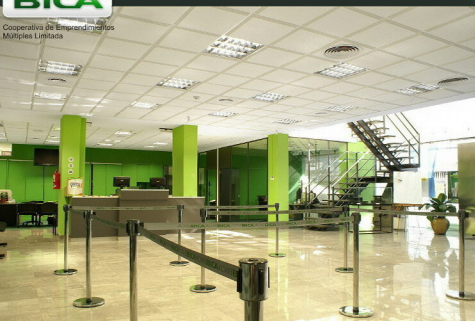


## Emprendimiento Institucional del Grupo Bica

Imagen corporativa refinada y funcional con placas HORPAC



Cooperativa de Emprendimientos  
Múltiples Limitada



### Una Imagen Corporativa Refinada

BICA COOPERATIVA DE EMPRENDIMIENTOS MULTIPLES LTDA.

Recientemente esta Entidad inauguró una Mutual ubicada en calle 25 de Mayo 2446 de la Ciudad de Santa Fe. El local luce una imagen corporativa refinada y funcional, en donde se destacan los cielorrasos termoacústicos HORPAC.



El proyecto fué realizado con las placas modelo "CAPITEL", de la línea Alta Gama, en oficinas, salón principal, salas de reuniones, y atención al público, siendo esta placa uno de los modelos más nuevos. Posee un espesor de 35 mm, de terminación salpicada, tiene un solo módulo de presentación de 0.61x0.61, y como todos los modelos HORPAC, se fabrican en las tres modalidades: estándar, barrera, e hidropius. Es ideal para otorgar un componente clásico a los espacios en los cuales el cielorraso es un protagonista importante en el diseño, brindando un aspecto visual muy llamativo y exclusivo, además de cumplir perfectamente con los requisitos en cuanto a las propiedades ignífugas y termoacústicas.

El Grupo Bica tiene como cabeza visible a Bica Cooperativa de Emprendimientos Múltiples Limitada, pero está compuesto, además, por la Regional Trade (compra, venta y fabricación de productos), el área financiera (Credi Bica, Bica Cambio, Bica Ágil, Carta 10, la línea de préstamos personales y demás), Fundación Bica (una institución educativa y cultural), Bica Infancia, Educación a Distancia (sistema educativo no formal), la biblioteca popular y la sociedad de bolsa para mercados de capitales (FideBica). Así, HORPAC, gracias a la incorporación de tecnología y la inversión en nuevos diseños, se va consolidando como proveedor de numerosas entidades y corporaciones del país.

## Panorama de los medios de comunicación



Las estrategias de marketing y publicidad están siendo transformadas por los nuevos hábitos y tendencias de los consumidores dando paso a una nueva era mucho más social, participativa e interactiva.

Nos encontramos sin duda ante uno de los momentos en los cuales, todo cuanto sucede entorno a los medios de comunicación y la publicidad está experimentando importantes y rápidos cambios, donde los medios de comunicación tradicionales como la prensa escrita están siendo superados por los nuevos medios digitales, dando origen a nuevas y diferentes formas de comunicar, emitir y dirigir sus mensajes a través de los nuevos canales y medios de comunicación sociales, estableciendo mejores relaciones y vínculos emocionales con los usuarios y clientes.

Internet ha captado a las audiencias principalmente de programas de noticias y medios impresos. Paulatinamente los anunciantes comienzan a ver los medios impresos como medios complementarios más que como una primera opción.

Consecuentemente, algunos especialistas, pronostican una caída de la prensa escrita y del sector de revistas, durante los próximos años. La radio comercial se sustentará parcialmente gracias a sus altos niveles de audiencia, pero tal como sucede a otras plataformas mediáticas, se le planteará el reto de salvaguardar su terreno (y su mercado) en años venideros. Asimismo, estiman que la publicidad de exterior, contemplará un moderado crecimiento.

La información sobre los productos, servicios y marcas a través de internet está creciendo de forma exponencial. Ello implica que ante tal variedad y volumen de información, los consumidores ahora tienen que comparar mucho más a la hora de tomar sus decisiones de compra, en función de sus necesidades reales. Por supuesto, ante la diversidad de opciones, los usuarios y consumidores online cada vez tienen más en cuenta la confianza transmitida de las experiencias, opiniones y valoraciones de otros usuarios a través de los medios sociales. Esta tendencia sin duda sigue en aumento y cada vez, más compradores recurren a las opiniones de otros clientes para tomar sus decisiones de compra.