 x 80 mm



- Negativo 80 x80 mm



- Colores de imagotipo 80 x 80 mm : Se utiliza la escala de RGB



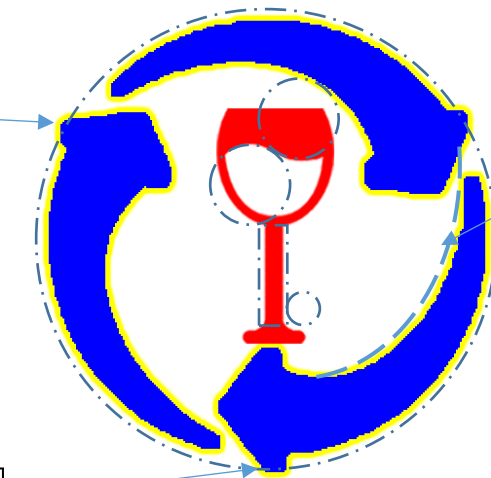
Análisis del imagotipo:

Uso de formas circulares:

En diseño es ideal usarlo cuando se quiere representar el logotipo de grupos sin fines de lucro, organizaciones globales.

Bordes redondeados:

Asociación a los elementos curvos, como más inofensivos, por lo tanto, como más seguros ideal para que prefieran el producto.



Uso de espirales:

Representan la excelencia y probidad, ideal para que le dé alto nivel de calidad.

Century Ghotic:

Este estilo de letras es muy utilizado en áreas relacionadas con el futurismo, innovación y la tecnología, por ser vanguardistas, ideal para captar la atención de las personas con cierto grado de apego a la tecnología.

Por ejemplo, modelo de vasos para hipsters.

GLASSIDEA

Colores utilizados según la escala de RGB:

Azul (Flechas):

R: 0

G: 0

B: 255

Rojo (Nombre e imagen de copa):

R: 255

G: 0

B: 0

Amarillo (Bordes que rodean la flecha)

R: 255

G: 255

B: 0

Fuente:

Century Gothic

Acercas de las fuentes:**Fuentes con Formas geométricas:**

Las fuentes dentro de esta categoría han estado de moda desde hace casi un siglo, pero en la actualidad son muy utilizadas. Combinan elementos que mezclan cierto grado de estabilidad con dinamismo.

Su personalidad la hace muy versátil, y puedes lograr combinaciones muy buenas. Algunas veces puedes lograr algo de aspecto muy serio, y otras veces algo más juguetón y deliberado. Son de aspecto rígidos pero también muy elegantes.

Este estilo de letras es muy utilizado en áreas relacionadas con el futurismo, innovación y la tecnología, por ser vanguardistas.

Podemos encontrar familias clásicas como Futura, Century Gothic y algunas más modernas como Geometría, Atami, Geomanist.

Lo que se quiere transmitir con el imagotipo:

- **Bordes suavizados:** Suavidad y determinación.
- **Azul principal:** Representa seguridad, calma, reciclaje.
- **Color rojo:** Representa vitalidad y pasión.

Marcas que utilizan colores similares:

En el ranking mundial de marcas 2016, compuesto por las 100 marcas más prestigiosas de todo el mundo, en las 35 top Brand, el color más usado en sus logos es el color azul, casualmente es el color más visto por la mayoría de personas.

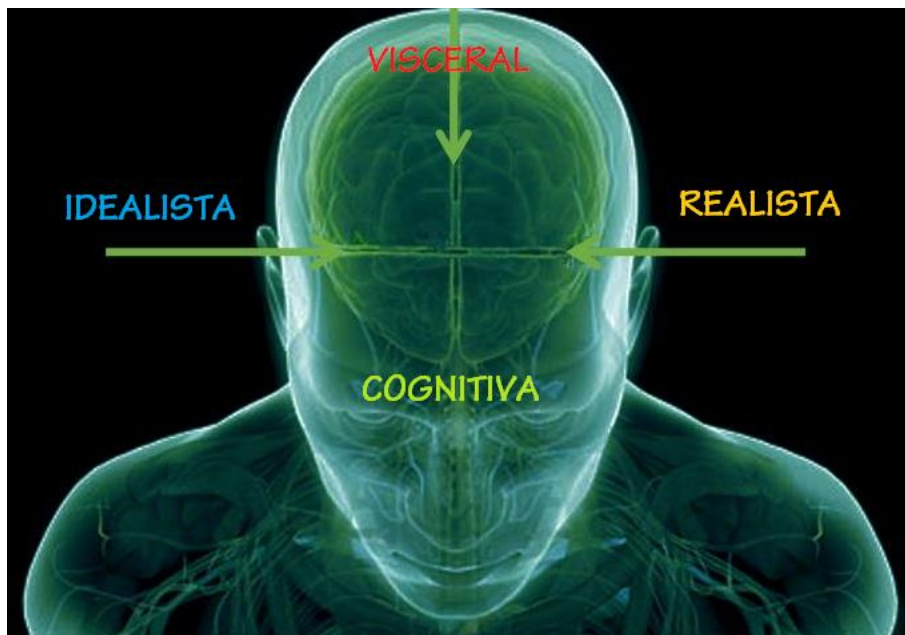


Preferencia cerebral y nivel de conciencia:

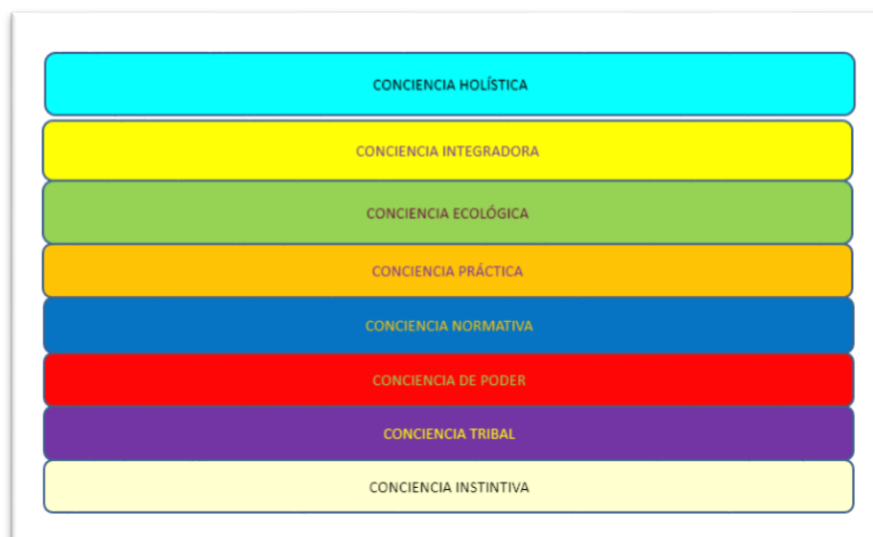
Estructura de la empresa según sus áreas.

Parámetros de perfil:

Preferencia Cerebral:



Nivel de conciencia:



Áreas y puestos en la STARTUP **Glassidea** según los parámetros anteriores:

1. Área ejecutiva (CEO):

- Características:
- Capacidad de autoconocimiento
- Abundancia de recursos.
- Coraje.
- Voluntad para mostrarse en peligro
- Visión de futuro.

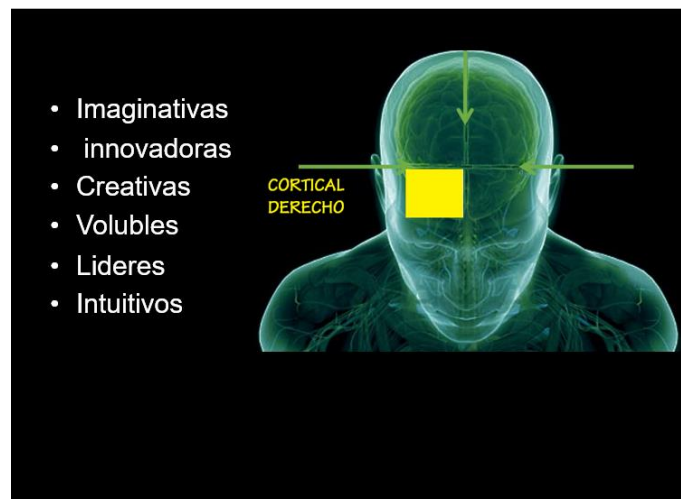
Parámetros que más coinciden con las características demandadas

1.1. Responsable:

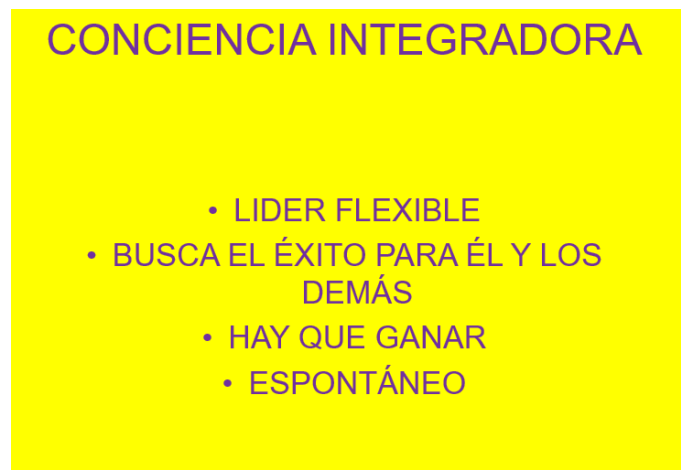
Abel Franco Ccapa Ccamaque

1.2. Perfil:

- Preferencia cerebral:



- Nivel de conciencia cerebral:



2. Área de Marketing:

Características demandadas:

- Está centrado en las características del producto o servicio.
- Entabla contactos esporádicos con los clientes.
- Su objetivo es el aumento constante del número de ventas.
- Busca la ganancia inmediata de la empresa.
- Utiliza la publicidad directa y con un enfoque masivo.
- Comunicación unidireccional: de la empresa hacia el cliente.
- Se enfoca en la relación calidad-precio.
- Las posiciones del cliente y del vendedor varían poco.
- La calidad del producto depende del personal; no del cliente.

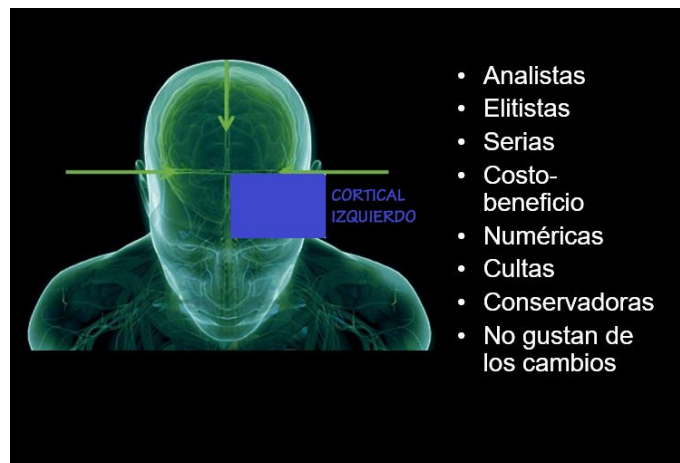
Parámetros que más coinciden con las características demandadas

2.1. Responsable:

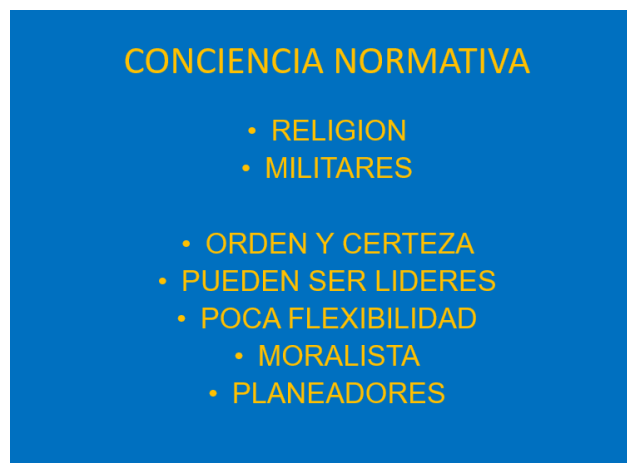
Diaz Huapaya Josue

2.2. Perfil:

- Preferencia cerebral:



- Nivel de conciencia cerebral:



3. Área de Manufactura:

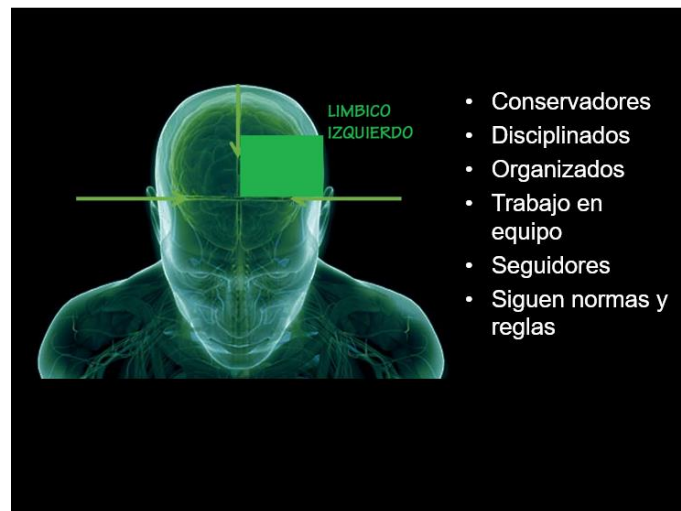
Características demandadas para el cargo.

- Eficiencia.
- Constancia.
- Inteligencia interpersonal.
- Puntualidad.

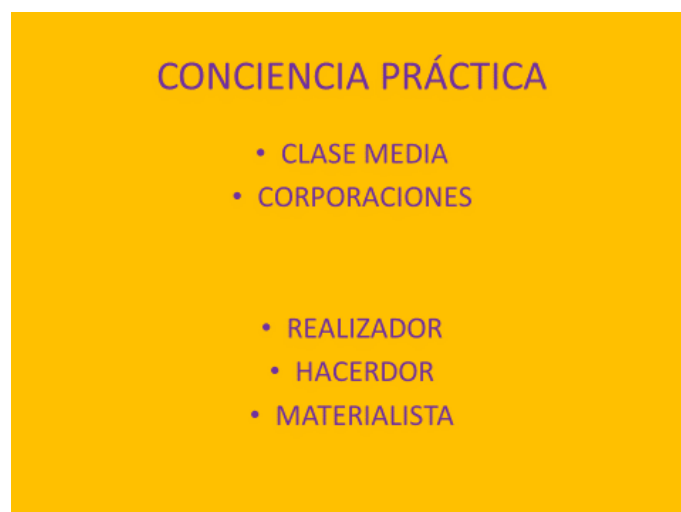
3.1. Responsable:
Cahuina Cahuina

3.2. Perfil:

- Preferencia cerebral:



- Nivel de conciencia cerebral:



4. Afiche y banner:

Afiche:



¡PISCOLEROS!


GLASSIDEA

Vasos de botella!

50%

DE DESCUENTO



Teléfono: 054425476
Celular: +51927834205
Arequipa, Perú, Dist. Bustamante y R, Av. EE. UU.

Banner:

