

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES**

**INFORME TÉCNICO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

CASO EMPRESARIAL PUBLICIDAD RUIZ

GICSE

**JUNIO 2018
BUCARAMANGA**

Informe Técnico del Proyecto de Investigación
CASO EMPRESARIAL PUBLICIDAD RUIZ
Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander
Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas
PBX 64130000 Telefax 6447777
Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
1. OBJETIVOS.....	5
2.1. Objetivo general.....	5
2.2. Objetivos específicos	5
2. DURACIÓN.....	6
3. ACTIVIDADES REALIZADAS.....	6
4. INDICADORES VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS ... ¡Error! Marcador no definido.	
5. MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	10
6. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	10
7. REFERENCIAS.....	11

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA PROYECTO CÓDIGO XXX			
Título	CASO EMPRESARIAL PUBLICIDAD RUIZ		
Investigador principal	Alba Patricia Guzmán Duque PhD	Código	30.329.089
	Email aguzman@correo.uts.edu.co	Celular	3165363774
Datos del investigador		Código	
	Email		Celular
Datos del investigador		Código	
	Email		Celular
Datos del investigador		Código	
	Email		Celular
Grupo de investigación	GICSE		
Línea de Investigación	COMPETITIVIDAD Y CLIMA DE NEGOCIOS		
Lugar y fecha de ejecución	Bucaramanga, Santander, Colombia		
Duración	2 Meses		
Tipo de proyecto	Proyecto de Investigación: Creación de un banco de casos de las empresas de Santander		
Costo	59'460.000		
Palabras claves	Empresas, emprendimiento, casos de estudio, administración		
Nombre de la Empresa	Publicidad Ruiz		
Representante Legal.	Zabulón Ruiz Carrillo		
Cédula de ciudadanía o NIT	91.240.432-9		
Dirección completa	Carrera 15 # 17 -22 y la Carrera 23 # 17-27 san Francisco		
Ciudad / Departamento	Bucaramanga/Santander		
Teléfonos / Fax / Celular	6710435 – 3104806824		
Correo electrónico	gerenciageneral@publicidadruiz.com.co		
Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.			
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Publicidad Ruiz, está fundamentada como una empresa de carácter expansivo cuyo objetivo ha sido cumplir con los compromisos adquiridos a corto y mediano plazo a los clientes que ya gozan de ser fieles al servicio de los productos tradicionales.

También se describe información relacionada con el empresario, las diferentes decisiones relevantes que se han tomado, sus estrategias para mantenerse vigente en el mercado como una de las empresas más competitivas del sector a lo largo del tiempo.

Este proyecto pretende reconocer como es el funcionamiento de las empresas Santandereanas y su presencia en el mercado local, así como también acercar al estudiante a un entorno empresarial mucho más real que le permita obtener más conocimientos que contribuyan a su idea de negocio a la hora de emprender y manejar o administrar un negocio.

1. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Elaborar el caso empresarial **PUBLICIDAD RUIZ** a partir de variables históricas, de contexto, del empresario y de la empresa, con el propósito de lograr la caracterización de la organización en un contexto con sentido para la comunidad académica.

1.2. Objetivos específicos

1. Describir los aspectos relacionados el empresario, la empresa, diferentes situaciones organizaciones, sus decisiones estratégicas que han propendido por su estabilidad en el tiempo.
2. Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.
3. Compilar la información resultante de los diferentes aspectos abordados con el propósito de elaborar el caso empresarial de la organización **PUBLICIDAD RUIZ**.
4. Formular un diagnóstico organizacional que permita al empresario una visión general sobre la situación actual de su empresa.

2. DURACIÓN

4 MESES

3. ACTIVIDADES REALIZADAS.

Objetivo 1	DESCRIPCION DE LA EMPRESA	Fecha: 2017
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
1. DATOS DEL EMPRESARIO	Nacido en Bucaramanga Santander, criado en Medellín Antioquia, apasionado por el deporte, jugador de varios equipos de fútbol reconocidos en el país como el Atlético Bucaramanga, jugador profesional de mini tejo y tenis. Aunque sus padres no decidieron continuar su relación y se divorciaron siempre obtuvo el apoyo incondicional de su padre.	
2. NOMINACION	a. Nombre del Empresario y/o propietario: Zabulón Ruiz Carrillo b. Edad: 52 años c. Estado civil: Casado d. Estudios realizados: Publicista e. Entidades donde realizó los estudios por cada nivel de formación: PROMOCION 1986 DEL COLEGIO SANTANDER – PROFESIONAL EN PUBLICIDAD PROMOCIÓN 2008 DE LA UPB f. Familiares que tiene a cargo: Esposa e hijos. g. Lugar de Nacimiento: Bucaramanga h. Datos de contacto: 6710435 – 3104806824 – gerenciageneral@publicidadruiz.com.co	
3. ORIGEN DE LA EMPRESA	PUBLICIDAD RUIZ fue creada por el señor Carlos Ruíz Toscano en la ciudad de Bucaramanga pues se vio en la necesidad de cubrir algunos gastos y aprovecho sus conocimientos para crear la empresa y así tener una vida económica estable.	

Objetivo 2	ANALISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
4. NOMINACION	<p>i. Nombre de la organización: PUBLICIDAD RUIZ j. Imagen Corporativa de la Organización (condición mínima: Logotipo) NIT de la organización: 91.240.432-9 l. Razón social de la organización: ZABULON RUIZ CARRILLO m. Direcciones de domicilio en las que ha estado la organización a través de los años: Carrera 15 # 17 -22 y la Carrera 23 # 17-27 san Francisco, Bucaramanga. n. Años de existencia de la empresa: 27 años en el mercado o. Capital inicial utilizado para la creación de la organización: \$500.000 pesos. p. Capital actual de la organización: \$470.852.501 q. Número de empleados en los momentos de inicio de la organización: 3 r. Número actual de empleados: 18 s. Productos y/o servicios que dieron vida al origen de la organización: Avisos pintados a mano. t. Productos y/o servicios actuales de la organización: vallas publicitarias, avisos luminosos en Pana Flex y acrílico, señalización industrial, pendones y pasacalles</p>	
5. DESARROLLO DE LA ORGANIZACION	<p>En sus inicios la organización se desempeñaba con dos empleados, el dueño en ese tiempo y fundador dela empresa el señor Carlos Ruiz Toscano y su ayudante, se inició con pequeños trabajos como letreros y avisos pintados. Tiempo más adelante el señor Carlos Ruiz entro en una recesión económica bastante fuerte lo que lo llevo prácticamente a la quiebra y decide vender la compañía a su hijo y actual dueño el señor Zabulón Ruiz, desde entonces publicidad Ruiz comenzó su proceso de evolución y crecimiento, paso de ser un taller de publicidad a ser una empresa. En 2005 2005 se vio la necesidad de invertir en tecnología de punta, aboliendo así las antiguas prácticas. Actualmente PUBLICIDAD RUIZ cuenta con maquinaria avanzada en la industria gráfica y día a día progresa en tecnología lo que los hace una organización eficiente que cumple a sus clientes. En cuanto al personal la empresa inicio con dos empleados y hoy en día cuenta con 18 colaboradores entre los cuales están la parte gerencial, supervisores, auxiliares, instaladores y conductores.</p>	

Objetivo 3	ELABORACION DEL CASO EMPRESARIAL	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
6. CONEXTO ORGANIZACIONAL	<p>PROBLEMAS El problema más significativo que tuvo que afrontar la empresa fue la crisis económica por la que atravesó su fundador el señor Carlos Ruiz la cual lo llevo a tomar la decisión de venderla a su hijo y que este le diera un nuevo rumbo. Una debilidad que poseía la empresa en ese momento era la poca vida crediticia y su falta de capital para iniciar su expansión, gracias a préstamos realizados en bancos se pudo contar con los recursos para ampliar su infraestructura y poder contratar más personal. OPORTUNIDADES Se logró ampliar la línea de producción incluyendo nuevos productos lo que permitió que la empresa fuera más competitiva en el mercado. Esto fue posible con la implementación de nuevas tecnologías en maquinaria y manteniendo la tendencia del mercado.</p>	

Objetivo 4	DIAGNOSTICO	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
7. MARCO CONCEPTUAL	<p>Marco Conceptual</p> <p>ADHESIVOS: El papel adhesivo es un tipo de papel especial que tiene por debajo una cinta de pegamento que permite pegar y despegar las hojas individuales de diferentes superficies. La tecnología especial para poner el pegamento permite usar los productos sin dejar rastros de esta sustancia. Actualmente el papel está disponible en diferentes colores y gramaje. También la posición de las cintas de pegamento puede variar. De este modo disponemos de productos de diferentes tamaños.</p> <p>ACRILICO: El acrílico es un ácido obtenido en forma industrial al actuar cianuro de hidrógeno o ácido cianhídrico sobre óxido de etileno. Esto produce que se separe el agua y se forme el nitrilo. De la saponificación posterior del nitrilo se obtiene el ácido acrílico. Es un líquido corrosivo cuya fórmula química es $CH_2=CHCO_2H$ ($C_3H_4O_2$). Es incoloro y su olor es muy fuerte.</p> <p>PANAFLEX: Los letreros de panaflex o caja de luz son contruidos con lámina metálica galvanizada resistente al óxido. El sistema de iluminación es electrónico, alargando la durabilidad de los tubos fluorescentes y transformadores. Lona translúcida utilizada para avisos luminosos que permiten la reflexión de la luz. PANTALLAS LCD: Las pantallas de cristal líquido disponen de un gel líquido cristalino que se intercala entre dos paneles de vidrio o plástico de visualización; se divide en pixeles por una rejilla de transistores de metal, que suministran a cada píxel con una corriente eléctrica diferente, lo que les permite iluminar en diferentes colores. Esto es lo que crea la imagen en la pantalla. Todo el monitor LCD está retro iluminado por una sola bombilla grande. PASACALLE: Lienzos de gran tamaño para publicitar. Son formas de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad, o la promoción de un evento. Estos podrán colocarse por un tiempo pactado y ubicación con la Municipalidad respectiva. PENDON: es una Impresión que se caracteriza por ser más larga que ancha y que además pende o cuelga para ser expuesto o exhibido, los pendones se entregan con tubos de aluminio con acabados de plástico y cordón de nylon o bien con piezas de madera típicas para ser usados en pendones de exposición en carreteras o vías de comunicación, como son calles, pasos peatonales, etc. VALLAS: Una valla publicitaria y/o panel publicitario es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios.</p>	
8. MARCO LEGAL	<p>Corte Constitucional 535 de 1996 y 064 de 1998; Ver el Decreto Distrital 959 de 2000</p> <p>Artículo 1º.- Campo de la aplicación. La presente Ley establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.</p> <p>Se entiende por Publicidad Exterior Visual, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatones o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.</p> <p>No se considera Publicidad Exterior Visual para efectos de la presente Ley, la señalización vial, la nomenclatura urbana o</p>	

	<p>rural, la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso. Tampoco se considera Publicidad Exterior Visual las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza.</p> <p>Artículo 2°. - Objetivos. La presente Ley tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual.</p> <p>La Ley deberá interpretarse y aplicarse teniendo en cuenta los anteriores objetivos.</p> <p>Artículo 3°. - Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:</p> <p>a. En las áreas que constituyen espacio público de conformidad con las normas municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas que se expidan con fundamento en la Ley 9 de 1989 o de las normas que la modifiquen o sustituyan. Sin embargo, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos de amueblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades. b. Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales.</p>
<p>9. MARCO TEORICO</p>	<p>Contexto organizacional Una empresa de publicidad exterior debe establecer las actividades necesarias para cumplir con los requisitos de los clientes relacionados con el producto y/o servicio suministrado por empresas de Publicidad, manteniendo canales de comunicación eficaces para la identificación y solución de las necesidades, quejas y sugerencias de los clientes. Empresas como Publicidad Ruiz deben tener una capacidad instalada bastante amplia pues deben contar con un gran espacio para producir sus productos, aparte de esto deben contar con un capital económico amplio para adquirir materias primas de excelente calidad y así poder ofrecer productos de calidad. Su función básicamente es captar la necesidad un cliente, elaborar lo que este necesita para ofertar sus productos y así darse a conocer en el mercado. Y para complementar, la responsabilidad en seguridad industrial, es un compromiso de todos, por tal motivo, los empresarios no solo en Santander si no en Colombia deben adoptar un compromiso de vida basado en la seguridad, por esta razón empresas como PUBLICIDAD RUIZ promueven el bienestar y la integridad humana, ejecutando preparación continua con todo su personal en el área de seguridad industrial empresarial. Casos de estudio; Haciendo una breve revisión de la literatura con relación a la elaboración de casos empresariales desde el que hacer de los Grupos de Investigación se describen brevemente</p>

	<p>los siguientes referentes: Surgió de la necesidad de contar con un instrumento que posibilite la creación de un Banco de Casos de Emprendedores o Casos de Modelaje con el fin de acompañar los procesos del Servicio de Atención al Empresario, Los docentes investigadores de tiempo completo del CEIPA publican el libro Casos Empresariales Colombianos “Decisiones gerenciales ante momentos de crisis” a partir de un ejercicio investigativo en las organizaciones como PANACA, Cultivos</p>
--	--

4. MEDIOS DE DIFUSIÓN

Repositorio Institucional
 Blog Institucional
 Capítulo del libro

5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Es un proyecto enfocado en una empresa santandereana, en la cual a través de la investigación y recopilación de información nos indica los funcionamientos y las problemáticas a las que se ven expuestas las empresas de publicidad en nuestra región.

Publicidad Ruiz es una empresa de gran trayectoria y reconocimiento en el sector lo que le ha permitido mantenerse a través del tiempo y además se ha expandido ampliando su portafolio de productos.

En el año 2015 fue un año de grandes ingresos debido a que fue época de campañas electorales lo que aumentaron los ingresos de la empresa y se pudo saldar algunas cuentas pendientes por pagar.

Para la empresa el 2016 fue un año de baja en la venta lo que se ha visto reflejado en los balances y estados de resultados de este año. Finalizando el año se vio un aumento en las ventas lo que ayudo a recuperar las pérdidas que produjo el primer semestre

En este 2017 se ha visto un leve aumento con respecto al semestre del año inmediatamente anterior y se espera que esta tendencia continúe al alza.

6. REFERENCIAS

- [1] Vargas, A., Rodríguez F., y Moreno. J. Corporación Andina de Fomento. Guía Metodológica para la Elaboración de Casos Emprendedores..
- [2] Rave. E., Gonzalo, J. (2011).Casos Empresariales Colombianos. Institución Universitaria CEIPA. Decisiones Gerenciales ante Momentos de Crisis. Serie 1... ISBN 978-958-99767-7-7
- [3] Grupo de Investigación Estrategia y Gestión Empresarial. Proyectos de Investigación del Grupo. Universidad Tecnológica de Bolívar...
- [4] Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (2011). Colombia CECODES. Sostenibilidad en Colombia. Casos Empresariales.. ISBN 978-958-99020-4-2
- [5] Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes. Casos relacionados con los sistemas y arquitecturas empresariales focalizados en la cadena de valor, y los procesos de front- office y back- office.
- [6] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. (2005). Madrid, España. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Ediciones Díaz de Santos..
- [7] Ogliastri, E. (1991). El método de casos. 13 de Marzo de 2014, de Universidad ICESI
Sitio web:
http://www.icesi.edu.co/contenido/pdfs/carti-lla_el_metodo_de_casos.pdf
- [8] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. (2005) NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: EdicionesDíaz de Santos.
- [9] Ellet, W. (2007) The Case Study Handbook .How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts. p. 658.
- [10] Espíndola, J. (2000) Reingeniería Educativa el pensamiento crítico: como fomentarlo en los alumnos. México: Pax.
- [11] Easton, G. (1992) Learning from case studies. Gran Bretaña: Prentice Hall.

ANEXOS