Reporte de investigación: Centro de tecnología en impresión y copiado

DISEÑO PARA LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

LIV4011-1

Dr. Victor Alejandro Brizuela
Universidad de las Américas Puebla

Brenda Báez Rodríguez
Eduardo Avelino García
Omer Tenahua Aguilar
Zaira Cuecuecha Montiel

Definición de la identidad **01**
Historia
Misión, visión y valores
Productos y servicios
Análisis de lenguaje

Mercado meta **02**
Determinación de la muestra
Condiciones de la aplicación
Análisis de resultados
Perfiles de usuario

Análisis del sector **03**
Ventajas competitivas
Estrategias de diferenciación
Áreas de oportunidad
NIcho de mercado

Posicionamiento **04**
Posicionamiento deseado
Estrategias de diferenciación
Estrategia de precios
Nicho de mercado
Análisis FODA

Definición de la identidad

01

Desde sus inicios, el Centro de Copiado se ha planteado el objetivo de ser reconocida como la **empresa líder** en calidad de impresión a nivel regional; manejando altos estándares de calidad y la mejor y más avanzada tecnología. Asimismo, han buscado crear una imagen de confiabilidad para sus clientes, distinguiéndose por su excelencia en el servicio.

La historia del centro de copiado

El 25 de octubre de 2013 de forma desprevenida y sin intención de ofrecer de lleno un servicio de impresión y copiado, el CC se instala sobre la avenida 31 Oriente en el municipio de Huexotitla. A pesar de que inicialmente este espacio estaba destinado a ser un ***showroom*** que pudiera acercar a algunos de los clientes del corporativo *Tecnología en Impresión e Imagen* (TII) a conocer cómo funcionaban los equipos; las decisiones cambiaron de rumbo, fue entonces que nació el CC como un servicio anexo a la marca. Esto, afortunadamente se adjunta a una oportunidad de negocio: en el estado de Puebla la necesidad de una empresa dedicada al servicio de calidad en impresión, comprometida con sus clientes, y dedicada a brindar la mejor atención personalizada era una realidad.

Síntesis de la misión, visión y valores

Ofrecer a nuestros clientes la más avanzada tecnología en impresión e imágenes con el mejor soporte, esto con la visión de ser reconocidos como una empresa líder en la región cuya tecnología y soporte garantice la satisfacción total de nuestros clientes en sus trabajos de impresión e imágenes. Nos diferencian valores como el servicio, la honestidad y la excelencia.

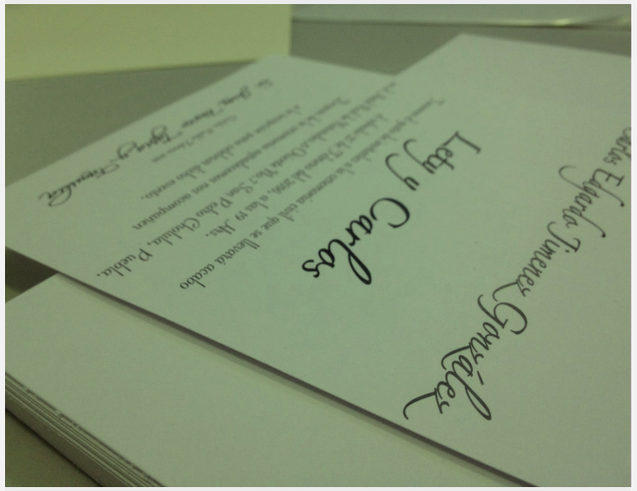
Hoy por hoy, el CC se sigue esforzando por diferenciarse de sus competidores al brindar un servicio impecable en impresión y copiado, además, ha extendido la variedad de sus productos y servicios a tal punto que se ha convertido en un referente dentro del sector; arquitectos, diseñadores y personas comunes visitan la 31 Oriente para ser adquisidores de objetos impresos inigualables, se topan con un espacio moderno que denota **innovación** y **alta tecnología,** y presencian, como era supuesto, el funcionamiento de los equipos en tiempo real, este

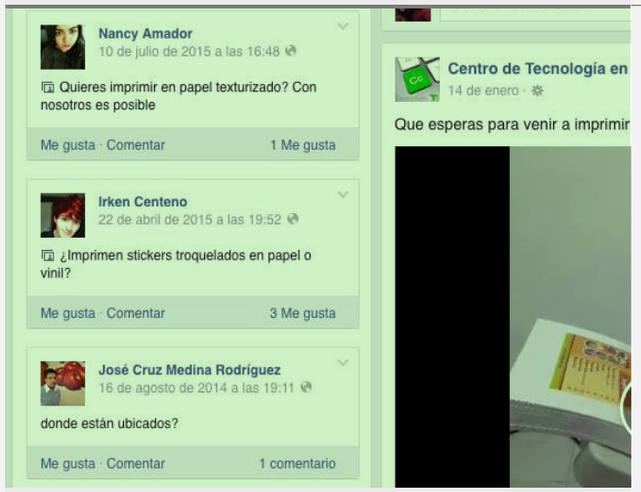
último aspecto exige remarcar la existente relación entre el CC y **RICOH,** marca reconocida por fabricar equipos de impressión de primer nivel.

El vínculo de negocio que existe entre estas dos empresas, basado principalmente en la **primer regla del sector:** *Poder negociación de los proveedores*, determina invariablemente que *el CC compite por diferenciación.*

Productos y servicios

Copias e impresion digital
Corte
Diseño
Laminado
Empastado exprés
Engrapado de caballo
Copias, escaneo e impresión de planos
Cajas de luz
Cuadros decorativos
Imánes





Análisis de lenguajes

Facebook

Podríamos decir que la página de Facebook va dirigida a un **público medianamente joven,** cuenta con un lenguaje **coloquial** y accesible; se esfuerzan por conservar un modo juvenil para comunicarse. Son muy breves y concisos en lo que dicen y expresan, utilizan emoticones para demostrar sus sentimientos o acciones, son divertidos y utilizan algunos *giffs*.

La página se compone visualmente por un conjunto de recursos, tanto publicitarias como informativos que tienen un toque **cómico.** También muestran los productos que ofrecen y las innovaciones que implementan en el centro de copiado. Asimismo, este espacio ha servido como una plataforma de **interacción y diálogo,** aclaración de dudas y promoción de boca en boca.

La pagina de Facebook es un motor de publicidad muy grande, dado que muchos clientes han llegado a conocerlo gracias a esta red social. El sitio cuenta con muchos gráficos con alto contraste de color que hacen de su estilo algo llamativo, eso hace que su audiencia no se aburra y quiera saber más acerca de lo que ofrecen, sin embargo existe un error, ya que ellos se distinguen por ofrecer un servicio de calidad y en las imágenes esto no es del todo representado.

Página Web

La pagina web se caracteriza por tener un lenguaje más **formal,** ya que se dirige a un público adulto que busca este valor en todos sus proyectos a realizar. Textualmente es muy breve y concisa, esto ayuda a optimizar los tiempos de los clientes que la visitan, asimismo, esto evita el trabajo de navegación dentro de ella y permite su fácil manejo.

Medios impresos

Los medios impresos van dirigidos a un publico mas general (cubre más mercado) conciben un lenguaje formal, que funciona para los dos tipos de público. También es más explicativo, y se desarrolla de forma **híbrida.** Como sistema publicitario es muy eficiente, pues logra hacer que el cliente se interese y sepa porqué debe de preferir al centro de copiado antes que cualquier otro. El diseño del mismo es un referente directo de la calidad y capacidad de impresión que les distingue.

02

Determinación de la muestra

CC cuenta con una amplia gama de clientes, entre ellos destacan profesionistas en áreas como **la ingeniería civil, el diseño de información y gráfico, la arquitectura y las bienes raíces.** Asimismo, ofrecen su servicio a estudiantes y académicos que se desenvuelven en estas áreas y en otras no relacionadas directamente con la impresión, esto sucede igualmente con aquellos clientes que entran en la categoría del cliente común o el cliente promedio; adquisidores eventuales del servicio que requieren de trabajos sencillos de impresión y copiado.

Condiciones de la aplicación

A pesar de que una cercana charla con los propietarios de la empresa nos permitió conocer quiénes son algunas de las empresas que se han acercado a ellos para recibir sus servicios y cómo estas han reaccionado ante el mismo, para definir y entender a profundidad el perfil de sus consumidores directos o, como les hemos llamado anteriormente, clientes promedio, desarrollamos una encuesta, que, además, intentaba construir para la investigación un esquema de lo que esta audiencia percibe del CC en términos de **imagen.**

Otro de los recursos de investigación utilizados fue la **observación.** En tres ocasiones accedimos al CC para vivir una experiencia real con la marca y sus distintos puntos de contacto. Una de estas ocasiones constó en hacernos pasar por clientes comunes.

Análisis de resultados

La mayoría de los usuarios han conocido el CC por medio de internet, sin embargo, un promedio considerable de estos llega por recomendación o porque simplemente han pasado por ahí.

- Los clientes de calle o aquellos que asisten con mayor frecuencia no tienen conocimiento de las distintas soluciones en impresión y copiado que ofrece el CC.
- En primera instancia, los usuarios se acercan al CC por **calidad, precio y rapidez,** consecuentemente, buscan la solución de problemas técnicos en impresión y la variedad de sustratos y formatos.

Jerárquía de los servicios más conocidos y utilizados: impresión y copiado, impresión y escaneo de planos en gran formato, servicio de diseño gráfico por hora, diseño de prototipos editoriales e impresión y empastado/engrapado instantáneo de revistas o cuadernillos.

Mercado meta

02

- La mayoría de los usuarios encuestados están de acuerdo con el margen de precios que maneja la empresa.
- El **100%** de los usuarios encuestados está de acuerdo en que lo único que se debe mejorar es la **ubicación** del centro de impresión.

PERFILES DE USUARIO

	$		!
Estudiantes	*Medio-bajo*	*Guiados por tendencias; interesados en el avance tecnológico y la innovación*	*Calidad, precio, rapidez, ubicación y solución de problemas*
Insituciones educativas	*Interés medio en inversión*	*Proponen una imagen de formalidad, excelencia y compromiso*	*Buscan confidencialidad, corrección técnica y oportunidad de negocio*
Empresas diversas	*Interés medio-alto en inversión*	*Proponen una imagen basada en la diferenciación y la actualización*	*Diferenciación, variedad en productos y oportunidad de negocio*
Agencias creativas	*Interés alto en inversión*	*Mantienen un perfil bajo, se desempeñan como organismos independientes*	*Diferenciación, variedad en productos, calidad, eficacia y oportunidad de negocio*

Lumen

Esta empresa es una de las mejor posicionadas en el estado, poco a poco se ha ido generando una buena fama en torno a sus servicios tanto de papelería como de impresión. La mayoría de los usuarios que acuden a Lumen pueden estar seguros de que podrán encontrar casi cualquier sustrato para impresión y que la atención a la hora de imprimir es muy buena, además de tener la opción de buscar otros materiales, ya sean electrónicos o de arte. El servicio que otorga en el área de impresiones digitales es reconocido por varios aspectos; uno de ellos es la gran **variedad de papeles**. Sus servicios figuran en un rango muy amplio de clasificaciones, desde arte y dibujo hasta muebles y libros, inluyendo el área de tecnología, manualidades e incluso de regalos y envolturas.

Ventajas competitivas

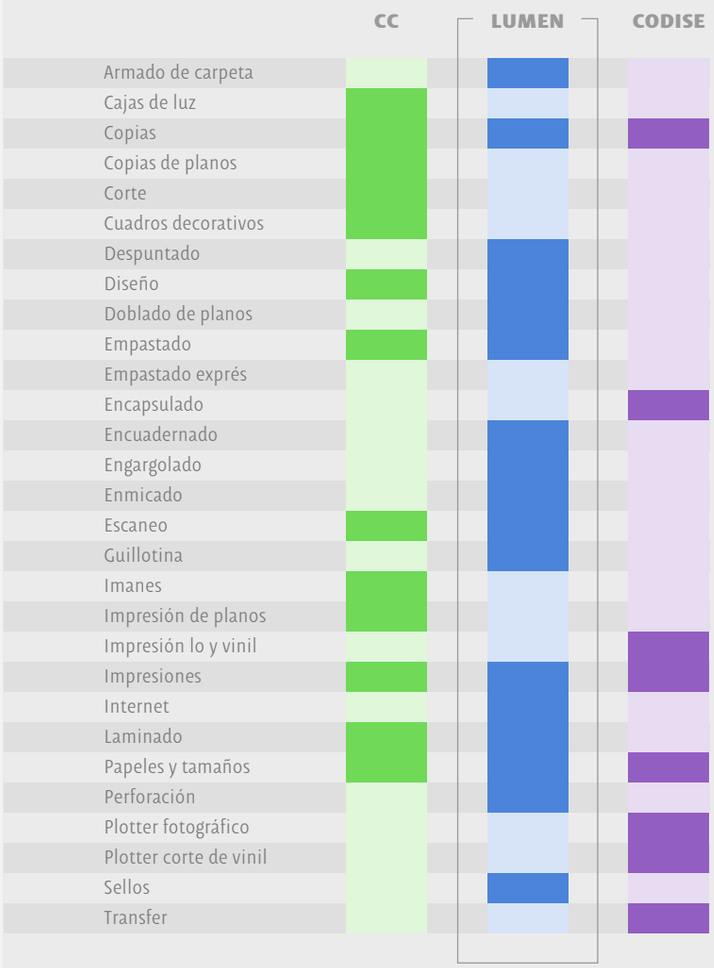
Ciertamente una de las ventajas actuales es el reconocimiento o posicionamiento que ya posee la empresa, es decir que es sin esfuerzo uno de los principales referentes de impresión digital dentro del estado, lo cual ya refleja una ventaja para ellos mismos. La gran variedad de productos que podemos conseguir aquí, no se puede comparar con lo que podemos encontrar en TII o Codise.

En Lumen se puede ir a buscar algún tipo de papel en especifico, el siguiente paso sería pedir un corte tamaño carta y después de que se entreguen los pliegos cortados ir directamente al área de impresión y entregar las hojas tamaño carta, sin ningún problema. Esta opción no la brindan muchas empresas y es un aspecto altamente valorado por sus clientes.
La calidad es alta, la localización de varias sucursales les proporciona otro margen de clientes adicionales y la atención de sus empleados siempre es buena.

Estrategias de diferenciación

Como su propio eslogan lo dice, ahí se puede encontrar "todo para crear" desde un lapicero hasta una computadora. Hacer que las personas estén conscientes de que pueden encontrar de todo siempre ha sido su principal estrategia. Incluso en las etapas de regreso a clases para los niños su publicidad va en

Posicionamiento de la competencia



torno a llenar el carrito de compras aquí, por la misma razón que puedes comprar una mochila hasta el papel para envolver las libretas, es una tienda con una gran variedad de productos y sobre todo de modelos. Es una tienda también multidisciplinaria, pueden acudir diseñadores, arquitectos, artistas plásticos, empresarios, padres, estudiantes o cualquier otra persona que este en busca de algo especifico, seguro lo podrá encontrar aquí.

Áreas de oportunidad

En ocasiones los empleados carecen de la disponibilidad para la resolución de problemas en cuanto a impresión o dificultad de decisiones. Es decir, si se quisiera imprimir en un papel más delgado de lo que la maquina lo permite, no encuentran una solución y solamente rechazan la idea. En cambio en Codise buscarán alguna manera tal vez no tan cotidiana como juntar dos papeles y así pasarlo en la maquina. No todos los empleados dan la misma calidez en su trato ni mucho menos la misma atención o calidad de servicio al cliente.

Nichos de mercado

Esta empresa posee diferentes sucursales, localizados en distintos ambientes, por ejemplo uno es el centro (el Carmen), un lugar muy transitado y muy conocido por que ahí se encuentran varios locales de impresión, de serigrafía y otros métodos de impresión. Lo cual hace que su nicho de mercado este a un nivel socio-económico diferente a la sucursal que podemos encontrar en angelópolis. Todo su mercado se puede describir como aquella persona que desee un producto final de buena calidad sin poner como prioridad la economía del servicio, ya sea de algún producto o de alguna impresión.

Codise

Esta empresa es relativamente nueva, se encuentra en el corazón de Cholula, y se ha creado buena fama. Los servicios que ofrece abarcan desde los básicos como copias hasta los especializados como impresiones de plotter o planos. La calidad y la cantidad de los papeles que ellos manejan también dan una gran variedad de opciones a sus clientes. Los tipos de impresión que manejan también son diversos.

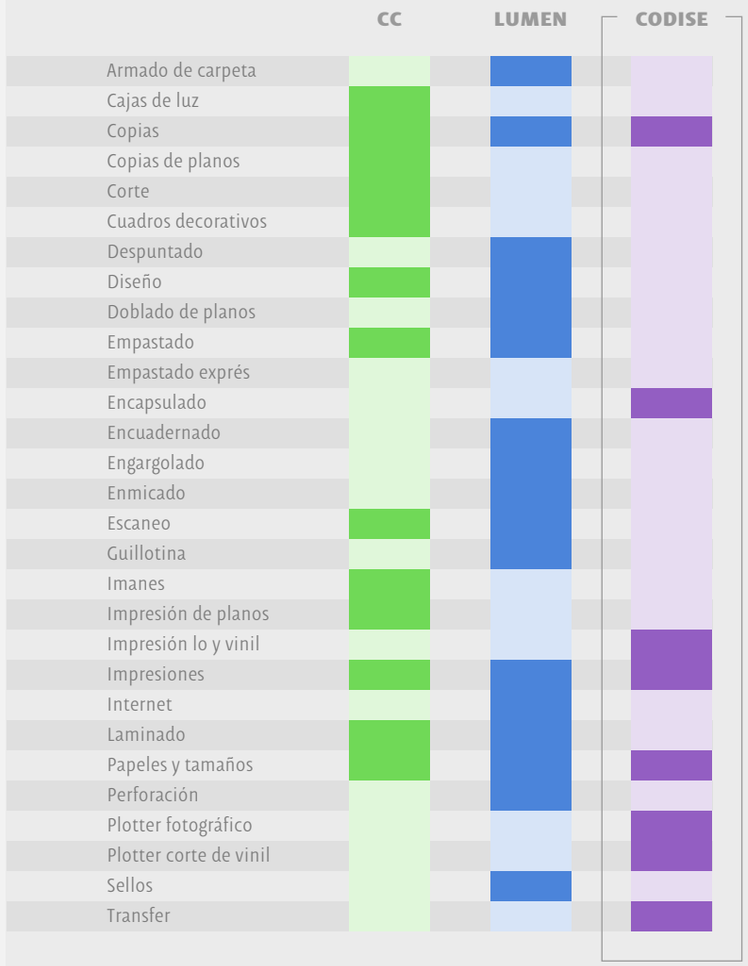
Ventajas competitivas

En primer lugar se podría mencionar su **localización,** ya que en Cholula no se encuentran muchos centros de impresión de este nivel, y dado las circunstancias de tener una universidad tan cerca de ella le favorece mucho. Uno de sus mejores aspectos es el **precio,** no son muy elevados en comparación a otros y su calidad es buena. Al no tener mucha competencia real cerca de él, y de acuerdo a su ubicación en el que se encuentra sus precios se mantienen razonables y como la mejor opción ante los que viven en Cholula, ya que incluso caminando es fácil llegar. La atención es cálida y muy jovial, al igual que la asesoría que se puede tener al momento de imprimir y cómo hacerlo si no se tiene mucha experiencia.

Estrategias de diferenciación

Esta empresa parece estar muy enfocada en el trato a sus clientes, desde que se accede a su pagina de internet tiene un estilo diferente, más amigable y jovial. Por otro lado se preocupa por la calidad de sus impresiones, no sólo con tener maquinas de alta calidad, sino también educando a sus clientes en la forma de imprimir. En su página de Internet dedican un espacio importante a las consideraciones de impresión con las que ellos trabajan, lo cual es muy difícil de encontrar en los centros de impresión. Esta parte de la atención y trabajo en equipo con el cliente desde la pagina y en persona definitivamente lo separa de los demás.encontrar aquí.

Posicionamiento de la competencia



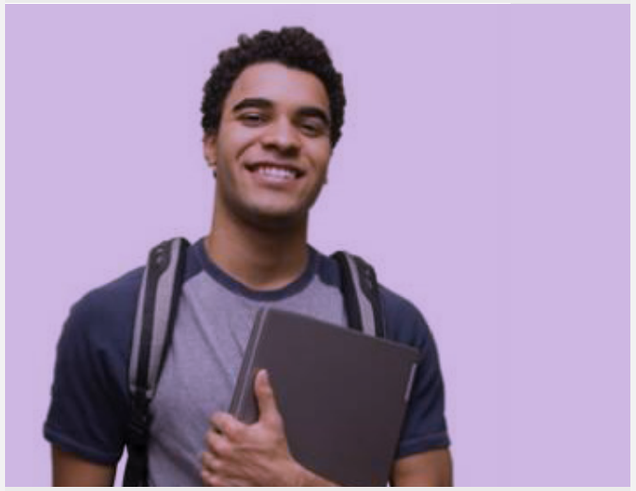
03

Áreas de oportunidad

Una empresa con tan poco tiempo establecida necesita de publicidad y estrategias de divulgación para que la gente se entere de sus servicios, y Codise se ha acercado por las redes sociales, pero no es la única forma en la que pueda hacerlo, estando tan cerca de una universidad podría intentar algo más, buscar otras formas de comunicación mas efectivas con su mercado meta.

Nichos de mercado

Principalmente se dirige a un mercado más joven, que desea pagar un poco menos por una buena calidad, se preocupa por su público y que éste se al tanto de que hacer para tener una buena impresión. Este puede estar enfocado de una manera más local que el anterior.



Lenguaje visual de los competidores

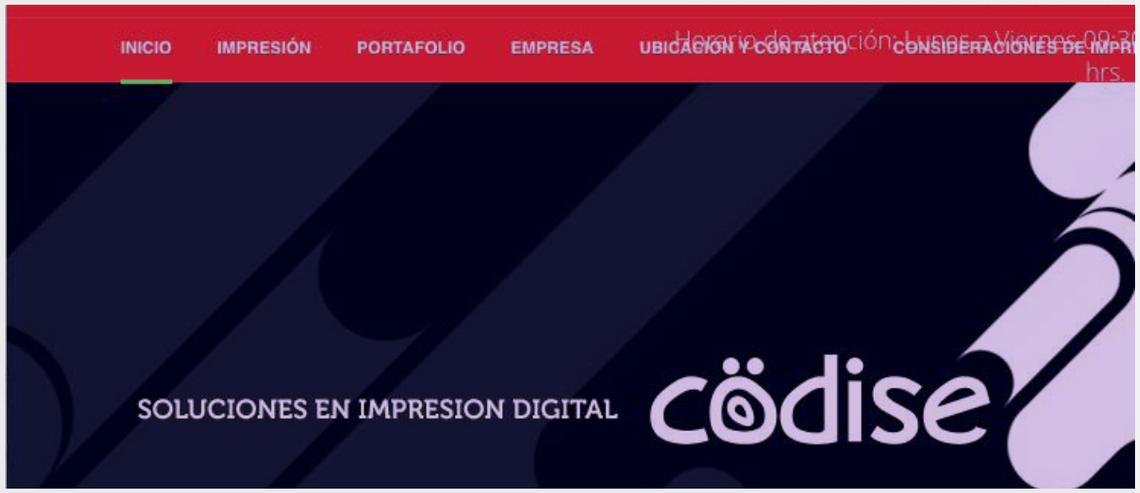
Lumen

La pagina que esta empresa maneja muestra **orden y profesionalismo,** la paleta de colores que maneja son una base de blanco con rojo, amarillo y azul, una cara bastante comercial, con un fondo animado en su pagina y una parte dedicada a la compra en línea de sus productos permite al cliente estar más de cerca con esta conducta de compra-venta. La comunicación que lleva lumen con sus clientes se basa en diferentes plataformas de redes sociales como Facebook donde suben imágenes graciosas y algunas promociones y mantienen informado a sus clientes sobre horarios o nuevas adquisiciones siempre en un tono amigable. En Twitter la interacción no es constante, es más bien esporádica y sus *likes* oscilan entre 2 y 5 personas. También cuentan con una pagina de pinterest en la cual muestran veintiún diferentes tableros, desde fotografía hasta empaques y desde tipografía hasta diseño de interiores. Este es una de las redes que más seguidores tiene y con el que interactúa mas con su audiencia.

Incluso Lumen posee la publicación de un **boletín** donde se da a conocer tendencias, nuevos productos, ofertas y todos los materiales que pueden encontrar en las diferentes sucursales. En la parte física de sus instalaciones, les da lugar a los clientes para trabajar, en la mayoría de sus tiendas tienen un espacio con maquinas que pueden utilizar y tienen los programas necesarios, incluso tienen maquinas expendedoras de bebidas y golosinas para hacer uso mientras esperan por sus trabajos.

Codise

La manera en la que se dirige Codise a sus clientes, es a través una pagina web muy amigable; el uso de un fondo animado, poco formal y rojo, le da cierta **frescura y jovialidad** a su diseño; una pagina estructurada y bien definida lo caracteriza, siempre se valora una pagina donde se pueda encontrar todo sobre la empresa y sobre todo algunos tips bien definidos para evitar errores en la impresión. También tienen una cuenta de Twitter donde suben *links* sobre información diversa, desde la búsqueda de una nueva serigrafista hasta videos o *links* a artículos de Facebook sobre noticias curiosas. Por otro lado en su pagina de Facebook se comparten artículos o videos graciosos o de temas de moda que puedan interesarle al perfil de sus clientes, el lenguaje que utiliza en ambas plataformas es amigable; es un lenguaje coloquial y sencillo, sin embargo en Twitter en la mayoría de las ocasiones se limita a publicar el *link* del articulo sin algún comentario que de alguna opinión o contextualice la publicación.



Posicionamiento

04

Posicionamiento deseado

Desde que surge CC se ha tenido muy en claro cual es la meta, *ser reconocidos como una empresa líder en la región, cuya tecnología garantice la satisfacción total de los clientes,* esta meta es ciertamente un tanto riesgosa pues al mínimo rechazo o queja por mínima que sea, de parte de los clientes, estarán faltando a su propia razón de **ser.** Tal vez de cierta manera su filosofía ha llevado a CC a pensar de si mismos como un pionero en el sector, si bien su servicio es muy bueno pero no insustituible, ha buscado la manera de que los clientes así lo perciban por un aspecto diferenciador muy importante: el **servicio al cliente.**

Estrategias de diferenciación

Definitivamente su estrategia de diferenciación radica en la calidad y el trato que brindan a sus clientes, sin importar el estatus socio-económico del cliente siempre escucharán lo que tenga que decir. No dejarán de atender a otros clientes, pero si se otorgará un trato muy amigable y casual. Estos dos factores han llevado al CC directamente a preferencia de sus usuarios, si bien la calidad no es mucho mejor que en otros lugares, la atención y la disposición de los empleado es única y característica del CC, desde el saludo amable hasta el agua o botana que les ofrecen en el mostrador. Hacen que la próxima vez que sus clientes piensen en un centro de copiado, el CC estará presente.

Estrategias de precios

La estrategia que maneja CC se basa en un principio: **costo-calidad.** La excelente calidad que maneja en sus productos finales repercuten directamente en otro factor, el costo, esto sin ser detonante de inconformidad, por el contrario suele ser una relación aceptada por los clientes. En este sector la estrategia de precio de la mayoría de los competidores se encuentra en un cierto rango de posibilidades, no muy extremistas, debido a que el sector por sí mismo no puede ser tan fluctuante.

Nicho de mercado

Este sector de tecnología en impresión tiene de por sí, un espectro de posibles clientes bastante amplio. En el CC se puede encontrar desde el cliente que va por unas sencillas

copias hasta una empresa reconocida de *fast food* en Puebla, así mismo podemos encontrar desde el estudiante de diseño, hasta la ama de casa o el dueño de una empresa importante. Realmente el CC ha podido mantener esta relación tan cercana con todo tipo de clientes debido a su **disponibilidad de precios y accesibilidad,** no exige un mínimo de impresiones para ningún material. Este rango tan amplio de mercado le permite ser reconocido en muchos aspectos, mantienen a sus clientes pequeños y también satisfacen las necesidades de los clientes grandes.

Análisis FODA

F

- *La tecnología que ofrece CC esta respaldada por el gran proveedor y experto en maquinaria de impresión, Ricoh.*
- *Guiar la relación cliente-CC hacia un trato amistoso y siempre amable en el que los clientes primerizos y los más fieles se vean integrados en un ambiente agradable que los invite a regresar.*

O

- *Amplificar de una manera más eficaz la voz que tiene CC frente a clientes grandes como universidades o marcas reconocidas.*
- *Aprovechar la infraestructura y los recursos que ya tiene CC para expandir sus servicios dentro de Puebla y otros estados.*
- *Aprovechar el trato perzonalizado que se da con cada cliente para crear una campaña de promoción basada en el boca en boca.*

D

- *Confusion para identificar la diferencia entre TII (marca madre), el Centro de Copiado y el proveedor Ricoh.*
- *Pensar equivocamente que el diseño del establecimiento pertenezca a un servicio más caro de lo que realmente es y de esta manera perder clientes posibles.*

A

- *Dejar de priorizar deberes por la carga de trabajo, y no manejar debidamente los recursos con los que cuenta CC.*
- *En caso de expandirse, no contar con un estudio de mercado adecuado para poder aterrizar de manera eficaz el proyecto.*