



Escuela Superior Politécnica del Litoral



PROYECTO PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE DISEÑO GRAFICO, PUBLICIDAD Y MARKETING EN LA CIUDAD DE MILAGRO

Presentado por:

María José Arzube Abad
Arturo Solórzano Arboleda
Martha Peña Gutiérrez

“Publimark”



INTRODUCCION

- La ciudad de San Francisco de Milagro durante los últimos años ha presentado una tasa de crecimiento en los diversos sectores del mercado, esto gracias a la presencia de grandes industrias y a la creación de microempresas dentro de la ciudad.
- Existen establecimientos que ayudan a la promoción de los negocios dentro de Milagro que no llenan las expectativas de los clientes.



San Francisco de Milagro

- Milagro es un cantón que ocupa una importante zona agrícola.
- Se destacan los ingenios azucareros, que generan la mayor parte de la producción de azúcar del país.
- La importancia agrícola del Cantón ha sido reconocida por su producción de arroz, café, cacao, piña y caña de azúcar predominando en sus campos el color verde.

Problemas y oportunidades

Necesidad que tienen las empresas de hacerse conocer, publicitar y/o promocionar sus productos o servicios sin tener que salir de la ciudad o pagar un poco más por el valor de las artes o material audiovisual.

CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

- Impresión con alta tecnología de trabajos previamente realizados por el cliente en una variedad de papeles, tamaños y colores.
- Planes de marketing, elaboración de investigación de mercado.
- Diseño de logos e isotipos, afiches, folletos, diplomas.

Objetivo General

- Ser pioneros y ganar reconocimiento en el mercado de Milagro por medio de estrategias de mercadeo innovadoras

Objetivos Específicos

- Establecer el área de construcción del local en base a la demanda proyectada según la investigación de mercado.
- Determinar todos los ingresos y costos incurridos en el proyecto.
- Obtener la rentabilidad del negocio, mediante índices de financieros.
- Determinar el riesgo del negocio en distintos escenarios.



Estudio Organizacional

Misión

- Ofrecer las mejores alternativas de diseño y tecnología, que colaboren con cada uno de los objetivos de crecimiento, brindándole servicios de calidad, vanguardia y experiencia.

Visión

- Posicionarnos siendo competitivos y ganando reconocimiento en el ámbito de diseño, publicidad, marketing, medios impresos, brindando a los clientes la mejor calidad y profesionalismo en sus proyectos dentro de la ciudad de Milagro para así lograr una expansión a nivel Nacional.

Análisis F.O.D.A.

Fortalezas

- Asesoramiento al cliente.
- Mano de obra calificada.
- Actualización constante de la tecnología y equipos utilizados.

Debilidades

- No se cuenta con una cartera de clientes sostenible debido a que la empresa está ingresando al mercado.
- La marca será nueva y no estará posicionada en la mente de los consumidores.

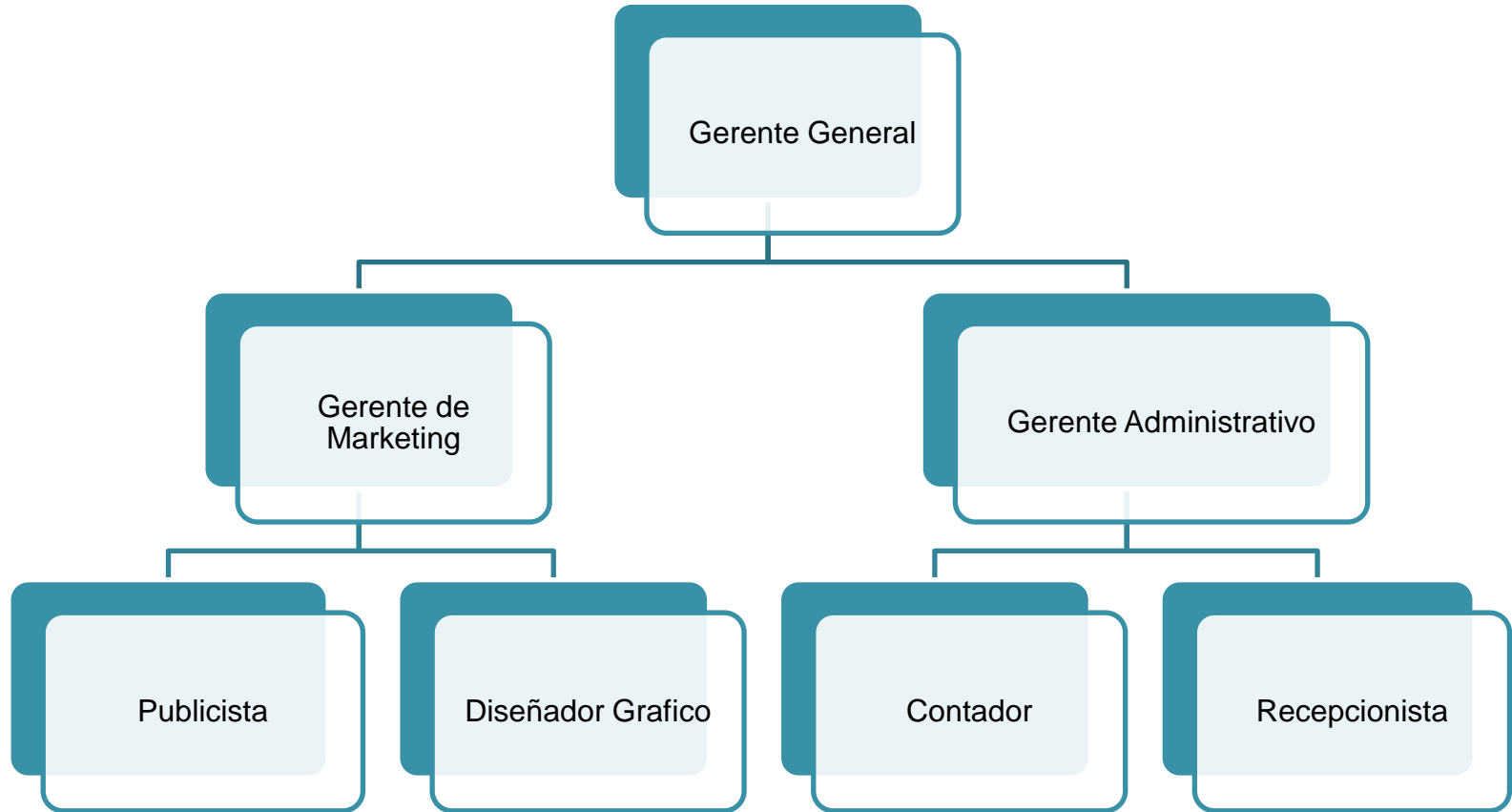
Oportunidades

- El mal servicio que brindan los locales.
- El 80% de los negocios en Milagro hacen uso de promociones como volantes, letreros, roll ups por lo menos 3 veces al año

Amenazas

- Existe competencia empírica y profesional en el mercado.
- Existen locales que ofrecen servicios a bajos costos con baja tecnología.

Nuestro equipo de trabajo



Investigación de mercado

Objetivos:

- Conocer el perfil de los posibles clientes.
- Determinar la demanda proyectada.
- Conocer la competencia.
- Conocer las posibles ubicaciones del local hasta llegar a establecer el lugar más adecuado.

Investigación de mercado

Necesidad de información:

- Población total actualizada de la ciudad de Milagro.
- Total de negocios formales establecidos en la ciudad de Milagro.
- Se estima un mercado objetivo compuesto por 1000 negocios y/o personas

Metodología de Investigación

- Fuentes de información:
 - Primaria
 - Secundaria
- Se obtendrá información por medio de encuestas, se realizaran un total de 257 encuestas dentro de la ciudad de Milagro.

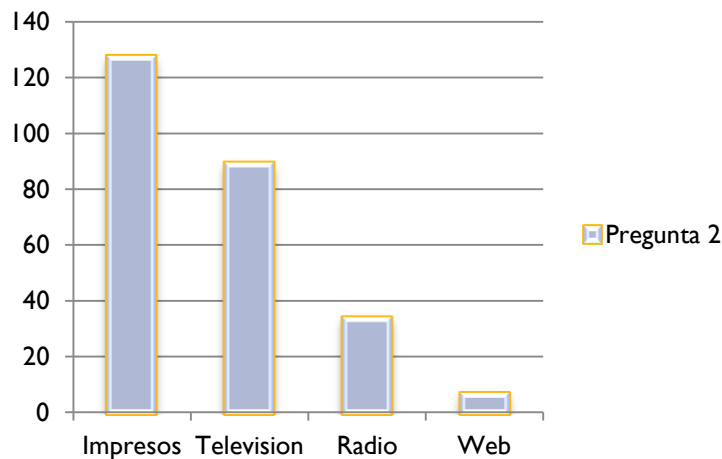
Resultados de Encuestas

- La encuesta fue realizada a hombres y mujeres siguiendo las cuotas de la población de Milagro. (49% hombres; 51% mujeres)
- La mayoría de la población se concentra en el sector centro de la ciudad

Resultado de Encuestas

- Los habitantes de Milagro se ven mayormente influenciados en su decisión de compra por medio de publicidad en medios impresos.

Medios que influyen a los consumidores

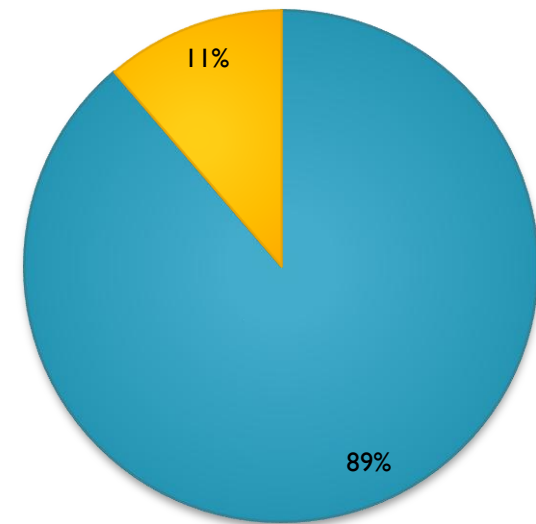


Resultado de Encuestas

- El 89% de los encuestados acuden a centros especializados para consultar sobre la promoción de su negocio; esto lleva a una reducción del mercado objetivo proyectado antes de realizar el estudio.

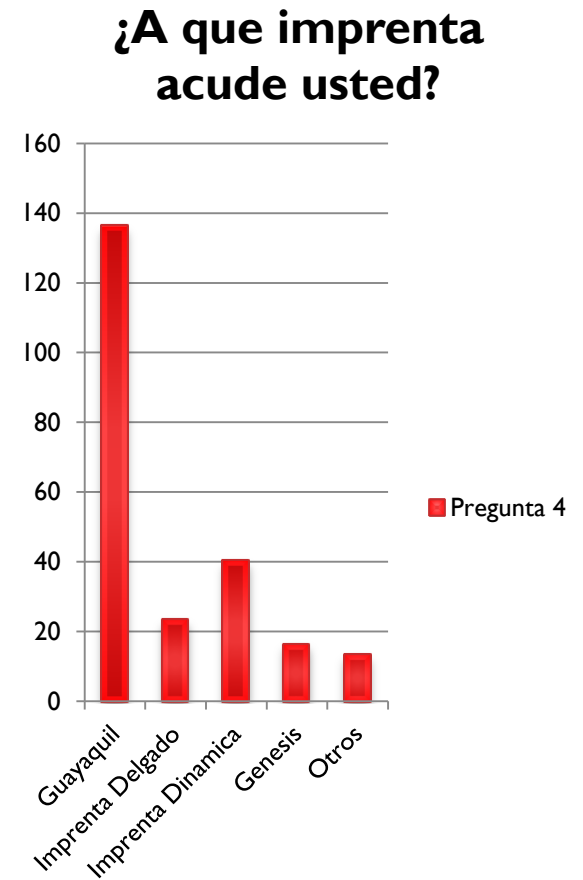
Acude usted a centros de diseño e impresión?

■ Si ■ No



Resultado de Encuestas

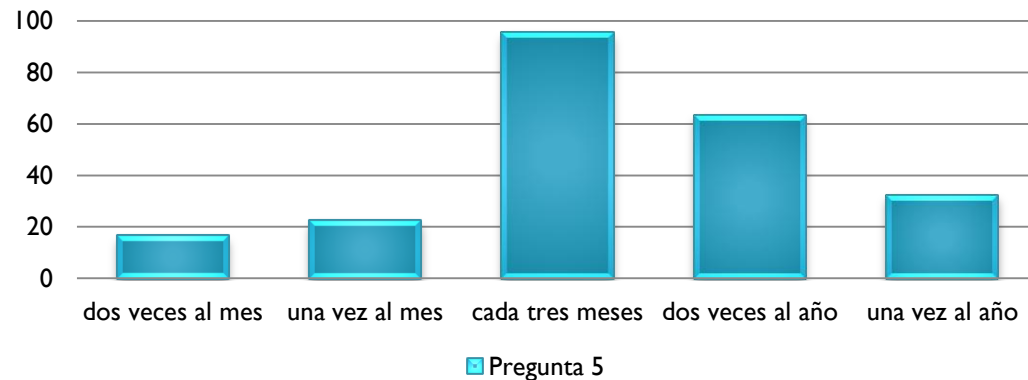
- La mayoría de personas acuden a la ciudad de Guayaquil para poder tener la garantía de recibir un servicio de calidad, también existen tres empresas que dan el mismo servicio que Publimak y que están posicionadas en la mente de ciertos consumidores.



Resultado de Encuestas

- La mayoría de los clientes solicitan el servicio cada tres meses o dos veces al año.

¿Con que frecuencia acude a estos centros?

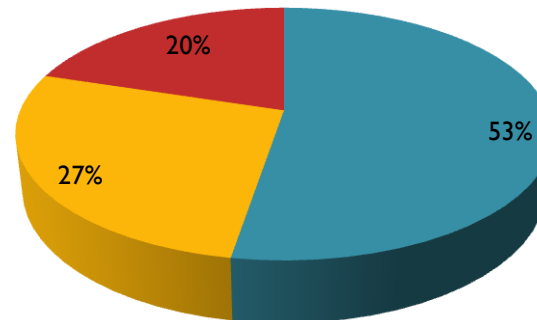


Resultado de Encuestas

- El servicio más solicitado son las impresiones, seguido por los diseños y por último las estrategias.

Servicio mas usado

■ Impresiones ■ Diseños ■ Estrategias de Mercado



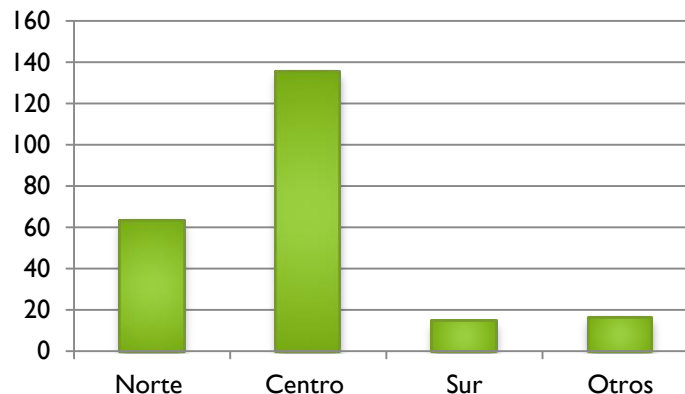
Resultado de Encuestas

- Nuestro mercado objetivo esta de acuerdo con la creación de un centro completo de promoción, dentro de la ciudad de Milagro.
- El servicio a domicilio sería muy aceptado por los consumidores.
- Los clientes necesitan un servicio personalizado, donde puedan interactuar con la persona que lo esta diseñando.

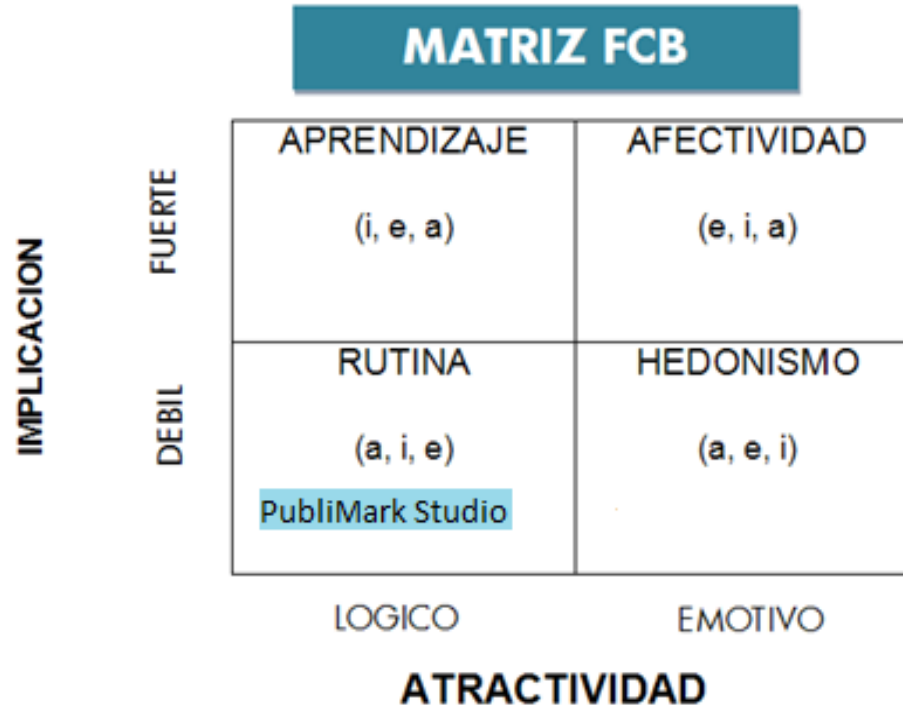
Resultado de Encuestas

- Se evaluó la posible ubicación del negocio en base a las preferencias de los consumidores. El lugar de mayor preferencia fue el centro la ciudad.

Lugar de ubicación del negocio



Matriz de implicación



Elaborado por los Autores

Matriz BCG



Elaborado por los Autores

Macro y micro segmentación

- **Macro segmentación**

Se establecerá a partir de 3 factores.

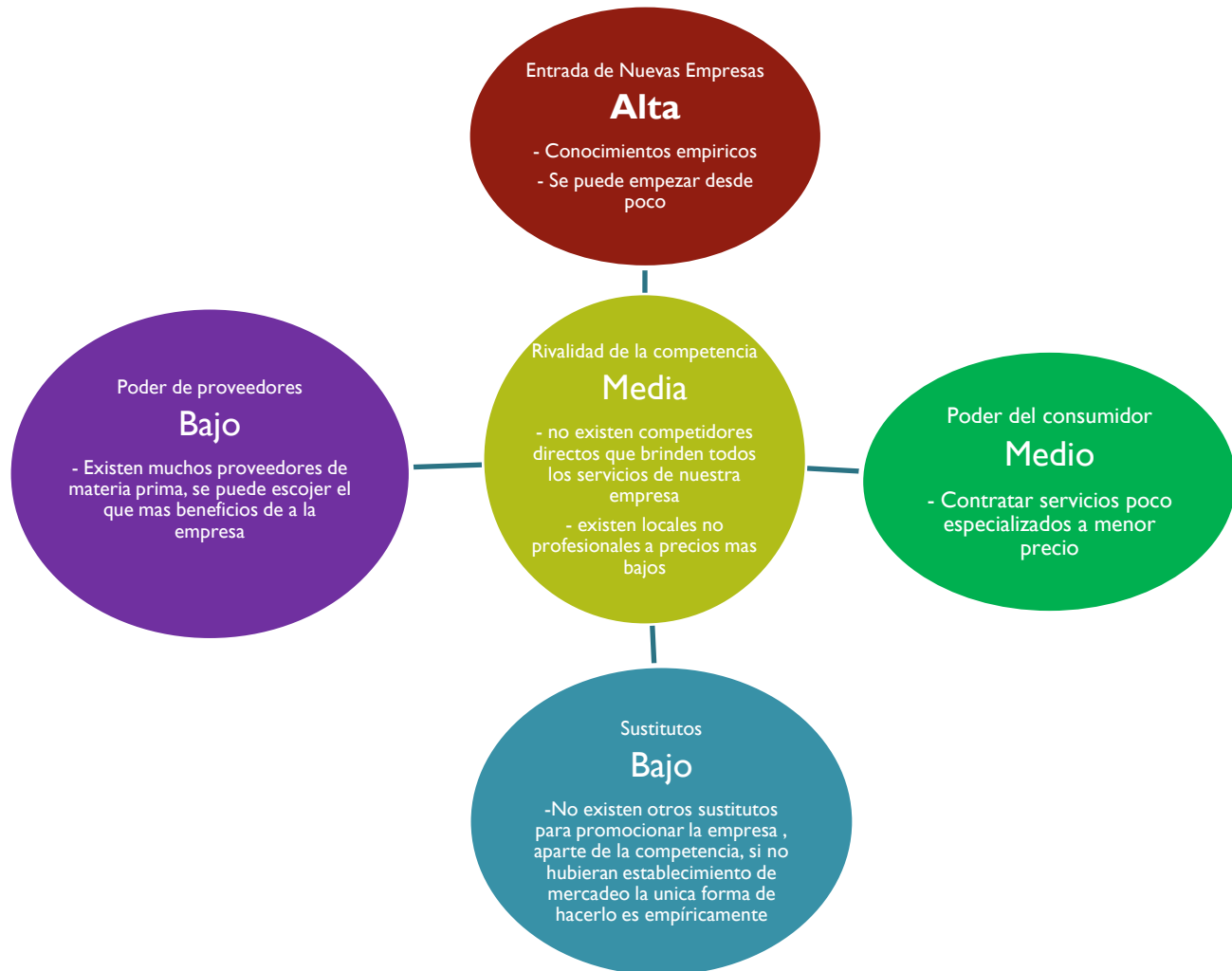
- **Necesidades:** Deseo de satisfacer los gustos y preferencias de personas ya sean están empresarias o naturales (estudiantes) que carecen de centros de diseño, publicidad y marketing.
- **Tecnología:** Entregar un concepto nuevo e innovador en centros de diseño, publicidad y marketing
- **Grupos de Compradores:** Hombres y mujeres de la ciudad de Milagro, que no necesitarían viajar a la ciudad de Guayaquil o ciudades cercanas para adquirir este servicio.

- **Micro segmentación**

Los grupos de mercado dentro del mercado meta que se identifica son los siguientes:

- **Ubicación:** Sectores de clase media, media alta y alta de la ciudad de Milagro.
- **Sexo:** Hombres y mujeres
- **Edad:** a partir de los 15 años de edad
- **Actividad:** Adolescentes y jóvenes estudiantes
- **Intereses:** Milagreños que se satisfagan con un servicio de primera calidad.

Fuerzas de Porter




Marketing Mix

- **Producto**

Publimark una empresa que brinda un servicio totalmente personalizado a las empresas que desean darse a conocer, los servicios van desde una impresión de volantes hasta el diseño completo de un plan de mercadeo y estudios de mercado personalizados.

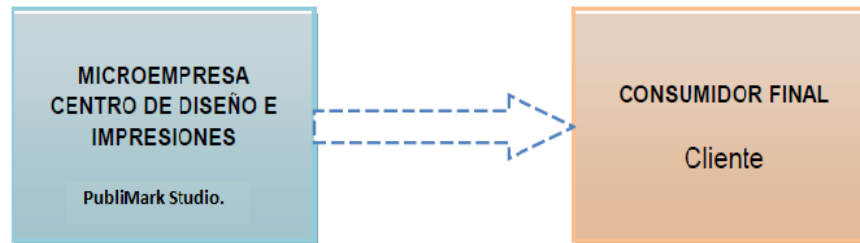


- 
- **Precio**
 - Los precios variaran de acuerdo a la cantidad de servicios que elija el cliente.
 - Tomaremos como referencia los precios de la ciudad de Guayaquil.
 - El costo de las impresiones dependerán de tres factores principales: El tamaño de la imagen, el tipo de papel, y la cantidad que se manden a imprimir.

Plaza

La selección de los canales de distribución, serán la ubicación del producto en el lugar correcto. La continua búsqueda de nuevos canales también será un desafío a tener en cuenta, aunque tengamos que darle al producto un cambio en su presentación o incluso en su esencia, para adaptarlos a éstos y aumentar los canales para alcanzar nuevos y diferentes segmentos.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO



• Promoción:

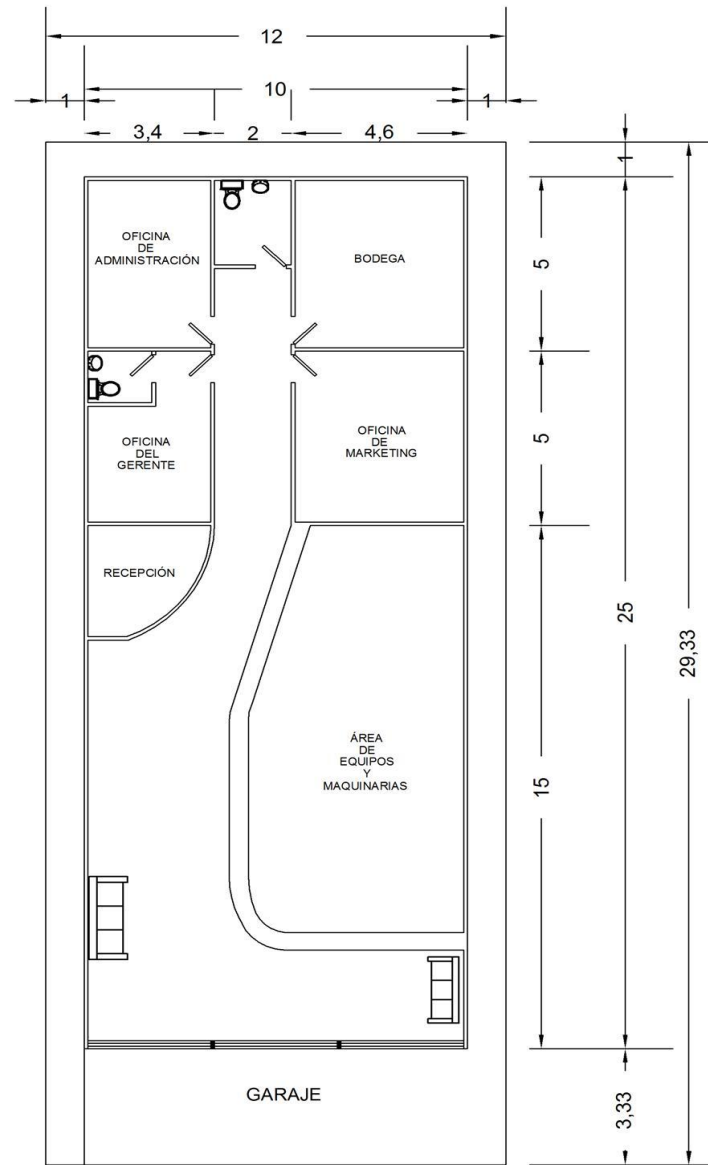


ESTUDIO TECNICO

- **Estudio de Localización**

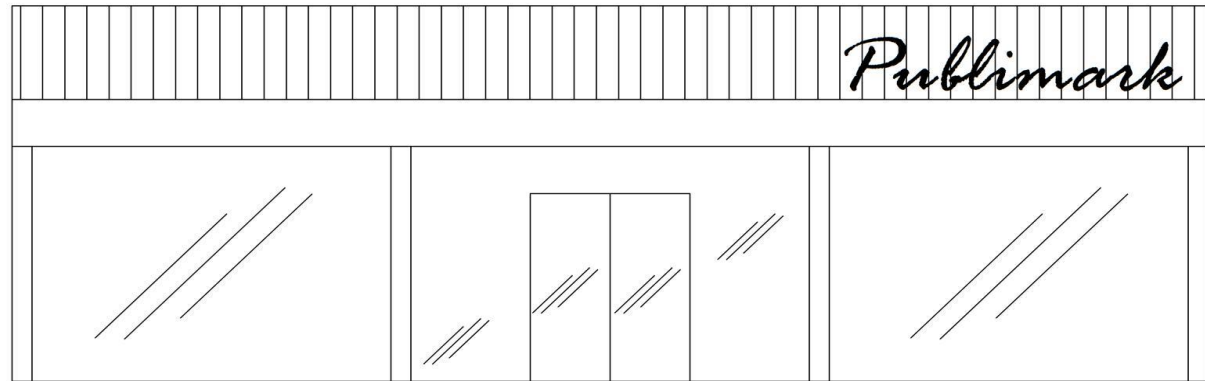
Factores de decisión	Peso	Centro		Norte		Sur	
		Calificacion	Promedio	Calificacion	Promedio	Calificacion	Promedio
Facilidad de llegada	32%	5	1,6	4	1,28	2	0,64
Preferencia de los consumidores	43%	5	2,15	3	1,29	1	0,43
Costo	25%	3	0,75	5	1,25	5	1,25
TOTAL	100%		4,5		3,82		2,32

- Área Física



PLANTA

- Fachada



FACHADA

- **Balance de Equipos**

BALANCE DE EQUIPOS	COSTE UNIT.	CANT.	COSTE TOTAL
Computadoras de escritorio Mac	\$ 1.900,00	2	\$ 3.800,00
Computadoras de escritorio PC	\$ 600,00	4	\$ 2.400,00
Impresoras	\$ 450,00	3	\$ 1.350,00
Plotter	\$ 9.000,00	1	\$ 9.000,00
Disco Duro	\$ 120,00	2	\$ 240,00
Dispositivos de almacenamiento	\$ 20,00	5	\$ 100,00
Copiadora copycentre C20W	\$ 1.545,00	1	\$ 1.545,00
Escritorios	\$ 200,00	7	\$ 1.400,00
Teléfono	\$ 36,00	3	\$ 108,00
Sillas	\$ 60,00	7	\$ 420,00
Muebles	\$ 300,00	3	\$ 900,00
Mesas	\$ 150,00	1	\$ 150,00
Acondicionadores de aire	\$ 900,00	4	\$ 3.600,00
		TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS	\$ 25.013,00

- **Balance de Obras físicas**

Ítem	Costo/m2	M2	Total
Parqueadero	\$ 30,00	40	\$ 1.200,00
Local	\$ 600,00	250	\$ 150.000,00
Decoración/ iluminación			\$ 1.000,00
Total			\$ 152.200,00

ESTUDIO FINANCIERO

- Inversión Inicial

Inversion en Obras fisicas	\$	152.200,00
Inversion en equipos	\$	25.013,00
Total inversion inicial	\$	177.213,00

- Proyección de ingresos

PROYECCION DE INGRESOS AÑO 1		
Ingresos por Impresiones	\$	56.604,00
Ingresos por diseño	\$	76.896,00
Ingresos por estrategias	\$	284.800,00
Total Ingresos año 1	\$	418.300,00

- **Costos Fijos**

Total Gastos anuales año 1		
Gastos	Valor mensual	Valor Anual
Gastos Básicos	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Gastos de Publicidad	\$ 475,00	\$ 5.700,00
Gastos de Sueldo	\$ 3.500,00	\$ 42.000,00
Gastos de transporte	\$ 50,00	\$ 600,00
Gastos de Mantenimiento	\$ 50,00	\$ 600,00
Total gastos	\$ 4.355,00	\$ 52.260,00

- **Costos Variables**

COSTOS VARIABLES		
Producto	Costo unit. promedio	Costo Total mensual
Impresiones	\$ 15,00	\$ 2.355,00
Diseño	\$ 30,00	\$ 2.400,00
Estrategias	\$ 600,00	\$ 18.000,00
Costos Mensuales		\$ 22.755,00
Costos Anuales		\$ 273.060,00

- Depreciación de Equipos

Depreciación Anual	
Año 1	\$ 4.695,17
Año 2	\$ 4.695,17
Año 3	\$ 4.695,17
Año 4	\$ 2.103,50
Año 5	\$ 2.103,50

- Capital de Trabajo

Método de déficit máximo.

El primer mes la empresa presentara un déficit de \$20138,33

• Estructura de Financiamiento

60% Préstamo – 40% capital propio

FINANCIAMIENTO	
Inversión	\$ 177.213,00
Capital de trabajo	\$ 20.138,33
Total capital	\$ 197.351,33
Capital propio	\$ 78.940,53
Préstamo	\$ 118.410,80
Pago	48
tasa anual	11%
tasa mensual	0,87%

• Estado de resultados

PUBLIMARK STUDIO			
Estado de Resultados			
Al 31 de diciembre			
Ingresos por impresiones	\$	56.604,00	
Ingresos por diseño	\$	76.896,00	
Ingresos por estrategias	\$	284.800,00	
TOTAL INGRESOS			\$ 418.300,00
Costos de producción			\$ 273.060,00
Ingresos netos			\$ 145.240,00
Gastos básicos	\$	3.360,00	
Gastos de publicidad	\$	5.700,00	
Gastos de sueldos	\$	42.000,00	
Gastos de Mantenimiento	\$	600,00	
Gastos de transporte	\$	600,00	
Gastos de interés	\$	13.223,19	
TOTAL GASTOS			\$ 65.483,19
Depreciación			\$ 4.695,17
Utilidad			\$ 75.061,64
15% participación de trab.	\$	11.259,25	
Utilidad antes de imptos.			\$ 63.802,39
25% impto. A la renta	\$	15.950,60	
Utilidad Neta			\$ 47.851,80

- Valor de Desecho

Valor de desecho Contable	
Activo	Valor en libros
Edificio	\$ 152.200,00
Equipos de Computación	\$ -
Equipos de Computación Mac	\$ -
Impresoras	\$ -
Fotocopiadora	\$ 772,50
Plotter	\$ 4.500,00
teléfonos	\$ -
escritorios	\$ 700,00
sillas	\$ -
muebles	\$ 450,00
mesas	\$ 75,00
aire acondicionado	\$ -
	\$ 158.697,50

Costo de Capital y TMAR

Rentabilidad del Mercado

- $K_e = r_f + B (r_m - r_f) + \text{Riesgo País}$
- $K_e = 0.0101 + 0.235 (0.1341 - 0.235) + 0.0804$
- $K_e = 0.0667885$
- $K_e = 6.68 \%$

Rentabilidad exigida

- $K_o = K_d (1 - t) * 0.5 + K_e * 0.5$
- $K_o = (0.11 * 0.75) (0.6) + 0.0667885 (0.4)$
- $K_o = 0.0495 + 0.0267154$
- $K_o = 0.0762154$
- **$K_o = 7,62\%$**

VAN y TIR

- Con la tasa de descuento calculada, se procede a calcular el VAN, la tasa de retorno ofrecida por el proyecto (TIR) y el Valor Anual Equivalente (VAE), considerando los flujos de efectivo durante los 5 años de vida del proyecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

VAN (7,62%)	\$ 345.362,27
TIR	70%

Payback

- Recuperación de la inversión entre el cuarto y quinto año.

Payback				
Periodo	Saldo de Inversión	Flujo de caja	Rentabilidad exigida	Recuperación de inversión
1	\$ 197.351,33	\$ 35.998,17	\$ 2.743,06	\$ 33.255,11
2	\$ 164.096,22	\$ 65.885,17	\$ 5.020,45	\$ 60.864,72
3	\$ 103.231,50	\$ 89.223,51	\$ 6.798,83	\$ 82.424,68
4	\$ 20.806,82	\$ 115.238,00	\$ 8.781,14	\$ 106.456,86
5	\$ (85.650,04)			

Análisis de sensibilidad

Realizado a partir de 3 variables

- Precio
- Demanda
- Costos

Escenarios optimistas

Precio aumenta 10%

VAN (7,62%)	\$ 492.620,59
TIR	99%

La inversión se recupera entre el tercero y cuarto año

Demanda aumenta 15%

VAN (7,62%)	\$ 566.249,76
TIR	114%

La inversión se recupera entre el tercero y cuarto año

Costos disminuyen 10%

VAN (7,62%)	\$ 421.916,12
TIR	85%

Recuperación entre cuarto y quinto año.

Escenarios pesimistas

- Si los precios aumentan el 35%, el proyecto se vuelve no rentable.

VAN (7,62%)	(\$ 36.418,60)
TIR	2%

- Si la demanda disminuye un 40% el proyecto se vuelve no rentable.

VAN (7,62%)	(\$ 75.375,83)
TIR	-5%

- Si los costos aumentan en un 45% el proyecto se vuelve no rentable

VAN (7,62%)	(\$ 33.579,34)
TIR	2%

Conclusiones

Los estudios de mercado y financieros realizados, nos dan a conocer que el proyecto es muy rentable y que no es muy sensible a los pequeños cambios que pueden darse por diversas fluctuaciones en precios, costos o la demanda.

Se pueden implementar en el futuro diversas sucursales en otras provincias que también presenten un gran desarrollo, haciendo previas investigaciones y estudios para de esa manera disminuir el riesgo para los inversionistas.

Recomendaciones

- Se debe tener en cuenta que la variable que mas afecto al proyecto es el precio, por este motivo se debe tener especial cuidado en hacer que esta tenga una variabilidad positiva a través del tiempo.
- Existe un nicho de mercado que podrían ser potenciales clientes, pero que aun no tienen la seguridad de que invertir en promocionar su negocio hará que en el futuro la empresa tenga ingresos mucho mayores a los que tienen sin contratar este tipo de servicio.



Gracias