

T302.02
L795

Nº Doc: 5092
Nº EJ: 6196
728

TPU-2000-20

TRABAJO DE TITULACION

AÑO 2.000

T302.02
L 795



TRABAJO DE TITULACION

TEMA:

**"DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y
PUBLICIDAD CORPORATIVA DE ADMIX Cia. Ltda."**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

**MAGDALENA LUCIA LOAYZA SANCHEZ
MARIA PAULINA PEÑAFIEL ZURITA**

NOMBRE DEL PROFESOR - GUIA

EDWIN TROYA ZURITA

AÑO 2000.

AGRADECIMIENTOS

El realizar este proyecto nos ha permitido poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Universidad de las Américas, pero no hubiera sido posible realizarlo sin la ayuda en primer lugar de nuestro primer tutor Armando Gutiérrez, quien supo darnos; la ayuda necesaria para comenzar con este proyecto. A Edwin Troya, nuestro segundo tutor y amigo, quien no solamente nos guió con sus conocimientos, también nos proporcionó consejos y apoyo.

Damos también un agradecimiento muy especial a nuestras familias, quienes incondicionalmente nos han brindado su apoyo y dedicación, demostrándonos así una vez más que su interés hacia nosotras es verdadero lo cual nos proporciona ánimos y entusiasmo por salir adelante y cumplir con los objetivos que nos planteamos al comenzar esta carrera, a través de este trabajo hemos obtenido nuestro primer logro profesional, que es el principio de nuestra carrera.

Terminamos una etapa importante en nuestra vida, pero de la misma forma inicia una etapa que nos traerá mayores retos, los cuales gracias a todo lo aprendido no solamente teórico o técnico sino algo muy especial, que es el saber tener valores humanos, éticos y morales, es decir formarnos como personas de bien gracias a nuestros padres y a quienes han sabido demostrarnos su amistad, apoyo y afecto, es así como podremos salir adelante y cumplir con todas nuestras metas, y no rendirnos en el camino.

Los agradecimientos no son solo palabras, son una forma de demostrar nuestra gratitud para quienes supieron demostrar su verdadera amistad e interés por nosotras.

La ayuda no siempre está en grandes gestos, sino también en pequeños detalles que animan en momentos de debilidad, el saber que alguien se interesa por nosotras nos da confianza, y fuerza para seguir adelante.

Dedicatoria de Magui

En mi vida existen muchas personas importantes a las cuales quisiera dedicar este trabajo, algunas de las cuales ya no se encuentran a mi lado pero su cariño siempre estará presente, se que ahora están apoyándome y el recordar todo lo positivo y tomarlo como ejemplo hace que les dedique esta etapa tan importante de mi vida.

Este proyecto lo realicé primero por una persona muy especial, mi papi Guillermo Loayza, quien me ha sabido dar ejemplo de honestidad, trabajo, justicia, bondad, son tantas sus cualidades que no podría enumerarlas todas, pero la principal es su amor incondicional hacia su familia. También dedico este trabajo a mi mami que en todo momento a significado un apoyo muy importante en mi vida, deseo mostrarle que todo cuanto me ha enseñado no ha quedado en el aire, cada consejo y ejemplo me han ayudado a salir adelante y decidir correctamente, el apoyo de mis hermanos también a significado mucho para realizar este proyecto, es por ello que dedico todo mi esfuerzo y trabajo a mi familia.

Es difícil dedicar un trabajo tan importante como este a pocas personas, no lo hubiera podido realizar sin la ayuda de verdaderos amigos, que incondicionalmente me brindaron su apoyo (como olvidar a los hermanitos Peñafiel). Una personita muy especial a la cual dedico este trabajo es Miguelito, que a pesar de su corta edad me ha dado un gran ejemplo de fuerza, de positivismo, dulzura y bondad, si en el mundo todos fuéramos así todo sería bueno.

Definitivamente dedico este trabajo a las personas que han demostrado su interés por mi, su ayuda, guía y cariño incondicional.

Dedicatoria de Pauli

Este trabajo que fue producto de mucho esfuerzo y dedicación, y como resultado nuestra satisfacción personal. Lo dedico a mi mami: Sonia y a Cosme, que siempre estuvieron a mi lado cuando necesité de su apoyo, consejo y que supieron brindarme esa guía de suma importancia en mi vida. Este trabajo principalmente lo dedico a mi tío Galo y mi tía María Luisa que gracias a su apoyo afectivo, moral, económico; el darme los consejos necesarios para seguir con mi vida correctamente, y muchas cualidades que he aprendido de ellos como la de luchar, tener voluntad, mucha paciencia y seguir sin decaer por el camino que debo continuar, y muchas más cualidades que si las menciono una por una llegan a ser incontables, he podido lograr mi meta de ser profesional.

A mis hermanos, a mi abuelita, que durante la elaboración de mi trabajo de titulación me entendieron y siempre estuvieron conmigo apoyándome en lo que necesité.

A Magui, mi compañera de tesis y verdadera amiga, que trabajando en equipo hemos aprendido a salir adelante en lo que se refiere a logros personales y haciendo que nuestra amistad sea más fuerte, y salir adelante en logros profesionales. A mi gran amigo Darío que siempre estuvo conmigo compartiendo momentos gratos y brindándome un pedacito de su tiempo cuando necesitaba de su ayuda y compañerismo; a Diego que ha estado constantemente a mi lado apoyándome y brindándome mucho cariño y comprensión. No quiero dejar de agradecer a la familia Loayza que me ha brindado su amistad y que han sido muy generosos con mi persona. A Vero que cuando le pedí una mano, me la supo extender.

Y a todas esas personas que estuvieron a mi lado para ayudarme de alguna forma, pendientes de que pueda seguir con este trabajo y poderlo culminar sin dificultad alguna y así cada día de mi vida salir adelante.

Gracias y Los quiero Mucho.

Resumen Ejecutivo

El trabajo de titulación que se desarrolla a continuación consiste en la elaboración de la imagen corporativa de Admix (empresa elaboradora de productos químicos para la construcción), y diseños de material publicitario para la misma.

El objetivo de este trabajo fue el de definir la identidad de la empresa, diseñar una imagen que la distinga de la competencia. Para ello se debió realizar investigaciones internas de la empresa, de campo y bibliográficas.

Durante el desarrollo de la investigación se determinó que los problemas principales de la empresa eran: la falta de difusión publicitaria y el de aclarar la confusión existente entre el nombre de la empresa Admix y el de la marca Setmix. Debido a que el consumidor se identifica ya con el nombre Setmix se decidió que este se utilizaría en la imagen corporativa, pero siempre aclarando que Setmix son productos fabricados por Admix. Cia. Ltda. Esta resolución fue aceptada por el cliente, el cual rechazó cualquier otra alternativa. Al desarrollar el trabajo se definió que los medios más adecuados para llegar al consumidor son la publicidad directa, marketing directo, material impreso que comunique la identidad, objetivos, misiones de la empresa.

El primer paso para dar comienzo al desarrollo de la imagen corporativa fue conocer a fondo la empresa Admix, definir cuál ha sido su desarrollo publicitario en su tiempo de existencia, es decir, realizar la elaboración del Brief publicitario de dicha empresa; Admix es nueva en el mercado así que carecía de dicha información, el trabajo en primer lugar consistió en realizar el Brief para conocer a fondo al cliente y determinar el target adecuado al cual se dirigiría la comunicación; con respecto a la información sobre los consumidores se debió realizar entrevistas a ingenieros, arquitectos sobre este tipo de productos para poder saber cuáles son sus necesidades. Una vez realizada la investigación se diseñó la imagen corporativa en la cual se define la identidad de la empresa destacando siempre la marca Setmix, como productos elaborados por Admix.

El siguiente paso a realizarse fue definir y diseñar el material publicitario más adecuado para la empresa de acuerdo a las posibilidades, necesidades y deseos del cliente, cada diseño fue mostrado constantemente al cliente.

Como paso final se realizó, como propuesta al cliente, material promocional que destacará la imagen, identidad de la empresa y conseguirá diferenciar a Setmix de la competencia obteniendo así un fuerte posicionamiento en la mente del consumidor.

Al desarrollar este trabajo se definió que el material publicitario obtendrá resultados positivos en la empresa, ya que al ser más fuerte su comunicación aumentarán sus clientes y su imagen tendrá fuerza frente a la competencia, la identidad de una empresa es fundamental para poder tener recordación por parte del consumidor, el desarrollo de este trabajo permitirá reconocer la importancia de la publicidad en el desarrollo de una empresa, como es en este caso en el área de la construcción la empresa Admix.

INDICE

| | |
|--|----|
| Introducción | 1 |
| Capítulo I | |
| Etapa de Investigación sobre Admix | 2 |
| 1. Desarrollo Práctico del Brief Publicitario | 3 |
| 1.1) Producto | 3 |
| 1.2) Novedad y Utilidad | 4 |
| 1.3) Descripción del Producto | 4 |
| - Epóxicos | 4 |
| - Aditivos | 6 |
| - Impermeabilizantes | 12 |
| - Reparación y Protección | 14 |
| 1.4) Diferenciales | 16 |
| 1.5) Marca | 17 |
| 1.6) Envases y Presentación | |
| 1.7) Posicionamiento del Producto | |
| 2. Ventas | 18 |
| 2.1) Política de Precios | 19 |
| 2.2) Distribución | |
| 2.3) Merchandising | 20 |
| 2.4) Ventas | |
| 2.5) Argumentos de Ventas | |
| 3. Mercado | 21 |
| 4. Consumidor | 23 |
| 5. Promoción | 28 |
| 6. Publicidad | 30 |
| 7. Plan de Investigación | 32 |
| 8. Productos de la competencia | 33 |
| 9. Objetivos Publicitarios | 40 |

| | | | |
|--|----|--------------|----|
| 10. Entrevistas | 41 | Conclusiones | 89 |
| 11. Análisis de las Entrevistas | 45 | Bibliografía | 90 |
| 12. Conclusiones de las Entrevistas | 46 | | |
| 13. Cuadros Estadísticos (entrevistas) | 47 | | |
| 14. Planeamiento de Trabajo | 50 | | |
| 15. Análisis FODA | 51 | | |
| Capítulo II | | | |
| Manual Corporativo | 52 | | |
| Aplicaciones del Logotipo | 55 | | |
| Diseño papelería | 58 | | |
| Aplicación del logotipo en la planta | 64 | | |
| Tanques del producto | 67 | | |
| Etiquetas | 68 | | |
| Uniformes | 69 | | |
| Esferos | 71 | | |
| Capítulo III | | | |
| Diseño de Publicidad Corporativa | 72 | | |
| Trípticos | 75 | | |
| Catálogo | 76 | | |
| Hoja Técnica | 78 | | |
| Páginas de CD | 79 | | |
| Página Web | 80 | | |
| Capítulo IV | | | |
| Material Promocional | 81 | | |
| Porta tarjetas y lápices | 83 | | |
| Jarro y llavero | 84 | | |
| Calendario | 85 | | |
| Capítulo V | | | |
| Presupuestos – Cotizaciones | 86 | | |
| Anexos | 88 | | |

Introducción

El principal objetivo del trabajo fue definir el problema de la empresa con respecto a su imagen corporativa, debido a que existía una confusión en la aplicación de los nombres Setmix y Admix.

La elaboración del Brief publicitario permitirá aclarar dicha confusión, al aplicar los dos nombres no quiere decir que son empresas diferentes, Setmix fue en inicio el nombre de la empresa, el cual ya es reconocido por los consumidores, debido a problemas de inscripción de la compañía se debió cambiar el nombre de la empresa por Admix, por lo tanto Setmix irá en la imagen corporativa siempre acompañado de la aclaración de que son productos fabricados por Admix. El motivo por el cual se tomó esta decisión es debido a que el nombre de Setmix está también en Bolivia, y no se puede tener distintos nombres de la empresa en cada país, por lo tanto siempre se destacará el nombre de Setmix. En este capítulo se detalla los distintos productos de Setmix, sus aplicaciones y ventajas frente a la competencia, se determina la calidad de los productos, también se destaca el reconocimiento por parte del consumidor sobre la efectividad en la aplicación de productos Setmix.

La investigación bibliográfica consistió en conocer la distinta terminología empleada en el área de la construcción, para ello se requirió de texto técnico sobre construcción.

Por medio de la investigación de Campo, es decir visitas a hormigoneras, constructoras y entrevistas a ingenieros y arquitectos se definió que la empresa Admix carecía de reconocimiento por parte del consumidor debido a que no poseía una identidad definida y tampoco poseía material publicitario, lo cual es una gran desventaja frente a la competencia.

Cada producto Setmix cumple con las necesidades específicas del cliente, posee un asesoramiento técnico personalizado, pese a que es una empresa pequeña ya tiene el 5% del mercado, esto se ha logrado debido a la excelente calidad de sus productos. En la información detalla en este capítulo se demostrará la falta de atención por parte de Admix hacia lo que es el área de publicidad, lo cual resulta perjudicial en el desarrollo de la identidad de la empresa, significando esto un posicionamiento muy débil en la mente del consumidor.

Capítulo I

Etapa de Investigación sobre Admix

1. DESARROLLO PRÁCTICO DEL BRIEF PUBLICITARIO

Admix, compañía limitada, está conformada legalmente desde 1998, pero empezó sus actividades desde 1992. Se conforma para cumplir con el objetivo de satisfacer una necesidad basada en ofrecer calidad y confianza.

Admix cuenta con el respaldo y apoyo de Aromcolor, (iniciador de la comercialización de productos químicos para la construcción).

Inicialmente en el Ecuador se crea una empresa con el nombre Setmix, debido a que la empresa no pudo ser inscrita con este nombre, se buscó una nueva opción, Admix. De esta forma quedó legalmente registrada la empresa con el nombre de Admix.

Admix se ha extendido hacia el exterior, es decir, a Bolivia donde la empresa se llama Setmix, ya que allí si pudo ser inscrita con ese nombre. Por lo tanto Admix y Setmix son la misma empresa, pero manejada de distinta forma en cada país.

Actualmente existe una confusión entre la utilización de Admix, Setmix, ya que se utilizaba el mismo isotipo para los dos, ahora lo que buscamos es aclarar esta situación. Debido a que Setmix ya está posicionado en la mente de los consumidores resultaría confuso tratar de imponer el nombre de Admix, por lo tanto el logotipo se quedará con Setmix como marca, especificando que Admix es la Compañía limitada (pero este sin logotipo), de esta manera el consumidor sabrá que Setmix son productos de Admix.

1.1) PRODUCTO

En el Ecuador son pocas las empresas que proporcionan productos químicos para la construcción y fórmulas creadas en el país.

Este tipo de empresas que han posicionado el mercado son extranjeras, las cuales tienen un largo prestigio y desarrollo técnico internacionalmente.

Algo que Admix busca es demostrar la capacidad que tiene el Ecuador para realizar productos de calidad y que además demuestren confiabilidad no solamente en lo que se refiere a producto, sino también a la asesoría técnica y atención personalizada frente a sus clientes.

Admix, es un bien industrial, ofrece una variedad de productos, los cuales son elaborados con materiales nacionales e importados de Alemania (Witco), con distintas características para el arreglo de estructuras, aplicación en construcciones, protección de pisos de hormigón contra sustancia químicas (en laboratorios), protección contra la humedad.

1.2) NOVEDAD Y UTILIDAD

- Los productos de Admix ya son conocidos en el ambiente de la construcción por lo tanto ya han sido usados con resultados satisfactorios para el cliente, la utilidad principal es la reconstrucción de estructuras deterioradas, y la garantía de durabilidad de cualquier construcción que utilice la marca Setmix.
- Admix busca satisfacer la necesidad de seguridad, confianza, calidad, prestigio demostrando que al usar estos productos se obtendrán resultados de óptima calidad, estableciendo un servicio personalizado, es decir que los productos de Admix se adaptan a los requerimientos y necesidades del cliente. Sabiendo que desde el punto de vista del cliente, este busca economía, calidad, durabilidad, efectividad, resistencia.

1.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

ADMIX, nombre de la empresa.

Significa: Aditivos para la mezcla

SETMIX: nombre que se utilizará para la marca

Significa: serie de mezcla

PRODUCTOS FABRICADOS POR ADMIX

EPÓXICOS

Es un protoquímico, que solo, no surte efecto y que al mezclarse con un químico se endurece y se utiliza para protección química y mecánica.
Entre los tipos de epóxicos encontramos:

EPOFIX

Es un pegante epóxico, una suelda de concreto o mortero fresco a concreto endurecido.
100% sólidos módulo alto. Se adhiere a superficies tanto secas como húmedas. La superficie debe estar sana, limpia, sin partículas sueltas y picada hasta descubrir el agregado, puede estar húmeda, pero sin agua superficial (sss)
Producto de dos componentes que se mezclan inmediatamente antes de su aplicación con brocha.
Un Kilo rinde 2 meiros cuadrados.

EPOBILD

Es un recubrimiento epóxico denso, excelente resistencia química y mecánica.

Sistema epóxico de dos componentes sin solventes. Protege el concreto en industrias procesadoras de alimentos, químicas, farmacéuticas, baterías, etc.

Proporciona acabado porcelanizado, fácil de limpiar y mantener. Se mezclan cuidadosamente los dos componentes por dos minutos. Dispone aproximadamente de 3 minutos para su aplicación.

Un litro rinde aproximadamente 3 metros cuadrados.

EPOMIX

Es un modificador epóxico para concreto y mortero.

Sistema epóxico de dos componentes 100% sólidos.

Formulado especialmente para ser usado en concretos y morteros de cemento Portland polimerizados con epóxico.

Desarrollado para parches rellenos, recuperación de superficies, acabados resistentes. Produce concreto y mortero de alta eficiencia a un costo intermedio, entre concreto y mortero común y concreto o mortero epóxico.

Consumo: 9 litros por saco de cemento.

EPOSHIELD

Revestimiento de impregnación epóxico, sella y endurece superficies de concreto.

Sellantes de penetración. Sistemas epóxicos de dos componentes de baja viscosidad.

Se aplican con brocha, rodillo o pulverizador sobre concreto endurecido para incrementar su dureza y resistencia a la penetración de líquidos agresivos. Fácil de mezclar y aplicar penetran profundamente, resistencia química, anti polvo, no se descascarán.

Un litro rinde de 6 a 10 metro cuadrados por mano.

EPO-FLEX

Es un sellante epóxico flexible de dos componentes 100% sólidos.

Sellante de juntas flexibles con alta resistencia química y mecánica.

EPOFIX (Inyección)

Es un sistema epóxico de dos componentes 100% sólidos.

Formulado especialmente para inyección en grietas estructurales. Por su baja viscosidad penetra con facilidad en grietas muy delgadas. No se contrae. No tiene solventes volátiles.

Suelda los elementos entre los que es inyectado, recupera la continuidad, sellando completamente la grieta.

Un Kilo sella aproximadamente un diámetro cúbico.

EPOGROUT

Es un relleno epóxico sin contracción, es un sistema epóxico de tres componentes 100% sólidos. Consistencia fluida. Alta resistencia mecánica, $f_c > 800 \text{ kg / cm cuadrados}$ es resistente a ataque químico.

ADITIVOS

Definición.- es un material que a demás del agua, agregados y cemento, se añade al concreto inmediatamente antes de/o durante el mezclado, con el fin de mejorar las propiedades del concreto y/o hacerlo más económico. Dentro de este concepto debemos excluir a los aditivos incorporados durante la fabricación del cemento.

Entre los efectos producidos en el uso de aditivos podemos citar:

- Mejorar algunas de sus características fundamentales
- Dar mayor protección contra sollicitaciones mecánicas o químicas.
- Facilitar la ejecución de las obras.
- Corregir eventuales deficiencias propias del cemento.
- Posibilitar el uso económico de agregados deficientes.
- Acelerar o retardar el fraguado y/o endurecimiento.
- Permitir el empleo de procesos mecánicos en la fabricación o transportación.
- Aumentar la impermeabilidad.
- Reducir el tiempo de desencofrado, etc.

Entre las clases de aditivos encontramos los Acelerantes y Plastificantes, que a su vez se dividen en:

SETMIX BV

Que es un plastificante reductor de agua.

Incrementador de resistencia. Cumple la norma ASTM C 494 A.

Líquido ámbar, no tóxico, listo para usar. Libre de cloruros.

Acelera la obtención de resistencia, facilita la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, desencofrado rápido.

Dosificación: de 180 a 240 cc por cada saco de cemento, adicionados directamente a la concretera o diluidos en el agua de amasado, una dosificación en 25 litros de agua.

USOS

- Para todo tipo de hormigón en edificios, puentes, losas, pavimentos, hormigón preforzado, etc.
- Donde se requiere acelerar el avance de la obra.
- Donde se quiera hormigón denso de alta resistencia inicial y final, con excelente acabado.
- Puede emplearse con todos los tipos de cemento, sin embargo los resultados serán mejores con cemento fresco. Puede usarse con inclusive de aire, acelerantes, puzolanas, y otros aditivos minerales u orgánicos.
- Como ahorrador de cemento al reducir el agua de amasado, manteniendo la relación agua/cemento y la trabajabilidad.
- Su adición en obra a hormigón premezclado permite recuperar la trabajabilidad perdida en el trayecto, sin necesidad de añadir agua.

VENTAJAS

- Plastifica la mezcla, siendo su efecto más notable en hormigones de bajo asentamiento.
- Reducción de agua mínimo 8%.
- Incremento de resistencia en más de 20%.
- Facilita e bombeo.
- Mejora el acabado.
- Desencofrado rápido.
- Impermeabilidad.

APLICACIÓN

Se añade directamente a la concretora o mixer, o diluido en el agua de amasado, una dosificación en 25 litros de agua.

DOSIFICACIÓN

De 150 a 200 cc. Por cada 50 kilos de cemento.
6 a 8 onzas fluidas por saco de cemento.

SETMIX RM

Es un VZ plastificante retardante.

Retardante, fluidificante, cumple la norma ASTM C 494 tipo D.

Líquido caoba no tóxico, listo para usar. Libre de cloruros.

Ideal para concreto premezclado y obras que requieran grandes volúmenes de concreto, disminuye la retracción de fraguado, mejora y prolonga la manejabilidad, alta resistencia final y buena resistencia inicial.

Dosificación: 90 a 120 cc por cada saco de cemento.

SETMIX DM

Es un plastificante impermeabilizante.

Impermeabilizante integral y densificador para concreto, cumple la norma ASTM C 494 tipo A, y D.

Líquido caoba no tóxico listo para usar libre de cloruros.

Adecuado donde quiera que se necesite concreto estanco, en losas, cimentaciones, tanques, cisternas, canales, piscinas.

Plastifica la mezcla e incrementa la resistencia.

Dosificación: 200 cc por cada saco de cemento.

USOS

Setmix DM se utiliza para impermeabilizar hormigón de muy buena calidad en:

- Cimentaciones
- Muros de contención
- Tanques

- Piscinas
- Canales
- Obras subterráneas
- Todo tipo de hormigón estanco
- Espesor mínimo necesario del hormigón, 10 cms.

VENTAJAS

- Plastifica mejorando la manejabilidad
- Facilita la colocación y compactación
- Densifica el hormigón
- Disminuye la segregación
- Mejora el acabado
- Alta resistencia
- Mayor tiempo de trabajabilidad.

DOSIFICACIÓN

150 a 200 cm cúbicos, por cada 50 kilos de cemento.

Se añade directamente a la mezcla o diluido en el agua de amasado. Una dosificación en 25 litros de agua.

EMPAQUE

Tambores de 220 kilos

Plásticos de 2-4-10-20 kilos.

SETMIX HE

Es un plastificante acelerante, cumple con la norma ASTM C 494 tipo C y E.

Líquido rojo alcalina listo para usar.

Se usa para obtener un fragüe rápido del concreto permitiendo desencofrar rápidamente, en reparaciones donde se dispone de poco tiempo en pisos que deben permitir tránsito en poco tiempo.

Dosificación: 400 a 1200 cc por saco de cemento.

USOS:

- Para obtener un fragüe rápido del hormigón, a fin de permitir el desencofrado en corto plazo.
- En reparaciones donde se dispone de poco tiempo.
- En pisos de hormigón que deben soportar el tránsito en pocas horas.
- Prefabricados de hormigón
- Obras emergentes.
- Pueden ser usados con tipo de cemento, siendo más efectivos con cementos con contenido de bajo puzolana.

VENTAJAS:

- Altas resistencias a temprana edad, especialmente en clima frío.
- Setmix HE, Plastifica la mezcla, aumentando la trabajabilidad y facilitando la colocación.
- Reducen el agua de amasado
- Aceleran el fragüe inicial
- Aumentan la resistencia final.
- Aumenta la impermeabilidad del hormigón.

DOSIFICACIÓN

Pos saco de cemento de 50 kgs.

Setmix HE: de 250 a 1200 cc.

Setmix HE3: de 400 a 3000 cc.

Se añaden directamente en la concretora o diluidos en el agua de amasado, una dosificación en 25 lts. De agua.

Tabla de resistencia kg/cm cuadrados, usando cemento Tipo I

| Setmix HE3: agua | Sin | 1:10 | 1:15 |
|-------------------|---------|------|------|
| Kgs HE3/m cúbicos | Aditivo | 21 | 14 |
| 6 horas | | 8 | 3 |
| 12 horas | 4 | 30 | 25 |
| 1 día | 30 | 75 | 65 |
| 3 días | 105 | 170 | 165 |
| 7 días | 180 | 215 | 230 |
| 28 días | 280 | 295 | 305 |

PRESENTACIÓN

Plásticos de 4 – 10 – 20 kilos. Tambores de 240 kilos.
No son recomendados para hormigón pre-forzado.

SETMIX SP

Es un plastificante de rango alto.

Plastificante, reductor de agua de alto grado HRWR

Cumple con la norma ASTM C 494 tipo F

Fraguado Normal libre de cloruros.

Produce concretos muy fluidos y/o de muy alta resistencia.

Proporciona concretos autonivelantes sin segregación y/o de alta resistencia por su efecto reductor de hasta >40%.

Hormigón de alta eficiencia excelentes acabados, rapidez en la colocación y compactación, alta densidad, desencofrado rápido, etc.

Dosificación: 200 cc a un litro por saco de cemento.

AERMIX

Es un incorporador de aire

Aditivo líquido concentrado color ámbar. Cumple con la norma ASTM C 260.

Controla exudación de la mezcla, aumenta la impermeabilidad, plastifica la mezcla, mejora el acabado, disminuye la segregación, incorpora aire en forma controlable, según la dosificación.

Dosificación: de 15 a 40 cc por saco de cemento

Los plastificantes Setmix, mejoran la trabajabilidad de la mezcla y proporcionan un concreto más “ suave” sin aumentar la cantidad de agua. Si se mantiene constante la trabajabilidad, se requiere reducir la relación agua / cemento, aumentando la resistencia física y química del concreto.

IMPERMEABILIZANTES

Como su nombre lo indica, son materiales fabricados especialmente para impedir el paso del agua.

IMPETOP

Es un impermeabilizante en polvo.

Repelente de agua para mortero y concreto, aditivo en polvo con plastificante, reductor de agua incorporado, minimiza la permeabilidad y el movimiento capilar del agua.

Reduce la retracción, aumenta la cohesividad de la mezcla, elimina la formación de salitre, endurece la superficie.

Dosificación: un litro por saco de cemento.

HIDROMIX

Es un impermeabilizante líquido.

Aditivo líquido pastoso, color amarillo limón, impermeabilizante plastificante. Repelente de agua para mortero y concreto en losas, tanques cisternas, cimentaciones, túneles, canales, etc.

Impide la permeabilidad y el movimiento capilar del agua. Reduce la retracción y elimina el salitre, endurece la superficie.

Dosificación: Un litro por saco de cemento.

TOPMIX 100

Es un revestimiento impermeable.

Revestimiento acrílico cementicio, producto de dos componentes, polvo y líquido que al mezclarse se obtiene una lechada de consistencia cremosa aplicable con brocha o rodillo en dos manos.

Decorativo y de larga duración para cisternas, piscina, tanques, depósitos de agua, terrazas, fachadas, etc.

Consumo: Aprox. 750 grs / m cuadrados, dependiendo de la superficie.

TOPMIX 101

Es un recubrimiento impermeabilizante.

Recubrimiento cementicio de un componente, al que se agrega agua hasta obtener consistencia cremosa aplicable con brocha o rodillo, se aplica en dos manos. Su textura y consistencia aseguran el sellado de porosidades e impermeabilidad en tanques, muros, cisternas, sótanos, terrazas, canales, etc.

Consumo: De 1 a 1.5 kgs / m cuadrados, dependiendo de la superficie.

MURO TOP

Es un sellante para ladrillos visto.

Recubrimiento impermeable para ladrillo visto con brillo tenue, no se amarillentan no oscurece con el paso del tiempo.

Antes de su aplicación, si el ladrillo aparece manchado, se recomienda aplicar ácido limpiador y lavar con agua limpia.

Consumo: De 150 a 200 gramos por metro cuadrado.

DESMOL

Líquido amarillento aplicable con brocha o pulverizador, evita la adherencia del concreto a los encofrados.

DESMOL E para encofrado de madera y DESMOL S para metal.

No mancha el concreto, disminuye las burbujas superficiales.

Rendimiento: De 7 a 15 metros cuadrados por litro.

El éxito de la aplicación de un revestimiento depende en gran parte de una preparación adecuada de la superficie, que debe estar completamente limpia, sana y libre de contaminantes.

Es muy importante para los revestimientos cementicios que la base esté previamente saturada con agua, pero que aparezca seca en la superficie.

REPARACIÓN Y PROTECCIÓN

TOPCRYL Pegante Acrílico

Para concreto y mortero

Líquido blanco azulado a base de Resina Acrílica compatible con cemento Clasificado por el ACI como pegante no remulsionable.

Perfecta adherencia de mortero o concreto fresco a concreto endurecido.

Para reparaciones y restauraciones sin contracción.

Consumo: De 150 a 200 grs/ metros cuadrados en lechada de adherencia.

ACRIFLEX Revestimiento Acrílico

Elástico

Revestimiento elástico IMPERMEABLE. Color blanco.

Se aplica con brocha o rodillo.

Proporciona un revestimiento que una vez seco, tiene comportamiento elástico lo que le permite absorber pequeños movimientos de la losa sin fisurarse.

Se aplica en dos manos sobre la superficie limpia, sana y seca.

Consumo: Aproximadamente 700 gramos por metro cuadrado.

SUCCO TOP Massa Corrida

Estucado de alta Calidad.

Sistema par estucados interiores y exteriores de gran calidad. Fácil de prepara y aplicar, no necesita curar, no necesita humedecer la superficie antes de aplicar, gran adherencia, elasticidad mejorada, color blanco.

Mezcle una parte del componente líquido con 2 partes de polvo.

Revuelva hasta obtener consistencia uniforme, aplique en 2 manos.

Consumo: Aproximadamente 1 Kilo por metro cuadrado.

TOPGROUT Relleno sin Contracción

Morteros Cementicios sin Contracción, Compuesto de volumen. Se utiliza donde se requiera un relleno económico, de alta resistencia, fluido y sin retracción.

Resistencia: 3 días 280 kg / cm cuadrados 28 días > 500 kg/cm cuadrados.

Consumo: Aprox. 2 kilos por cada litro de relleno.

TOPCURE Curador de Concreto

Líquido lechoso, que se aplica con pulverizador sobre el concreto fresco, tan pronto desaparece el agua de exudación, evita la evaporación del agua en el concreto

Asegurado el curado.

El color blanco de la película de curado que posteriormente desaparece, asegura una mejor refracción de los rayos solares.

Rendimiento: Un litro rinde de 6 a 10 metros cuadrados.

Otros

Sellantes de poliuretano

Inyecciones flexibles expansivas

Sistemas para juntas anchas

Morteros especiales.

1.4)

- Diferenciales

Dónde se hallan:

Los productos Setmix son distribuidos a través de aromcolor y de la propia fábrica de Admix, en la actualidad carecen de varios distribuidores, siendo una meta aumentar los distribuidores como las ferreterías.

Los productos de Admix tienen diferentes presentaciones, consistencia, colores, olores; esto se debe a que cada uno tiene una aplicación específica de acuerdo a lo que se solicite, por lo tanto la presentación debe ser diferente para cada clasificación de los productos (Epóxicos, Aditivos, Impermeabilizantes, Reparación y Protección) evitando confusiones en los clientes. Los envases varían de acuerdo a la cantidad de producto que se solicite, es decir tienen distintos tamaños: de 1 galón, 1 litro, 10 litros, 2 litros.

Los precios varían de acuerdo al cliente, a lo que este solicite y pueda costear.

El servicio es eficiente, eficaz y personalizado, por lo que el rendimiento de los productos garantizan calidad, por medio de pruebas antes de su aplicación, el cliente puede comprobar y comparar el rendimiento del producto con respecto al de la competencia, constatando que los productos de Admix son su mejor opción.

Se realizan demostraciones comparativas directamente con la competencia de los productos que ofrecen.

Entre las distintas categorías de productos que Admix ofrece podemos clasificarlas de acuerdo a su importancia.

Con relación a ventas el orden de importancia es el siguiente:

Epóxicos

Aditivos

Impermeabilizantes

Reparación y Protección

- Aspectos

Admix, tiene reconocimiento por parte de sus clientes, en lo que se refiere a calidad y confiabilidad, así que la importancia de su aspecto es destacar su misión de calidad, atención personalizada.

La impresión que se quiere comunicar es que Admix es la empresa más joven del país pero con mayor experiencia, debido a los distintos conocimientos y experiencia adquirida por su personal.

Admix a logrado diferenciar su nombre por la calidad de sus productos, los clientes actuales, saben que este producto es tan bueno o mejor como el extranjero.

Este tipo de productos deben proporcionar demostraciones que convengan al cliente, con aplicaciones del producto, y con respecto a esto, Admix las a realizado con la competencia obteniendo resultados favorables (un posible cliente llama a dos empresas y solicita que estas demuestren al mismo tiempo la aplicación de sus productos en un pequeño espacio determinado, la de mejor calidad ganará la cuenta); otro tipo de demostración es mediante videos y fotografías de obras, antes y después de aplicar productos Setmix, también se facilitan pequeñas muestras e información que se difunde en conferencias, seminarios, ferias.

1.5)

- Marca

(Aclarar la confusión del nombre de la empresa, Setmix queda como la marca, especificando siempre que es parte de Admix, deben ir con la misma tipografía las divisiones o clasificaciones de productos; Epóxicos, Aditivos, Impermeabilizantes, Reparación y Protección. Marca Nacional, es joven debido a que entró hace un año, pero ya conocida en el ambiente de la construcción.

La empresa debido a que a utilizado el mismo logotipo tanto para la empresa como para la marca a creado confusión

Logotipo

El objetivo del logotipo es comunicar estabilidad, confianza, seguridad, equilibrio, demostrar que es una empresa estable que cumple con las necesidades del cliente. Es decir demostrar calidad.

El logotipo comunica que los productos Setmix fabricados por Admix se ajustan a las necesidades del cliente, los problemas que este necesite resolver.

Color corporativo azul.

Productos confiables, estables, serios, frescos, nuevos, flexibles.

1.6)

- Envases y Presentación

Actualmente los envases que se utilizan son de color blanco con tapa azul, no tienen ninguna forma especial, las etiquetas son sencillas y claras de entender, debido a que los clientes actuales ya conocen el producto y saben que este es efectivo, así que no prestan mayor atención a la presentación de los envases, buscan calidad en la aplicación de los productos. Pero debido a que se busca lograr mayor recordación de la marca y conseguir posicionamiento en comparación de la competencia se debe cambiar la presentación del producto con respecto a las etiquetas.

La presentación de los productos tiene importancia ya que deben comunicar calidad, pero por lo pronto los envases actuales no pueden cambiar, debido a que representan mayor inversión, esto se debe a que en Quito solo existe una fábrica de envases resistentes a estos tipos de productos, y si se decide cambiar de envases se los debe importar de Guayaquil, significando esto, mayores gastos; por lo tanto la atención se concentrará en las etiquetas las cuales deben connotar calidad, deben contener un lenguaje técnico, que confirme confiabilidad en los productos, que la información que estas tengan sea clara, concreta, de fácil entendimiento para su aplicación, para cada clasificación de productos se deberá utilizar algún elemento diferenciador y de esta forma poder distinguirlos.

En lo que se refiere físicamente al producto, la forma de estos pueden ser líquidos y en polvo

1.7)

• Posicionamiento del Producto

En este tipo de empresas no se han realizado estudios de posicionamiento, pero de acuerdo a opiniones del cliente podemos decir que para este tipo de consumidores la marca que más se recuerda como calidad y eficiencia es Sika por sus varios años en el mercado.

La imagen de Admix conocida como Setmix se ha posicionado como una marca que da la misma calidad que ofrece Sika y hasta mejor, pero a precios mas bajas, así que se combina calidad con economía.

Aditec, es una marca que demuestra preocupación en la presentación de sus empaques, pero que en la calidad es deficiente.

2. VENTAS

De acuerdo a ventas la clasificación con relación a la competencia es la siguiente:

- 1- Sika con el 35% del mercado (empresa extranjera)
- 2- Masterbuilders con 20% del mercado (empresa extranjera)
- 3- Aditec con el 15% del mercado (Nacional)
- 4- Admix con el 5% del mercado (Ecuador-Bolivia)
- 5- El porcentaje restante se reparten empresas más pequeñas.

De acuerdo a estos datos se puede ver que en primer lugar están empresas extranjeras que llevan en el mercado varios años de experiencia (60 años promedio), luego está una empresa nacional que lleva en el mercado 16 años, y Admix considerando que es nueva y tiene solamente un año ocupa el 5% del mercado lo cual es muy favorable y con buenas perspectivas para el futuro.

Algo que debe destacarse es que Admix no desea crecer aceleradamente debido a que su objetivo es dar una atención personalizada, que el cliente cuente con la empresa para sus necesidades.

Los consumidores ya conocidos definen claramente la marca-productos, pero se debe corregir varios errores en lo que se refiere a la imagen de la empresa y de la marca ya que esto crea confusión en clientes nuevos al momento de buscar el producto.

2.1) Política de Precios

La política de precios que tiene Admix es:

- Se hace un descuento del 10 % cuando el cliente paga al contado.
- Cuando se realizan ventas de mucho volumen al cliente se realiza un descuento del 20%.
- Al distribuidor se vende con un descuento del 25%.

Precios de la competencia:

- Los precios de Sika son 20% más caros en relación con Admix.
- Masterbuilders es el 30% más caro en relación con Admix.
- Los precios de Aditec son un 10% más caros en relación con Admix.

2.2) Distribución

Admix, utiliza solamente un distribuidor, este es Aromcolor. También realiza ventas personales a las distintas obras, constructoras, mostrando los distintos productos que Admix ofrece, y proporcionando información a través de folletos informativos, y en caso de que realicen un pedido se lo puede a ser directamente a la fábrica.

Como nuevo proyecto Admix busca ampliar sus canales de distribución, de esta forma mejorar específicamente en la ferretería Unifer, la cual esta localizada en distintos lugares de la ciudad de Quito. De esta forma los productos de Admix serían más accesibles al cliente, superando así, una desventaja que tiene con Sika.

2.3) Merchandising

El distribuidor de Admix (aromcolor) se encarga de proporcionar al cliente hojas informativas de los distintos productos Setmix, en lo que se refiere a presentación del producto no se lo tiene en demostración al cliente ya que esto se lo realiza y envasa de acuerdo a las necesidades y cantidad que solicita el cliente.

Admix, realiza demostraciones directas al cliente, es decir se aplica el producto y se observa su desarrollo, de esta forma el cliente puede comprobar la eficacia y confiabilidad de la aplicación de productos Admix frente a la competencia, y proporcionando asesoramiento técnico. También se utiliza material audiovisual que indica las distintas aplicaciones de los productos, y las distintas obras en las cuales fueron utilizados, comprobando su efectividad con el antes y después de su aplicación. Otra forma de promocionar los productos es proporcionar al cliente pequeñas muestras del producto ya elaboradas y solidificados que aseguren la calidad y confiabilidad de Admix.

2.4) Ventas

- En lo que se refiere a lo que es curvas de ventas en los dos últimos años, Admix recién está realizando esos informes y no hay información disponible por el momento.
- En lo que se refiere en la estacionalidad de ventas estas han bajado a la mitad debido a la crisis económica del país.
- Hasta el momento Admix ha mantenido una política de ventas de mantenimiento, debido a que no ha utilizado publicidad, sino métodos básicos de información (publicidad básica), pero lo que ahora busca es tener una política de ventas expansiva.

2.5) Argumentos de venta

Anteriormente Admix utilizaba argumentos de venta como:

“Calidad a precio bajo”, “servicio personalizado”.

Actualmente lo que se busca en el argumento de calidad a precio bajo es cambiarla por “calidad con economía” ya que este argumento indica que Admix entregará productos de mejor calidad con mejor presentación, lo que implica el aumento de los precios, pero de una manera justa (económico).

Otro argumento actual es que Admix es una empresa joven pero con mucha experiencia.

Debido a que Admix se está internacionalizando tiene un nuevo argumento de “calidad de exportación”

3. MERCADO

3.1) Clasificación del mercado

| | |
|---------------------------|-----------|
| Participación del mercado | |
| Sika | 35% - 40% |
| Masterbuilders | 20% - 25% |
| Aditec | 15% - 20% |
| Admix | 5% - 10% |
| Otros | 25% |

Con respecto a Admix los productos vendidos en el mercado son:

- Epóxicos
- Aditivos
- Impermeabilizantes
- Reparación y Protección

3.2) Competencia

Marcas
SIKA (directamente competitiva)



Como se ve en este mapa Sika (competencia directa) es mundial

Diferencias más notables entre Admix y Sika

Admix es más económico, ya que puede adaptarse, debido a que no utiliza solamente material importado sino también material del Ecuador. Sika, la mayoría de su materia prima es importado, lo cual encarece sus precios. Esto hace que el consumidor en Ecuador prefiera Admix.

Otra diferencia es que Sika tiene más variedad de productos que son elaborados con materiales importados. Admix no puede ofrecer estos tipos de productos debido a que el costo de la importación es alto.

Diferencias entre Aditec y Admix

Aditec muestra mayor preocupación en la presentación del producto con empaques más llamativos, pero los productos no demuestran la calidad que ofrece el envase, empaque.

Admix no posee una presentación en sus envases. Pero su calidad es excelente y los clientes lo han comprobado.

Actuación Publicitaria

Entre Sika, Master Builders, Aditec y Admix, Sika es la empresa que se preocupa de mantener una fuerte inversión Publicitaria, luego está Master Builders cuya publicidad es muy elegante y la información que entrega es clara, ninguna de las demás tienen una presencia fuerte en el país, Admix por su eficiencia a logrado adquirir poco a poco reconocimiento, pero no por publicidad, ya que recientemente busca promocionar sus productos de una manera fuerte, formando material publicitario como lo tiene Sika y Master Builders, ahora Admix busca tener un fuerte impacto visual, demostrando la calidad de sus productos con su presentación.

Las marcas directamente competitivas son: Sika, Aditec y Master Builders.

Marcas y productos indirectamente competitivos son fabricas de pinturas epóxicas (Cóndor, Hemper).
Este tipo de productos no tiene marcas sustitutivas.

4. CONSUMIDOR

4.1) ¿Quién compra?

Segmentación Geográfica

| | |
|----------------------------------|--------------------------|
| Ecuador (Ofic Quito y Guayaquil) | Costa - Sierra - Oriente |
| Bolivia | Santa Cruz |

Admix también tiene división de sus productos por tipos de clima, el mismo producto debe ser elaborado de distinta forma para que sea eficaz en distintas condiciones climáticas.

Segmentación Demográfica Se busca llegar a un segmento preparado, con cultura y conocimientos sobre construcción, llegando a una clase media, media alta y alta.
Edad ingenieros; de 24 años a 58 años.
Edad de los obreros; de 25 años a 40 años.
Género; Llegaremos a hombres y mujeres que tengan conocimientos sobre productos químicos para la construcción.

Segmentación Psicográfica Admix busca llegar a ingenieros, hormigoneras, constructoras, industrias, que piensen en lo que es tener eficiencia y eficacia, que no busquen productos baratos para ahorrar dinero porque de esta manera tendrán como consecuencia el deterioro acelerado de sus obras, teniendo así mayores gastos en reparaciones. Admix busca llegar a quienes piensan en hacer bien las cosas desde un comienzo, aunque el costo sea un poco mayor.

4.2) ¿A qué factor de influencia es más sensible y qué grado?

El consumidor, busca que el producto tenga el rendimiento que ofrece, la técnica adecuada y un precio cómodo, en especial por la situación por la que está atravesando actualmente el Ecuador.

Rendimiento del producto, Progreso técnico y Precio

Otro factor importante de influencia es la distribución ya que es consumidor busca la fácil obtención del producto (se deben aumentar los canales de distribución de Admix).

La publicidad no influencia mucho en las decisiones de compra del producto debido a que el tipo de consumidor que llegamos buscan información técnica (la publicidad debe ser manejada de una manera sencilla, específica, técnica y buscar factores promocionales que atraigan a este tipo de clientes.

4.3) ¿Para qué compra?

Los productos de Admix son de uso combinado, es decir, algunos productos se mezclan con el hormigón para obtener una buena construcción, otros productos se mezclan con pinturas para tener mayor resistencias, etc.

Para obtener seguridad, durabilidad en las construcciones, evitando daños irremediables que se podrían presentar en el futuro, como en el caso de edificaciones, las cuales deben tener una estructura fuerte capaz de resistir temblores o distintos eventos naturales que afectan a las construcciones y a quienes las habitan.

4.4) Clasificación del consumidor y ponderación de su importancia

Los compradores a los que llegamos primero son quienes realizarán construcciones o van a efectuar reparaciones (dueño de casa o dueño de la empresa), quienes utilizan (usuarios), el producto, es el personal de construcción, como obreros, albañiles, ingenieros, quienes manipularán y examinarán la reacción del producto, es decir si funciona adecuadamente y con efectividad.

El prescriptor es el ingeniero ya que este es quien indica al comprador (dueño de la empresa, dueño de casa) que marca necesita, que cantidad necesita y que es lo más conveniente, el ingeniero es quien decide.

4.5) Relación entre las clasificaciones

Para Admix es fundamental llegar a quienes controlan las construcciones, es decir ingenieros, jefes de obra, residentes de obra, ya que son quienes dirán al cliente final (dueño de la construcción) si el producto sirve y cumple con sus necesidades. Los obreros también pueden influir en las decisiones del jefe de obra, debido a que son quienes tienen contacto directo con el producto y lo controlan directamente, pueden confirmar si su aplicación funciona adecuadamente.

4.6) Cuando el comprador no es el consumidor

¿Quién sugiere la adquisición?

Obreros, albañiles e ingeniero.

¿Quién elige la marca?

El ingeniero

¿Quién decide finalmente?

El dueño de casa o empresa. Este de acuerdo a la información que le proporciona al ingeniero compara precios, estética, promociones y luego toma la decisión.

4.7) Necesidades que el comprador pueda sentir en relación con el producto.

Las necesidades que el comprador tiene en relación al producto son básicas, debido a que utilizan productos Admix para satisfacer necesidades de seguridad, de duración, en el caso de pisos facilidad en su limpieza, en el caso de humedad que existen en casa el producto debe evitar la misma, resistencia en las construcciones, economía, que los precios estén de acuerdo con la necesidades del consumidor, (seguridad, precio, calidad, eficiencia, eficacia, durabilidad).

4.8) Motivaciones a explotar publicitariamente.

- Motivos emocionales de compra:

Distinción.- Admix busca distinguirse de la competencia por la calidad de sus productos y sus precios económicos incluyendo su atención personalizada, distinguir que pese a que Admix es una empresa joven, tiene mucha experiencia.

Emulación económica.- se busca diferenciar como Admix en comparación a la competencia tiene precios más bajos y con una calidad igual o mejor al de la competencia.

Eficiencia.- Admix busca demostrar en todo momento que sus productos tiene excelente calidad y que al aplicarlos el cliente obtendrá los resultados ofrecidos. (Los productos Admix siempre cumplen y su personal también).

- Motivos racionales de compra:

Asequibilidad.- El precio y la distribución son puntos que influyen en la decisión de compra del consumidor, como el precio debido a la situación económica del país en las que nos encontramos y la distribución lo que se refiere a dar facilidad al consumidor en encontrar el producto.

Una gran desventaja que Admix tiene frente a Sika es que esta tiene muchos puntos de distribución, así que cuando el consumidor tiene más cerca el producto lo consume para ahorrarse tiempo.

Eficiencia en la manipulación.- Los clientes de Admix buscan que sus productos estén en envases seguros, que no se riegue el producto y que los mismos tengan etiquetas con la información del uso y la aplicación del producto de una manera técnica, clara y sencilla.

Confianza en su uso.- Que al aplicar los productos Admix se obtengan los resultados que estos ofrecen.

Servicio auxiliar de confianza.- Los clientes buscan laboratorios de aplicación y Admix ofrece ese servicio, ya que la otra empresa que es Tecnocreto proporciona este servicio.

Duración.- Los productos Admix han demostrado en sus distintas aplicaciones que tienen una alta duración.

Economía en la compra.- Al aplicar productos Admix el consumidor obtendrá una calidad óptima igual o mejor que la competencia, pero con un precio justo y más bajo en relación con Sika, Masterbuilders y Aditec que son la competencia más fuerte de Admix.

Economía en su empleo.- Refiriéndose a que Admix busca llegar a consumidores que quieran obtener desde un principio óptima calidad en sus obras, construcciones, grandes industrias, y no busquen economizar con productos baratos, y al contrario comprendan que aplicar productos Setmix fabricados por Admix significa calidad a un precio justo, y así se evitarán desde un comienzo futuras pérdidas por gastos en reparaciones y arreglos muchas veces más costosos que la misma construcción. Hacer bien las cosas desde un comienzo significa economizar en el futuro.

4.9) Necesita el producto un mantenimiento publicitario todo el año.

En el caso de Admix se debe tener una recordación constante de los productos con el cliente, proporcionar frecuentemente folletos, trípticos, que informen de nuevos productos, nuevos precios y nuevas aplicaciones. Algo fundamental es proporcionar material publicitario de Admix a los distribuidores para que estos también lo entreguen directamente al cliente.

4.10) Cómo compra.

Según las políticas de Admix cuando se compra al contado se obtiene descuentos, se compra a crédito dependiendo de la cantidad del volumen que se necesite, sin son grandes volúmenes también se tiene un descuento. En lo que se refiere a la compra con garantía es solo por producto, es decir, que en la etiqueta se asegura la eficacia del producto. Por ejemplo, si el cliente al aplicar el producto no obtiene los resultados ofrecidos Admix está en la obligación de remunerar ese error con la repetición del trabajo, siempre y cuando el cliente compruebe que el error no fue por una mala aplicación del cliente, es decir si este no siguió con las indicaciones específicas.

4.11) Definición del punto de venta

Admix tiene como distribuidor a Aromcolor el cual se encuentra en la Av. Shyris y Floreana, también se distribuye de la fábrica la cual se encuentra en Carcelén.

El hecho de que Admix sólo tenga un distribuidor perjudica en las ventas, ya que no hay comodidad para la el cliente en la adquisición del producto. Por lo tanto se busca otros distribuidores; las ferreterías son buenos puntos de distribución para este tipo de productos.

4.12) Toma de la decisión de la compra.

Para que el cliente se decida a adquirir los productos Admix, se le debe demostrar que estos tienen calidad, lo principal que motiva al cliente a adquirir los productos Admix es la tecnificación de los productos y la eficiencia en su aplicación a un precio justo y económico, se deben realizar constantemente demostraciones de las distintas aplicaciones de las líneas de productos Admix.

En las oficinas, y en el punto de venta que es Aromcolor se debe mantener constantemente activa la publicidad de Admix, es decir tener material POP, en el cual se informe de todas las ventajas que el cliente tendrá al consumir esos productos, se deben tener muestras de todos los productos de Admix, de esta forma el cliente constatará que el producto es efectivo. La atención al cliente es primordial, se le debe informar y aclarar todas sus dudas, proporcionándole toda la información necesaria de cómo puede adquirir el producto y que ventajas tiene, ya sea en precios, líneas de productos, asesoría técnica.

En la fábrica, las instalaciones de esta deben demostrar la calidad que ofrece Admix, es decir personal capacitado, materiales bien clasificados, tecnología en la elaboración de los productos. La publicidad en la fábrica será la de dar una presentación seria, eficaz, de calidad con la utilización adecuada de los colores corporativos en la estructura de la fábrica (paredes, techos, pisos, etc.) se debe tener una clara visualización del logotipo, los empaques, envases de los productos deben ser bien presentados, que demuestren calidad. La maquinaria debe estar en buenas condiciones.

4.13) Unidad de Venta

- ¿Cuánto compra cada vez?
- ¿Puede aumentar esa cantidad?
- ¿Puede variarse la unidad de venta?

Las importaciones que se realizan para la fabricación de los productos dura 6 meses por lo tanto para la venta del producto hay que considerar si se tienen las posibilidades adecuadas para su elaboración.

Algunos productos se pueden realizar por pedido, dependiendo de la materia prima, esto sucede cuando son productos elaborados con materia prima del país.

La compra del producto depende del tipo, tamaño y capacidad de la obra, la cantidad solicitada puede aumentar o disminuir, todo depende de las necesidades del cliente.

5. PROMOCIÓN

5.1) Política seguida en los dos últimos años.

La forma de promocionar Admix a sido débil, en el sentido de que no se ha utilizado mayor material publicitario, solamente se tiene material básico de mantenimiento de información para el cliente, y esto para clientes frecuentes, solamente se tiene material POP muy débil en el punto de

distribución, esto afecta a la imagen de Admix, ya que no tiene un reconocimiento adecuado de la marca, lamentablemente el posicionamiento en cuanto a imagen es muy bajo.

5.2) Sistemas empleados.

Material POP, tripticos, hojas informativas, hojas técnicas.

Ventas Personales, visitas a obras, constructoras.

Publicidad boca a boca, es decir por recomendaciones de Ingenieros.

Publicaciones en libros técnicos.

Menciones de Admix en seminarios de Ingeniería.

5.3) Control efectuado

No se ha llevado a cabo ningún control con respecto a publicidad.

Los controles que se efectúan son en relación al tipo de producto que Admix más vende, cual es el más aceptado por el cliente, en este caso tenemos que son los Epóxicos.

5.4) ¿Es el detallista quién domina la venta?

Admix no tiene detallistas, pero el distribuidor que es Aromcolor no domina la venta, los pedidos pueden ser directamente a la fábrica, y es más frecuente que se los solicite a esta directamente.

5.5) Problemas específicos de la clientela y el consumidor final, que se hayan estudiado hasta la fecha.

Un problema común es la confusión y dudas que el consumidor tiene sobre que es lo que puede usar, como va funcionar el producto o si será eficiente y cumplirá con lo que indica. Para evitar esta situación se debe presentar un certificado técnico que indique y enseñe al consumidor como funciona y su eficacia.

6. PUBLICIDAD

6.1) ¿Tipo de publicidad efectuada anteriormente?

La publicidad que se ha efectuado es de mantenimiento, se proporciona continuamente al cliente información acerca de los productos de Admix y sus precios.

También se realiza publicidad directa, es decir visitas de vendedores a constructoras, otro material empleado son hojas técnicas, trípticos.

6.2) ¿Objetivos y resultados obtenidos en los dos últimos años?

Admix, como es una empresa nueva no se ha planteado objetivos publicitarios

El objetivo que tenía cuando comenzó era el de llegar al consumidor, cliente a través de contactos directos de los vendedores con constructoras, es decir emplear publicidad directa.

El vendedor contaría con la utilización de: hojas volantes, hojas técnicas, etiquetas, trípticos.

6.3) Períodos publicitarios.

La Publicidad que se realizará será constante, visitas a obras continuas.

La elaboración del material publicitario será de acuerdo a las necesidades del cliente no se puede definir el tiempo exacto, es de acuerdo a los eventos que se presenten. Con respecto a los productos, si se elabora y saca al mercado un nuevo producto inmediatamente se realizará su difusión con publicidad directa por medio de vendedores de Setmix. Las etiquetas, trípticos, catálogos, hojas técnicas serán modificados cada 6 meses.

El material de papelería se lo realiza cada vez que es necesario, refiriéndose a lo que es impresión.

6.4) Presupuestos empleados.

No se ha determinado presupuestos fijos en publicidad, el material informativo, promocional se lo lleva a cabo cada vez que se lo necesite. Se deberá presentar cotizaciones del distinto material que se desee realizar, de acuerdo a los valores y posibilidades de la empresa se determinará el presupuesto para la aplicación del material publicitario.

6.5) Zonas

Admix es promocionado como auspiciante en seminarios de la construcción.

Se realizan visitas a constructoras, hormigoneras, obras grandes, Instituciones Públicas (Municipio Quito-Guayaquil, Ministerio de obras públicas)

6.6) Distribución de medios.

Los medios que se utilizan son los impresos, material promocional (POP) y publicidad directa. Publicaciones en libros de construcción, hojas informativas, hojas técnicas, trípticos.

También se utilizan las visitas del vendedor, el cual mostrará el material impreso al cliente.

6.7) Rendimiento y efectividad.

Debido a que Admix a manejado a la publicidad como un soporte de venta no se tienen resultados del rendimiento y efectividad de la misma, pero como el empleo de esta ha sido muy escaso no ha logrado atraer más consumidores obteniendo como resultado, la compra por parte de los clientes frecuentes.

6.8) Proposición de comunicación utilizada.

Anteriormente la comunicación que se manejaba era solamente de ventas directas, pero ahora se busca ampliar la comunicación con la creación de una página Web, y un CD de presentación de la empresa. De esta forma se podrá enviar a cada cliente mayor información de la empresa, también se aumentarán los medios impresos, mejorando su calidad y diseño. Se realizará material corporativo para la empresa.

6.9) Se está satisfecho con lo conseguido hasta hoy?

Con relación a ventas, Admix a logrado el 5% del mercado, pesa a que es una empresa nueva, pero en términos de publicidad no se está satisfecho, ya que se la utilizado más como un soporte de ventas que como un medio promocional para lograr diferenciación de marca y posicionamiento en el consumidor.

6.10) Criterio a seguir para la determinación del presupuesto.

De acuerdo a la utilidad que tenga la empresa se destinará un presupuesto al departamento de publicidad, y de acuerdo a necesidades específicas de la empresa.

7. PLAN DE INVESTIGACIÓN

7.1) Test de envase

Debido a la falta de fábricas de envases en Quito, Admix no puede cambiarse los mismos, en lo que se debe concentrar la atención es en la elaboración de diseños de etiquetas, las cuales deben atraer al consumidor y demostrar la calidad de Admix. Para la empresa no es viable hacer evaluaciones, investigaciones con respecto al envase y su forma.

7.2) Test de producto

La empresa de acuerdo a las ventas ha podido determinar que la línea de productos que más se ha vendido son los epóxicos, y aditivos por lo tanto se debe concentrar en realizar material promocional de dicha línea de productos, sin descuidar las otras clasificaciones. Por medio de ensayos también se puede determinar si el producto es mejor que el de la competencia, pero este método se utiliza directamente con el consumidor.

7.3) Test del beneficio al consumidor.

De acuerdo a las ventas que se realicen, se podrá determinar que producto se vende más, por lo tanto se determinará, que es lo que más busca el cliente.

Algo que el consumidor toma como una seria consideración es el precio, debido a la situación económica del país.

Se compra primero por el precio, luego por la calidad, experiencia de la empresa.

7.4) Estudio motivacional

El estudio motivacional se lo realiza individualmente, ya que se ve la acción del producto en distintas aplicaciones, y la conformidad del cliente con su aplicación.

7.5) Imagen de marca

La realidad es que Sika tiene una imagen de marca muy buena, debido a los años que ya lleva en el mercado, y la presentación publicitaria con la que cuenta.

Por lo pronto Admix a logrado mantenerse, pero para poder crecer se necesita de una inversión fija en la publicidad, planificar el tiempo en el cual se elaborará distintas conferencias en las cuales pueda participar y lograr mayor posicionamiento.

7.6) Penetración de la publicidad.

Admix, se a dado cuenta de la importancia de la publicidad, esta es la carta de presentación de una empresa. Por lo tanto se ha planeado la realización de una página web, material promocional de la empresa en CD, manual corporativo; en publicidad directa el vendedor deberá llevar material promocional de buena calidad y con un diseño que demuestre la calidad que ofrece Admix.

8. CUADRO COMPARATIVO DE ADMIX CON LOS PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA

| ADITIVOS: | ADMIX | SIKA | M BUILDERS | ADITEC |
|---------------|--------------------------------------|---|--|---|
| ACELERANTES | SETMIX HE3 (plastif. Acelerante) | SIKA 2 (acelerante ultra rápido de fraguado) | POZZOLITH 122 HE (acelerante de fraguado) | ADITEC FA 111 (acelerante de fraguado de hormigón) |
| | | SIKA 4 a (acelerante sellador de filtraciones) | POZZOLITH 440 HE (acelerante de fraguado) | GUNITA (acelerante para hormigón lanzado) |
| | | SIKA RAPID 1 (aditivo acelerante de resistencias) | | ADITEC 220 HE (acelerante de fraguado para hormigón) |
| | | SIGUNIT LIQUIDO (acelerante para concreto proyectado) | | ADITEC UR (acelerante ultra rápido) |
| | | SIGUNIT R (acelerante para concreto proyectado) | | |
| | | SIKACRETE (acelerante plastificante) | | |
| PLASTIFICANTE | SETMIX HE (plastificante acelerador) | INTRAPALST Z (plastificante) | POZZOLITH 322-N (plastificante reductor de agua) | ADITEC ALE 100 (plastificante de alta eficiencia) |
| | SETMIX BV-60 (plastificante) | SIKACRETE (acelerante plastificante) | POZZOLITH 258-N (plastificante reductor de agua) | ADITEC 100 N (plastificante reductor de agua para hormigón) |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | reductor de agua) | | | |
| | SETMIX RM (vz plastificante retardante) | PLASTOCRETE 169 HE (plastificante acelerante) | POZZOLITH N-EC (plastificante acelerante) | ADITEC FN 100 (plastificante acelerante) |
| | SETMIX DM (plastificante impermeabilizante) | PLASTIMENT BV-40 (plastificante reductor de agua) | POZZOLITH 314 HE (plastificante acelerante) | ADITEC 220-N (plastificante) |
| | SETMIX SP (plastificante de rango alto) | | POZZOLITH 258- R (plastificante retardante) | ADITEC SF-115 (plastificante de alto rango para hormigón) |
| | | | POZZOLITH 322-R (plastificante retardante) | MORTERO FÁCIL (plastificante para mortero) |
| | | | | ADITEC 500 N (plastificante libre de cloruros) |
| | | | | ADITEC FR 100 (plastificante retardador de fraguado) |

| | | | | |
|--------------------|---------------------------------------|--|---|---|
| Impermeabilizantes | HIDROMIX (impermeabilizante líquido) | SIKA 1 (impermeabilizante integral para mortero) | POZZOLITH (impermeabilizante plastificante) | 209 IMPERSAN DM (impermeabilizante plastificante para hormigón) |
| | IMPERTOP (impermeabilizante en polvo) | PLATOCRETE (impermeabilizante integral para mortero) | ESTYROX (impermeabilizante en polvo) | ADIFLEX (impermeabilizante elastomérico) |
| | TOPMIX (revestimientos) | 100 IGOL TECHO (impermeabilizante para cubiertas) | IMPERMAZ (impermeabilizante líquido) | ADITEC 1 (impermeabilizante para mortero) |

| | | | | | | |
|--|---|--|--|--|---------------------|---|
| | impermeabilizantes | | | | | |
| | MUROTOP (sellante para ladrillo visto) | | | PQ - 9000 (impregnación superficial) | HG90001 | ADMIX C-2000 (impermeabilizante integral) |
| | DESMOL (desmoldante) | | | CONCREFLEX (impermeabilizante elastomérico) | | INBETON (impermeabilizante para hormigón y mortero) |
| | BITOMIX (impermeabilizante para cubiertas) | | | CONCRESEAL (recubrimiento flexible) | 550 cimenticio | ADISELLO (recubrimiento protector e impermeabilizante de superficies) |
| | | | | PQ - 200 cristalino) | (impermeabilizante) | VULKEM 245 (sellante de juntas impermeabilizantes) |
| | | | | MASTERSEAL (recubrimiento cementicio) | 510 protector | VULKEM 201-L (membrana elastomérica, sistema de impermeabilizac |

| | | | | | | |
|-------------|--|---------------|----------------------------------|--------------------|---------------------------------|---|
| RETARDANTES | SETMIX (retardante de fraguado) | VZ inicial | PLASTIMENT plastificante) | VZ (retardante) | POZZOLITH 200-R (retardante) | ADITEC FR-100 (plastificante retardante de fraguado) |
| | SETMIX RM plastificante retardante) | (vz) | PLASTOCRETE 161 R retardante) | | | |
| | SETMIX VBR | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|----------|---|--------------------------------------|------|---|
| SUPER - PLASTIFICANTE | SETMIX plastificante alto rango) | SP de | SIKAMENT 320 retardante reductor de agua de alto poder) | SIKAMENT 320 (superplastificante) | 1000 | MELCRET 500 (superplastificante para hormigón) |
| | MEGAMIX | | SIKAMENT 3000 reductor de agua de alto rango levemente retardante) | RHEOBUIL (superplastificante) | 716 | |

| | | | | | |
|----------|---|--|--|--|--|
| | | | SIKAMENT FF (reductor de agua de alto poder) | | |
| EPOXICOS | EPOFIX (pegante epoxico) | SIKAGUARD 61 (recubrimiento marino) | MASTERCERIL (adhesivo a base de resinas acrílicas) | ADIBOND (adhesivo epoxico para hormigón) | |
| | EPOBILD (recubrimiento epoxico denso) | SIKAGUARD 62 (recubrimiento epoxico insensible a la humedad y con resistencia química) | PQ - 2000 (adhesivo epoxico) | ADIBOND 2 (adhesivo epoxico para con fraguado retardante) | |
| | EPOMIX (modificador epoxico) | SIKAGUARD 63 (revestimiento con excelente resistencia química) | PQ - 5114 (adhesivo epoxico) | ADIBOND 1 (adhesivo epoxico para hormigón) | |
| | EPOSHIELD (revestimiento de impregnación epoxico) | SIKAGUARD 63 SS (Recubrimiento para la industria de alimentos) | PQ - 2250 (junta epoxica) | ADITEC INYECCION (epoxico para inyección) | |
| | EPO-FLEX (sellante epoxico flexible) | SIKAGUARD 64 (revestimiento con resistencia) | PQ - 2250 S (junta antiácida rígida) | ADITEC PRIMER (imprimante epoxico) | |
| | EPOFIX (inyección) | SIKAGUARD 65 (recubrimiento epoxico protector y decorativo) | PQ - 5114 S (recubrimiento epoxico) | ADIBOND 8 (adhesivo epoxico para hormigones con fraguado retardado) | |
| | EPOGROUT (relleno epoxico sin contracción) | SIKAGUARD 67 (dispersión epoxica) | PQ - 2000 S (mortero epoxico) | ADITEC ANCLAJE (mortero epoxico para anclaje y nivelación de maquinaria) | |
| | | SIKA PRIMER M (imprimante anticorrosivo para superficies metálicas) | | | |
| | | COLTAMAR 2 (pintura epoxica con alquitrán de hulla) | | | |

| | | | | | |
|-----------|---------|--|--|---|---|
| CURADORES | TOPCURE | | | CONCURE - 40 (curador químico) | CURINSOL Curado para hormigón y mortero. |
| | | | | CONCRESEAL (compuesto para curar y sellar hormigón) | |
| | | | | CONCREKURE (curador químico parafínico) | |

| | | | | | |
|-----------------------------|--------------------------------|----|--|--|--|
| TRATAMIENTOS PARA SUPERFIC. | DURATOP (endurecedor de pisos) | de | ANTISOL BLANCO (curador para concreto y mortero) | CONSTRIKE (agente desmoldante químico) | |
| | DESMOL (desmoldante) | | ANTISOL ROJO (curador para concreto y mortero) | CONCRECLEAN (limpiador químico) | |
| | | | RUGÁSOL (retardante superficial) | PORCECON (emporador para cerámicos y azulejos) | |
| | | | SEPAROL (desfolmaetante) | Concrempaste (aislador) | |
| | | | | RESICON (emulsión acrílica) | |

| | | | | | |
|-----------------|--|----|--|---|---|
| PISOS INDUSTRI. | DURATOP (endurecedor de pisos) | de | SIKAPISO 40 (endurecedor superficial de pisos) | MASTER 200 (endurecedor metálico superficial) | LIMPIAX (limpiador para pisos y fachadas) |
| | EPOTOP (Sistema epóxico con altísima resistencia mecánica) | | SIKAPISO 91 (Sistema epóxico con resistencia química) | PISOCRON (Endurecedor superficial para pisos de hormigón nuevos) | PISOCRYL (sistema rehabilitador de pisos para hormigón) |
| | | | SIKAPISO 92 (sistema epóxico con resistencia química y mecánica) | MASTERTOP POLIKYT 1240 (mortero epóxico coloreado para revestimiento pisos) | |
| | | | SIKAPISO 93 (piso epóxico) | | |

| | antideslizante) | | | |
|-----------------------|--|---------------------|--|---|
| RELLENOS DE PRECISION | DE TOPGROUT (relleno contracción) | sin contracción) | EMBECO 885 GROUT (relleno de precisión metálica) | ADITEC GROUT Relleno de Precisión y Mortero de Anclaje. |
| | EPOGROUT (relleno epoxico sin contracción) | | CONCREFLOW (relleno de precisión de agregado natural) | |
| | | | G - 10 (grout epóxico de altísima desempeño) | |

8.1 CUADRO DE PRECIOS , ADITEC, SETMIX, SIKA

| | | | | |
|-------------|-----------|----------------|---------|--|
| ADITEC | | | | |
| ADIBOND | 10.5 | 120 ZC | 132.719 | |
| | KGKGNCO | | | |
| BENTOCRY | 2 | KGKGNCO 120 ZC | 280 | |
| L 14 | | | | |
| BENTOCRY | 1 | KGKGNCO 120 ZC | 142 | |
| L 14 | | | | |
| BENTOCRY | 4 | KGKGNCO 120 ZC | 560 | |
| L 14 | | | | |
| IMPERSAN | 4 | KGKGNCO 120 ZC | 70.56 | |
| DM | | | | |
| IMPERSAN | 20 | 120 ZC | 208.64 | |
| DM | KGKGNCO | | | |
| ADITEC UR | 1 | KGKGNCO 120 ZC | 50.8 | |
| ADI. EMPAS. | SAC 20 KG | 120 ZC | 235.2 | |
| BLA | | | | |
| ADITEC | 116 | BLANCO 120 ZC | 140 | |
| VULKEM | | | | |

| PRODUCTOS | ADMIX | SIKA |
|----------------|-------|-------|
| SETMIX BV 60 | 0.49 | 0.84 |
| SETMIX RM | 0.54 | 0.86 |
| SETMIX DM | 0.35 | 0.46 |
| SETMIX HE | 0.48 | 0.48 |
| SETMIX HE3 | 0.51 | 0.54 |
| SETMIX SP | 0.78 | 1.38 |
| MEGAMIX | 1.45 | 1.67 |
| SPAC | 0.65 | 0 |
| HIDROMIX | 0.45 | 0.5 |
| DESMOL | 0.37 | 2.42 |
| TOPCURE | 0.4 | 1.28 |
| TOPMI Bc5 | 1.74 | 2.2 |
| TOPMIX Gr5 | 1.39 | 1.83 |
| DURATOP | 0.19 | 0.16 |
| TOPGROUT | 0.29 | 0.3 |
| SUTUCCO TOP | 0.5 | 0 |
| SUTUCCO RESINA | 0.97 | 0 |
| TOPCRIL e | 3.07 | 0 |
| TOPCRIL r | 5.57 | 4.88 |
| ACRILFLEX | 2.45 | 4.06 |
| EPOFIX 0.5 | 9.86 | 12.22 |
| EPOFIX 50 | 9.44 | 9.17 |
| EPOFIX INYEC 2 | 13.72 | 15.35 |
| EPOJUNTA | 5.49 | 0 |
| EPOBUILD | 12.5 | 0 |
| EPOFIX ANCLAJE | 5.38 | 0 |
| EPOSHIELD | 12.22 | 0 |
| EPOGROUT | 5.2 | |

El principal problema de Admix, es que, como nueva compañía en el mercado, elaboradora de productos químicos para la construcción, carece de un departamento de publicidad, nuestro principal objetivo era conformarlo y mostrar a nuestro cliente de la importancia de la publicidad en el mercado.

Una vez conformado este, procederemos a realizar la imagen corporativa de la empresa, para ello debemos hacer una investigación profunda de las principales necesidades de la empresa en la actualidad, definir el tipo de target al cual se llegarán los más adecuados para ello, debido a que en este tipo de empresas la publicidad masiva no es efectiva por ser tan general, utilizaremos medios muy específicos para llegar a nuestro target.

Deberemos realizar entrevistas a dueños y personal de hormigoneras, constructoras, ingenieros, arquitectos en general, para poder analizar cual es la imagen y posicionamiento que perciben de Setmix y la competencia, así tendremos una base para dar inicio a la creación de la imagen corporativa.

9. OBJETIVOS PUBLICITARIOS

- Definir y diseñar la imagen de Setmix
- Extender el conocimiento de la marca Setmix, llegar al Target de ingenieros, arquitectos, constructoras, hormigoneras.
- Difundir las ventajas y clasificación de los productos Setmix, fabricados por Admix.
- Diferenciación con la competencia, en precios y calidad, demostrar que sus productos son muy buenos y a menor precio.
- Realización de material promocional.

10. ENTREVISTAS

Nombre del entrevistado:

Ocupación:

Edad:

1. ¿Qué busca al adquirir productos químicos para la construcción? ¿Cuál es su principal necesidad?
Respuestas

- a- eficiencia en su aplicación
- b- facilidad en su aplicación
- c- resultados de calidad
- d- economía
- e- ~~todas las anteriores~~
- f- Otros factores. Cuáles? _____

*

2. ¿Qué facilidades busca?

- g- manejo del producto
- h- manejo del envase
- i- instrucciones claras de su aplicación
- j- evitar desperdiciar el producto (cantidades específicas)

1
4
2
3

1. ¿Qué problemas ha tenido al comprar este tipo de productos?

- k- resultados deficientes del producto
- l- las cantidades que se vendan no se adaptan a sus necesidades
- m- falta de información
- n- difícil acceso del producto (puntos de distribución)
- o- atención por parte de vendedores

Ninguno

2. ¿Cuál es su principal necesidad?

Innovaci , que en un solo aditivo se abarquen varias cualidades.
El aditivo que mejor funcione es el que usa.
Conocen Setmix pero no tienen cat logo de este.

3. ¿Qu émarca de productos químicos para la construcci utiliza?

- P- Sika *
- q- Masterbuilders *
- r- Aditec *
- s- Setmix *
- t- Otros. Roca Ken _____ *

4. ¿Qu éresultados ha obtenido de esa marca?

- u- Eficientes *
- v- Satisfactorios *
- w- regulares
- x- deficientes
- y- p édida

Refiri dose
a todos los productos

5. ¿Qu éle har a cambiar de marca?

- z- Precios 2
- aa- Calidad 1
- bb- Presentaci 6
- cc- Facilidad de aplicaci 3
- dd- Tama , manejo de envases 7
- ee- Atenci al cliente 4
- ff- Informaci 5

| Empresa u Obra | Hormec | Prima | Quito | Const. Edif. | Hotel | Construccion |
|--------------------|---|---|--------------------------------------|--------------------------------|---|--|
| Nombres | Ing. Raul Cabrera | Ing. Guillermo Andrade | Ing. Fabiola Cumbad | Alemania Ing. Xavier Pflamo | Hotel Sebastian Arq. Norman Villalba | Av. Eloy Alfaro Ing. Alfredo Cedeña |
| Ocupacion | Jefe de Planta | Gerente | Control de Calidad | Ing. Comercial | Arquitecto | Ingeniero |
| Edad | 27 años | 36 años | 31 años | 24 años | 60 años | 38 años |
| 1) Pregunta | | | | | | |
| A | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
| B | 4 | 4 | 3 | 3 | | |
| C | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| D | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | |
| E | * | | | | | |
| F | | | | | | Rapidez en el trabajo |
| 2) Pregunta | | | | | | |
| G | 1 | 1 | 1 | 3 | | |
| H | 4 | 2 | 4 | 4 | | |
| I | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | |
| J | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | * |
| 3) Pregunta | | | | | | |
| K | Ninguna | Ninguna | | * | | No conoce de más opciones |
| L | | | | | | Las que conoce |
| M | | | | | | Son incompletas. |
| N | | | | | * | |
| O | | | * | * | | |
| 4) Pregunta | Innovacion Abarcar todo en un aditivo. | Retardantes Acelerante Plastificantes, Ad | Plastificantes Reductores de agua | Resina Aditivos | Acelerantes Plastificantes Impermeabilizantes | Acelerantes Carbonatos |

| | | tivos | Acelerantes Retardantes Impermeabiliza ntes | | | |
|--------------------|----------|-------|--|---------------|----|----|
| 5) Pregunta | | | | | | |
| P | * | * | * | * | * | * |
| Q | * | * | | | | |
| R | * | | * | * | * | * |
| S | * | * | * | | | |
| T | Roca Ken | | | | | |
| 6) Pregunta | | | | | | |
| U | * | * | *A | *A (betoncri) | *S | *S |
| V | * | * | *S | | | |
| W | | | | | | |
| X | | | | | | |
| Y | | | | | | |
| 7) Pregunta | | | | | | |
| Z | 2 | 3 | No cambia de marca | * | * | * |
| Aa | 1 | 1 | * | * | * | * |
| Bb | 6 | | | | | |
| Cc | 3 | | | | | |
| Dd | 7 | | | | | |
| Ee | 4 | 2 | | * | * | * |
| Ff | 5 | | | | | |

1.1. Análisis de las entrevistas.

| | |
|---|---|
| Hornec | Utilizan el aditivo que se ajusta mejor a sus necesidades. Tienen catálogo de las demás empresas, pero de Setmix no tienen. |
| Prima | Referente al tamaño y presentación de los envases, siempre utilizan la misma cantidad, es decir lo que solicitan y necesitan aplicar, no prestan mucha atención al diseño. Les interesa mucho lo que es atención personalizada, ya que quien vende el producto les debe mostrar todos sus beneficios. Con respecto a los influyentes de compra, el cliente y el ingeniero deciden, los obreros generalmente solo siguen instrucciones de aplicación, la influencia del obrero depende mucho de su nivel de experiencia y conocimiento acerca de los productos. |
| Quito | Necesitan mayor información, no tienen catálogos completos de los productos Quienes manejan el control de calidad, cuando tienen un pedido que no sea Setmix, le demuestran al cliente la eficiencia de los productos mediante muestras que se comparan entre las marcas, ya que cuesta menos y funciona igual o mejor que Sika o Masterbuilders. Están satisfechos con la aplicación de Setmix. |
| Edif. Alemania | Que los productos rindan más por menor precio. Los vendedores hagan pruebas pequeñas y comparaciones para dar a conocer más y mejores productos. Generalmente en la compra influyen los ingenieros, ya que cuando les dan los productos se los aplica en pequeñas muestras y comprueban su calidad. |
| Hotel Sebastián Construcción de Depto. | En las instrucciones las letras deben ser claras, como en las etiquetas alemanas. No hay buena distribución de los productos. Los obreros siguen las indicaciones que los ingenieros dan, es difícil que los obreros cambien los procedimientos de aplicaciones, ya que están acostumbrados a aplicar de acuerdo a lo que saben, por lo tanto están en constante seguimiento por parte de los ingenieros, así que quienes influyen en la compra de un producto son los mismos ingenieros. Con respecto a la utilización de la marca Aditec, la utilizan porque no conocen otra, y no porque les sea eficiente. |

12. CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS.

A través de las entrevistas realizadas, hemos podido comprobar que los productos Seimix son de buena calidad, pero no son muy utilizados debido a que no poseen publicidad, no han realizado la adecuada comunicación hacia sus consumidores, carecen de catálogos, trípticos, en general material informativo sobre sus productos y servicios, incluso los clientes fijos carecen de este material, apenas se cuenta con hojas técnicas con la descripción de los distintos productos, por lo tanto si se utiliza una buena comunicación podremos aumentar el número de clientes, ya que en los datos de las entrevistas pudimos ver que muchas veces utilizan productos de la competencia, como Aditec, debido al desconocimiento de otra opción, otro factor muy importante que se debe tomar en cuenta es la atención al cliente, esto es primordial para que este se sienta satisfecho.

Seimix es una empresa que posee calidad a un buen precio y con servicio personalizado, y productos que cumplen con las necesidades del cliente, esto le da una gran ventaja competitiva que al ser bien difundida obtendrá un excelente posicionamiento.

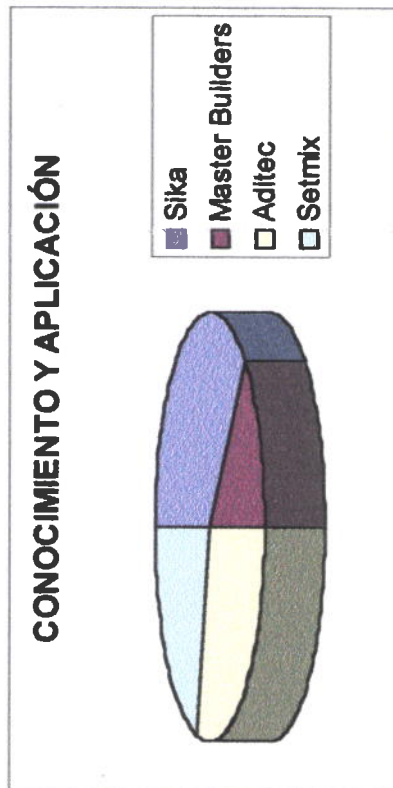
La publicidad es fundamental para lograr recordación en el consumidor, la publicidad es muy tomada en cuenta en las empresas de la competencia, Aditec, constantemente realiza nuevos catálogos, busca a los clientes y les muestra folletos de sus productos, utiliza mucho marketing y publicidad, y a pesar de que sus productos no son muy buenos los clientes los consume porque no conocen otras opciones, y Sika, Masterbuilders son marcas que tienen excelentes productos, excelente publicidad, pero sus precios son altos.

Una vez analizada la información obtenida de las entrevistas comenzaremos con la realización del diseño de la imagen corporativa y de la publicidad corporativa.

13. Análisis de los resultados de las entrevistas por medio de cuadros estadísticos

Qué marca de productos químicos para la construcción utiliza?

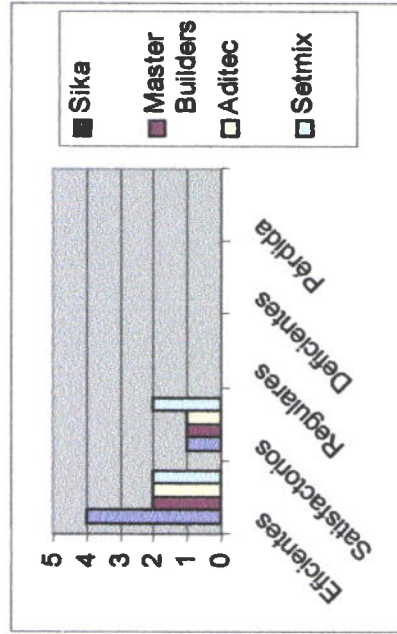
| | |
|-----------------|---|
| Sika | 5 |
| Master Builders | 2 |
| Aditec | 4 |
| Setmix | 3 |



Qué resultados ha obtenido de esa marca?

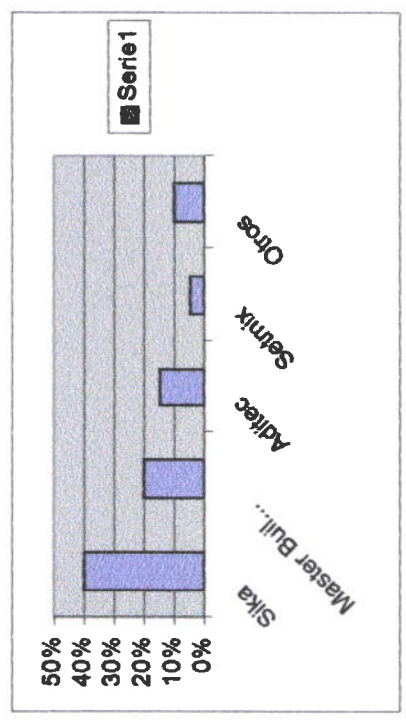
| | Sika | Master Builders | Aditec | Setmix |
|----------------|------|-----------------|--------|--------|
| Eficientes | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Satisfactorios | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Regulares | | | | |
| Deficientes | | | | |
| Pérdida | | | | |

En este cuadro se indica que posicionamiento tienen las distintas marcas en el consumidor con respecto a la aplicación de los distinto productos



Ventas en el mercado

| | |
|-----------------|-----|
| Sika | 40% |
| Master Builders | 20% |
| Aditec | 15% |
| Setmix | 5% |
| Otros | 10% |



14. PLANEAMIENTO DE TRABAJO

Por medio de las entrevistas pudimos definir el conocimiento y posición que tiene cada empresa frente al consumidor, al analizar estas posiciones, pudimos determinar que Aditec posee una excelente difusión con respecto a publicidad, ventas, marketing directo, Sika es una marca que tiene un fuerte posicionamiento en la mente del consumidor ya que este carece de información de otro tipo de marcas y se acostumbra a Sika. Master Builders, también es una empresa fuerte en posicionamiento, pero tiene la desventaja de los precios que son altos al igual que los de Sika.

Setmix es una empresa nueva en este mercado, pero a pesar de ello a logrado un reconocimiento de calidad en sus clientes, a precios económicos y con la misma y mejor calidad que la de sus competidores, pero carece de difusión publicitaria, su marketing en ventas es bajo debido a que carece del material necesario para dar una imagen.

Lo principal que debemos realizar es el diseño de la imagen corporativa de la empresa, las aplicaciones específicas del logotipo, sus medidas y colores corporativos.

Diseño de papelería: hojas A4, sobres oficio y de manila, tarjetas personales, carpetas

Diseño de etiquetas, adhesivos

Aplicaciones del logotipo en material corporativo como: gorras, esferos, cascos, fachadas.

Diseño de un rótulo corporativo

En base la información, realizaremos material corporativo que será:

Trípticos de cada división de los productos, es decir, un tríptico para Aditivos, para Impermeabilizantes, destacando el de Epóxicos, etc. Para mejorar la información sobre los productos que posee Setmix, elaboraremos el diseño de catálogos donde especificaremos todas las ventajas de los productos.

Como estrategia de ventas difundiremos información sobre la empresa a través de un CD de la Cámara de la Construcción, lo cual es más efectivo que utilizar revistas, también se realizará una página web, con mayor información de la que se encuentre en el CD, ya que este dará al cliente una conexión directa con la página web.

15. ANÁLISIS FODA FORTALEZAS

- Los clientes que Admix tiene ahora, son fijos, frecuentes, ya que reconocen la calidad de sus productos.
- Los precios de los productos Setmix son prácticos debido a la situación en la que se encuentra el país.
- Los resultados que se obtienen de la aplicación de los productos Setmix, demuestran su calidad, confiabilidad, credibilidad, es decir cumplen con lo que ofrecen.
- Admix, proporciona una atención personalizada, ofrece consultas técnicas, ya que es una empresa pequeña, y uno de sus objetivos es seguir proporcionando ese tipo de atención, lo que significa que la empresa por lo pronto no desea llegar a ser tan grande como la competencia, Sika, Master Builders, ya que esto significaría aumentar los precios de los productos.
- Con respecto a los productos, podemos decir que los Epóxicos y Aditivos de Setmix son muy bien vendidos y reconocidos en el mercado, significando esto una ventaja sobre la competencia.

AMENAZAS

- Una fuerte amenaza es la situación en la que ahora se encuentra el país, ya que la inestabilidad, inseguridad de los bancos influyen en las importaciones y exportaciones que Admix realiza.
- El material publicitario de la competencia es muy bueno y avanzado, la imagen de la competencia ya está formada, lo que recién empieza con Admix.

OPORTUNIDADES

- Frente a la competencia los productos de Admix tienen un valor menor, sus precios son más atractivos debido a la situación por la que atraviesa el país.
- El mercado de productos químicos para la construcción es relativamente nuevo en el Ecuador, y Admix tiene ya reconocimiento por su calidad, y eficacia.

DEBILIDADES

- Actualmente existen confusión entre los nombres Setmix y Admix, debido a que el nombre de Setmix no se reconoció legalmente eso obligó al dueño de la empresa a buscar un nuevo nombre en este caso Admix, pero debido a que los clientes se identifican más con la marca de Setmix se la deberá mantener, nombrando siempre que productos Setmix son fabricados por Admix.
- Admix es una empresa nueva, por lo tanto le faltan algunos productos que la competencia si tiene, y además debe hacerse conocer más.
- Admix carece de material publicitario, en lo que se refiere a manejar su Publicidad recién está empezando.
- No se tiene definido un presupuesto fijo para publicidad, primero se debe presentar cotizaciones con los costos del diferente material que se realizará, y luego se decidirá que es lo más conveniente efectuar.

Capítulo II

Manual Corporativo

Realizada ya la investigación empezaremos con la realización de un manual corporativo de la empresa, con el objetivo de definir una identidad de la misma, esta información se utilizará para la elaboración de otras piezas publicitarias, en las cuales se debe aplicar el logotipo de acuerdo a los colores y dimensiones que se especifiquen en el manual. Este material será el siguiente:

- Proporciones del logotipo
- Símbolo corporativo
- Excepciones al uso del logotipo
- Papelería: hojas A4
sobres : tamaño oficio
manila
tarjetas de presentación.
- Carpeta en cartulina
- Aplicación del logotipo en la planta, rótulo de Setmix
- Tanques de productos
- Diseño de etiquetas
- Uniformes: cascos, gorras, camisetas
- Diseño de esferos

1) Con referencia a la utilización del logotipo se ha realizado dos maneras de aplicarlo, la una es el logotipo convencional sencillo y la otra con una sombra gris, esta última se presentó en un comienzo como opción al cliente, al ser aceptada por el mismo se decidió utilizar ambas opciones debido a que la estructura e imagen del logotipo no cambia sino que mejora su imagen dando un concepto de innovación.

- 2) Los colores corporativos que se utilizarán serán el azul y el amarillo, los cuales estarán detallados en el manual corporativo, estos colores son la combinación adecuada ya que no se dará lugar a confusión alguna con las otras empresas de productos químicos para la construcción, por ejemplo Sika tiene el color rojo, naranja y amarillo, Master Builders azul con gris, Aditec maneja el color azul y también otro tipo de colores como el negro, rojo, no tiene una imagen muy clara en su material publicitario, Tespecón maneja el color verde. Con respecto a la utilización de los colores corporativos de Setmix también utilizaremos gamas de grises, dependiendo del diseño del material publicitario.
- 3) Debido a que la empresa es nueva realizaremos el diseño de material fundamental para la misma como es la papelería, y opciones que serán muy beneficiarias para nuestro cliente en el futuro, como lo son metros diseñados en forma de llaveros, jarros, calendarios, este tipo de material es promocional y dará mayor recordación de la marca Setmix en la mente del consumidor; los ingenieros constantemente utilizan el metro así que por medio de este conseguiremos un posicionamiento y recordación positiva con relación a la competencia.
- 4) El objetivo de diseñar carpetas de Setmix, es el de entregarlas en ferias de la construcción con información referente a los productos y ventajitas de Setmix, el material que irá dentro de las carpetas son hojas técnicas y literatura de los productos Setmix fabricados por Admix.
- 5) Las etiquetas han sido diseñadas con el objetivo de distinguir las diferentes clasificaciones de los productos de Setmix, (Aditivos, Epóxicos, Impermeabilizantes) y un diseño general para otros productos, de esta forma el cliente podrá distinguirlos y diferenciarlos. La presencia que comuniquen las etiquetas en los envases es muy importante, porque si el cliente ve calidad en el envase, lo relacionará con la calidad del producto y el interés de la empresa por satisfacer las necesidades de sus consumidores. Los colores que se aplicarán a las etiquetas serán fuertes con el objetivo de llamar la atención del consumidor y distinguir la marca Setmix de la competencia.
- 6) Con respecto al diseño de los envases, solamente los tanques irán pintados de los colores corporativos, el resto de envases tendrán las etiquetas y las instrucciones técnicas de la aplicación de los productos. Una de las razones por las cuales no se pintarán todos los envases es porque esa inversión encarecería los productos y ese no es el objetivo de Admix, la empresa busca sobre todo dar calidad y economía al cliente, es por ello que las etiquetas se diseñarán con el objetivo de demostrar la calidad de los productos y mantener la economía de los clientes.
- 7) Setmix realizará el diseño de gorras y cascos para sus obreros, y con respecto a las camisetas se realizarán de dos formas, camisetas color amarillo para obreros, y camisetas blancas para clientes, ingenieros de Setmix.
- 8) El rótulo de Setmix será sencillo, solamente irá el logotipo de la empresa.



Aplicación del Logotipo

El logotipo se aplicará de dos formas, sencillo y con fondo gris.

Los colores se deben aplicar de la siguiente manera:

azul marino oscuro C M Y K
40 40 0 60

El tipo de letra será Impact.

La segunda aplicación del logotipo corresponde al diseño de catálogos y hojas técnicas.

Los colores se deben aplicar de la siguiente manera:

azul marino oscuro C M Y K
40 40 0 60

gris
0 0 0 20



En las etiquetas se aplicara un azul más llamativo, con el objeto de captar más la atención del consumidor y así los envases y tanques se distinguirán a distancia. La aplicación será de la siguiente manera:

C M Y K
100 100 5 0



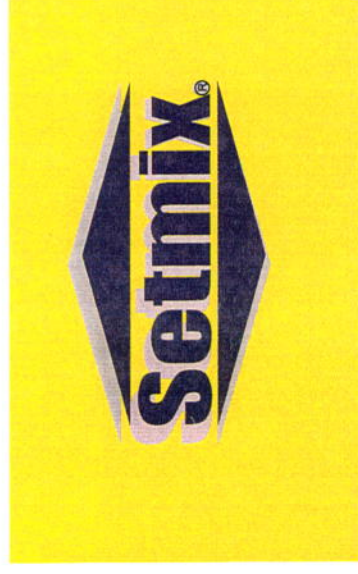
Cuando se utilice el color amarillo de fondo este se deberá aplicar d ela siguiente manera:

C M Y K
0 0 100 0

El amarillo que se utilice en papelería debera ser aplicado de la siguiente forma:

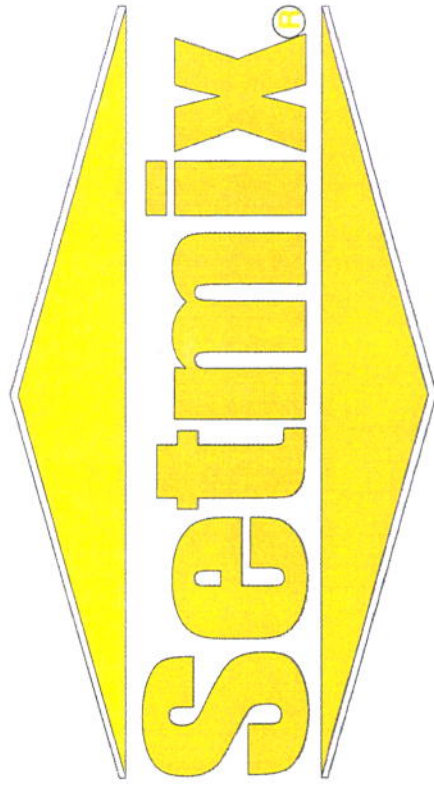
C M Y K
4 5 94 0

Transparencia 50%

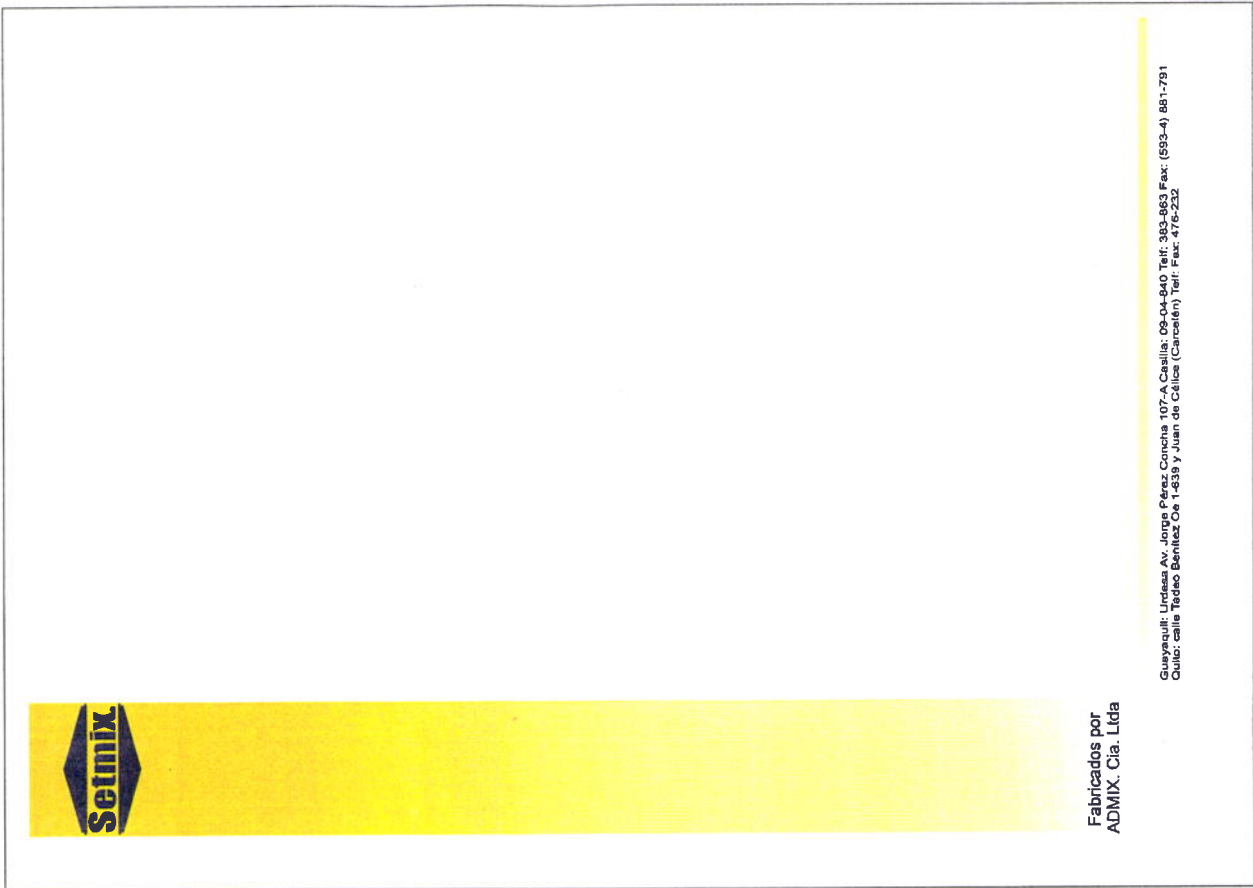


Aplicaciones incorrectas del logotipo.

El logotipo deberá ser aplicado con los colores corporativos especificados.
No podrá ser aplicado con dimensiones diferentes a las del logotipo original.



El tamaño de la hoja carta será A4.
La franja vertical amarilla deberá ir a 1,5 cm de distancia del margen izquierdo de la hoja, tendrá un efecto de lente (transparencia) siendo el degradé del 50%.
Al final de la franja amarilla vertical, irá el siguiente texto a 3,4 cm del margen inferior:
Fabricados por Admix. Cia. Ltda
El logotipo de Setmix irá ubicado dentro de la franja vertical a 1.3 cm del margen superior de la hoja.
La franja horizontal amarilla deberá ir a una distancia de 0,9 cm del margen derecho y a 2,6 cm del margen inferior de la hoja.



Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Gueyraquli: Urdesaa Av. Jorge Pérez Concha 107-A, Casilla: 09-04-940 Telf: 363-863 Fax: (593-4) 861-791
Quito; calle Tadeo Benítez Oe 1-839 y Juan de Calles (Carcelén) Telf: Fax: 476-232

El sobre deberá tener las siguientes medidas:

Ancho: 24.3 cm

Alto: 11.6 cm

En el sobre a diferencia de la hoja A4 tendrá las dos franjas amarillas horizontales.

El logotipo no irá totalmente dentro de la franja, debajo de este irá especificado (Productos Químicos para la construcción)



Productos Químicos para la Construcción

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A Casilla: 09-04-840
Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791

Quito: calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célice (Carcelén) Telf: Fax: 476-232



Producción Químicos para la Construcción

Fabricados por
ADMIX, Cía. Ltda

**Ing. Guillermo Loayza C.
Gerente General**


Guayaquil:
Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A
Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito:
Calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célceles (Carcelén)
Telf: Fax: 476-232

La tarjeta deberá ser elaborada con las siguientes medidas:

Ancho: 9.2 cm

Alto: 5.5 cm

El diseño de las tarjetas será horizontal al igual que el sobre.
El diseño mostrado en la parte inferior derecha fue escogido por el cliente.



Productos Químicos para la Construcción

Fabricados por
ADMIX, Cía. Ltda

**Ing. Guillermo Loayza C.
Gerente General**

Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A
Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito: Calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célceles (Carcelén)
Telf: Fax: 476-232



Productos Químicos para la Construcción

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Guyaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A Casilla: 09-04-940 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 861-791
Quito: calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Calloa (Carcelén) Telf: Fax: 476-232

El sobre de manila deberá tener
las siguientes medidas:

Ancho: 34.0 cm

Alto: 24.0 cm

El diseño del sobre será elaborado el próximo año,
ya que el hecho de ser de color blanco y con impresiones
de la empresa, implica incrementar costos, por lo tanto
lo más factible para la empresa es utilizar los sobres
estándar de manila con la impresión del logotipo y la
dirección.

La carpeta tendrá que tener las siguientes medidas:

Ancho: 45 cm

Alto: 32 cm

Referente a la carpeta esta tendrá el bolsillo del interior transparente.

El objetivo del diseño de las carpetas es el de, entregarlas junto con información sobre la empresa y productos de la misma, en ferias, convenciones y conferencias sobre la construcción.



| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>Fabricados por ADMIX. Cia. Ltda</p> <p><small>Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha, 107-A Castilla, 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791 Quito: calle Tadeo Benítez Os. 1-639 y Juan de Celice (Carcelén) Telf: Fax: 476-232</small></p> |  <p>Setmix.</p> <p>Productos Químicos para la Construcción</p> |  <p>En Concreto Setmix., calidad y economía</p> |  |
|--|--|--|---|

La carpeta tendrá que tener las siguientes medidas:

Ancho: 45 cm

Alto: 32 cm

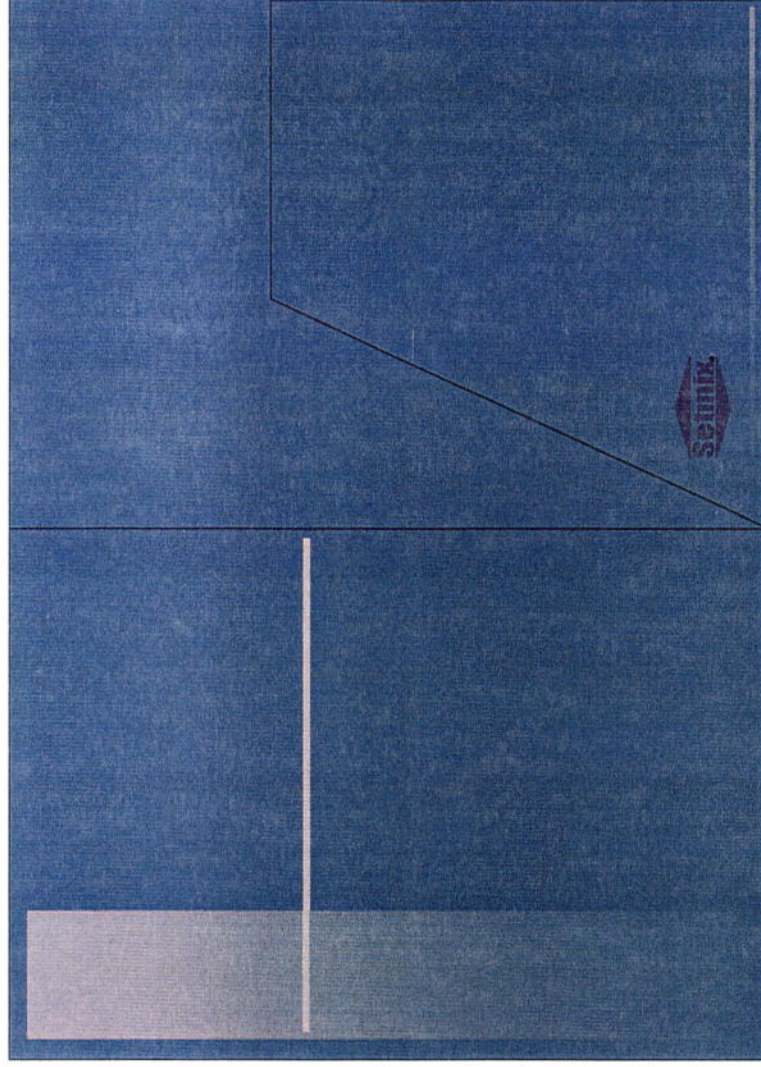
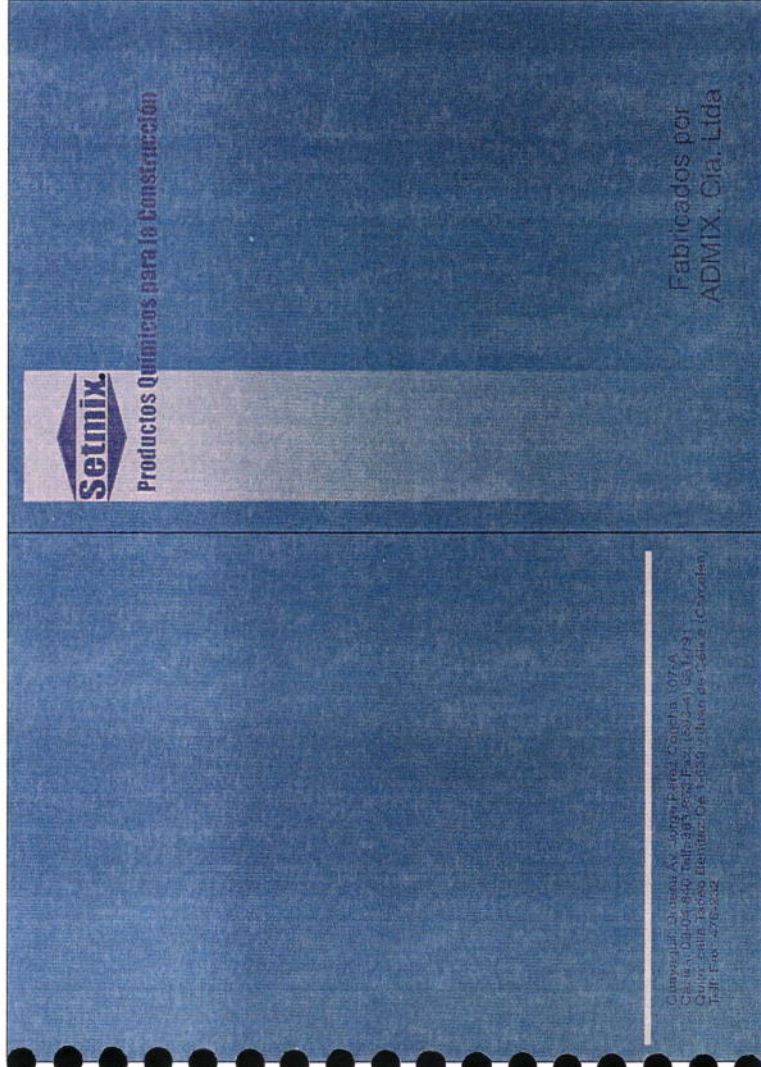
Segundo diseño de carpeta, el cual será azul, tendrá bolsillo interior transparente.

Las franjas de esta carpeta tendrán que ser aplicadas de la siguiente manera:

C M Y K

0 0 0 20

Efecto de transparencia: se aplicará al 50%



Cumproblito, Guayaquil, Av. Soroka Paredes, Corchinas, 01704
Calle 11, Dpto. 8400, Telf: 384 2554, Fax: 382254, CS 17791
Quito, Calle Tarsoo, El Estero, D.A. 1-4336 - Ibarra, Calle Calvo e Ibarra
Telf: Fax: 4765532

Fabricados por
ADMIX, Cia. Ltda

Setmix.

Productos Químicos para la Construcción

Setmix.



Aplicación del logotipo en fachadas:

Oficinas de Admix.

El rótulo que vaya ubicado en el edificio será azul entero.

A la entrada del establecimiento irá ubicado un rótulo pequeño con fondo amarillo.



Entrada a la fábrica, puerta vista desde el exterior de la fábrica:
Para que se ubique el logotipo en la puerta, esta deberá ser
de color azul oscuro.



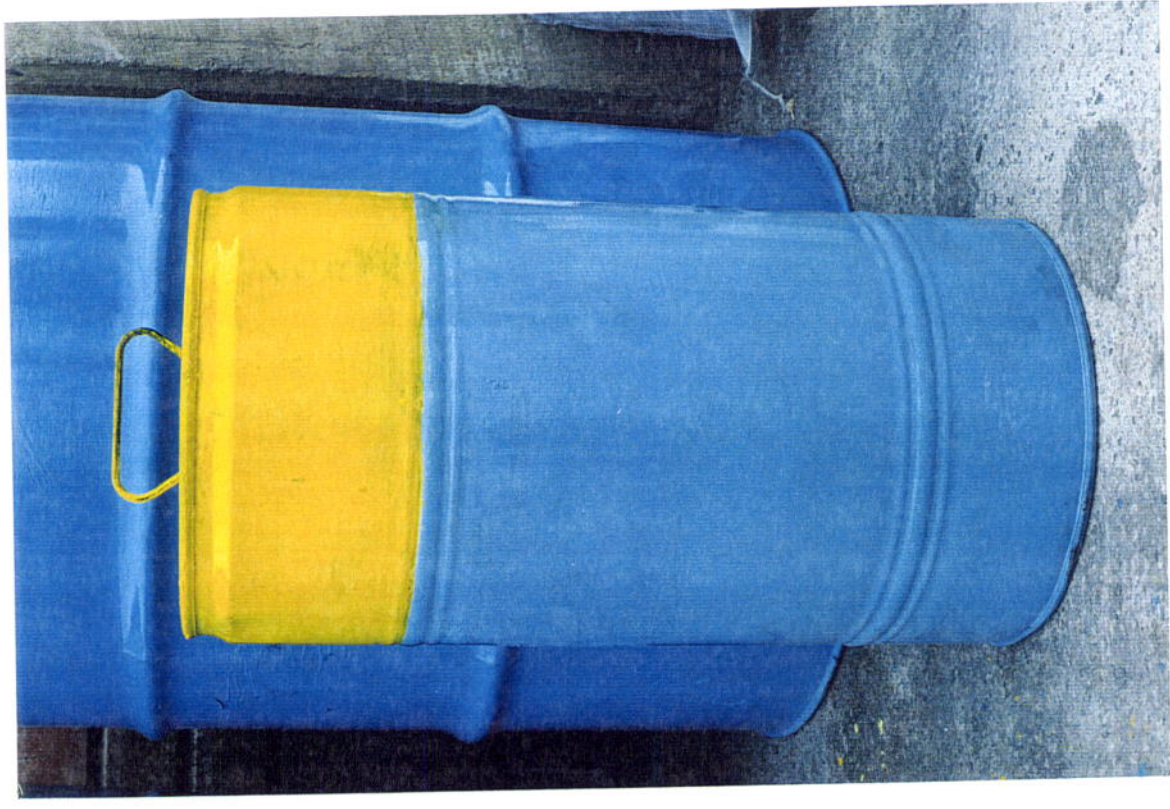
Aplicación del logotipo, en las puertas de la fábrica:




Referente a los envases solamente los tanques irán pintados con los colores corporativos.

En los mismos irán pegadas etiquetas de la marca en la parte azul del tanque.

Los demás envases solamente irán con la etiqueta en la parte frontal, y en la parte posterior se detallará claramente la aplicación del producto.



En concreto, calidad y economía con




ADITIVOS

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Planta de Fabricación
Calle Tadeo Benítez Oe1-639 y Juan de Célíce (Carcelén)
Telf.- Fax 476232 Quito - Ecuador

La información de este folleto está basada en nuestras experiencias y conocimientos técnicos obtenidos en ensayos de laboratorio y bibliográficos. Cualquier uso de esta información más allá de lo especificado no es de nuestra responsabilidad. Los productos Setmix, se fabrican con las mejores materias primas, buscando un producto final de calidad. Nuestra garantía, se ajusta a la calidad del producto fabricado, y no a sus aplicaciones fuera de nuestro control. No aceptamos responsabilidad por encima del valor del producto comprado.

En concreto, calidad y economía con



EPÓXICOS

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Planta de Fabricación
Calle Tadeo Benítez Oe1-639 y Juan de Célíce (Carcelén)
Telf.- Fax 476232 Quito - Ecuador

La información de este folleto está basada en nuestras experiencias y conocimientos técnicos obtenidos en ensayos de laboratorio y bibliográficos. Cualquier uso de esta información más allá de lo especificado no es de nuestra responsabilidad. Los productos Setmix, se fabrican con las mejores materias primas, buscando un producto final de calidad. Nuestra garantía, se ajusta a la calidad del producto fabricado, y no a sus aplicaciones fuera de nuestro control. No aceptamos responsabilidad por encima del valor del producto comprado.

En concreto, calidad y economía con




IMPERMEABILIZANTES

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Planta de Fabricación
Calle Tadeo Benítez Oe1-639 y Juan de Célíce (Carcelén)
Telf.- Fax 476232 Quito - Ecuador

La información de este folleto está basada en nuestras experiencias y conocimientos técnicos obtenidos en ensayos de laboratorio y bibliográficos. Cualquier uso de esta información más allá de lo especificado no es de nuestra responsabilidad. Los productos Setmix, se fabrican con las mejores materias primas, buscando un producto final de calidad. Nuestra garantía, se ajusta a la calidad del producto fabricado, y no a sus aplicaciones fuera de nuestro control. No aceptamos responsabilidad por encima del valor del producto comprado.

En concreto, calidad y economía con



Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Planta de Fabricación
Calle Tadeo Benítez Oe1-639 y Juan de Célíce (Carcelén)
Telf.- Fax 476232 Quito - Ecuador

La información de este folleto está basada en nuestras experiencias y conocimientos técnicos obtenidos en ensayos de laboratorio y bibliográficos. Cualquier uso de esta información más allá de lo especificado no es de nuestra responsabilidad. Los productos Setmix, se fabrican con las mejores materias primas, buscando un producto final de calidad. Nuestra garantía, se ajusta a la calidad del producto fabricado, y no a sus aplicaciones fuera de nuestro control. No aceptamos responsabilidad por encima del valor del producto comprado.

Las etiquetas están diseñadas con colores fuertes para atraer la atención del consumidor, y que este identifique cada clasificación de los productos Setmix.

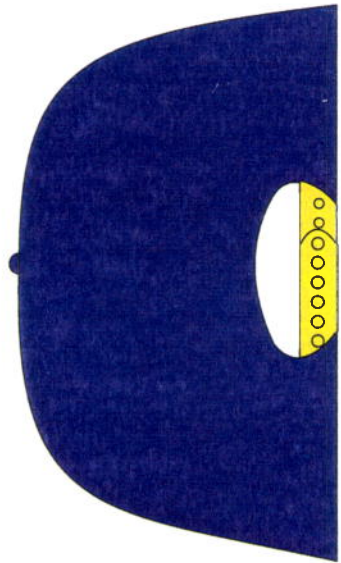
La etiqueta de Aditivos tendrá la franja de color café claro, para relacionar este tipo de productos con su color natural.

La etiqueta de Epóxicos, tendrá los colores que se utilizan en el triptico del mismo.

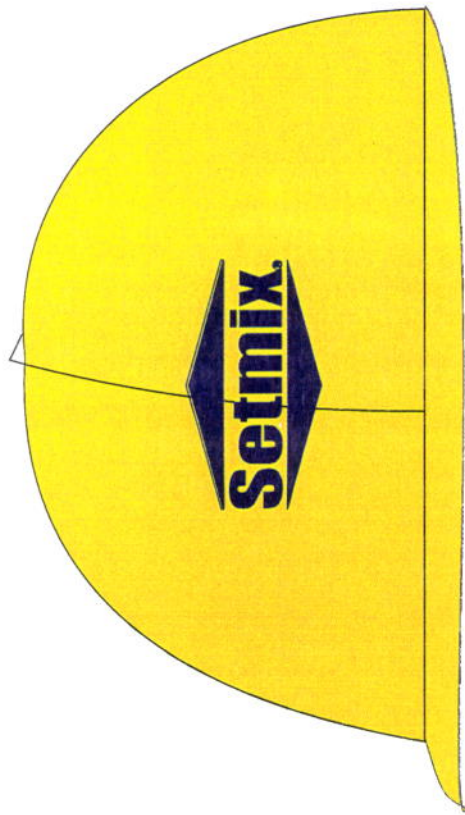
La etiqueta de Impermeabilizantes utilizará el color gris para evitar confusión con las otras clasificaciones de productos.

La etiqueta general no tendrá ningún distintivo especial, ya que se aplicará para varios tipos de productos.

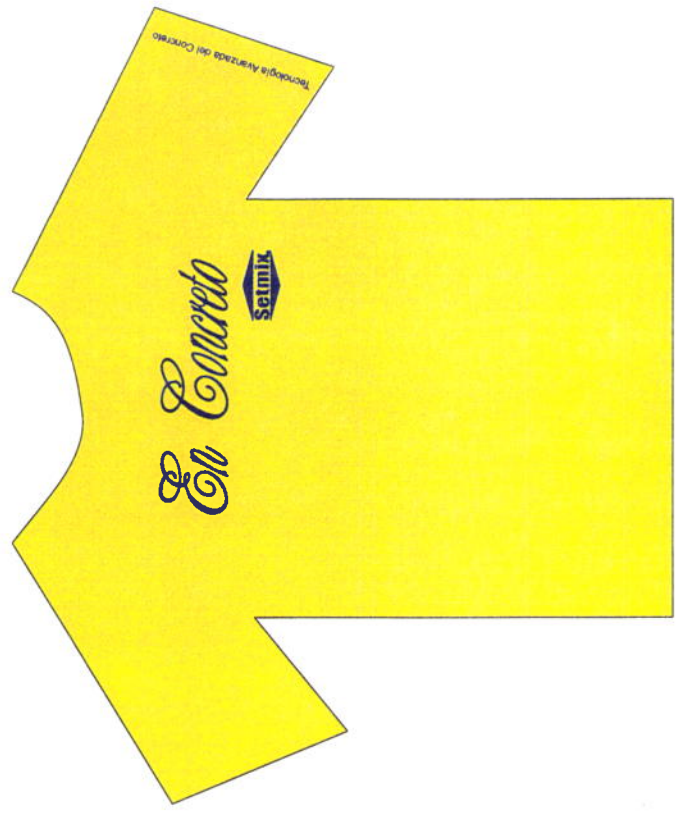
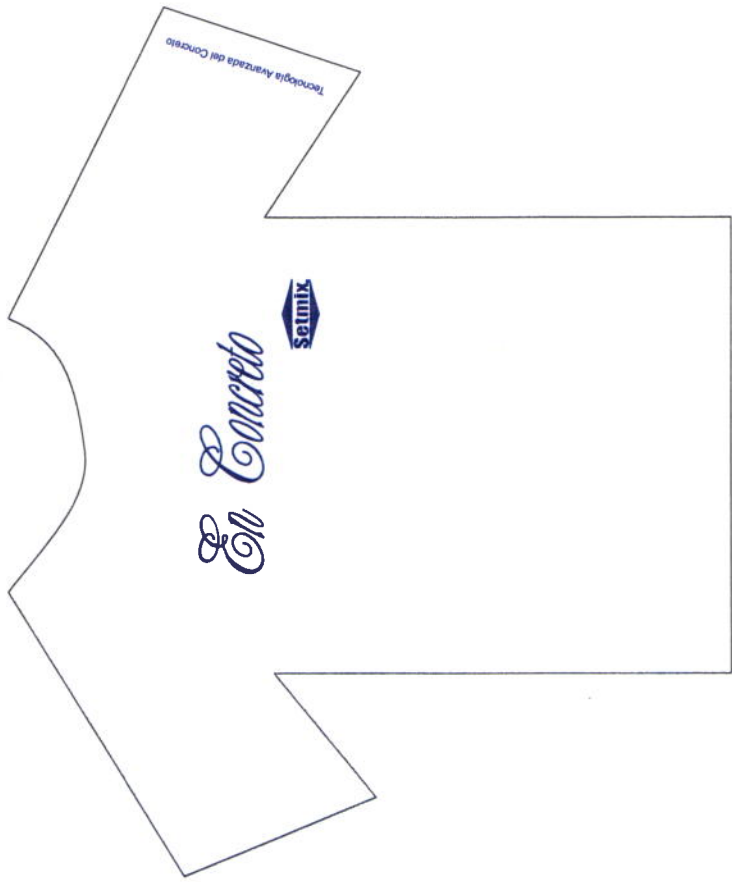
Gorra



La gorra tendrá la aplicación de los dos colores corporativos de la empresa.
En la parte frontal se aplicará el color amarillo, con el logotipo azul y la especificación de "En Concreto".
Todo lo demás será de color azul, a excepción del seguro de la gorra que será amarillo.

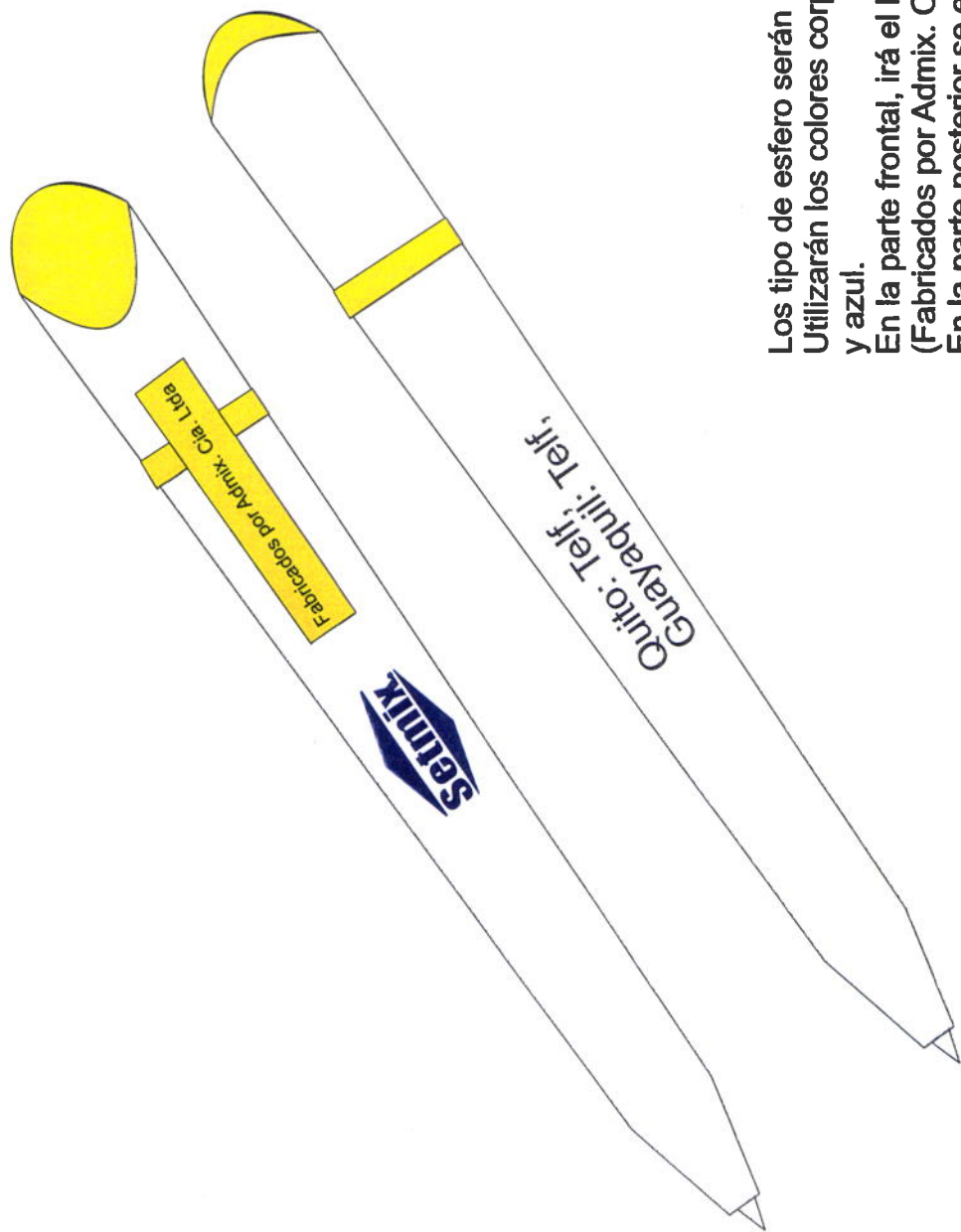


Casco



La camiseta de color blanco ha sido diseñada para clientes de Admix, la talla de las misma será de 42 - 44
La camiseta de color amarillo será parte del uniforme de los obreros, por lo tanto la talla de estas será 40.

El tipo de letra que se utilizará será ShelleyAlegroBT.
En la manga izquierda irá escrito (Tecnología Avanzada del Concreto) con el tipo de letra ShelleyAlegroBT.



Los tipo de esfero serán Italiano.

Utilizarán los colores corporativos, amarillo y azul.

En la parte frontal, irá el logotipo, y la especificación; (Fabricados por Admix. Cia. Ltda.)

En la parte posterior se especificarán los números telefónicos tanto de Quito como Guayaquil.

Capítulo III

Material Publicitario Corporativo

Publicidad Corporativa, directa.

Promoción

- Trípticos informativos:

Diseño para Epóxicos

Diseño para Aditivos

- Diseño del catálogo de Setmix
- Diseño de hojas técnicas
- Diseño de páginas en CD (Cámara de la Construcción)
- Página Web

Diseño de Material Publicitario Corporativo.

Trípticos.

Serán diseñados con el objetivo de difundir información sobre productos específicos Setmix, como lo son los Aditivos y Epóxicos. Solamente se elaborará el diseño de los dos mencionados debido a que estos son el tipo de productos que más se venden, justificando el gasto de la elaboración de los diseños y realización de este material, además en el catálogo serán indicados el resto de productos Setmix, por lo tanto realizar trípticos de los productos restantes resultaría un gasto innecesario para la empresa.

Se realizarán 1000 unidades por cada diseño.

Cabe señalar que, en todo el material se hará énfasis en la marca Setmix recalcando que son productos fabricados por Admix Cia. Ltda.

Catálogo

En este se detallarán todos los productos de Setmix, incluyendo el nuevo Megamix, el mismo que tendrá un diseño especial haciendo referencia al nuevo milenio.

El objetivo de la elaboración del catálogo, es dar mayor difusión a las constructoras y hormigoneras sobre la marca de productos químicos para la construcción, Setmix, de esta manera buscará conseguir mayor recordación por parte del consumidor, y lograr una presencia corporativa, mostrando un material publicitario de calidad que asegure y refuerce la confianza de sus clientes.

Este material será entregado a ingenieros, arquitectos, constructoras, hormigoneras.

Hojas técnicas.

El diseño de las mismas será sencillo, ya que el objetivo de estas es el de proporcionar información técnica sobre la aplicación de los productos.

Página Web

Es importante indicar que Setmix tendrá un espacio en el CD informativo de la Cámara de la Construcción, este CD dará acceso directo a la página Web de Setmix, lo cual significa una comunicación interactiva de Setmix hacia sus clientes, este tipo de publicidad será entrega a socios de la Cámara de la Construcción, los cuales significan consumidores importantes para Setmix.

Tríptico Epóxicos.

En concreto
Calidad y economía con...



Epóxicos
para la Construcción

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda



Triptico Aditivos

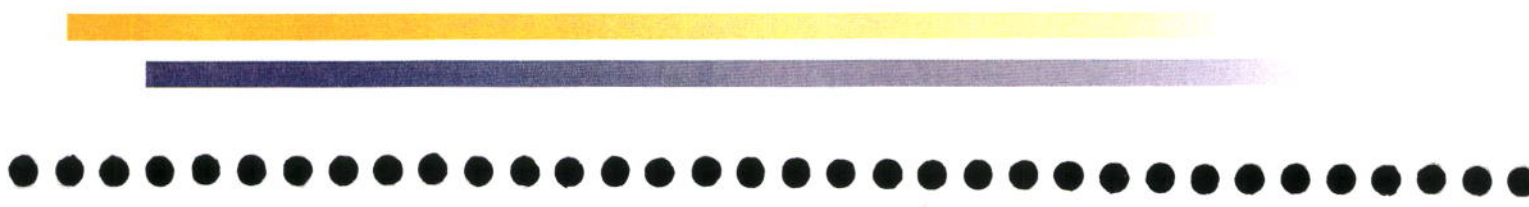
En concreto,
calidad y economía con...



Aditivos para Concreto

- Acelerantes
- Plasticantes
- Reductores de agua
- Impermeabilizantes
- Retardantes
- Incrementadores de resistencia

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda



| Producto | Descripción | Ventajas Beneficios | Donde Usario Aplicación |
|---------------------------|--|---------------------|-------------------------|
| EPOFIK | Es un pegante epóxico, una sienda de concreto o mortero frescos a concreto endurecido. 100% sólidos. Módulo Alto. Se adhiere a superficies tanto a secas como a húmedas. La superficie debe estar seca, limpia, sin partículas sueltas y picada hasta descubrir el agregado, puede estar húmeda, pero sin agua superficial (sss). Producto de dos componentes que se mezclan inmediatamente antes de su aplicación con brocha. | | |
| EPOBILU | Es un recubrimiento epóxico denso, excelente resistencia química y mecánica. Sistema epóxico de dos componentes, sin solventes. Protege el concreto en industrias procesadoras de alimentos, químicas, farmacéuticas, baterías sanitarias, etc. Proporciona acabado porcelanizado, fácil de limpiar y mantener. Se mezclan cuidadosamente los dos componentes por dos minutos. Dispone aproximadamente de 3 minutos para su aplicación. Un litro rinde aproximadamente 3 metros cuadrados. | | |
| EPOSHIELD | Revestimiento de impregnación epoxico, sella y endurece superficies de concreto. Sellantes de penetración. Sistemas epóxicos de dos componentes de baja viscosidad. Se aplican con brocha, rodillo o pulverizador sobre concreto endurecido para incrementar su dureza y resistencia a la penetración de líquidos agresivos. Fácil de mezclar y aplicar, penetran profundamente, resistencia química, anti polvo, no se descascarán. Un litro rinde de 10 a 6 metros cuadrados por mano. | | |
| EPOFLEX | Es un sellante epoxico maxixue ue uos componentes 100% sólidos. Sellante de juntas flexibles con alta resistencia química y mecánica. | | |
| EPOFIK (inyección) | Es un sistema epóxico de dos componentes 100% sólidos. Formulado especialmente para inyección en grietas estructurales. Por su baja viscosidad penetra con facilidad en grietas muy delgadas. No se contrae. No tiene solventes volátiles. Suelta los elementos entre los que es inyectado, recupera la continuidad, sellando completamente la grieta. Un Kilo sella aproximadamente un diámetro cúbico. | | |
| EPOGRROUT | Es un relleno epóxico sin contracción, es un sistema epóxico con tres componentes 100% sólidos. Consistencia fluida. Alta resistencia mecánica (c>800kg/cm cuadrados, es resistente a ataque químico. | | |

| Producto | Descripción | Dosificación Rendimiento | Ventajas Beneficios | Usos | Aplicación |
|------------------|--|---|--|--|--|
| SETMIX BV | Es un plastificante reductor de agua. Incrementador de resistencia. Cumple la norma ASTM C 494a. Líquido ámbar, no tóxico, listo para usar. Acelera la obtención de resistencia, facilita la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, desmoldado rápido. | DOSIFICACIÓN De 150 a 200 cc. Por cada 50 Kilos de cemento. 6 a 8 onzas fluidas por saco de cemento. | VENTAJAS - Plastifica la mezcla, siendo su efecto más notable en hormigones de bajo asentamiento. - Incremento de resistencia en más de 20%. - Facilita el bombeo. - Mejora el acabado - Desmoldado rápido - Impermeabilidad | USOS - Para todo tipo de hormigón en edificios, puentes, losas, pavimentos, hormigón reforzado, etc. - Donde se requiere acelerar el avance de la obra. - Donde se quiera hormigón denso de alta resistencia inicial y final, con excelente acabado. - Puede emplearse con todos los tipos de cemento, sin embargo los resultados serán mejores con cemento fresco. Puede usarse con inductores de aire, acelerantes, puzolanas, y otros aditivos minerales u orgánicos. - Como ahorrador de cemento al reducir el agua de amasado, manteniendo la relación agua/cemento y la trabajabilidad. - Su adición en obra a hormigón premezclado permite recuperar la trabajabilidad perdida en el trayecto, sin necesidad de añadir agua. | APLICACIÓN Se añade directamente a la concreta o mixer, o diluido en el agua de amasado, una dosificación en 25 litros de agua. |
| SETMIX DM | Es un plastificante impermeabilizante integral y densificador para concreto, cumple la norma ASTM C 494 tipo A, Y, D. Líquido caoba no tóxico listo para usar, libre de cloruros. Adecuado donde quiera que se necesite concreto estanco en losa, cimentaciones, tanques, sistemas, canales, piscinas. Plastifica la mezcla e incrementa la resistencia. | Dosificación: 200 cc por cada saco de cemento. Dosificación 150 200 cm cúbicos, por cada 50 Kilos de cemento. Se añade directamente a la mezcla o diluido en el agua de amasado. Una dosificación en 25 litros de agua. | Ventajas - Plastifica mejorando la manejabilidad - Facilita la colocación y compactación - Densifica el hormigón - Disminuye la segregación - Mejora el acabado - Alta resistencia - Mayor tiempo de trabajabilidad | Usos Setmix DM se utiliza para impermeabilizar hormigón de muy buena calidad en: - Cimentaciones - Muros de contención - Piscinas - Canales - Otras subterráneas - Todo tipo de hormigón estanco - Espesor mínimo necesario del hormigón, 10 cms. | |
| SETMIX RM | Es un VZ plastificante retardante. Retardante fluidificante, cumple la norma ASTM C 494 tipo D. Líquido caoba no tóxico, listo para usar. Libre de cloruros. Ideal para concreto premezclado y otras que requieren grandes volúmenes de concreto, disminuye la retracción de fraguado, mejora y prolonga la manejabilidad, alta resistencia final y buena resistencia inicial. | Dosificación: 90 a 120 cc por cada saco de cemento. | | | |

| Producto | Descripción | Dosificación Rendimiento | Ventajas Beneficios | Usos | Aplicación |
|------------------|---|--|---|--|------------|
| SETMIX HE | Es un plastificante acelerante, cumple con la norma ASTM C 494 tipo Cy E. Líquido rojo alcalino listo para usar. Se usa para obtener un frague rápido del concreto permitiendo desmoldar rápidamente, en reparaciones donde si dispone de poco tiempo en pisos que deben permitir tránsito en poco tiempo. Dosificación: 400 a 1200 cc por saco de cemento. | DOSIFICACIÓN Por saco de cemento de 50 Kgs. Setmix HE: de 250 a 1200 cc. Setmix HE3: de 400 a 3000 cc. Se añaden directamente en la concretiera o diluidos en el agua de amasado, una dosificación en 25 lts. De agua. | VENTAJAS - Altas resistencias a temprana edad, especialmente en clima frío. - Setmix HE, plastifica la mezcla, aumentando la trabajabilidad y facilitando la colocación. - Reducen el agua de amasado - Aceleran el frague inicial - Aumentan la resistencia final - Aumentan la impermeabilidad del hormigón | USOS - Para obtener un frague rápido del hormigón, a fin de permitir el desmoldado en corto plazo. - En reparaciones donde se dispone de poco tiempo. - En pisos de hormigón que deben soportar el tránsito en pocas horas. - Prefabricados de hormigón. - Pueden ser usados con tipo de cemento, siendo más efectivos con cementos con contenido de bajo puzolana. | |

PRESENTACIÓN
Plásticos de 4-10-20 kilos. Tambores de 240 Kilos.
No son recomendados para hormigón pre-forcado.

Dosificación:
200 cc a un litro por saco de cemento.

Setmix ofrece a sus clientes



Nuevo Aditivo para la construcción

IMPERMEABILIZANTES

| Producto | Descripción | Dosificación Rendimiento | Ventajas Beneficios | Donde Usarlo Aplicación |
|-------------------|---|--|--|-------------------------|
| INTERTOP | Es un impermeabilizante en polvo. Repelente de agua para mortero y concreto, activo en polvo con plastificante, reductor de agua incorporado, minimiza la permeabilidad y el movimiento capilar del agua. | Dosificación: Un litro por saco de cemento. | Reduce la retracción, aumenta la cohesividad de la mezcla, elimina la formación de salitre, endurece la superficie. | |
| HIDROMIX | Es un impermeabilizante pastoso, color amarillo limón, impermeabilizante plastificante. Repelente de agua para mortero y concreto en losas, tanques cisternas, cimentaciones, túneles, canales, etc. Impide la permeabilidad y el movimiento capilar del agua. | Dosificación: Un litro por saco de cemento. | Reduce la retracción y elimina el salitre, endurece la superficie. | |
| TOPMIX 100 | Es un revestimiento impermeable. Revestimiento acrílico cementicio. producto de dos componentes, polvo líquido que al mezclarse se obtiene una lechada de consistencia cremosa aplicable con brocha o rodillo en dos manos. | Consumo: Aprox. 750 grs/m cuadrados, dependiendo de la superficie | Decorativo y de larga duración para cisternas, piscinas, depósitos de agua, terrazas, fachadas, etc. | |
| TOPMIX 101 | Es un recubrimiento impermeabilizante. Recubrimiento cementicio de un componente, al que se agrega agua hasta obtener consistencia cremosa aplicable con brocha o rodillo, se aplica en dos manos. | | Su textura y consistencia aseguran el sellado de porosidades e impermeabilidad en tanques, muros cisternas, sótanos, terrazas, canales, etc. Consumo: De 150 a 200 gramos por metro cuadrado. | |
| DESMOL | Líquido amarillento aplicable con brocha o pulverizador, evita la adherencia del concreto a los encofrados. DESMOL E para encofrado de madera y DESMOL S para metal. No mancha el concreto, disminuye las burbujas superficiales. Rendimientos: De 7 a 15 metros cuadrados por litro. | | El éxito de la aplicación de un revestimiento depende en gran parte de una preparación adecuada de la superficie, que debe estar completamente limpia, sana y libre de contaminantes. Es muy importante para los revestimientos cementicios que la base esté previamente saturada con agua, pero que aparezca seca en la superficie. | |

REPARACIÓN Y PROTECCIÓN

| Producto | Descripción | Dosificación Rendimiento | Ventajas Beneficios | Donde Usarlo Aplicación |
|--|--|--------------------------|---------------------|-------------------------|
| TOPGROUT Relleno sin Contracción | Morteros Cementicios sin contracción, Compuesto de volumen. Se utiliza donde se requiera un relleno económico, de alta resistencia, fluido y sin retracción. Resistencia: 3 días 280kg/cm cuadrados 28 días >500kg/cm cuadrados. Consumo: Aprox. 2 kilos por cada litro de relleno | | | |



REPARACIÓN Y PROTECCIÓN

| Producto | Descripción | Dosificación Rendimiento | Ventajas Beneficios | Donde Usarlo Aplicación |
|---|---|---|---|--|
| TOCRYL Pegante Acrílico | Para concreto y mortero Líquido blanco azulado a base de Resina Acrílica compatible con cemento. Clasificado por el ACI como pegante no remulsionable. Perfecta adherencia de mortero o concreto fresco a concreto endurecido. Para reparaciones y restauraciones sin contracción. Consumo: de 150 a 200 grs/metros cuadrados en lechada de adherencia. | Consumo: de 150 a 200 grs/metros cuadrados en lechada de adherencia. | Perfecta adherencia de mortero o concreto fresco a concreto endurecido. Para reparaciones y restauraciones sin contracción. | |
| ACRIFLEX Revestimiento Acrílico | Elastico Revestimiento elastico IMPERMEABLE. Color blanco. Se aplica con brocha o rodillo. Proporciona un revestimiento que una vez seco, tiene comportamiento elastico lo que le permite absorber pequeños movimientos de la losa sin fisurarse. | | | Se aplica en dos manos sobre la superficie limpia, sana y seca. Consumo: Aproximadamente 700 gramos por metro cuadrado |
| SUCCO TOP Masa Corrida | Estucado de alta Calidad. Sistema para estucados interiores y exteriores de gran calidad. Fácil de preparar y aplicar, no necesita curar, no necesita humedecer la superficie antes de aplicar, gran adherencia, elasticidad mejorada, color blanco. | | | Mezcle una parte del componente líquido con 2 partes de polvo. Revuelva hasta obtener consistencia uniforme, aplique en 2 manos. Consumo: Aproximadamente 1 Kilo por metro cuadrado. |
| TOPCURE Curador de Concreto | Líquido lechoso, que se aplica con pulverizador sobre el concreto fresco, tan pronto desaparece el agua de exudación, evita la evaporación del agua en el concreto asegurando el curado. El color blanco de la película de curado que posteriormente desaparece, asegura una mejor refracción de los rayos solares. | | | Rendimiento: Un litro rinde de 6 a 10 metros cuadrados. |
| Otros | Sellantes de poliuretano. Inyecciones flexibles expansivas. Sistemas para juntas anchas. Morteros especiales. | | | |

Asesoría y Ventas
Quito:
Calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célce (Carcelén) Telf: Fax: (593-4) 881-791 Telfs: 448700 448701 448702
Guayaquil:
Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A Casilla: 09-04-640 Telfs: 383863 386495 Fax: (593-4) 881-791

En concreto..

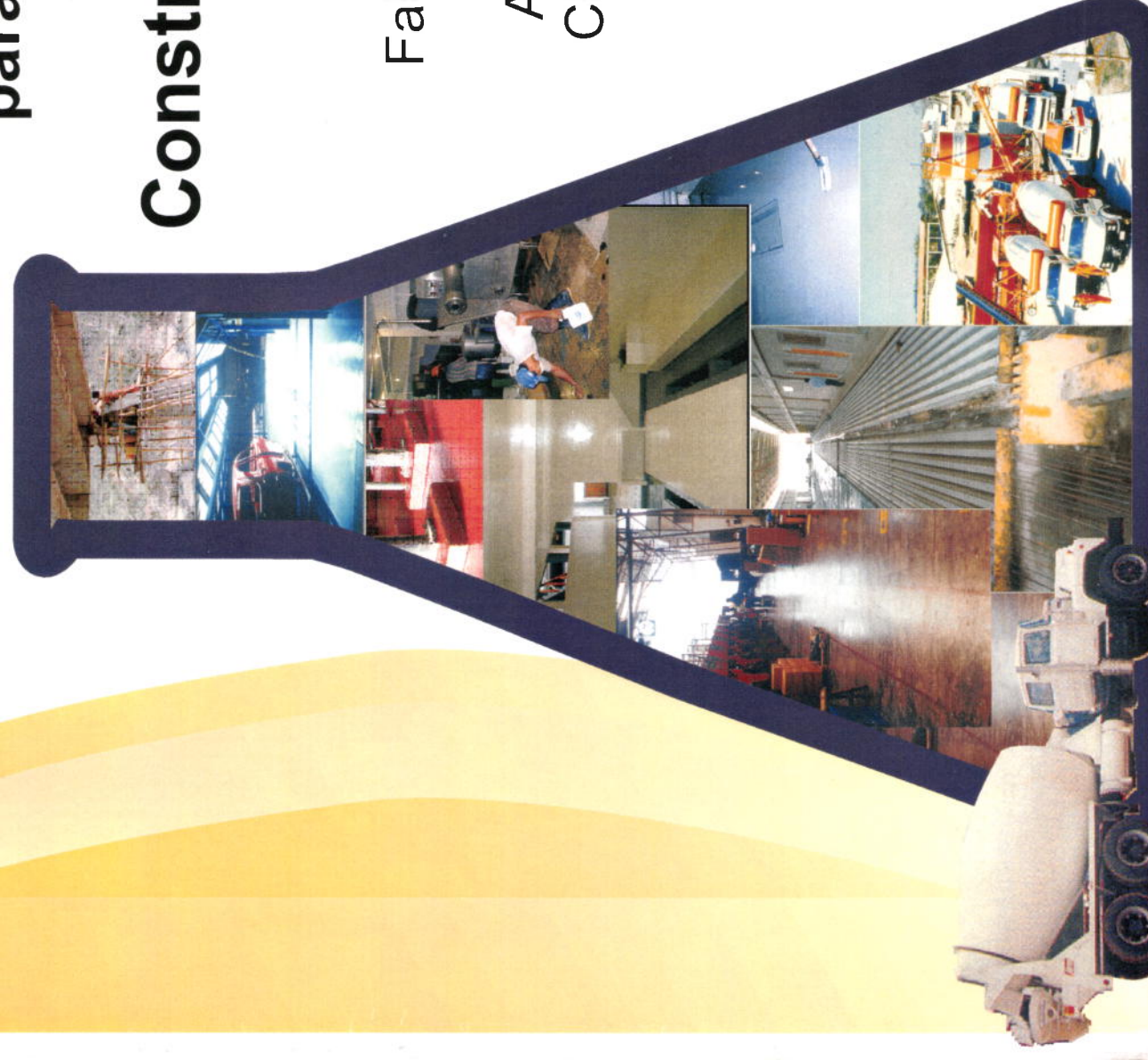


Calidad y economía

Productos Químicos para la.

Construcción

Fabricados por
ADMIX.
Cia. Ltda



SETMIX SPAC

Reductor de agua de rango alto ecelerante

DESCRIPCIÓN:

Setmix SPAC reductor de agua de rango alto para hormigón. Cumple con ASTM C 494 Tipo A. Líquido café oscuro, a base de lignosulfonatos modificados y acelerantes, no tóxico, listo para usar, que incorporado al hormigón fresco produce consistencia fluida, alta trabajabilidad. Setmix SPAC, se caracteriza por su alto poder dispersante, permitiendo una excelente distribución de las partículas de cemento, lo que conlleva su hidratación completa, obteniéndose el máximo efecto adherente del cemento.

Setmix SPAC, es un aditivo de efecto físico químico que contiene al hormigón las siguientes ventajas:

El diseño de la hoja Técnica será sencillo.
Solamente irá con el logotipo en la parte inferior derecha.
A la izquierda irá una franja sencilla color amarillo

Este tipo de material, es para proporcionar información técnica, sobre el producto que el cliente haya adquirido.

PROPIEDADES:
Consistencia fluida sin disminuir las resistencias finales del hormigón.
Optima homogenización del hormigón fresco, que significan resistencias finales elevadas.
Con un contenido de finos adecuado, no presenta segregación aun en hormigones fluidos.
Disminución de la retracción y la tendencia a fisuración.
Mayor impermeabilidad y durabilidad.
Fácil y rápida colocación del hormigón fresco, reduciendo mano de obra, optimiza la acción del vibrado, facilita el bombeo.
El hormigón a la vista se distingue por su superficie resistente y uniforme.
Desencofrado rápido.
Rápida utilización de la estructura.

VENTAJAS:

Alta resistencia inicial y final.
Aumenta la trabajabilidad del hormigón fresco, posibilitando la reducción del agua de amasado en por lo menos 12%.
Hormigones fluidos sin necesidad de aumentar agua y cemento.
Hormigones de excelente trabajabilidad y acabado a la vista.
Aumenta las resistencias mecánicas a compresión y flexión.
Tiempo de fraguado normal para dosificación usual, permitiendo desencofrado rápido a partir de las primeras etapas.
Aumento de la estanqueidad del hormigón por reducción de capilaridad.
Disminuye la retracción del concreto.

DOSIFICACION:

500 A 1000 CENTÍMETROS CÚBICOS POR SACO DE CEMENTO DE 50 KILOS.
Resultados de resistencia en kgs / cm² y %, obtenidos con hormigón con un contenido de cemento de 300 kilos por metro cúbico y un asentamiento de 6 cm.
El hormigón sin aditivo, demandó una relación agua/cemento de 0.72.
El hormigón de 450 cm cúbicos, de Setmix SPAC, demandó una relación a/c= 0.62.
La menor demanda de agua con Setmix SPAC se refleja en el incremento de resistencia en todas las edades.

EMPAQUE:

4 - 10 - 240 kilos.

En concreto..



Calidad y economía

En concreto, calidad y economía con Setmix

Fabricados por ADMIX, Cia. Ltda
www.setmix.com

Productos químicos para la construcción

ADITIVOS

¿Qué es un Aditivo ?

Los **ADITIVOS** son aquellos productos que se añaden al concreto inmediatamente antes de ser colocado, para mejorar las propiedades del concreto y/o hacerlo más económico. Dentro de este concepto debemos estar a los aditivos incorporados durante la fabricación del cemento.



SETMIX busca satisfacer las necesidades del concreto en el mercado. Por eso, ha desarrollado este nuevo Aditivo para la construcción Megamix 2000

SETMIX HE

Es un plastificante reductor de agua. Incrementador de resistencia. Cumple la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

Definición: 0,9 a 1,200 cc por saco de cemento.



EPOSHIELD

Revestimiento de impermeación espesa, alta y exclusiva superficie de concreto. Sistema de concreto. Se aplica con brocha, rullo o pulverizador sobre concreto endurecido. Está compuesto por un primer y un segundo que se aplica en un solo paso, no se desmorona. Un litro cubre aproximadamente 2 metros cuadrados por metro.

SETMIX DM

Es un plastificante impermeabilizante. Cumple la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

Definición: 0,9 a 1,200 cc por saco de cemento.

SETMIX RM

Es un VZ plastificante reductor de agua. Incrementador de resistencia. Cumple la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

Tecnología Avanzada del Concreto



SETMIX EP

Es un plastificante de agua alta. Plastificante, reductor de agua de alto grado. Cumple con la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

AERIMIX

Es un incorporador de aire. Alto grado de conservación, color blanco. Cumple con la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

EPOXICOS

Es un proyequímico, que sólo, no sirve efectivamente con un químico se endurece y se utiliza para protección química y mecánica.



EPOBOLD

Es un revestimiento epoxido denso, excelente resistencia. Sistema epoxido de dos componentes, alta resistencia. Protege el concreto de la acción de los ácidos, álcalis, sulfatos, sulfuros, cloruros, sales, etc. Se aplica con brocha, rullo o pulverizador sobre concreto endurecido. Está compuesto por un primer y un segundo que se aplica en un solo paso, no se desmorona. Un litro cubre aproximadamente 2 metros cuadrados por metro.

EPOGRROUT

Es un adhesivo epoxido de conexión, en su versión blanco o negro. Cumple con la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

EPOFIX

Es un resquepoxido, una mezcla de cemento y resque. Cumple con la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

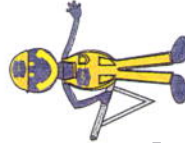
Impermeabilizantes

Enlucidos Impermeables

Es un impermeabilizante integral para concreto y ladrillo. Cumple con la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.

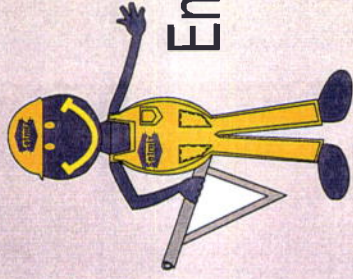
AROSOL

Aditivo fluido para, color amarillo. Cumple con la norma ASTM C 494. Mejora el flujo del concreto. Reduce el tiempo de fragado. Aumenta la cohesión de la mezcla. Mejora la colocación, mejora el acabado, mayor impermeabilidad, demostrado tipo.



www.setmix.com

En el CD de la cámara de la construcción Admix tendrá acceso a tres páginas, en estas solamente irá información general de la empresa y los productos que ofrece. En esta información se dará la dirección de la página Web de Admix, en la cual se difundirá información más completa y detallada sobre la empresa y sus productos. La ventaja de este CD, es que proporcionará una conexión directa con la página Web.



En concreto, Calidad y economía con....



Diseño de la Primera Página Web

Esta página tendrá 4 links los cuales llevarán al usuario a las diferentes páginas de cada clasificación de productos Setmix.

Como característica especial se ha diseñado un personaje que representa a un ingeniero, a este personaje se lo ha llamado Concretito.

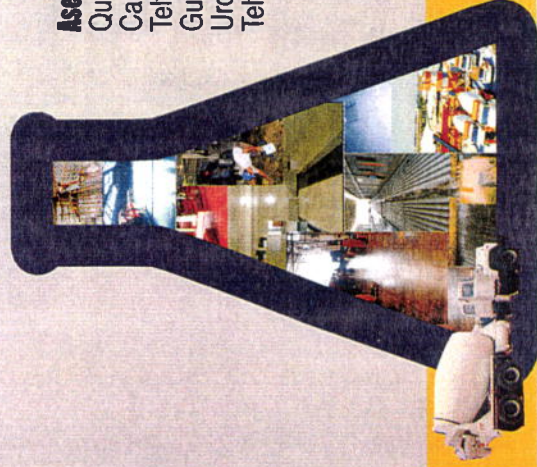
El objetivo de este personaje es el que conduzca al usuario a diferentes páginas.

Por ejemplo del CD de la Cámara de la Construcción conduce a la página Web.

El logotipo y la línea azul en esta página tendrá movimiento, de esta manera será más interactiva la comunicación, evitando monotonía por parte del usuario.

Los colores que se usen, serán solamente los corporativos, amarillo, azul y gris.

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda



Asesoría y Ventas

Quito:

Calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célíce (Carcelén)

Tel: Fax: (593-4) 881-791 Telfs: 448700 448701 448702

Guayaquil:

Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A Casilla: 09-04-840

Telfs: 383863 386495 Fax: (593-4) 881-791

Tecnología Avanzada del Concreto

Capítulo IV

Material Promocional



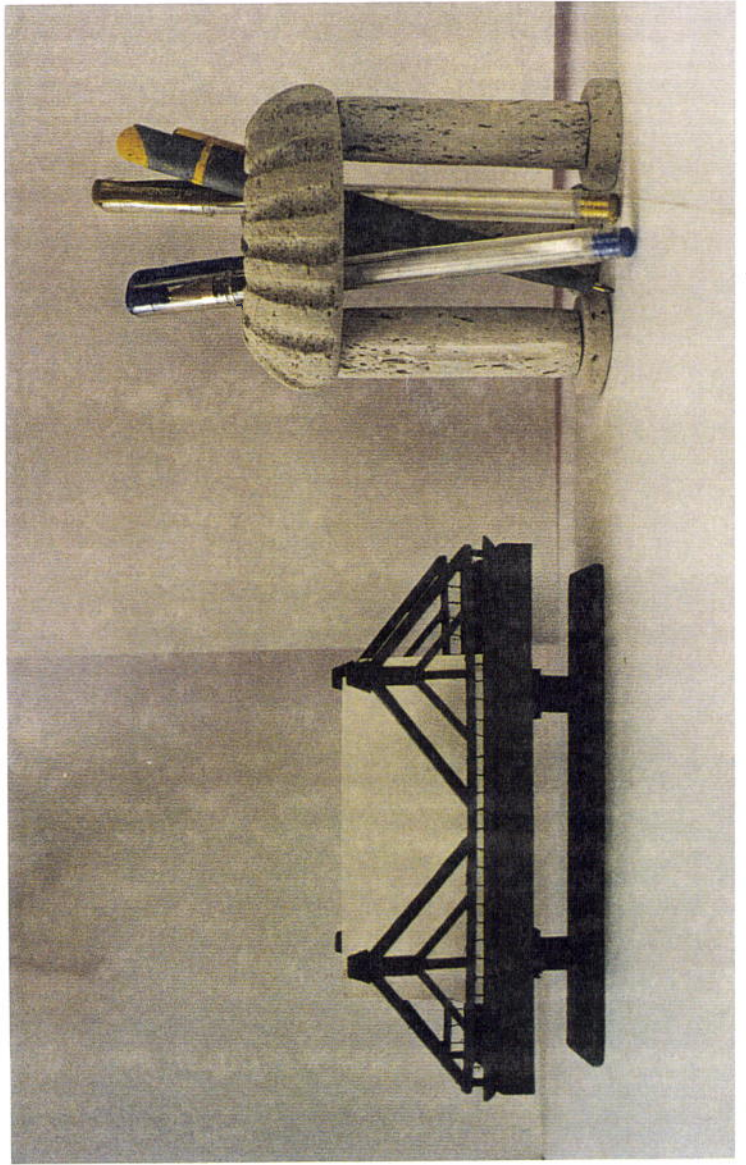
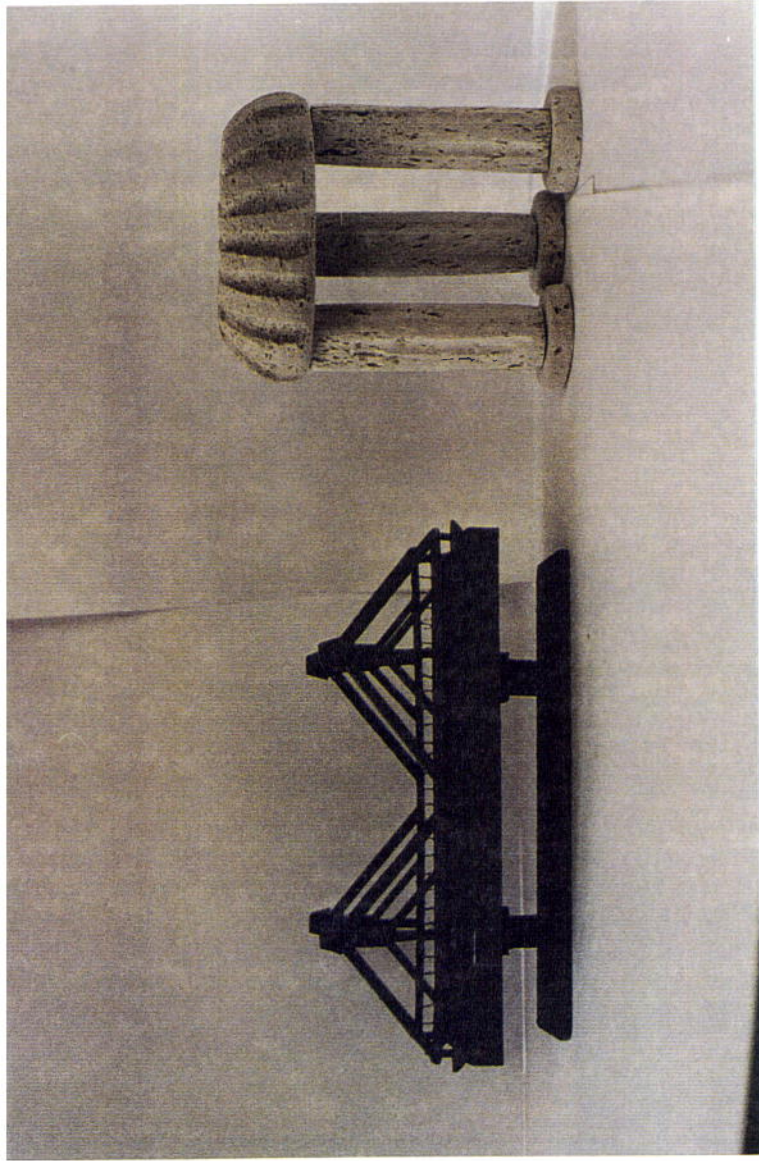
Diseño de Material Promocional

- Diseño de porta tarjetas en forma de puente.
- Diseño de porta lápices en forma de cúpula.
- Diseño de jarros
- Diseño de llaveros
- Diseño de calendario

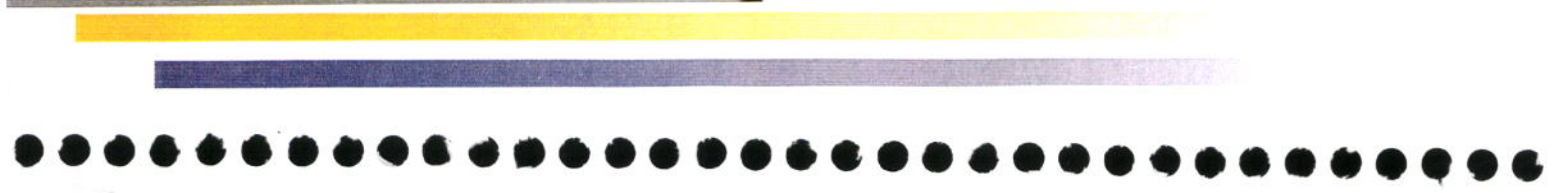
El objetivo de diseñar este material es el de lograr conseguir presencia, recordación de la empresa por parte de los clientes, el porta tarjetas en forma de puente, y el porta lápices en forma de cúpula representarán la aplicación de los productos Setmix en este tipo de obras. Este material será presentado como una sugerencia y opción publicitaria para mejorar la imagen de la empresa y conseguir un mejor posicionamiento con material innovador de este tipo frente a la competencia.

El diseño de jarros y llaveros, se ha realizado con el objetivo de conseguir mayor recordación en la mente del consumidor de la marca Setmix; con este tipo de material promocional, la presencia de la empresa se destacará frente a la competencia.

El diseño del calendario será presentado al cliente como una opción promocional de Setmix para el 2001.



Propuesta de Material Promocional
Porta tarjetas en forma de Puente
Porta Lápices en forma de cúpula

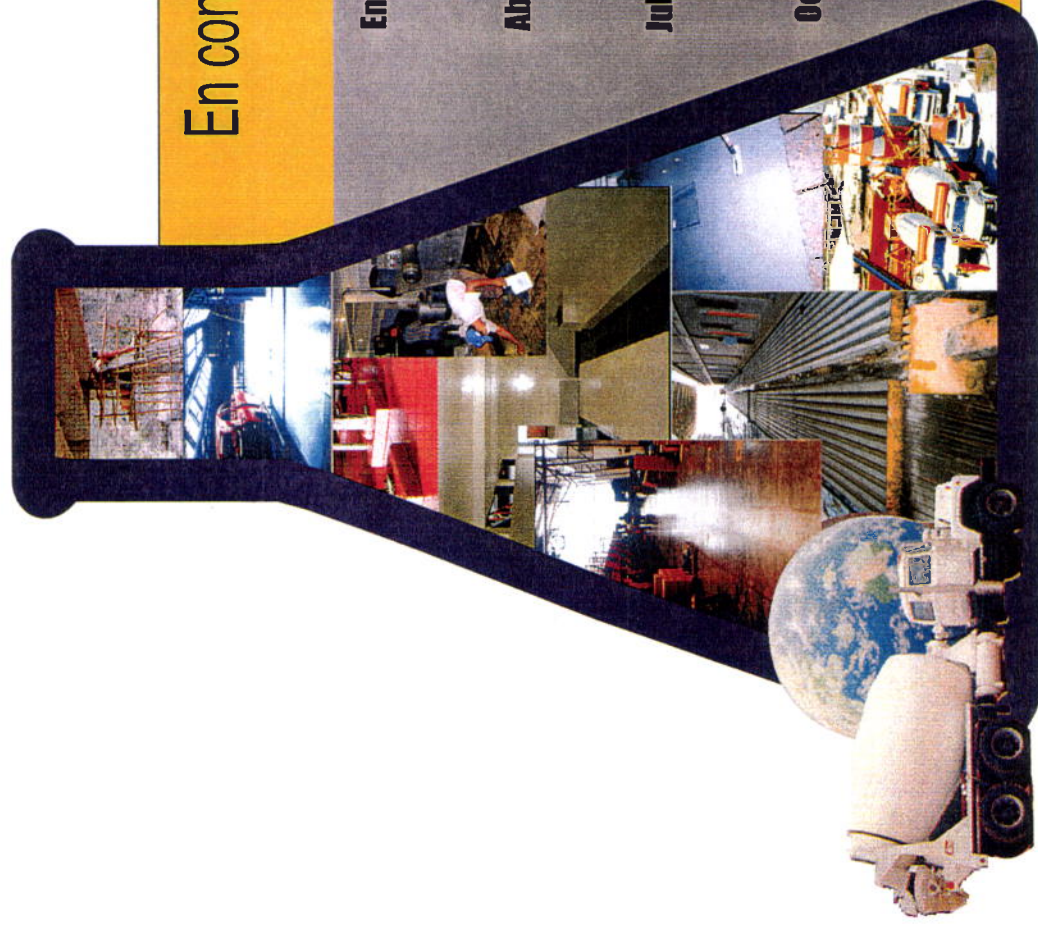


El jarro promocional irá tallado a relieve para que el logotipo vaya de color azul.

El llavero es sencillo, es un metro que resulta práctico para todo ingeniero o arquitecto.



El Calendario se realizará en el mes de Octubre del 2000, de esta forma se entregará a los clientes de Admix, en los meses de Noviembre y Diciembre.
El diseño tendrá dos lados, en el uno estará el 2001 y en el otro el 2002



En concreto, calidad y economía con 2001



Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

Capítulo V
Presupuesto - Cotizaciones

PRESUPUESTO

Cotización Imprenta

Paperería.

| | | |
|--------------------------|---------------|-------------------|
| Hojas A4 | 1000 unidades | 930.000 sucres |
| Sobres tamaño oficio | 1000 unidades | 1,150.000 sucres |
| Tarjetas de presentación | 1000 unidades | 690.000 sucres |
| Sobres de manila | | |
| Trípticos aditivos | 1000 unidades | 3,250.000 sucres |
| Trípticos epóxicos | 1000 unidades | 3,250.000 sucres |
| Catálogos | 1000 unidades | 10,200.000 sucres |

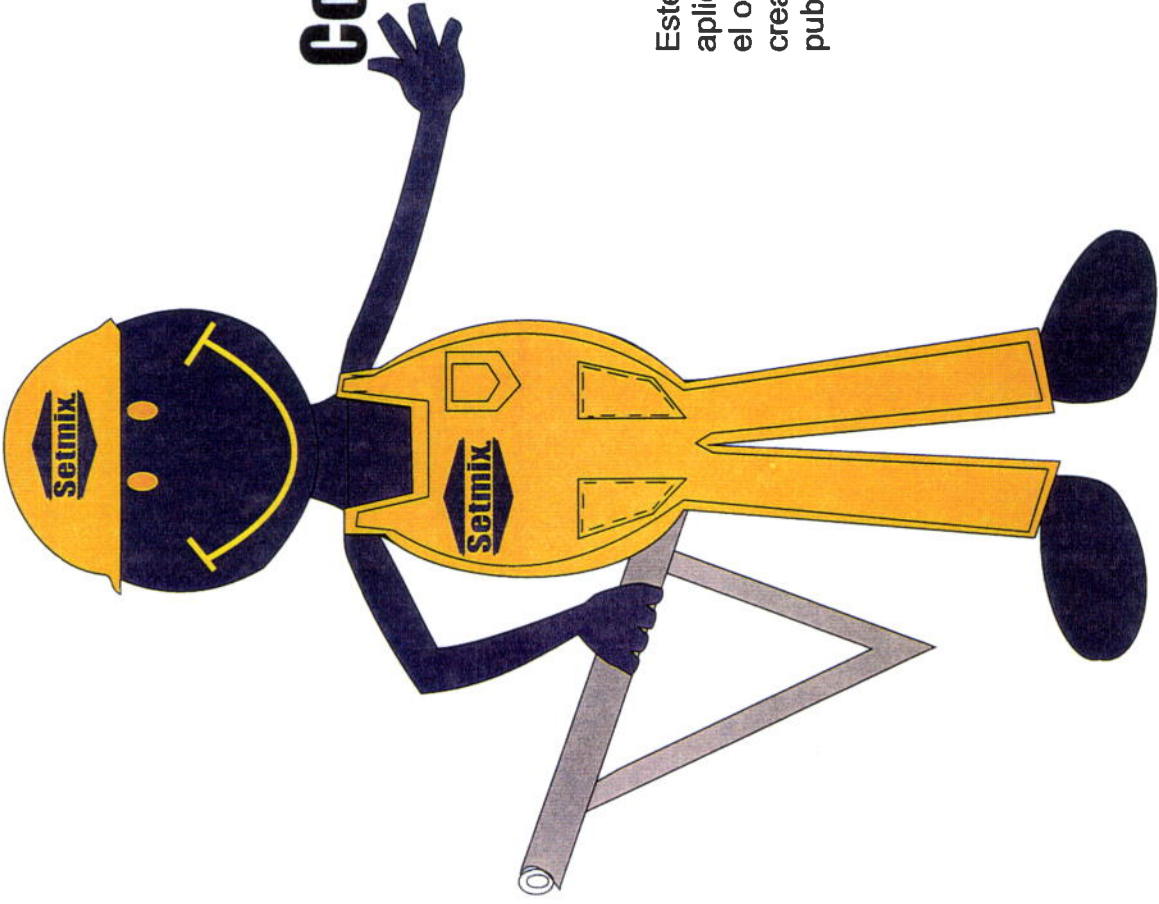
Cotización Corpusa

| | | |
|--------------------|--------------|------------------------|
| Camisetas blancas | 100 unidades | 2,900.000 sucres |
| Gorras | 100 unidades | 2,285.000 sucres |
| Bolígrafos | 200 unidades | 1,364.000 sucres |
| Llaveros | | 12.000 sucres cada uno |
| Jarros de cerámica | 50 unidades | 7,500.000 sucres |

De acuerdo a las cotizaciones presentadas, la empresa decidió realizar como prioridad Paperería, gorras, camisetas y bolígrafos. Para el mes de Mayo se imprimirán los trípticos y catálogos. Para el mes de Diciembre se realizarán los llaveros y calendarios. Los jarros de cerámica serán para el próximo año.

ANEXOS

Concretito



Este personaje ha sido diseñado para aplicarlo en el CD y la Página WEB, el objetivo es identificar a la empresa y crear conexión entre ambas piezas publicitarias.

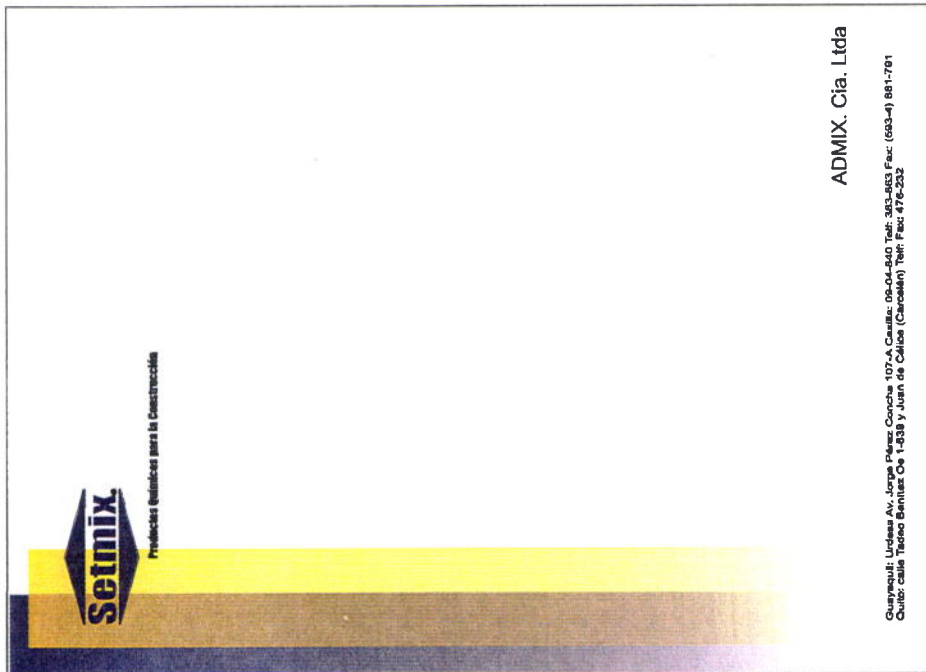
Primeras opciones presentadas al clientes de las
hojas A4



Setmix
Productos Químicos para la Construcción

ADMIX. Cia. Ltda

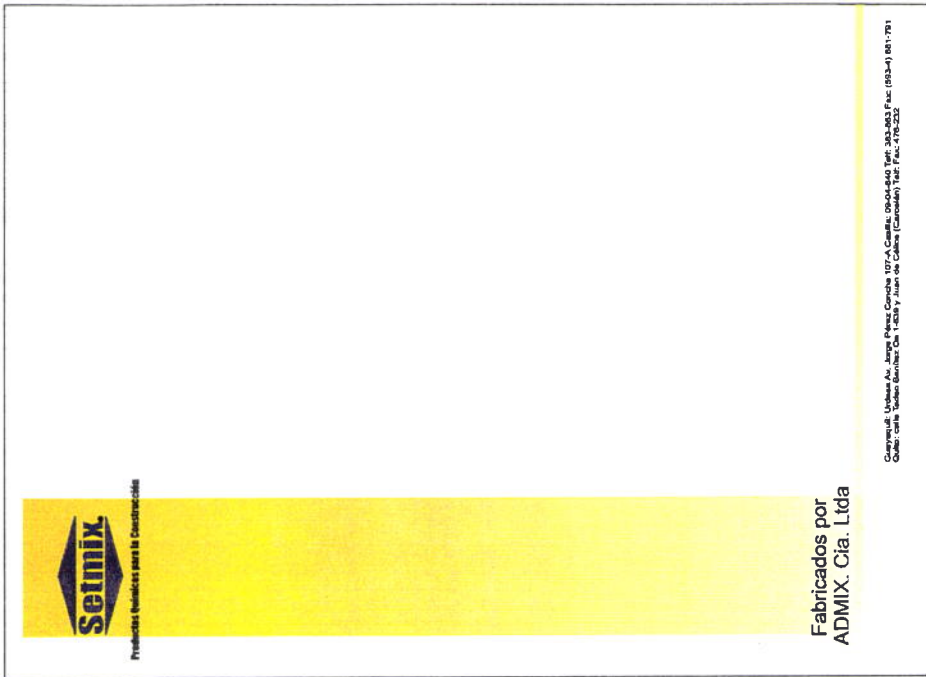
Guayaquil: Urb. Jorge Pérez Concha 107-A, Casilla: 09-04-540 Telf: 383-893 Fax: (993-4) 861-791
Quito: Calle Taboada Benítez Oe 1-839 y Juan de Calles (Carcasón) Telf: Fax: 476-232



Setmix
Productos Químicos para la Construcción

ADMIX. Cia. Ltda


Guayaquil: Urb. Jorge Pérez Concha 107-A, Casilla: 09-04-540 Telf: 383-893 Fax: (993-4) 861-791
Quito: Calle Taboada Benítez Oe 1-839 y Juan de Calles (Carcasón) Telf: Fax: 476-232



Setmix
Productos Químicos para la Construcción

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Guayaquil: Urb. Jorge Pérez Concha 107-A, Casilla: 09-04-540 Telf: 383-893 Fax: (993-4) 861-791
Quito: Calle Taboada Benítez Oe 1-839 y Juan de Calles (Carcasón) Telf: Fax: 476-232




Productos Químicos para la Construcción

Ing. Guillermo Loayza C.
Gerente General

Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A
Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito: calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célíco (Carcelén) Telf: Fax: 476-232

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda



Productos Químicos para la Construcción

Ing. Guillermo Loayza C.
ADMIX. Cia. Ltda
Gerente General

Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A
Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito: calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célíco (Carcelén)
Telf: Fax: 476-232




Productos Químicos para la Construcción

Ing. Guillermo Loayza C.
Gerente General

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Guayaquil:
Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A
Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito:
calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célíco (Carcelén)
Telf: Fax: 476-232




Productos Químicos para la Construcción

Ing. Guillermo Loayza C.
Gerente General

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A
Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito: calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célíco (Carcelén)
Telf: Fax: 476-232




Productos Químicos para la Construcción

Ing. Guillermo Loayza C.
Gerente General

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A
Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito: calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célíco (Carcelén) Telf: Fax: 476-232



Productos Químicos para la Construcción

Ing. Guillermo Loayza C.
Gerente General

Fabricados por
ADMIX. Cia. Ltda

Guayaquil: Urdesa Av. Jorge Pérez Concha 107-A Casilla: 09-04-840 Telf: 383-863 Fax: (593-4) 881-791
Quito: calle Tadeo Benítez Oe 1-639 y Juan de Célíco (Carcelén) Telf: Fax: 476-232

Opciones de tarjetas c
presentación
mostradas al cliente.

Conclusiones

Por medio de este trabajo pudimos darnos cuenta que a la publicidad en nuestro país no se le presta la atención necesaria y tampoco se define un presupuesto adecuado para el manejo de esta área, lo cual es sumamente fundamental en cualquier tipo de empresa, debido a que es la forma de comunicar y extender el conocimiento por parte del consumidor. La publicidad forma la imagen de una compañía, la proyecta nacional e internacionalmente.

Hemos concluido que en este tipo de empresas es fundamental tener:

- Una imagen empresarial bien definida, es decir que tenga distinción y presencia con relación a la competencia.
- Lograr recordación del consumidor.
- Puntos de distribución accesibles al consumidor.
- Información clara y detallada para el cliente
- La atención hacia el cliente debe ser personalizada y excelente, desafortunadamente en Admix. no se le ha dado la suficiente importancia.

Al terminar nuestro proyecto, proporcionamos y definimos una imagen seria de nuestro cliente Admix. Cia. Ltda, de calidad y economía, dando confianza y prestigio de marca.

Un punto muy importante que debemos mencionar es el hecho de haber realizado cada diseño con la supervisión y al criterio del cliente, pero tomando en cuenta lo más conveniente relacionado a la publicidad, de lo cual nos encargamos, es decir recomendar al cliente de la manera más adecuada de presentar y manejar su publicidad e imagen corporativa.

La publicidad en este tipo de empresa no emplea medios de comunicación como la TV, la radio y la prensa debido a que son medios masivos que no llegan de manera objetiva a nuestro target, por lo tanto lo más adecuado es utilizar publicidad directa, en esta es fundamental que el vendedor sepa promocionar los productos de Admix, y muestre el material publicitario corporativo

BIBLIOGRAFÍA

- Literatura Técnica de Setmix.

Libros de Manejo de Imagen.

- Manual de imagen corporativa, Bos, Ben Editorial, Gustavo Gili

- Identidad Corporativa y estrategia de empresa, Costa Joan Editorial, CEAC 1992