

Proyecto de Inversión para la Publicación y Distribución de una Revista de la Ciudad de Pedernales con Tiraje Trimestral

Marina Brenffi Gahona Vera
Lorena del Pilar García Jaime
Ing. Oscar Emigdio Mendoza Macías, ESPOL
Master en Calidad
Coordinador de Graduación
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
mgahona@espol.edu.ec
lodegarc@espol.edu.ec
omendoza@espol.edu.ec

Resumen

En la actualidad, el mercado de revistas dentro de nuestro país es muy amplio donde existen todo tipo de revistas enfocadas a distintos mercados, sin embargo la ciudad de Pedernales no cuenta con una revista que ofrezca información relacionada a este mercado; motivo por el cual hemos generado como propuesta la publicación y distribución de la Revista de Pedernales y de esta manera buscamos satisfacer la necesidad de la población Pedernaleña de mantenerse informada en relación a los hechos que se suceden en dicha urbe. Para lograr evaluar nuestra propuesta se recurrió a herramientas utilizadas a lo largo de nuestra carrera universitaria, con el fin de establecer un manejo correcto de los recursos que permitan aprovechar todas las fortalezas y oportunidades al momento de ofertar un producto de calidad bajo las exigencias del mercado y así mismo examinar cuales serian las mejores estrategias de marketing aplicadas a nuestro proyecto captando una mayor participación.

Palabras Claves: Revista, publicación, distribución, Pedernales.

Abstract

At present, the market of magazines inside our country is very wide, where there exists all kinds of magazines focused on different markets, nevertheless the city of Pedernales isn't provided with a magazine that offers information related to this market; reason for which we have generated like proposed the publication and distribution of the Magazine of Pedernales and this way we seek how to satisfy the need of the population Pedernaleña to kept informed regarding the facts briefly in this city. To achieve to evaluate our proposal is turned to tools used throughout our college career in order to establish a proper management of resources to exploit all the strengths and opportunities when you offer a quality product on the market requirements and likewise to examine which would be the best marketing strategies applied to our project capturing a major share.

Keywords: Magazine, publication, distribution, Pedernales.

1. Introducción

Publicar y distribuir una Revista de Pedernales con contenido netamente de dicha ciudad, para ello es necesario conocer la historia de la evolución de la prensa escrita específicamente del contexto histórico de las revistas en nuestro país e involucrarnos un poco mas en conocer como funciona el todo el esquema para que una publicación salga a la luz publica; y así poder ofertar un producto de calidad.

Objetivo General

Demostrar la factibilidad del proyecto, desarrollando un plan estratégico de inversión para la

publicación y distribución de una revista con tiraje trimestral en las ciudades de pedernales y Guayaquil.

Objetivos Específicos

- ❖ Análisis de factibilidad financiera del proyecto a emprender.
- ❖ Ingresos y costos del proyecto a emprender.
- ❖ Condiciones de Mercado y el poder adquisitivo del target.
- ❖ Puntos estratégicos para la distribución de la revista.

2. Herramientas de Análisis e Investigación del Mercado.

2.1 Matriz BCG

Una vez analizados los factores del negocio, el resultado muestra que la Revista de Pedernales esta en el cuadrante “Interrogante”, ya que este es un producto nuevo con potencial de crecimiento, pero al momento con baja participación del mercado. El siguiente grafico muestra el cuadrante donde esta ubicado nuestro producto:

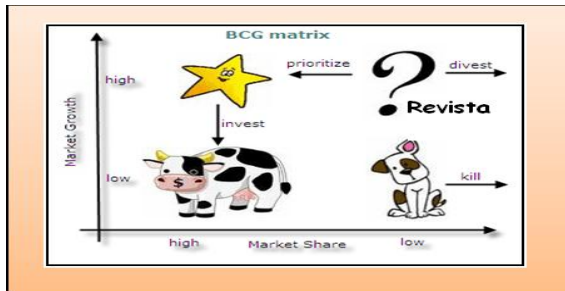


Figura 1. Matriz BCG – Revista de Pedernales

Podemos indicar que tiene:

- ❖ Un bajo porcentaje de participación en el mercado
- ❖ Alto porcentaje de crecimiento
- ❖ Puede volverse una estrella o un perro.

2.2 Matriz de Implicación

En la matriz, el grado de implicación denota la fuerza con que un consumidor responde o reacciona ante los estímulos o atributos de un producto. Por otro lado el modo de percepción determina si el comportamiento de compra se define en el plano intelectual o emocional.

	Percepción	
	Pensar	Sentir
Implicación Alta	Aprendizaje (A,D,H) "Revista de Pedernales"	Afectividad (D,A,H)
Implicación Baja	Rutina (H,A,D)	Hedonismo (H,S,D)

Tabla 1. Matriz de Implicación – Revista de Pedernales.

Condiciones del primer cuadrante:

- ❖ Alto grado de implicación.
- ❖ Habito de la lectura.

2.3 Análisis FODA

Este análisis es muy útil para todo negocio, a través de el se plantea cuales serian los diversos factores que encierran al producto. Y a partir del FODA se busca realizar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y fortalezas que se presentan, así como también estrategias que reduzcan las debilidades y eliminen las amenazas.

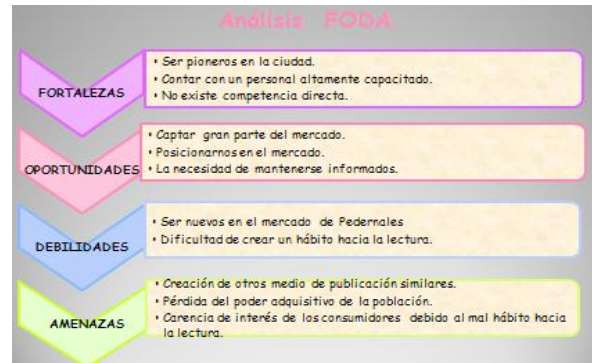


Figura 2. Análisis FODA – Revista de Pedernales

2.4 Las Cinco Fuerzas de Porter

Este modelo nos permite realizar un análisis en términos de rentabilidad a la industria que se desea ingresar. Durante su análisis pudimos evaluar el valor y la proyección futura de nuestro producto.

Concluimos:

- ❖ Poder de Negociación de los Proveedores – Alta
- ❖ Poder de Negociación de los Clientes – Bajo
- ❖ Competidores Directos – Bajo
- ❖ Productos Sustitutos – Medio
- ❖ Rivalidad de Competidores – Alta



Figura 3. Las Cinco Fuerzas de Porter – Revista de Pedernales

3. Marketing Mix

Con el único fin de alcanzar la repuesta deseada por parte del Mercado hacia nuestro producto se ha recurrido a las herramientas tácticas del marketing mix o también llamado como las “4 Ps”.



Figura 4. Marketing mix – Revista de Pedernales

3.1 Precio

El precio fijado de acuerdo al resultado extraído mediante las encuestas fue de \$4,00; el mismo que cubre los costo y genera utilidades para la empresa.

3.2 Producto

El producto a ofertar es de contenido exclusivo de Pedernales, si embargo su distribución podría ser dirigido a otros mercados, ya el producto es de calidad.

La revista sería impresa en papel couche semi-mate y contaría con diferentes secciones de interés general.

3.3 Plaza

De acuerdo a las encuestas realizadas se concluyó que el sector idóneo para la comercialización de la revista es el sector céntrico de la ciudad debido a ambiente comercial. Además el canal de distribución seleccionado es a través de canillistas.

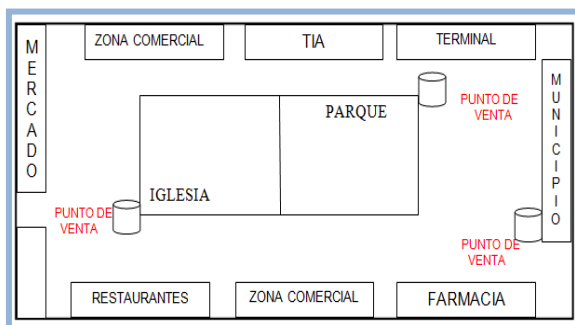


Figura 5. Plaza – Revista de Pedernales

3.4 Promoción

La promoción será en los distintos programas de radio en las emisoras Altamar y Tropicana, debido a que poseen un alto grado de radio-escuchas. Otros medios de dar a conocer nuestro producto son las vallas publicitarias.

4. Estudio Económico y Financiero

4.1 Inversión Inicial

La inversión necesaria para implementar el proyecto es:

Inversión Inicial	\$ 4.560,97
Capital de Trabajo	\$ 5.462,33
Total Inversión	\$ 10.023,30

Tabla 2. Inversión Inicial – Revista de Pedernales.

Donde la inversión inicial esta constituida por:

Inversión Inicial	
Muebles y Equipos	\$ 3.391,00
Suministros de oficina	\$ 105,47
Suministros de limpieza	\$ 64,50
Trámites Legales	\$ 1.000,00
Total inversión	\$ 4.560,97

Tabla 3. Inversión Inicial – Revista de Pedernales.

4.2 Estructura de Capital

Se selecciono un nivel óptimo de endeudamiento con el fin de asegurar la continuidad del proyecto.

	%	Monto
Capital Propio	50%	\$ 5.011,65
Préstamo	50%	\$ 5.011,65
Inversión Total	100%	\$ 10.023,30

Tabla 4. Estructura de Capital – Revista de Pedernales.

4.3 Valor Neto Actual

El Valor Actual Neto de la empresa una vez descontados los flujos de efectivo y traídos a valor presente con una tasa de descuento del 18% es de USD \$ 12.501,07 lo cual indica que es una empresa rentable puesto que el VAN > 0.

4.4 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de Retorno de la empresa se la obtiene considerando los flujos de efectivo futuros y

la inversión inicial. Esta tasa obtenida indica que el proyecto es rentable puesto que el $TIR > TMAR$.

$$(44\% > 18\%)$$

4.5 Periodo de Recuperación Descontado

El periodo de recuperación descontado (Payback) muestra que la inversión es recuperada al término de 8 años.

Tabla 5. PAYBACK – Revista de Pedernales.

Años	Flujo de Efectivo	Flujo de Efectivo Descontado	Flujo de Efectivo Descontado. Acumulado
0	(5.011,65)	(5.011,65)	(5.011,65)
1	(261,28)	(261,28)	(5.272,93)
2	60,45	760,45	(4.512,48)
3	2.156,16	2.156,16	2.356,32)
4	3.012,50	3.012,50	656,18
5	4.387,42	4.387,42	5.043,60
6	6.883,55	6.883,55	11.927,15
7	7.835,75	7.835,75	19.762,90
8	9.188,56	9.188,56	28.951,46
9	10.948,44	10.948,44	39.899,90
10	18.310,33	18.310,33	58.210,23

4.6 Análisis de Sensibilidad

Hemos determinado la sensibilidad de la TMAR con respecto al Valor Actual Neto (VAN), con respecto a los ingresos podemos concluir que al momento de disminuir nuestros ingresos en el 15% nuestra TIR es inferior a la TMAR, y nuestro proyecto se vuelve no factible.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A INGRESOS				
VARIACIÓN		VAN	TIR	RESULTADO
	5%	\$ 16.748,59	57%	FACTIBLE
	0	\$ 12.501,07	44%	FACTIBLE
	-5%	\$ 6.328,19	32%	FACTIBLE
	-10%	\$ 1.117,99	21%	FACTIBLE
	-15%	(\$ 4.092,22)	11%	NO FACTIBLE

Tabla 6. Análisis de Sensibilidad (Ingresos) – Revista de Pedernales.

Por el lado de los costos se realizaron variaciones en la suma total de la cuenta sueldos y salarios en conjunto con el costo de ventas. Concluyendo que al momento de aumentar nuestro costos en el 15%, nuestra TIR es inferior a la TMAR; el proyecto deja de ser atractivo a la inversión.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A COSTOS				
VARIACIÓN		VAN	TIR	RESULTADO
	15%	(\$ 1.801,58)	16%	NO FACTIBLE
	10%	\$ 2.645,08	24%	FACTIBLE
	5%	\$ 7.091,73	33%	FACTIBLE
	0	\$ 12.501,07	44%	FACTIBLE
	-5%	\$ 15.985,05	55%	FACTIBLE

Tabla 7. Análisis de Sensibilidad (Costos)- Revista de Pedernales.

5. Localización

La oficina así como los canales de distribución están ubicados en parte céntrica de la urbe, debido a su auge comercial.

La oficina estará distribuida de la siguiente manera:

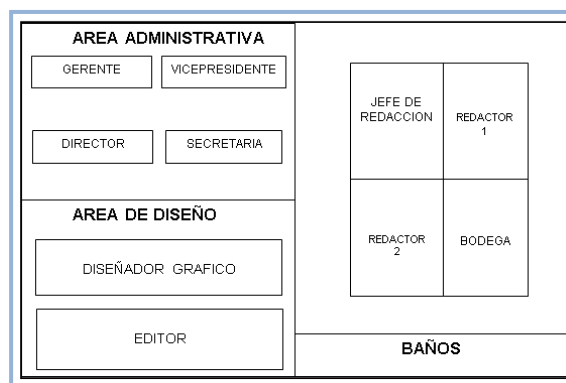


Figura 6. Infraestructura – Revista de Pedernales

6. Conclusiones

Después de realizar las encuestas se pudo constatar la demanda potencial que tendría el proyecto de la revista de la ciudad de Pedernales, lo cual nos indica su gran nivel aceptación, debido a que esta ciudad no cuenta con un producto como el nuestro; y esto a su vez provoca la atracción hacia nuestro producto.

Los resultados del estudio financiero muestran ventajas y posibilidades de llevar a cabo el proyecto, arrojando resultados exitosos que se reflejan en la TIR (Tasa Interna de Retorno) del 44% y un VAN de \$ 12.501,07.

Con respecto al análisis de sensibilidad se concluye que las variables que afectan al ingreso son la demanda y los precios; en cuanto a los costos se puede decir que son los gastos administrativos puesto que nuestros costos de ventas son relativamente bajo, ya que nosotras no fabricamos nuestro producto.

Estas son las variables que afectan el flujo de caja y por ende hacen sensible al proyecto en general.

El ser primeros en un medio de publicación escrita, que difunda todos los hechos de la ciudad de Pedernales, nos coloca con una ventaja competitiva frente a los medios escritos que se comercializan en este sector, ya que estos no detallan todos los hechos importante que tienen lugar en Pedernales, pues su mercado es mas general; como es el caso de los distintos periódicos a nivel nacional. Y mas aun frente a los posibles competidores que pueden surgir en el transcurso de los años.

7. Recomendaciones

Desarrollar técnicas de fidelización al cliente, estrategias de marketing y promoción enfocadas a nuestro segmento, a través de un departamento de marketing para mejorar los métodos de promoción y publicidad de la revista logrando así una mayor participación en el mercado.

Se sugiere que el cuerpo editorial de la revista realice capacitaciones o cursos sobre diseño grafico, técnicas fotográficas, entre otras para mejorar la eficacia del contexto y el concepto que pretende dar la revista.

Tener claro la razón de la existencia del la Revista de Pedernales (misión y visión), a donde vamos y que pensamos alcanzar a largo plazo; comunicar esto a los que trabajan con nosotros, empleados, proveedores, etc.

Implementar el proyecto dentro de la Ciudad de Pedernales, ya aquí no se cuenta son un producto con característica similares.

8. Agradecimientos

A Dios, por sobre todas las cosas, por guiarnos y cuidarnos en nuestro camino.

A nuestros padres, por ser ejemplos de paciencia, serenidad, incondicionabilidad y brindarnos siempre su apoyo y afecto. A nuestro director de tesis, a nuestro director de tesis el Ing. Oscar Mendoza por ser un excelente guía en esta ultima etapa de nuestra carrera, así como también a todos los profesores que nos compartiendo sus conocimientos, consejos. A nuestros amigos, por todos los recuerdos construidos en estos años, por cada momento compartido y por las todas las vivencias, que en esta nueva etapa recordaremos con alegría. Por todo. Gracias.

9. Referencias

- [1] http://www.portalplanetasedna.com.ar/la_impronta.htm
- [2] <http://www.formación técnicas de impresión.com/pdf>
- [3] <http://www.latindex.com/prensa/ecu-mag.htm>
- [4] www.wikipedia.com
- [5] <http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter>
- [6] <http://html.rincondelvago.com/marketing-de-servicios.html>
- [7] www.scrib.com
- [8] <http://www.gerencie.com/finalidad-de-la-cuota-de-salvamento-en-la-depreciacion-de-activos.html>
- [9] http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp
- [10] http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- [11] <http://www.reuters.com/finance/stocks/overview?symbol=NYT>