

SEMINARIO DE CREATIVIDAD

INTEGRANTES

Mayra Junco

José Fabián Contreras

Universidad ecci

Facultad de ciencias economicas y administrativas

16 Diciembre 2016

Bogota

PROBLEMAS DE VIDA PERSONAL (Observación)

✓ 1 CASO

Mujer de aproximadamente 45 años de edad, llamada Sonia Méndez de profesión Administradora de empresas, radicada en Funza (Cundinamarca) es soltera, cabeza de hogar de dos hijos que adopto y por los cuales ha luchado y sacado adelante sola.

Gerente de una empresa de Fabricación y producción de bolsas de papel biodegradable que distribuye sus productos a diferentes empresas del sector de alimentos.

Tras dos semanas de observación a nuestro primer caso hemos hallado un problema. Es una persona conservadora con miedo a los cambios que se queda en la rutina y la monotonía de la vida, sin importar las circunstancias del momento. Lo cual según conocidos ha hecho perder varias oportunidades a nivel personal y profesional

Propuesta: Al ser gerente de una empresa es una buena forma de buscar en ella esas cosas aspectos malos que ha generado durante el tiempo, adelantar cambios en su monotonía que ayuden y que le permitan ser una persona mas abierta a las ideas de los demás. De igual manera recibir de las otras personas aspectos que le permitan aceptar el cambio.

Quizás ayudaría dejar la gerencia de la empresa y que esto le permita ver como otra persona realice cambios que ella no se atrevería a hacer. Prepararse para retomarla mas adelante

✓ 2 CASO

Hombre de aproximadamente 30 años de edad, llamado Rubén Rodríguez de profesión ingeniería industrial, con un hogar conformado por su esposa y dos hijos. Labora como empleado de una empresa de producción de Vidrio llamada AGP De Colombia desempeñando el cargo de jefe de producción.

Persona muy capacitada en este sector, pero ha preferido trabajar varios años en la misma empresa.

La problemática que pudimos observar es el conformismo a pesar de nuevas propuestas en compañías más grandes o propuestas de sociedades para independizarse y colocar su propia empresa lo que le permitía aumentar sus ingresos y obtener nuevas perspectivas ha tomado la decisión de permanecer en el mismo puesto sin querer aprender nuevas cosas o intentar algo nuevo.

Propuesta: El primer paso es colocar metas que le permitan fijar un punto a donde quiere llegar, que cosas quiere hacer de ahora en adelante, al ser una persona con tanto conocimiento, aplicarlo de manera creativa buscando que esas obligaciones familiares no lo aparten de lo que realmente le gustaría hacer.

✓ 3 CASO

Mujer soltera de aproximadamente 32 años de edad de profesión administradora de empresas desempeñándose como supervisora de un famoso y poderoso laboratorio multinacional, sus cualidades principales es ser una persona analítica y con gran proyección profesional.

Es una persona con alto nivel de mando y poder sin embargo su principal problema es el cómo realiza una comunicación efectiva a los empleados que tiene a su cargo ya que no busca nuevas formas de escuchar y ser escuchada.

Propuesta: Buscar novio, seguramente ayudara a que en la relación se vea obligada a escuchar a su pareja y buscar la mejor forma de que su pareja la escuche, cuando vea el cambio seguramente entenderá como su grupo de trabajo tambien necesitara esa misma comunicación.

Otra forma podría ser el participar en grupos juveniles talleres donde ella no sea el eje principal sino donde ella tenga que buscar formas de comunicación para expresar sus ideas.

PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN DE NEGOCIOS

✓ 1 EMPRESA

SANOFI (Marca Lactacyd):

Es una marca de jabón íntimo que existe en el mundo ya hace varios años, cuando ingreso al mercado colombiano sus primeros años tuvo una excelente acogida sus ventas se incrementaron en gran medida puesto que se caracterizó por ser un producto de fácil acceso para las mujeres además, de los grandes beneficios para ellas.

A pesar de ser el pionero de la categoría, empezaron a llegar más marcas con diversos tamaños, precios y estrategias lo cual tuvo como consecuencia la pérdida de un gran número de usuarias y de ventas.

En la actualidad ocupa el tercer lugar como la marca más vendida en Colombia. Es un producto que a pesar de sus niveles históricos de ventas el presupuesto para campañas de publicidad no era enfocadas en las necesidades de las mujeres actuales, mujeres reales, eran incluso campañas que iba dirigidas al país de México donde si habían hecho los estudios y donde la empresa creyó tener el mismo target aplicar la misma estrategia de comunicación y activación.

Como resultado a la fecha es un producto que perdió notablemente nombre y prestigio por no manejar la forma correcta de comunicar mensajes y publicidad

Propuesta: Es urgente buscar la manera de llegar al publico con publicidad efectiva que le permita no seguir cayendo si no por el contrario convertirse en la marca principal. Este

producto debería llegar a su público con una propuesta donde se preocupe por todas esas mujeres, y apropiarse de los problemas.

1. Realizar un estudio de mercado de mujeres Colombianas reales acerca del uso, consumo y preferencias de precios y presentaciones de jabones íntimos.
2. Realizar una campaña publicitaria donde las mujeres reconozcan de manera directa el cambio y las ventajas competitivas a otros jabones
3. Realizar una distribución conjunta a todo tipo de negocios sachet, frascos para todo tipo de canal de distribución.

✓ 2 EMPRESA

OPEN GLASS SYSTEMS

Empresa comercializadora de accesorios para baños herrajes y puertas inteligentes hechas con vidrio. Con tan solo tres años de iniciación en el mercado notamos que su gerente tiene su propio negocio aparte como representante de otras marcas, lo que ha hecho que sus empleados no le tomen el valor de importancia a la empresa. No manejan publicidad puesto que compartir líneas telefónicas y planta física con otra empresa no tienen una imagen propia. Su prestigio va ligado a que es una rama de otra empresa pero ellos no se esfuerzan por visitar ni montar su propia empresa e independizarse.

La empresa ha perdido credibilidad puesto que no hay una imagen y publicidad apropiada.

- Solución de problemas para la empresa Open Glass
1. Enfocar su línea de negocio o target para que todo el equipo vaya a un mismo objetivo.
 2. Tener su propio local, punto de venta o bodega creando solidez ante sus clientes y empleados
 3. Tomar sus propias líneas telefónicas para evitar confusiones y desconfianza de los clientes.
 4. Asumir riesgos y responsabilidades como pagar sus propias facturas de internet, teléfono y arriendo etc.
 5. Enfocar su línea de negocio o target para que todo el equipo vaya a un mismo objetivo.
 6. Tener su propio local, punto de venta o bodega creando solidez ante sus clientes y empleados
 7. Tomar sus propias líneas telefónicas para evitar confusiones y desconfianza de los clientes.
 8. Asumir riesgos y responsabilidades como pagar sus propias facturas de internet, teléfono y arriendo etc.
 9. Enfocar su línea de negocio o target para que todo el equipo vaya a un mismo objetivo.
 10. Tener su propio local, punto de venta o bodega creando solidez ante sus clientes y empleados
 11. Tomar sus propias líneas telefónicas para evitar confusiones y desconfianza de los clientes.
 12. Asumir riesgos y responsabilidades como pagar sus propias facturas de internet, teléfono y arriendo etc.

✓ 3 EMPRESA

DISTRIBUIDORA Y CARNICERIA J Y R

Es una carnicería ubicada al occidente de Bogotá, lleva muchos años de haber sido fundada y desde allí provee a muchos hogares de los productos cárnicos. Siempre ha pertenecido al mismo dueño el cual me afirma que durante un tiempo ha bajado la cantidad de clientes que compraban han perdido fidelidad ya que por la zona han inaugurado nuevos negocios y también por malas experiencias de compra ya que algún empleado que tuvieron no seguía los protocolos y la actitud de servicio y muchos clientes emigraron debido a estas malas experiencias. Él no sabe cómo volver a atraer clientes y mejorar cada día su servicio.

✓ Solución Distribuidora y Carnicera JYR

1. Realizar encuestas de satisfacción a los clientes actuales en las cuales se recoja preferencias, gustos y recomendaciones.
2. De acuerdo a las respuestas de los clientes realizar cambios tales como: capacitación de los empleados de los productos cárnicos y de atención y servicio.
3. Foco en el Cliente. Asegurarnos de que las personas trabajan pensando en generar valor a nuestros clientes y no a producir resultados para nosotros.
4. Realizar campañas de fidelización, días de descuento por ser clientes fieles o por compras.

- **Fotografía :**

Oliverio Toscani Fotógrafo polémico por su forma diferente y directa de las imágenes

OLIVIEROTOSCANISTUDIO

portfolio
pubblicità
redazionale
immagine coordinata
video

blog

bio



OLIVIEROTOSCANISTUDIO S.r.l.
Piazza Guerrazzi n. 3 - 57023 Cecina (LI)
P.I. 10594630153 - Rsa 10594630153



Análisis del portafolio en la página Web

- ✓ Imágenes con gran contenido y variedad
- ✓ Manejo de luz para dar prioridad a los personajes y elementos en la imagen.
- ✓ El Contexto en la mayoría de fotos es blanco o negro.

Bruce Weber Fotógrafo de moda.

BRUCE WEBER

← Menu **PHOTOGRAPHY:** SPECIAL PORTFOLIO RECENT WOMEN MEN LIFESTYLE PORTRAITS BEAUTY →



VERSACE, FALL-WINTER 2016

- ✓ Imágenes muy dinámicas y alegres
- ✓ Imágenes con contraste de color

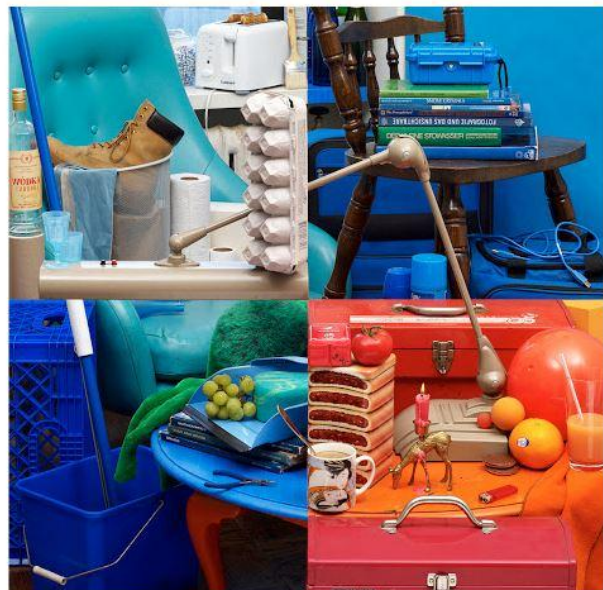
- ✓ Imágenes con contexto de imágenes irregulares y asimétricas asemejan más movimiento

Arthur Elgort Fotógrafo de moda



- ✓ Imágenes en la mayoría a blanco y negro
- ✓ Protagonismo en las imágenes de mujeres reales, felices y vanidosas
- ✓ El contexto que utiliza son de sitios reales de acuerdo a la situación

Bela Borsodi Fotógrafa Creativa



- ✓ Imágenes con alta planeación, nada de improvisación
- ✓ Comparación de obras de arte y llevados a la creación de fotos

- ✓ Utiliza gran cantidad de luz para resaltar el color
- ✓ Movimiento y construcción de imágenes

David Bailey fotógrafo retratista y de producto

DAVID BAILEY PHOTOGRAPHY

Portfolio Series About Contact Us V



All images copyright David Bailey - Nashville. All rights reserved.

- ✓ Se distingue varios tipos de fotos en su portafolio hay retratos, productos y salud
- ✓ En las imágenes se destacan la belleza y la distinción
- ✓ La luz que maneja en algunas fotos so cálida
- ✓ Cada elemento cuenta una historia

Vicent Dixon fotógrafo de producto

VINCENT
DIXON

NEW WORK PEOPLE GROUPS LANDSCAPE ANIMALS AUTOMOTIVE WANDERINGS

More info

Landscape 1

ABOUT CONTACT BLOG PORTFOLIO SEARCH

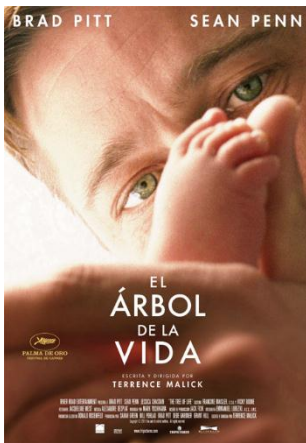
- ✓ Se utiliza luz natural

- ✓ Fotografía con gran contenido de elementos que dan soporte a la interpretación de las imágenes
- ✓ Simetría y comparación de imágenes a las marcas que les toma las fotos

- **Audiovisuales:**

Análisis de películas

El árbol de la vida



dirigida por Terrence Malick es una película que dura 2:17 minutos. Es una película muy bella estéticamente un poco envolvente al principio mostrando una pérdida y las consecuencias para cada miembro de la familia, sin embargo se desarrolla muy lento, no es fácil verla ya que en muchas ocasiones se puede distraer por los lapsos y la música envolvente y arrulladora. Es un poco difícil de entender el conflicto de los personajes pero al final se destacan valores como la vida, la familia, la unión y el perdón.

Este filme contiene muchas imágenes con poder y contenido utiliza los siguientes elementos fotográficos las cuales aportan belleza y soporte a lo que está pasando a cada personaje.

- Luz ambiente
- Puntos de fuga
- Planos detalle sobre en las escenas de drama
- Simetría en las escenas de edificios
- Hay efecto de movimiento y ritmo en las escenas por ejemplo en el picado hacia los edificios y las escaleras de la iglesia
- Movimiento de cámara para poder ver imágenes panorámicas y barridos
- Maneja las sombras para dar importancia a acciones
- Utiliza muchos blancos y luz
- Utiliza el contrapicado y picado en muchas escenas
- Manejo en escenas de contraste (luz de vela, vestidos de personajes)
- La fotografías del espacio y todo la parte de naturaleza son una verdadera fantasía de color

El contenido y la historia es específicamente una conversación con Dios, con todo lo supremo, majestuoso y omnipotente que existe en el universo con miles de preguntas demostrando lo minúsculo que es la humanidad ante la belleza de la creación, de una super nova, de un dinosaurio, células, organismos de todo tipo, el milagro que somos cada uno de nosotros, con o casi no hay diálogos en los personajes son más acciones pero cada una valor

Para la parte publicitaria esta película puede aportar mucho ya que es el ejemplo que todo debe ser planeado y ejecutado con la más bonita estética, que se pueden hablar mas con acciones e imágenes que con palabras, que si hay perfección que la cámara es otro instrumento del lenguaje y la comunicación humana.

El imaginario mundo del doctor Parnassus



Es una película dirigida por el director Terry Guillian en ella El doctor Parnassus es un anciano que tiene una carrosa de feria con su hija y dos empleados. cualquier persona puede penetrar en sus pensamientos por medio de un espejo ubicado en la carrosa, pero aveces no es facil salir. El negocio no va muy bien y, además, el doctor tiene que enfrentarse a una apuesta que hizo años atrás con una persona misteriosa y en la que pone en peligro a su hija. Casualmente, se encuentran con un hombre que padece amnesia colgando de un puente y permiten que se una a al grupo en la carrosa, lo que hará que cambie mucho su situación. El negocio mejora, pero la joven hija del dr. Parnassus, que hasta ese momento era pretendida por uno de los empleados, empieza a tener dificultades para saber si le gusta más el empleado o el que padece amnesia.

Es muy interesante esta película por los mundos que propone para cada persona, tiene efectos especiales que aunque no son muy sorprendentes si crea un buen ambiente para la escena.

Teorema zero



El Teorema Zero se centra en la historia de Qohen, un hombre que sabe de sistemas que trabaja en una moderna empresa resolviendo teoremas y demostrando teorías. vive en una capilla gótica abandonada muy sencilla, tiene una vida austera y monótona diferente a el mundo ruidoso y excéntrico que le rodea. El busca trabajar desde casa pero no se le permite hasta que resuelva un teorema que nadie lo ha agarrado por que desgasta a cualquiera que lo ha intentado.

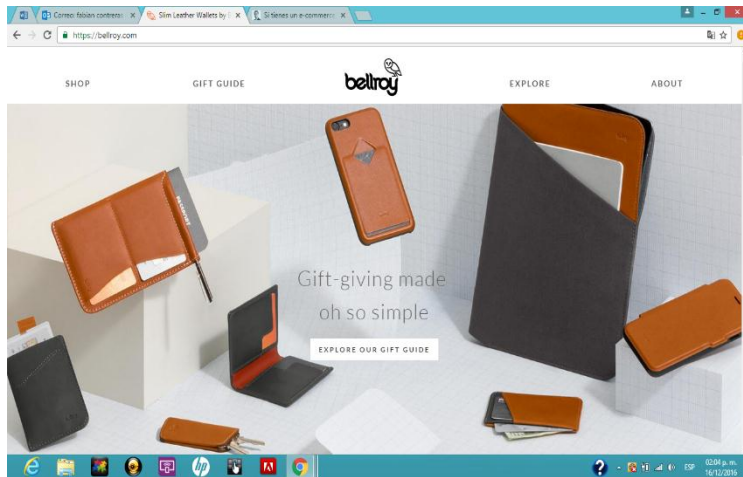
- **P.O.P. Merchandising, visual merchandising:** Investigue sobre sitios web, libros y en general publicaciones que muestren la vanguardia en creatividad frente a este tema. Escoja los tres que considere mas relevantes y descríbalos.

Bellroy

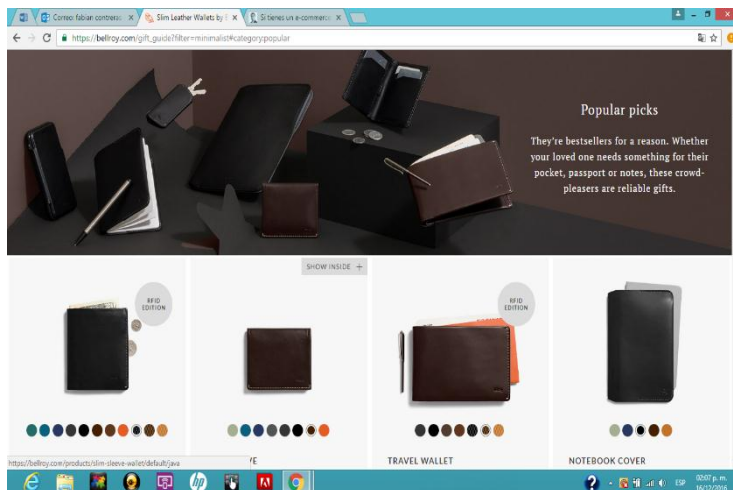
Es una marca australiana, que comercializa carteras diseñadas para ocupar poco espacio,

En su página de internet ofrece los distintos referencias de productos. en si la página es muy sencilla y fácil de explorar, pero su fotografía es interesante pues la iluminación y el color del producto se resalta dejando ver la importancia de lo que se quiere vender.

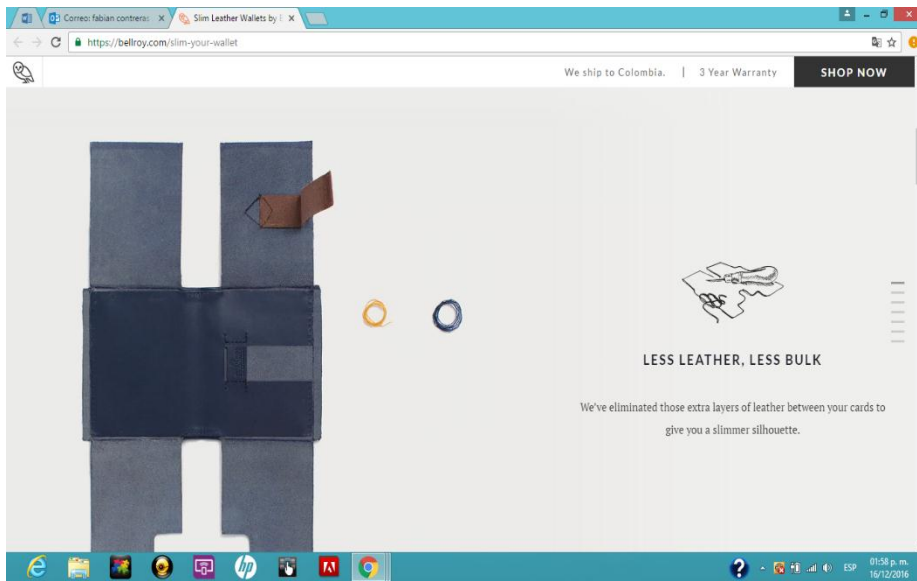
No son fotos que saturen si no por el contrario están colocadas de tal manera dejan ver la variedad del producto.



Allí también podemos escoger la referencia que más nos gusta y cambiar el color de cada producto.

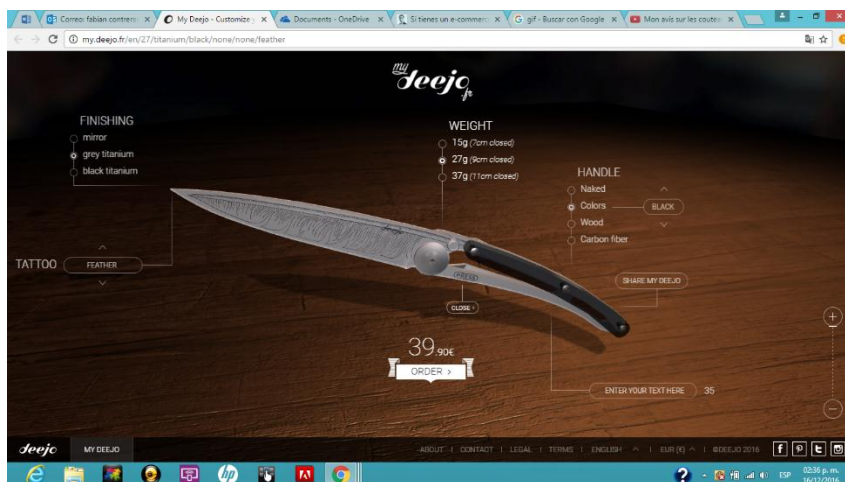


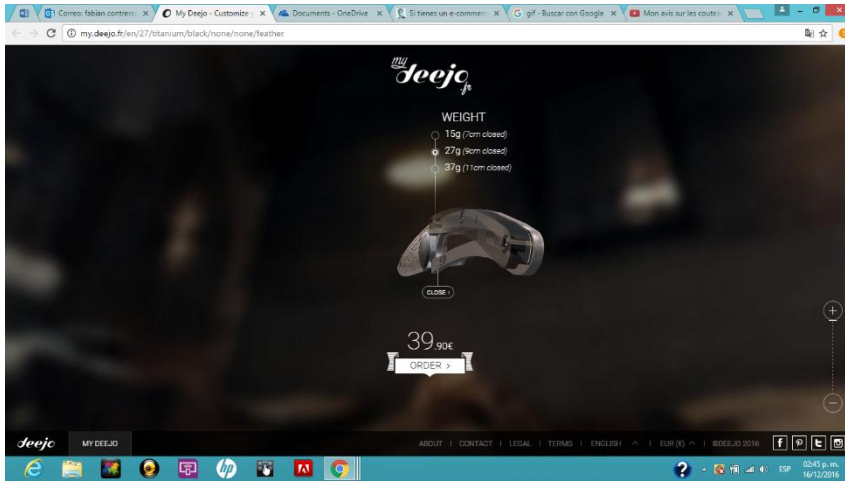
En otra sección encontramos por medio de un gif la forma en que la empresa las fabrica.



My deejo

Es una marca de navajas, su sitio web posee un concepto de interacción con el producto, en esta página las personas pueden interactuar con el producto cambiando color referencia y el Angulo de visión para tener la mejor opción. el sitio posee una iluminación que resalta el producto.





Odos visual merchandisig

Es una empresa especializada

