Trabajo Fin de Grado - ANEXOS

Plan de comunicación: Papeles de Guara S.c

Autor

Lara Luis Cosculluela

Director

Pilar Urquizu Samper

Facultad de Economía y Empresa
2018

Índice de Anexos

Anexos 45
Anexo I. Entrevistas en profundidad. 45
Anexo I.I. Guión entrevista en profundidad. 45
Anexo I.II. Códigos entrevista en profundidad. 47
Anexo I.III. Transcripción entrevistas en profundidad 49
Anexo IV. Matriz de resultados de la entrevista 51
Anexo II. Ilustaciones acciones anteriores. 54
Anexo III. Primera combinación 55
Anexo III.I. Imagen visual corporativa. 55
Anexo III.II. Página web de Papeles de Guara. 55
Anexo III.III. Vídeos para la página web. 61
Anexo III.IV. Álbum de fotos. 62
Anexo III.V. Tarjetas de visita 63
Anexo III.VI. Marketing de guerrilla. 63
Anexo III.VII. Ilustraciones para la Fería de Artesanía Aragonesa. 65
Anexo IV. Segunda combinación. 66
Anexo IV.I. Muestrario. 66
Anexo IV.II. Marketplaces. 68
Anexo V. Tercera combinación. 69
Anexo V.I. Redes sociales 69
Anexo VI. Planificación, presupuestación y control de las acciones. 70
Anexo VI.I. Planificación temporal 70
Anexo VI.II. Presupuesto 71
Anexo VI.III. Control 73

Anexos

Anexo I. Entrevistas en profundidad.

Anexo I.I. Guión entrevista en profundidad.

La entrevista va a ser igual para todos los entrevistados, por lo que únicamente necesitaremos un tipo de guion.

Presentación de la entrevista

Buenos/as días/tardes. Soy Lara Luis estudiante de Marketing e investigación de mercados en la Universidad de Zaragoza. El Trabajo de Fin de Grado que voy a realizar consiste en un plan de comunicación para su empresa, Papeles de Guara, s.c. A continuación le haré una serie de preguntas para completar el análisis y poder determinar más fácilmente sus objetivos con este plan.

Siéntase libre de expresar con total libertad su punto de vista. Tampoco se preocupe por la extensión, esto no se trata de una encuesta por lo que puede explayarse cuanto quiera.

Durante los próximos 30 minutos hablaremos acerca de su experiencia como socia. Pero antes de empezar he de comunizarle que para poder recoger la información más fácilmente la entrevista va a ser grabada. Si lo necesita siempre podemos hacer un descanso. Así si le parece, comencemos con la entrevista no sin antes preguntar si le importa que la tutee.

Presentación inicial del participante

Para empezar háblame un poco sobre ti: edad, a qué te dedicas, cuáles son tus aficiones…

Bloque I. EMPRESA Y PRODUCTO

En primer lugar me gustaría que me contaras un poco sobre la historia de la empresa (cómo surgió la idea, cómo ha ido evolucionando, etc.).

¿Cuál era la idea principal de negocio? ¿En qué ha derivado finalmente?

¿Qué productos y servicios ofrecéis actualmente?

Bloque II. ESTRATEGIA CORPORATIVA

Ahora centrándonos en la empresa me gustaría que reflexionaras sobre las siguientes cuestiones:

- La misión, la razón de ser de la empresa, ¿Cuál es la misión de Papeles de Guara? (Algunas cuestiones que pueden ayudar a definir este concepto es reflexionar sobre: ¿Qué hacéis?, ¿Cuál es vuestro negocio?, ¿a qué os dedicáis?, ¿cuál es vuestra razón de ser?, ¿quiénes son vuestro público objetivo?, ¿cuál es vuestro ámbito geográfico de acción?, ¿cuál es vuestra ventaja competitiva?, ¿qué os diferencia de vuestros competidores?)
- La visión, dónde te gustaría que la empresa estuviera en un futuro, ¿Cuál es la meta de Papeles de Guara?
  (Ayuda: ¿Qué queréis lograr?, ¿dónde queréis estar en el futuro?, ¿para quién lo haréis?, ¿ampliareis vuestra zona de actuación?)
- Y cuáles son los principales valores de la empresa, palabras con las que Papeles de Guara se pueda sentir identificada.
  (Ayuda: ¿Cómo sois?, ¿en qué creéis?)

Bloque III. ESTRATEGIA COMPETITIVA Y DE MARKETING

Volviendo ahora al producto y servicio en sí, me gustaría que me contaras:

- Cuáles son las principales características de vuestros productos, ¿Cuáles son sus principales ventajas competitivas? Según tu criterio, ¿cuál es su principal fortaleza? ¿y su principal debilidad?

(Tipo de segmentación y posicionamiento)

- ¿A quién van dirigidos vuestros productos? ¿Segmentáis el mercado, es decir, reconocéis grupos de clientes diferentes? ¿Son los productos diferentes en función del tipo de cliente?
- ¿Cómo crees que os perciben vuestros clientes? ¿Por qué pensáis que os eligen a vosotros?

Bloque IV. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Con respecto a vuestras acciones de comunicación, podrías contarme acerca qué habéis hecho para daros a conocer a vosotras y vuestros productos:

- ¿Utilizáis redes sociales? ¿Para qué utilizáis cada una?
- Acerca de Etsy, ¿Por cuánto tiempo lo probasteis? ¿Qué tipo de productos colgasteis? ¿Cómo era su presentación? ¿Por qué creéis que falló?
- ¿Realizáis algún tipo de comunicación personal? ¿Cómo es?

Bloque V. MACROENTORNO, MERCADO Y CONSUMIDORES

Ahora vamos a hablar sobre el entorno de la empresa, me gustaría que destacaras:

- ¿Qué variables del macroentorno consideras que están afectando positivamente y/o negativamente? Con variables me refiero a: entorno demográfico, económico, legal y político, ambiental y socio-cultural) ¿Cómo consideras que os han afectado?
- ¿Cómo ves el mercado de los productos artesanales hechos a partir de papel y fibras naturales y la evolución de la demanda de los consumidores?
- ¿Consideras que vuestro nombre tiene un buen posicionamiento en la mente de los consumidores?

Bloque VI. COMPETIDORES

En lo que respecta a competidores,

- ¿Cuáles son vuestros principales competidores?

(Si sabe contestar a lo primero)

- Cuáles son las principales características de cada uno de ellos? ¿Fortalezas? ¿Debilidades?

(Si no sabe contestar a lo primero)

- Bajo tu punto de vista, ¿quiénes son realmente vuestra competencia?

(Para ambos)

- ¿Conoces las acciones de comunicación que han llevado a cabo cada uno?

Bloque VII. OBJETIVOS Y PRESUPUESTO

Para finalizar me gustaría que me dijeras los objetivos que consideras que debería de alcanzar este plan de comunicación que estoy desarrollando.

- ¿Cuál es presupuesto del que dispongo para este plan de comunicación?

Agradecimientos

Te agradezco enormemente tu participación el tiempo dedicado. Cuando esté disponible el resultado os informaré como acordamos.

Anexo I.II. Códigos entrevista en profundidad.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	EXPLICACIÓN	CÓDIGO
Empresa	Historia	Trayectoria de la empresa desde que era tan solo una idea hasta la actualidad.	Empr_Hist
	Imagen corporativa	Cuestiones relacionadas con:	
	Misión	…la razón de ser de la empresa,	Empr_ECorp_Mis
	Visión	…metas propuestas	Empr_ECorp_Vis
	Valores	…y conceptos con los que se identifica.	Empr_ECorp_Val
Producto y Público objetivo	Producto y servicio	Aspectos relacionados con el producto y servicio ofrecidos, como características, categorías…	ProdPO_ProdServ
	Público objetivo	Público al que se dirige la empresa y clasificación que hace de este.	ProdPO_PO
	Estrategia competitiva	Cuestiones relacionadas con la ventaja competitiva, en qué se diferencian de la competencia a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes.	ProdPO_EComp
	Estrategia de marketing		
	Segmentación	Tipo de clasificación y agrupación que hacen de sus clientes.	ProdPO_EMark_Seg
	Posicionamiento	Posición de Papeles de Guara en la mente del consumidor.	ProdPO_EMark_Pos
Acciones de comunicación	Redes sociales	Actividades relacionadas con Redes sociales como Facebook, Instagram, Pinterest, entre otros.	AccCom_Redes
	Marketplace	Aquello relacionado con plataformas para el comercio electrónico como Amazon, Etsy, entre otros.	AccCom_Market
	Fuerza de ventas	Se considera la acción de personas relacionadas directamente con la empresa que dedican un esfuerzo a informar con un fin determinado.	AccCom_FuerVent
	Colaboraciones	Todos aquellos cursos y programas que se han llevado a cabo con la colaboración de una o más empresas, asociaciones o instituciones.	AccCom_Colabo
	Marketing directo	Son todos los elementos utilizados con el fin de informar al cliente de forma personalizada y directa.	AccCom_MarkDir
	Otros medios digitales	Se consideran todas aquellas plataformas y recursos que se pueden encontrar en el mundo virtual que no tengan consideración de Redes sociales, como páginas web o blogs.	AccCom_OtroMDig

	Otros	En esta categoría se reflejan todas aquellas acciones que no sea posible incluir en ninguna de las categorías anteriores.	AccCom_Otro
Análisis externo	Macroentorno	Variables del macroentorno que afectan tanto positivamente como negativamente a Papeles de Guara y de qué manera.	
	Demográfico	Tendencias de comportamiento de la población clasificadas por los criterios clásicos, como por ejemplo: sexo, edad, tasas de natalidad y mortalidad, pirámide poblacional, nivel de estudios o movimientos migratorios.	AnExt_Macro_Dem
	Económico	Tendencias relacionadas con el poder adquisitivo de las familias y países, como por ejemplo: nivel de renta, PIB, desempleo, tipos de interés, inflación, políticas monetarias, entre otras.	AnExt_Macro_Eco
	Legal y político	Por una parte, regulación que rijan no solo el comportamiento social, sino también aquellos que regulen las actuaciones de las empresas. Por otro lado, las condiciones que aparecen como resultado de la acción política en un espacio y que afecta directamente a una sociedad.	AnExt_Macro_LyP
	Socio-cultural	Tendencias del estilo de vida, de los valores y las creencias de la sociedad, que dan sentido e identidad.	AnExt_Macro_SoCu
	Tecnológico	Las innovaciones tecnológicas que su adquisición suponga una ventaja competitiva, materializada en la aparición de nuevos productos y procesos, que convierten en obsoletos los existentes hasta ese momento.	AnExt_Macro_Tec
	Ambiental	Tienen en cuenta la sensibilización medioambiental de la población.	AnExt_Macro_Amb
	Mercado	Situación del mercado de los productos artesanos a base de papel y fibras naturales y evolución del consumo.	AnExt_Merc
	Competidores	Quiénes son sus competidores, tanto directos como indirectos, qué les caracteriza y qué clase de acciones de comunicación han llevado a cabo	AnExt_Comp
Plan de comunicación	Objetivos	Objetivos que las socias les gustaría alcanzar con el Plan de comunicación que se está desarrollando.	PlanCom_Obj
	Presupuesto	Presupuesto que se tomará como referencia para llevar a cabo las diferentes acciones de comunicación.	PlanCom_Pres

Anexo I.III. Transcripción entrevistas en profundidad

Las entrevistas que se muestran a continuación han sido redactadas de tal manera que el entrevistador se muestra en negrita (ver entrevista completa codificada).

E1: Entrevista en profundidad a la socia Paula

Buenos días, soy Lara Luis estudiante de Marketing Investigación de Mercados en la Universidad de Zaragoza. El trabajo de fin de Grado que voy a realizar consiste en un plan de comunicación para su empresa, Papeles de Guara. A continuación, le haré una serie de preguntas para completar el análisis y poder determinar fácilmente los objetivos de este plan. Siéntase libre de expresar con total libertad su punto de vista, eso es importante. Tampoco se preocupe por la extensión, de verdad, esto no se trata de una encuesta por lo que puede explayarse cuanto quiera. Durante los próximos 30 minutos aproximadamente hablaremos acerca de su experiencia como socia. Pero antes de empezar he de comunicarle que para poder recoger la información más fácilmente la entrevista va a ser grabada, ¿vale? Poner los móviles en silencio para no molestar. Emm... Si lo necesita siempre podemos hacer un descanso. Así si le parece comencemos la entrevista no sin antes preguntar, ¿puedo tutearle?

Por favor.

Vale (Risas)**. Para empezar háblame brevemente un poquito acerca de ti, edad, a qué te dedicas, cuáles son tus aficiones, etc.**

Pues... me llamo Paula Andrés tengo 44 años. Eh... Además de esto... bueno, luego tengo otro trabajo aparte de papeles de Guara. Y mis aficiones... pues me gusta mucho ir a la montaña, me gustan mucho los animales, me gusta mucho ir al cine, me gusta ir con bicicleta con mi hija, me gusta comer **(Risas)** y hacer comidas con mis amigos me apasiona.

Eso está muy bien (Risas). Vale ahora ya vamos al meollo del asunto. Venga. **En primer lugar me gustaría que me contarás un poco sobre la historia de la empresa, ¿vale? En plan, cómo surgió la idea, cómo ha ido evolucionando, etc. Cuál era la idea principal y cómo ha ido derivando a lo que es ahora.**

Empr_Hist

Pues... empezó en el 2014 y fue pues gracias a que mi socia con Rocío tenía una empresa de papel en México y entonces ella hace 14 años o algo así se vino a vivir a España y como vive en el pueblecito de al lado, en Casbas, eh... Bueno pues éramos amigas y nos juntábamos en la piscina, hacíamos alguna cenita y nos íbamos viendo, y al final pues un día me propuso montarla juntas. Entonces montamos la empresa con la finalidad... yo en principio iba un poco a lo que ella dijera, en principio era hacer papel, empezamos haciendo cursos, sabes, lo primero casi que hicimos fue un curso de envoltorios, cursos de cajitas... y a la vez íbamos haciendo papel pero no trabajábamos tanto con el papel, comprábamos por ejemplo royos de papel y hacíamos las cajitas con eso, con revistas, eso en los cursos. Pero no trabajábamos tanto el papel, y Rocío siempre remarcaba que era ella quería..., eso estaba bien porque ganábamos dinero, pero que ella lo que quería que fuera una empresa de papel, o sea que viviéramos de nuestro papel, ¿no?, y que eso lo pudiéramos manufacturar y vender. Y bueno pues eso, fuimos tirando, lo que pasa es que en el 16 ella se puso malita, le salió un cáncer de pecho y se puso malita, y entonces yo iba haciendo papel, iba haciendo cosas, ella luego hizo un súper esfuerzo porque a algún curso venía y me acompañaba pero bueno, hubo un pequeño parón pero ahora ya estamos viento en popa, ya estamos bien. Y ya estamos trabajando todo con nuestro papel, ya hacemos nuestro papel y ya lo trabajamos, tenemos clientes fijos, bueno eso ya...

Y entonces, ¿qué productos y servicios ofrecéis actualmente?

ProdPO_ProdServ

Pues hacemos cursos igualmente. Ahora por ejemplo estamos haciendo uno con los de síndrome de down y luego pues... trabajamos... pues tenemos por ejemplo libros que nos piden….

Anexo IV. Matriz de resultados de la entrevista

E1: ENTREVISTA A PAULA	E2: ENTREVISTA A ROCÍO
EMPRESA	
Historia de la empresa	
"…mi socia Rocío tenía una empresa de papel en México (…) hace 14 años o algo así se vino a vivir a España y (…) en el pueblecito de al lado, en Casbas…" **(32-35)**, *"…nos íbamos viendo, y al final pues un día me propuso montarla juntas…"* **(36)**, *"…en el 2014 empezó todo…"* **(32)**, *"…ella lo que quería que fuera una empresa de papel…"* **(46)**, *"…empezamos haciendo cursos, sabes, lo primero casi que hicimos fue un curso de envoltorios, cursos de cajitas... y a la vez íbamos haciendo papel pero no trabajábamos tanto con el papel, comprábamos por ejemplo royos de papel y hacíamos las cajitas con eso, con revistas, eso en los cursos."* **(39-44)**.	*"Licenciatura en diseño gráfico y luego me especialicé en papel, he tomado cursos... (…) todo tipo de técnicas relacionadas con el papel…"* **(23-24)**, *"Llevo viviendo en España 14 años y 10 aquí cerca de... en Casbas."* **(21-22)**, *"Y después aquí la verdad es que esto siempre me ha encantado y cuando dije que yo sabía hacer esto me empezaron a encargar invitaciones para bodas y cosas así. Al principio empezó como un hobby pero luego (…) Paula me venía a ayudar. Y un verano le dije "pues si ya estamos teniendo trabajo y tú vienes y no cobras nada mejor hagamos de esto un negocio", "Podemos montar algo juntas" y Paula consiguió este lugar para instalarnos, entonces por eso estamos aquí."* **(83-91).**
Imagen corporativa	
*"**…**hacemos algo que hace muy poca gente o que no hace casi nadie sabes. Es un género muy especial sabes, muy personalizado, que está hecho pues con mucho cariño, que... y que está hecho totalmente a demanda."* **(90-93)**, *"O sea que estamos dispuestas a evolucionar y a... pues eso, a crecer."* **(112)**, *"Bueno hombre, ya te he dicho antes que me parece que es algo... bueno, innovador (…) es un trabajo artesano, es manual, es ecológico, todo esto sí que es... es sencillo, porque nos gustan las cosas sencillas, es... bueno, también somos muy honestas también en el trabajo tanto al hacer presupuestos... em... bueno, creo que somos agradables... pero es importante también."* **(127-131)**	*"...ayudamos a hacer un mundo... o sea, como un granito de arena para un mundo mejor porque cogemos el desperdicio de imprentas y en vez de que lo tiren a la basura nosotras lo convertimos en un producto nuevo sin nada de contaminantes..."* **(111-114)**, *"...hacemos un producto que es muy bonito ¿sabes? que a la vista dan ganas de quererlo y eso que ahora todo es tan de Internet y tan tecnológico, es como más humano, más cercano, más suave... y esto hace que la gente sonría, es bonito."* **(121-124)**, *"...que es ecológica, que ayuda al medio ambiente, que sostiene a dos mujeres en el medio rural, em... y que aporta algo bonito a las personas a las que les llega."* **(142-144)**, *"…y me enamoré porque era más que estar sentada en un ordenador horas, era moverte y era sentir el agua, las temperaturas, las texturas de los materiales."* **(54-56)**
Estrategia competitiva	
"...la posibilidad de pedir lo que tú quieres que te hagan..." **(142-143)**, *"**¿Principal fortaleza?** Pues esa. **Personalización.** Sí. Y debilidad... pues..., pues hombre, el... por ejemplo si nos hacen un pedido muy muy grande, sabes, el... pues la dificultad que podríamos tener si nos hacen un pedido muy grande al ser solo dos no llegar a tiempo."* **(152-156)**	*"…no podemos competir en precio (…), pero no sirven para lo mismo que el nuestro, esos papeles para meterlos en tu impresora de casa no funcionan, para..."* **(158-160)**, *"debilidad es que como es tan artesano hay que hacer uno a uno y toma mucho tiempo, es... ¿sabes?(…) Eh... también debilidades, dependemos un poco del clima, dependemos de... um... no sé, eh... bueno, de que somos solo dos y llegamos a lo que llegamos"* **(69-73)**
PRODUCTO Y PÚBLICO OBJETIVO	
Producto y servicio	

"Pues hacemos cursos igualmente. (…) pues tenemos por ejemplo libros que nos piden cada dos o tres semanas, tenemos estas cajitas que nos encargan todos los años, tenemos..." **(57-61)**, *"…del pliego tal cual."* **(169-172)**, *"…un tipo de encuadernación con un papel determinado que eso lo tenemos que hacer todo nosotras, desde el papel hasta la encuadernación hasta la decoración, todo."* **(174-176)**, *"…hacemos invitaciones de boda, hacemos detallitos, hacemos cajas para llevar las arras, hacemos..."* **(177-179)**, *"Pues exclusividad, em... que son personalizados, que son cálidos, sabes que se nota que son naturales, artesanos, ya lo he dicho antes... eh... son sencillos también y muy bonitos."* **(137-139)**	*"…entonces al tomar estos cursos ellos me ayudaron dándome ideas para poder hacer una técnica para fabricar papel artesano pero que sea muy eficiente, que de puedas producir muchos y que tengan una calidad que sea muy buena para cortar, para doblar y para imprimir."* **(35-39)**, *"…nuestro producto realmente son los pliegos de papel, pero la gen... para poderlo vender la gente necesita saber para qué lo puede utilizar, entonces lo vendemos o como pliegos o como producto terminado, que puede ser en cuader... o sea, libros, en cuadernos, en... convertido en cajas, en invitaciones, en marca páginas, en... la verdad, en lo que nos pidan."* **(94-100)**, *"Pues... bueno, que es artesano, um... no sé, que es diferente, es natural, em... que tiene muy buena calidad, um... no es muy caro, aunque podría ser caro…"* **(147-149)**
Público objetivo	
."Claro, es que es tan abierto…" **(167-168)**, *"…gente que tiene tiendas…"* **(169)**, *"…gente que es artesano que encuaderna…"* **(172-173)**, *"…un amigo que se casa..."* **(177)**.	*"Pues a todo el mundo. Pero bueno, no sé, oficinas donde hacen diseño gráfico, agencias de publicidad sí, em... gente que hace encuadernación y... bueno, a familias, gente que haga eventos, comuniones, bodas... ya sea como empresa o como particular (…), artistas también, bueno, papelerías...."* **(181-187)**.
Segmentación	
*"**¿los diferenciáis?** No, no. O sea, tanto empresas como particulares les tratáis de la misma manera y... Sí, sí."* **(186-188)**	*"Uff... pues... um... o sea, sí pensamos quién realmente nos puede necesitar y con qué, hacemos propuestas y las llevamos."* **(194-196)**
Posicionamiento	
"…, hay mucha gente que dice que somos a veces demasiado baratas para lo que hacemos..." **(431-432)**	*"…es de buena calidad y muy bonito (…) no hay nadie más que haga lo que hacemos."* **(211-215)**, *"¿Papeles de Guara? Es un poco largo pero a la gente local de Huesca y alrededores sí. Gente que no... hay mucha gente que no sabe qué es Guara, y me han preguntado "porqué Guara" "porqué Papeles de Guara" y ya les tengo que explicar que son las montañas que... en donde estamos. Vale, y dirías que os perciben como un producto caro, económico...calidad, no calidad.... Pues... yo creo que un producto de calidad, artesano…"* **(360-367)**, " Sobre el nombre, Papeles de Guara, si son de la zona tienen más facilidad para relacionarlo con la sierra. Considera que perciben sus productos de calidad, artesano y con un precio inferior a la calidad que ofrecen.
ACCIONES DE COMUNICACIÓN	
"…No tenemos página web por ejemplo." **(70)**, *"en cuanto entramos hace unos meses en Instagram empezó la gente a pedirnos muestrarios desde Cádiz, desde todos los sitios..."* **(73-75)**, *"…vamos colgando las fotos así con lo que vamos haciendo…"* **(233-234)**, *"…ahora estamos más con Instagram que con Facebook, (…) es que Instagram diriges la fotografía a quien quieres que la vea* **(236-239)**,	*"…empezamos con tarjetas y folletos…"* **(222)**, *"…alguna feria como tipo en el Palacio de congresos (…) ferias en la calle (…) en Barcelona, una feria medieval que hacen en Alquezar…* **(223-225)**, *"Luego tenemos una página en Facebook y un Instagram y un blog. El blog está un poco abandonado y creo que solo tiene como los cursos…"* **(236-240)**, *"…lo que más nos ha funcionado es Instagram, porque en*

"…estuvimos en Etsy…" **(253)**, *"no tuvimos ningún feedback…"* **(276-277)**, *"…hemos dejado cosas en alguna tienda. (…)… pero tampoco nos ha funcionado muy bien…"* **(300-304)**, *"*	*Facebook tienes como a tus amigos..."* **(250-251)**, *"**Y de ir a empresas tiendas y demás.** Sí, también lo hemos hecho pero es que lleva muchísimo tiempo, hay que hablar, hacer una cita... y hay que estar allí un rato explicando, llevando muestras... y te dicen "que lo van a pensar" "que ya nos llamarán" algunos nos han encargado trabajos pero... otros nos han comprado un poco por el compromiso sabes, pero no han repetido."* **(275-280)**
ANÁLISIS EXTERNO	
Macroentorno	
"… un handicap tenemos por estar aquí, que a nosotras nos gusta porque es lo que queremos, pero igual si estuviéramos en Barcelona en medio de Barcelona cambiaría la cosa…" **(371-373)**, *"…yo ahora mismo no creo que la economía, Nacional me refiero, interfiera mucho en nuestros trabajo sabes, porque no vamos a cambiar mucho ni los precios ni la manera de trabajar, así que especialmente ahora no, nos influye yo creo..."* **(386-390)**, *"Claro, esto está muy bien porque está cambiando la conciencia, entonces sí que es verdad que hay más gente que tira hacia lo ecológico sabes..."* **(401-403)**	*"…estar en un pueblo nos afecta para tener menos trabajo, para que menos gente nos conozca, eso seguro."* **(315-317)**, *"En época de crisis tenemos menos trabajo porque la gente no quiere gastar y esto es algo que realmente es como un capricho porque se puede hacer más barato en una impresa normal."* **(324-327)**, *"No, muy poquita. O sea, si les explicas les gusta... les encanta saberlo, pero yo no creo que haya mucha conciencia. ¿No? Yo creo que no... o sea, sí cada vez más tal vez, pero... no... no lo sé."* **(343-346)**.
Mercado	
"como yo no conocía este... o sea, yo no conocía, nunca me había metido ni a investigar nada sobre este tema, entonces eh... no sé exactamente cómo va..." **(412-415)**	No sabe qué contestar.
Competencia	
"... Sí que habrá, habrá seguro... pero así tangibles que yo los vea tan... no." **(439-440)**	*"Pues está el Molino de Capellades que yo creo que esto es semi industrial, no es totalmente hecho a mano, pero... En Instagram nos sigue gente que hace papel artesano en España, pero hace unos papelitos muy pequeños, muy texturizados, muy bonitos y muy naturales pero sirven para otras cosas, no los puedes imprimir y así."* **(378-383)**
PLAN DE COMUNICACIÓN	
Objetivos	
"…lo que más nos interesa es eso, igual la manera de saber expandirnos. Daros a conocer básicamente, eso sería vuestro principal objetivo. Sí." **(459-461)**	*"…vender los pliegos eso es lo que yo prefiero…"* **(101-102)**, *"Que... crecer un poco más para realmente cumplir un objetivo de sueldo con el que estemos súper a gusto las dos."* **(390-391)**.
Presupuesto	
"…no sé, si fuera un poquito más adelante pues igual podríamos decir algo pero muy poquito porque es que no tenemos..." **(466-468)**	*"Uff... pues no sé, no tengo ni idea, pero poquito."* **(395-396)**

Anexo II. Ilustaciones acciones anteriores.

Ilustración 1: Parte frontal del folleto



Ilustración 2: Parte trasera del folleto



Ilustración 3: Frontal de la tarjeta de visita.



Ilustración 4: Trasera de la tarjeta de visita.



Ilustración 5: Parte frontal del muestrario.

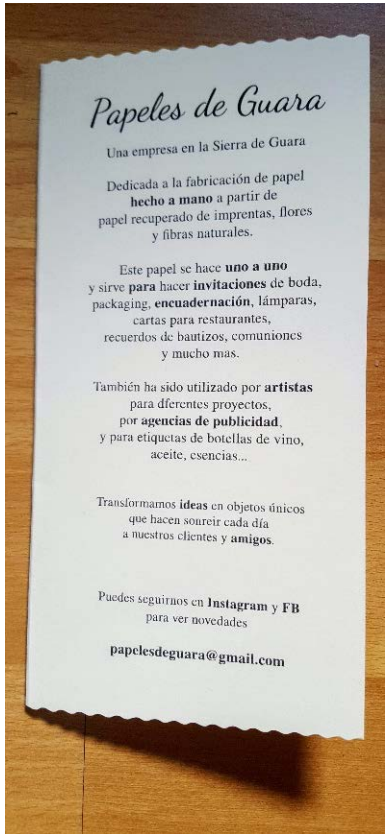


Ilustración 6: Parte interior del muestrario.



Anexo III. Primera combinación

Anexo III.I. Imagen visual corporativa.

Ilustración 7: Logosímbolo de Papeles de Guara en su versión cuadrada.



Ilustración 8: Colores corporativos para Papeles de Guara.



Ilustración 9: Logosímbolo de Papeles de Guara en su versión blanco y negro.



Anexo III.II. Página web de Papeles de Guara.

Ilustración 10: Cabecero.



Ilustración 11: Pie de la página.



Ilustración 12: Pestaña de Inicio de la página web.



Ilustración 13: Primera parte de la pestaña "Quiénes somos".

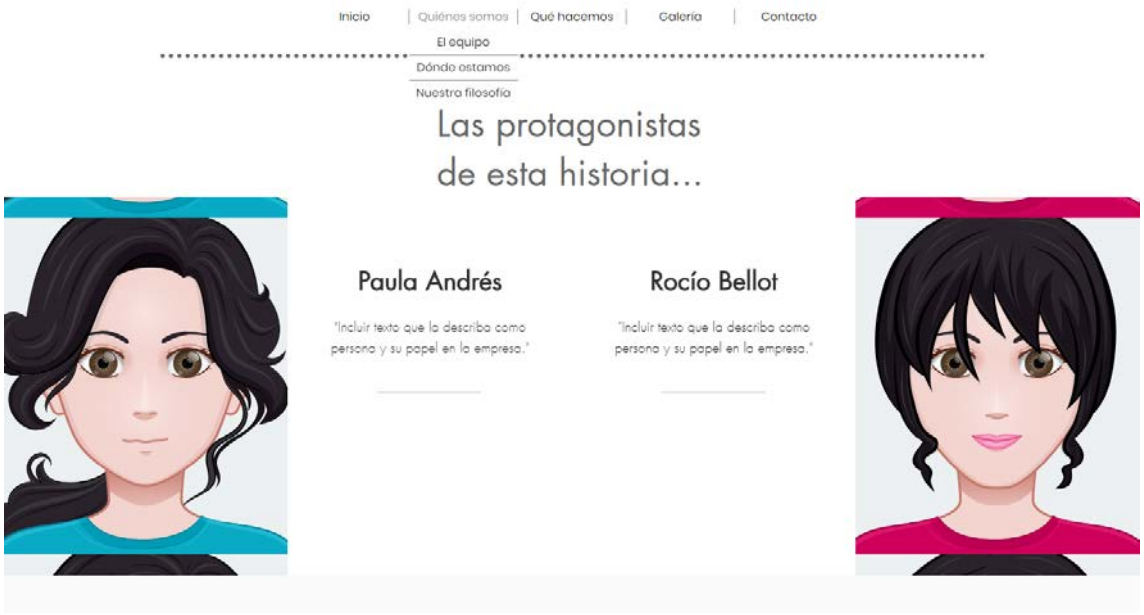




Ilustración 14: Segunda parte de la pestaña "Quiénes somos".



Nuestra filosofía...

Visión

Nuestra motivación es la de seguir creciendo junto con el entorno llegando a los rinconcitos más recónditos desde nuestro taller en Junzano.

Misión

Para conseguirlo damos una segunda oportunidad a los papeles olvidados con creaciones con las que inspirar emociones y devolver la calidez de la naturaleza, haciendo de este un mundo mejor.

Valores

Artesanía
Ya que cada proyecto lo consideramos una obra única usando siempre técnicas tradicionales.

Ecología
Donde conservar y proteger el medio ambiente con prácticas respetuosas resulta fundamental para nosotros.

Transparencia
Puesto que se trabaja con profesionalidad, pero más importante, con honestidad y autenticidad al tratar con nuestros clientes.

Calidad
Al aplicar el conocimiento adquirido sobre técnicas usadas en la industria papelera y adaptarlo a las técnicas tradicionales para conseguir pliegos únicos sobre los que es posible imprimir.

Pasión
La que tenemos al volcar cuerpo y alma en un proyecto que nos apasiona.

"...y me enamoré porque era más que estar sentada en un ordenador horas, era moverte y era sentir el agua, las temperaturas, las texturas de los materiales..."
Rocío Bellot

Ilustración 15: Pestaña de "Qué hacemos".

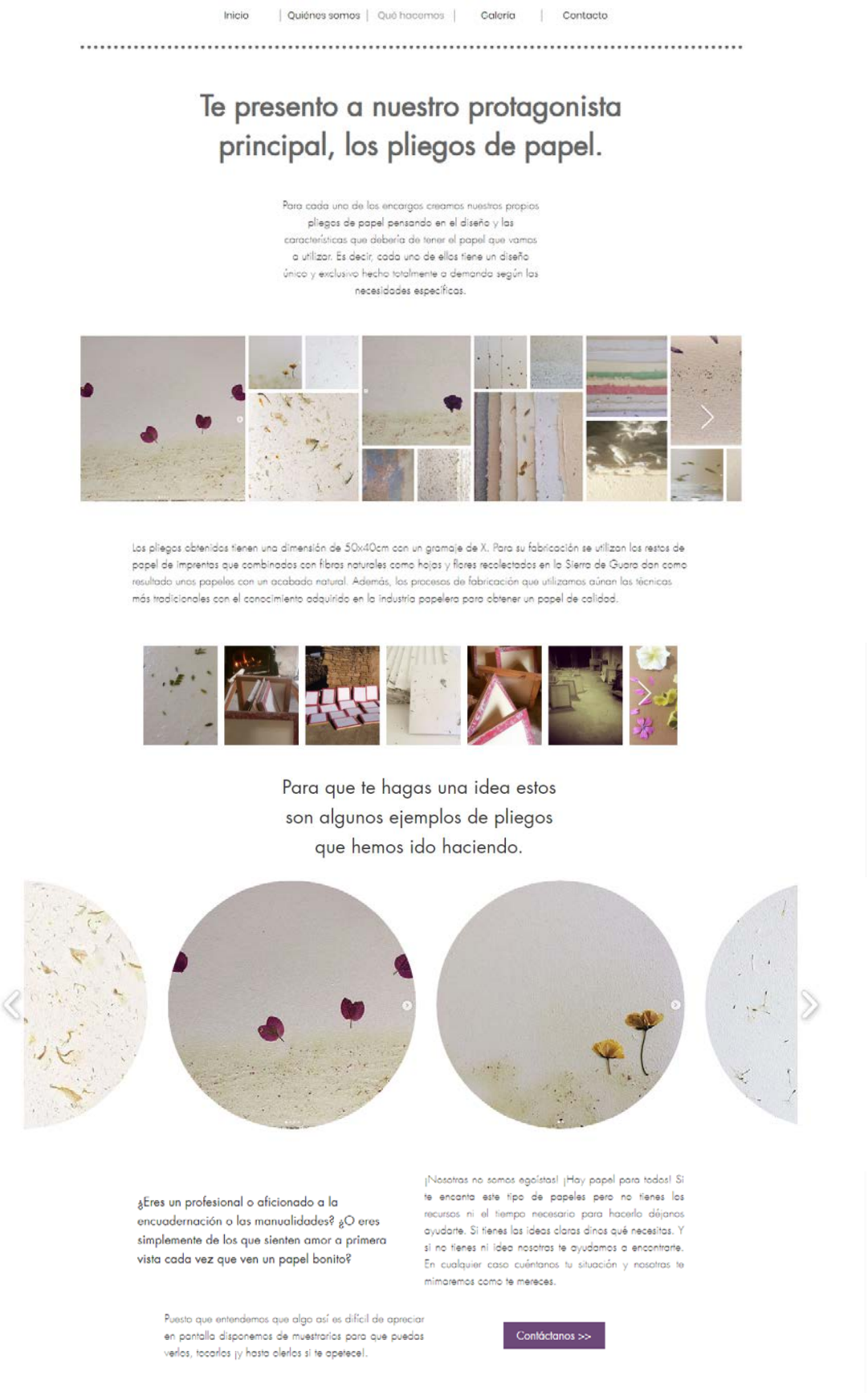


Ilustración 16: Pestaña de "Galería".

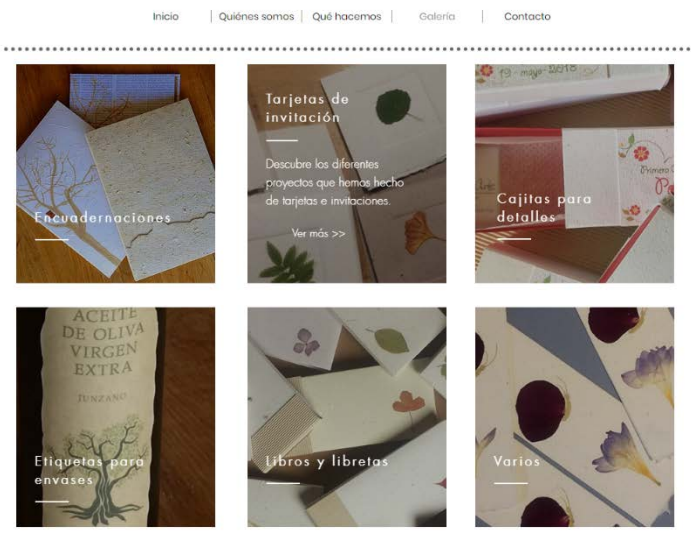


Ilustración 17: Ejemplo de página de categoría en Galería.

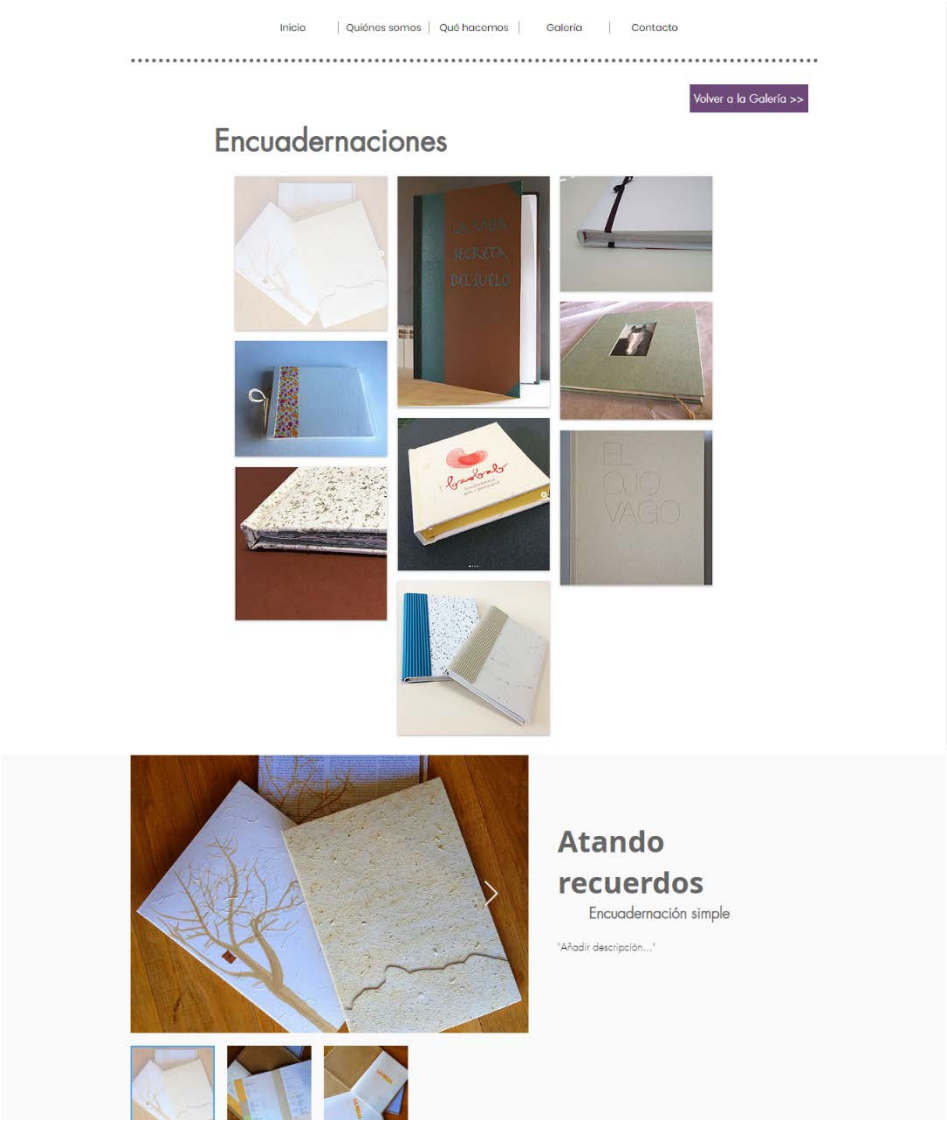


Ilustración 18: Pestaña de "Contacto".



Anexo III.III. Vídeos para la página web.

Dos van a ser los videos que irán en la página web, uno en la página de “Inicio” y el siguiente en la pestaña de “Quiénes somos”, subsección “Dónde estamos”.

Por un lado el **video** que irá alojado en la **página de “Inicio”**. El vídeo va a ser grabado con la técnica del *stop motion*, que consiste en la sucesión de fotografías que darán vida a una animación. Los elementos utilizados van a ser letras fabricadas con materiales de Papeles de Guara, fotos ilustrativas y elementos decorativos varios. A continuación, se va a mostrar el texto que aparecerá incluyendo ya la posición de los elementos mencionados: “¡Hola! Soy Palomina (una paloma de origami aparece para contar la historia) y estoy aquí para guiarte. Imagino que querrás saber un poquito más sobre Papeles de Guara (se coloca el Logosímbolo de la empresa en el centro). ¡Empecemos pues por el principio! (Las letras se van retirando) Te presento a nuestras protagonistas, Rocío y Paula (aparecen una foto para cada una), dos madres jóvenes enamoradas de la naturaleza (aparecen corazoncitos alrededor de sus cabezas y unas fotos de las montañas) que se vinieron a encontrar al mismo lugar. Fue entre Junzano y Casbas de Huesca (se colocan una foto de cada pueblo) donde la una le contagió a la otra su amor por la papelería (aparece un corazón y elementos como hojitas y flores prensadas). Así pues combinaron sus dos pasiones creando este proyecto con mucha ilusión al cual llamaron Papeles de Guara (las fotos, hojitas y flores se reúnen en el centro donde de repente aparece el logosímbolo). ¿Que por qué Guara? Fácil. Porque llevan todo el cotarro desde su hogar, la Sierra de Guara (entra una imagen del pico de Guara visto desde Huesca donde va a parar el logosímbolo que tiene su silueta), un precioso

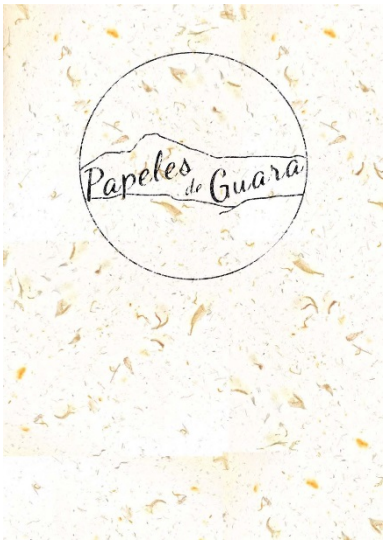
paraje en la hoya de Huesca. Pero no quiero enrollarme más… si quieres saber más acerca de este proyecto siéntete libre de curiosear entre estas páginas."

El segundo **video** será el alojado en la página "Quiénes somos", subsección **"Dónde estamos"**. El vídeo de la Sierra de Guara y sus alrededores va a ser filmado con un Xiaomi Mi Dron 4K y una cámara de móvil iPhone 5. La idea es combinar capturas de vídeo a vista de pájaro junto con grabaciones en tierra de los caminos y elementos intermedios con motivos florales y del papel, para que haya una relación con los pliegos de papel.

El vídeo se va realizar con la colaboración con el autor del canal de Youtube A ojo de Buitre, siguiendo la idea de su vídeo, Bárcabo[1].

Anexo III.IV. Álbum de fotos.

Ilustración 19: Portada de la carpeta-álbum de fotos.



Un ejemplo para unas invitaciones de boda podría ser el siguiente:

Título: "Una boda muy de campo."

Subtítulo: "Invitaciones de boda".

Descripción: "El matrimonio es un evento muy especial, es por ello que hasta el mínimo detalle importa. Estos dos enamorados lo llevaron hasta otro nivel. Sus invitados no recibieron cualquier tarjeta, pues querían incluir su sello personal en cada una de ellas. Así pues el papel que se fabricó exprofeso para estas invitaciones incluía la alfalfa de los campos del marido. ¡Será poco convencional pero por eso mismo nos encanta!".

[1] Ver Bárcabo: https://www.youtube.com/watch?v=yWq7Zt5X-jM&t=1s

Anexo III.V. Tarjetas de visita

Ilustración 20: Cara frontal de la tarjeta de visita.



Ilustración 21: Cara trasera de la tarjeta de visita.



Anexo III.VI. Marketing de guerrilla.

Ilustración 22: Conejito de origami con mensaje en su interior.



Ilustración 23: Mensaje del interior de la figura de origami.

¡Buenas!

Somos Papeles de Guara, una pequeña empresa perdida en la Sierra. Es por eso que hemos enviado a estos pequeños mensajeros en nuestro lugar.

Nos encanta hacer cuadernillos, cajitas y todo lo que se pueda uno imaginar usando cartón y papel fabricado en nuestro taller en Junzano. Si te gustan estas monerías y las cosicas hechas a mano deberías de echar un vistazo a nuestras redes sociales, búscanos como Papeles de Guara.

Un saludo,

Paula Andrés y Rocío Bellot

Visítanos en: **www.papelesdeguara.com**

Ilustración 24: Vista del stand desde arriba.

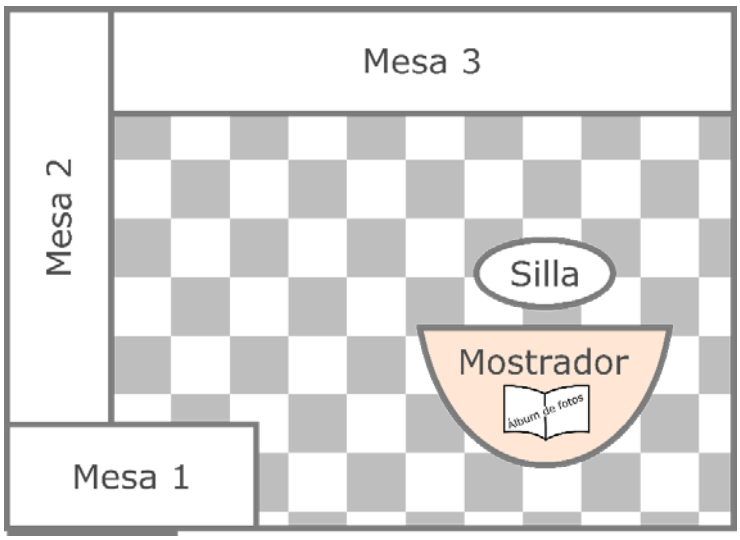
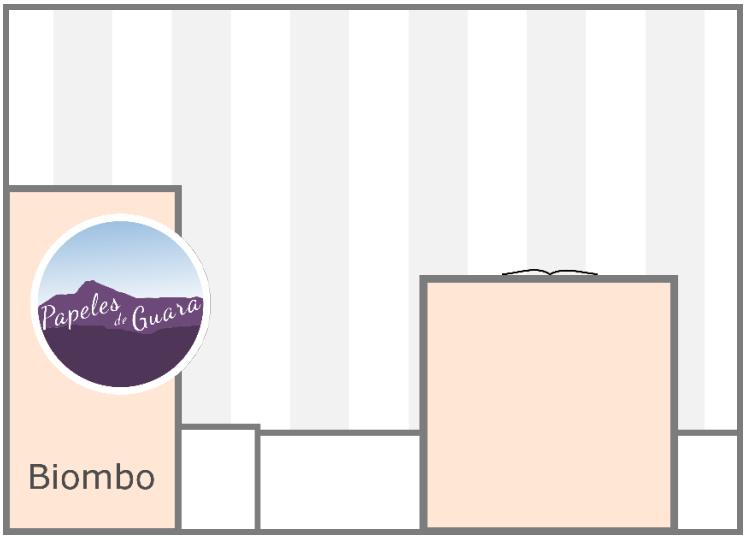


Ilustración 25: Vista frontal del stand.



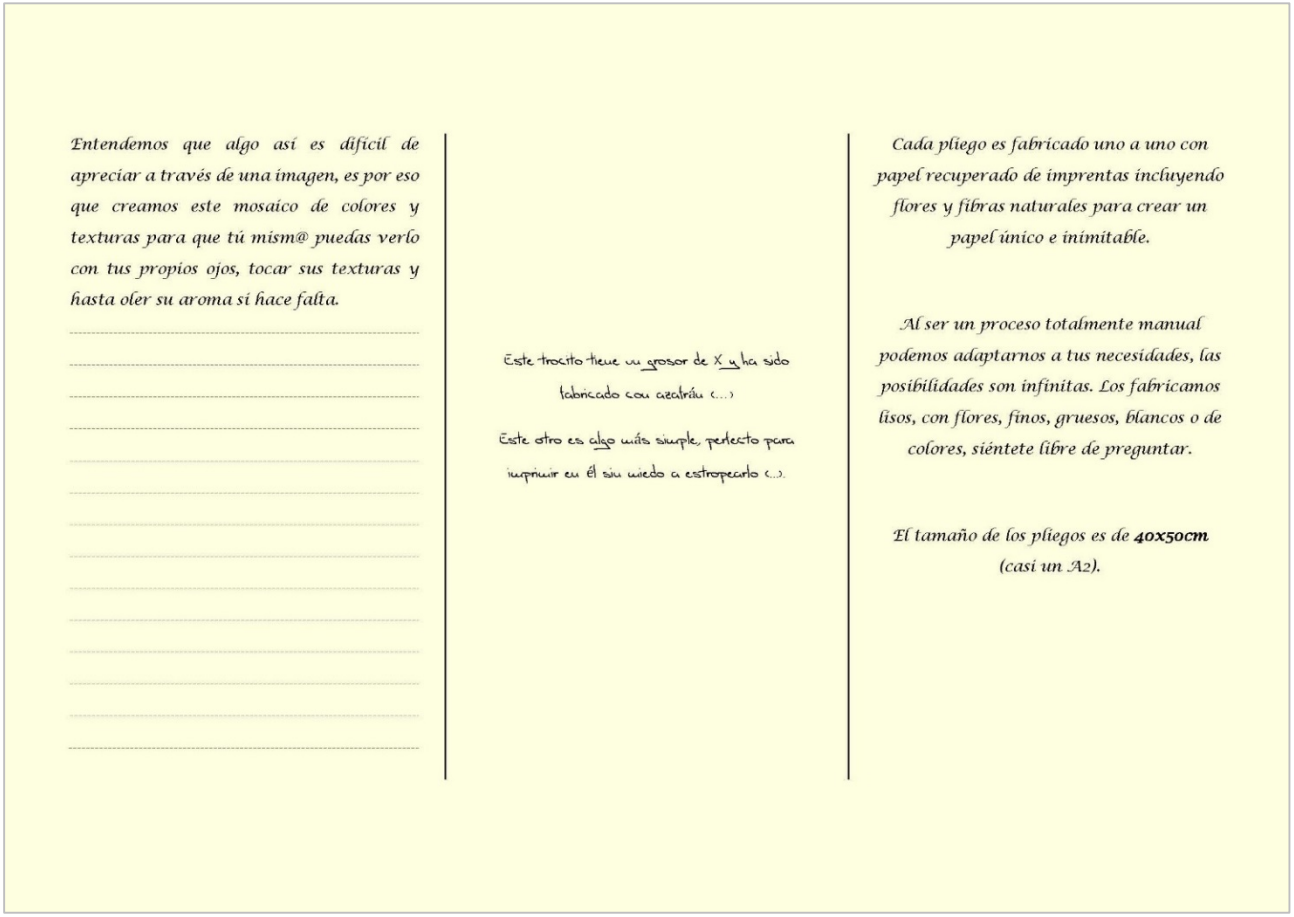
Anexo IV. Segunda combinación.

Anexo IV.I. Muestrario.

Ilustración 26: Portada y última página del muestrario.



Ilustración 27: Parte interior del muestrario.



Anexo IV.II. Marketplaces.

Estas son algunas de las cuestiones que se deberán incluir en la descripción de las tiendas en Etsy, Amazon handmade y Artesanum.

Nombre: “Papeles de Guara”

Descripción de la actividad y ubicación: “Papelería y encuadernación artesanal en Junzano, Huesca, España.”

Cita de una de las socias: “Me enamoré porque era más que estar sentada en un ordenador horas, era moverte y era sentir el agua, las temperaturas, las texturas de los materiales...” – Rocío Bellot

Acerca de Papeles de Guara: “Hace ya 4 años que nos decidimos a sacar adelante este proyecto. Junto con mi socia y amiga Paula Andrés fabricamos los más hermosos pliegos para hacer realidad tus proyectos. Cada encargo está hecho con amor y cariño, esta es nuestra pasión y así te lo queremos transmitir.”

Métodos de producción: “En Papeles de Guara fabricamos los pliegos de papel nosotras mismas uno a uno con técnicas tradicionales modernizadas para obtener un papel de calidad. Fabricado mediante papel reciclado, flores y fibras vegetales obtenemos un aspecto cálido y natural. Luego ya queda en tus manos decidir en qué deseas que se conviertan. “

Anexo V. Tercera combinación.

Anexo V.I. Redes sociales

Esto solo es una muestra de las ilustraciones de los ejemplos de publicaciones en redes sociales (ver todas las ilustraciones para las redes sociales). .

Ilustración 28: Anunciando las novedades en Instagram.



Ilustración 29: Manualidad con cuenta de Instagram recomendada.



Ilustración 30: Informando de asistencia a la feria en Instagram.



Anexo VI. Planificación, presupuestación y control de las acciones.

Anexo VI.I. Planificación temporal

Ilustración 31: Planificación temporal de las acciones para la primera combinación.

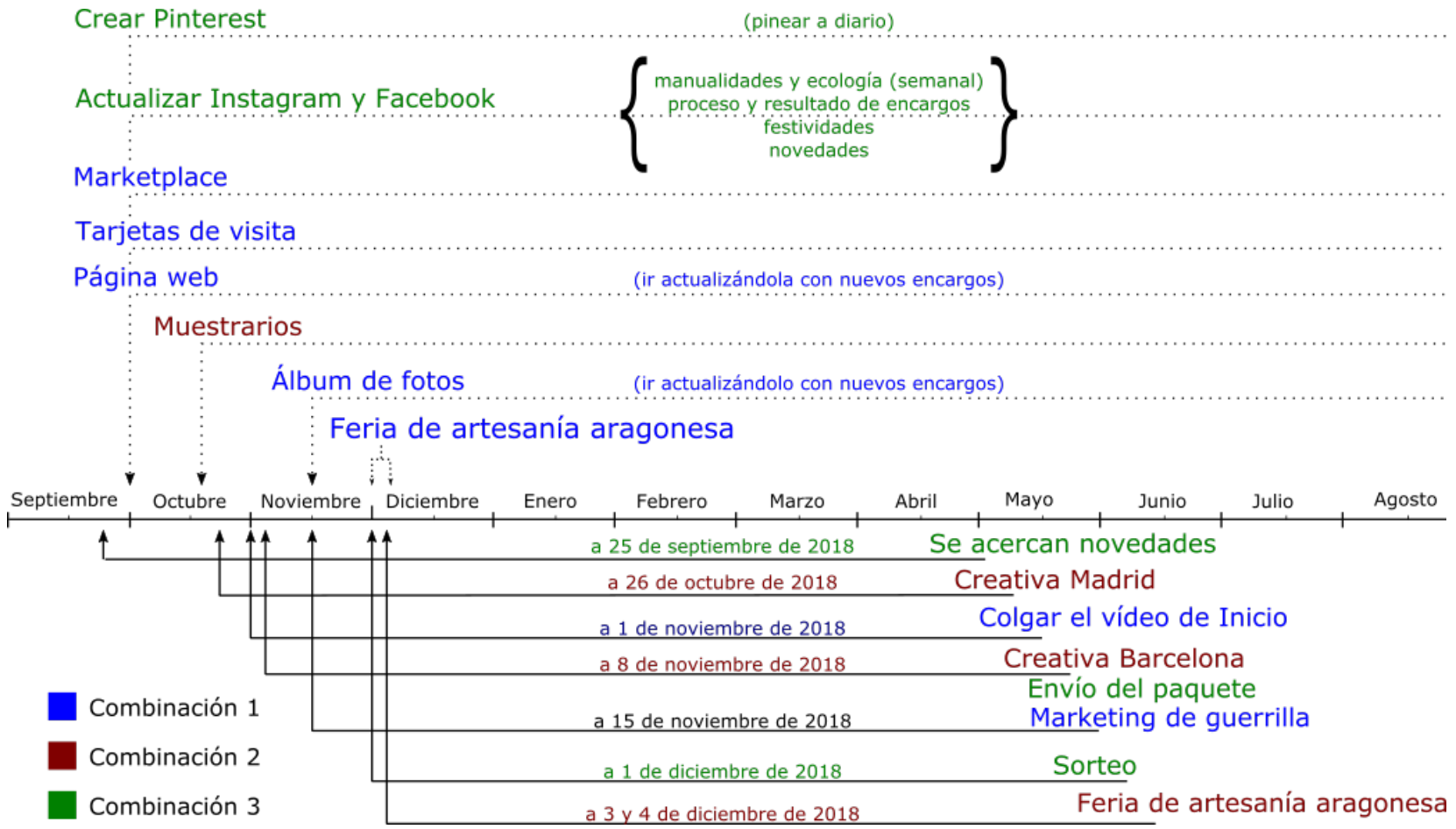


Tabla 1: Presupuesto para la combinación !.:

Recursos					
	Material				Humanos
Concepto	Descripción	Unidades	Precio unitario (€)	Precio total material	Encargado
			COMBINACIÓN 1		
Página web					Paula
Plan Unlimited		12	14,41 €/mes	172,92	
				Total de página	*172,92*
Álbum de fotos					Paula
Carpeta					
Pliegos	Para 40 hojas A4.	10	2,5	25	
Fotos	Se cuenta con al menos dos fotos de cada uno de los 80 proyectos que caben.	160	0,15	24	
Otros			5	5	
				Total del álbum	*54*
Tarjetas de vista					Indef.
Impresión		100	0,05	4,99	
Otros serv.	Servicio de revisión y corrección		1,99	1,99	
				Total de tarjetas	*6,98*
Marketing de guerrilla					Indef.
Sello			15,9	15,9	
Tinta			6,5	6,5	
Envío			1	1	
Pliegos	Cada pliego da para 6 figuras, así que para 360 figuras serán 60 pliegos	60	2,5	150	
Desplazamiento	A Huesca, Zaragoza y Teruel (Ida y vuelta)		66	66	
				Total de guerrilla	*239,4*
Stand feria					Rocío
Alquiler del espacio			625	625	
Paneles de cartón		6	9,09	54,54	
Tablero 1m	1m de largo		7,99	7,99	
Tablero	2m de largo	3	32,99	98,97	
Caballete		8	6	48	
Tela		7	3 €/m	21	
Taburete alto			14,99	14,99	
				Total feria	*870,49*
				TOTAL COMBINACIÓN 1	**1.343,79 €**

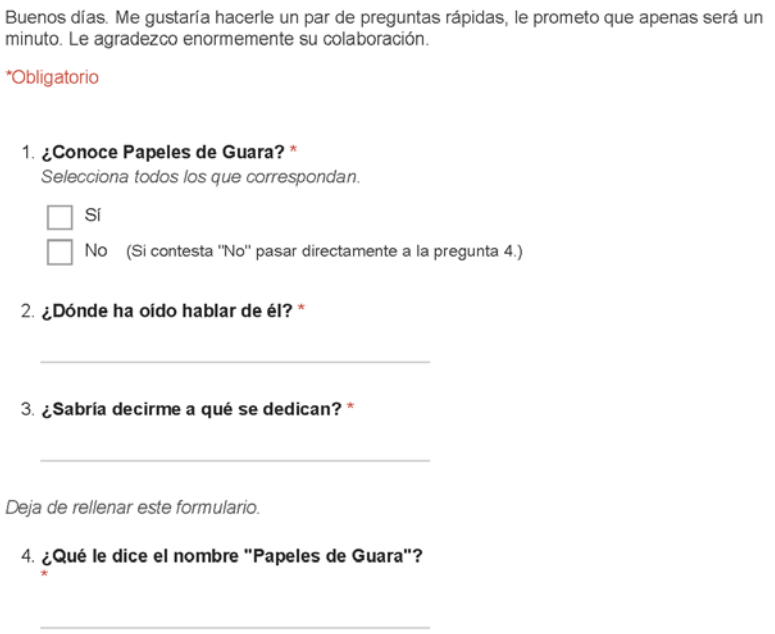
Tabla 2: Presupuesto para combinación 2 y 3.

Recursos					
	Material				Humanos
Concepto	Descripción	Unidades	Precio unitario (€)	Precio total material	Encargado
COMBINACIÓN 2					
Visita a ferias					Paula
Entrada	A Creativa Madrid y Barcelona.	2	7	14	
Desplazamientos	A Madrid (Ida y vuelta)		98	98	
	A Barcelona (Ida y vuelta)		58	58	
	A Zaragoza (Ida y vuelta)		24	24	
				Total visita ferias	*194*
Muestrarios					Paula
Cartulina	Van en paquetes de 50 unidades	50	0,03	1,36	
Trozos de pliegos			0	0	
				Total muestrarios	*1,36*
Marketplaces				0	Rocío
Dinero destinado	Dinero que destinará a cubrir los costes por publicación y otros conceptos.	12	10 €/mes	120	
				Total marketplaces	*120*
				TOTAL COMBINACIÓN 2	**315,36 €**
COMBINACIÓN 3					
Promoción-concurso					Rocío
Caja			2	2	
Cuadernillo		6	10	60	
Pajaritas de origami		6	0,42	2,5	
Envío			10	10	
Cartulina craft		3	0,21	0,63	
				Total sorteo	*75,13*
				TOTAL COMBINACIÓN 3	**75,13 €**
				PRESUPUESTO TOTAL	**1.734,28 €**

Anexo VI.III. Control

Contando con que la población aragonesa es de N = 1.308.750 habitantes con una confianza del 95% y un error muestral del 5% el tamaño muestral será de 385 aragoneses. Se utilizará un tipo de muestreo no probabilístico por cuotas, donde un 17% será de Huesca, un 73% de Zaragoza y el último 10% de Teruel. Puesto que la empresa dispone de recursos económicos limitados las encuestas se realizarán únicamente en las capitales de provincia.

Ilustración 32: Encuesta de control para la primera combinación.



Buenos días. Me gustaría hacerle un par de preguntas rápidas, le prometo que apenas será un minuto. Le agradezco enormemente su colaboración.

*Obligatorio

1. **¿Conoce Papeles de Guara?** *
   Selecciona todos los que correspondan.
   - ☐ Sí
   - ☐ No (Si contesta "No" pasar directamente a la pregunta 4.)

2. **¿Dónde ha oído hablar de él?** *

3. **¿Sabría decirme a qué se dedican?** *

Deja de rellenar este formulario.

4. **¿Qué le dice el nombre "Papeles de Guara"?** *

Tabla 3: Ficha de control para la feria de artesanía aragonesa.

	Día								
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
Número de personas que **se acercaron a mirar de cerca**.									
Número de personas que **interactuaron conmigo**.									
Número de personas que **observaron el álbum de fotos**.									
Número de ventas									
Productos que se han vendido:									
Día 1									
Día 2									
Día 3									
Día 4									
Día 5									
Día 6									
Día 7									
Día 8									
Día 9									
Cuestiones destacables a anotar:									

Tabla 4: Ficha de control para las visitas en ferias.

	Creativa Madrid	**Creativa Barcelona**	**Feria de artesanía aragonesa**	
			Día 1	Día 2
Total de personas a las que me he acercado.				
Número de muestrarios entregados.				
Número de tarjetas de visita entregadas.				
Cuestiones destacables a anotar:				