



## Proyecto de Implementación de un Estudio Audiovisual en la Ciudad de Babahoyo

Carlos Andrés Arroyo Castro <sup>(1)</sup>, George Washington Hidalgo Álvarez <sup>(2)</sup>, Ámbar Haydee Troya Zapata <sup>(3)</sup>,  
Mae. Enrique Salazar Meza. Profesor de la materia de Graduación <sup>(4)</sup>  
Escuela de Diseño y Comunicación Visual <sup>(1) (2) (3) (4)</sup>  
Escuela Superior Politécnica del Litoral <sup>(1) (2) (3) (4)</sup>  
Montevideo 415 y San Salvador, Guayaquil, Ecuador <sup>(1)</sup>  
Cdla. Abel Gilbert Mz. C-26 V. 5, Durán, Ecuador <sup>(2)</sup>  
Samanes VI, Mz. 944 Solar 42, Guayaquil, Ecuador <sup>(3)</sup>  
Campus Las Peñas, Malecón 100 y Loja <sup>(4)</sup>

caanarro@espol.edu.ec <sup>(1)</sup>, geowhida@espol.edu.ec <sup>(2)</sup>, amhatroy@espol.edu.ec <sup>(3)</sup>, esalazar@espol.edu.ec <sup>(4)</sup>

### Resumen

*En el presente proyecto se realizó un análisis de mercado, técnico, administrativo y financiero para la implementación de un estudio audiovisual en la ciudad de Babahoyo. Las tendencias actuales indican que los medios audiovisuales han ganado un protagonismo indiscutible en el medio publicitario ecuatoriano y mundial, y se han convertido en la herramienta de comunicación corporativa más poderosa y efectiva. Por esto existen empresas que se dedican a cubrir esta demanda, la mayoría de las cuales, en el caso de nuestro país, se establece en las ciudades denominadas "grandes". En Babahoyo específicamente, los empresarios cuentan con la predisposición para utilizar estos servicios, pero no existe ninguna empresa capaz de satisfacer estas necesidades; es por esto que se plantea crear el estudio en esta ciudad. El servicio consiste en brindar al cliente asesoramiento publicitario y servicios audiovisuales de excelencia, y está destinado a dos tipos de clientes: las PERSONAS NATURALES, que administran su propio negocio o servicio; y las empresas o PERSONAS JURÍDICAS, que laboran bajo esquemas mayores de producción en los diferentes sectores de la industria. El análisis de mercado recoge los datos que permitirán determinar la factibilidad del proyecto: preferencias, disposición de inversión, nivel de satisfacción, entre otros. El análisis técnico y administrativo determina los recursos que se necesitan para la implementación del estudio: lugar de trabajo, equipos, personal, entre otros. El análisis financiero incluye un completo desglose de los valores de equipos e inversión requerida para establecer el estudio, así como una estimación de la producción para un tiempo de cinco años.*

**Palabras Clave:** Estudio, audiovisual, agencia, productora, medios de comunicación, mercado, producción, diseño gráfico, Babahoyo.

### Abstract

*This Project includes a market research, a technical research, an administrative research and a financial research, in order to set up an audiovisual studio in Babahoyo, Ecuador. Today's trend shows that audiovisual media have taken indisputable prominence in Ecuadorian and worldwide advertising, and have become the most powerful, effective tool in corporate communication. Because of this, there are specialized companies dedicated to cover this demand, and most of them are established in the "big cities", like Guayaquil or Quito. In Babahoyo specifically, businessmen have the best intentions to use these services, but there is no company that supply these requirements. Because of that, it is suggested creating the studio in this city. The company offers to the customer the best advertisement consultancy and audiovisual services, and its target market is: people that run their own business, and companies that works in different industrial areas with higher production levels. The market research includes data that allows us to determine the feasibility of the project, preferences, will of investment, satisfaction level, and so on. The technical research and the administrative research shows the resources needed to set up the studio: workplace, equipment, staff, etc. The financial research includes a list of the required equipment and investments costs; and also includes an estimation of the production levels for five years since the establishment.*

**Keywords:** Studio, audiovisual, agency, Production Company, media, communication, market, graphic design, Babahoyo.

## 1. Introducción

La publicidad es un factor muy importante en el medio comercial. Los productos y servicios deben darse a conocer a los consumidores por medio de los diferentes medios de comunicación: televisión, radio, medios impresos y medios interactivos como el Internet.

El Ecuador no se ha caracterizado por ser un referente en publicidad y producciones audiovisuales. La falta de cultura publicitaria en el medio ha causado que la calidad creativa audiovisual no alcance estándares internacionales, y aunque existen grandes talentos en creatividad, diseño y producción, no pueden desarrollar todo su potencial debido a factores como escasa disponibilidad de equipos, costos de producción, etc.

La actividad gráfica y audiovisual que se genera en el Ecuador proviene de las denominadas ciudades grandes, como Guayaquil y Quito, debido a su difusión y cobertura nacional. Además, están surgiendo las empresas audiovisuales pequeñas y los diseñadores FREELANCE, como alternativa a la escasez de puestos de trabajo en esta área.

Abrirse campo en un mercado saturado de agencias de diseño y publicidad es muy difícil, pues se debe entrar a competir con empresas grandes, sin ninguna ventaja diferencial. Pero si se comienza con un mercado pequeño pero creciente, no saturado y con los contactos profesionales necesarios, la empresa puede crecer y desarrollarse hasta realizar trabajos reconocidos por el público, así las empresas solicitarán el servicio gracias a la calidad y efectividad de los proyectos realizados.

Este proyecto tiene la finalidad de organizar un estudio audiovisual en la ciudad de Babahoyo, que integre todos sectores de producción audiovisual y diseño gráfico bajo una misma estructura, con el objetivo de llevar un control sobre todas las etapas de producción de un trabajo audiovisual.

## 2. Análisis del Mercado

En el presente análisis se pretende realizar una adecuada investigación de mercado que permita identificar las preferencias de los potenciales clientes con respecto al servicio que se ofrecerá. El método escogido es la encuesta, debido a que es la herramienta que determina en forma directa, objetiva, transparente y aleatoria las preferencias, costumbres y razones del público y de los eventuales clientes.

En la encuesta se plantearán preguntas sobre hábitos de consumo y necesidades actuales, que proporcionarán información esencial para cuantificar la posible demanda. Con los resultados que se obtengan de la investigación se podrá delinear el plan

de mercadeo adecuado para promocionar eficientemente el servicio y lograr posicionamiento en la mente del consumidor.

La encuesta estará dirigida a dos grupos objetivos: los empresarios de Babahoyo, o los responsables de publicidad de dichas empresas, que eventualmente pueden solicitar los servicios de la empresa, para determinar sus necesidades en cuanto a publicidad, diseño gráfico y producción audiovisual; y los babahoyenses en general, quienes serán los espectadores de los proyectos audiovisuales, con el objetivo de determinar sus gustos, preferencias y frecuencia de uso de los medios de comunicación.

Para establecer el número de encuestas a realizar a los empresarios responsables de las empresas de la ciudad de Babahoyo, se acudió a la Cámara de Comercio de Babahoyo y se tomó el número de empresas registradas activas. Se encuentran registradas cerca de 50 empresas, pero se estima que existen por lo menos una cantidad de 200 empresas entre pequeñas, medianas y grandes. Estas empresas se dedican, en su mayoría, a los trabajos más comunes, como lo son el comercio, la alimentación y los servicios. Se ha tomado un valor del 10% para la muestra, lo que equivale a 20 empresas.

Pocas empresas cuentan con un área de publicidad que se encargue de promocionar efectivamente su marca. Sobre esto se basarán las expectativas de negocio.

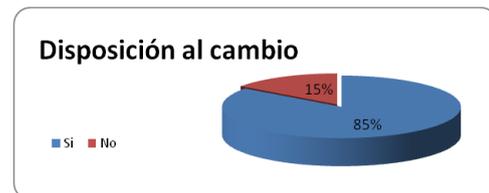


Gráfico 1. Disponibilidad de un departamento de publicidad.

Existe una verdadera predisposición de los empresarios a utilizar los servicios audiovisuales, ya que así pueden ganar más clientela. De todas maneras, consideran realizar una inversión moderada en este rubro que dependerá de los precios que se implementen.

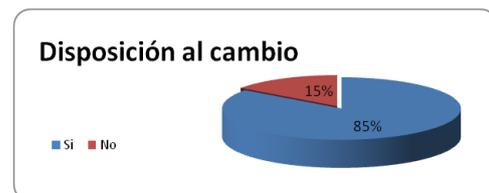
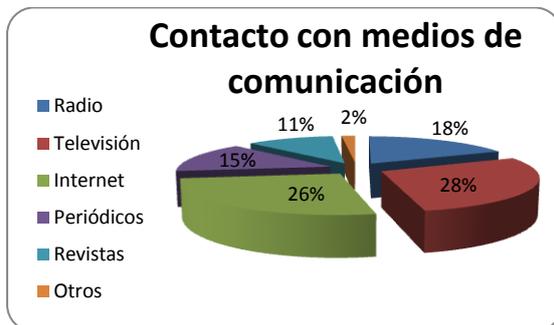


Gráfico 2. Disposición al cambio de agencia.

Para establecer el número de encuestas a realizar al público en general, se tomará en cuenta la fórmula de

tamaño de muestra para una población infinita. Con un nivel de confianza del 95%, que de acuerdo a la Tabla de Muestreo Aleatorio Simple equivale a un indicador de 1,96, se concluye que se debe realizar 400 encuestas para garantizar resultados realmente representativos de la población de Babahoyo.

El medio de comunicación más utilizado es la televisión, con un 28% de aceptación, además de ser el más influyente en cuanto a publicidad se refiere, con un 52%. La radio y el Internet ocupan el segundo lugar, por lo que se recomendará pautar principalmente en estos tres medios.



**Gráfico 3.** Medios de comunicación más utilizados.

TIPO DE PUBLICIDAD	CANT. PERSONAS	%
Comercial de TV	322	52%
Cuña de radio	141	23%
Aviso en prensa	61	10%
Volantes	20	3%
Afiches o vallas	48	8%
Avisos por Internet	31	5%
TOTAL	623	100%

**Tabla 1.** Tipo de publicidad más recordada.

### 3. Descripción del Proyecto

KIJOTE ESTUDIO AUDIOVISUAL es una empresa de servicios de diseño gráfico y producción audiovisual dirigida a personas naturales y empresas de mediana y gran cobertura de la ciudad de Babahoyo. Nace de la necesidad del empresario babahoyense de contar con una empresa que lo asesore en publicidad, brindándole servicios gráficos y audiovisuales, que impulsen su producto, y logren para él una mayor participación en el mercado.



**Imagen 1.** Logotipo de la empresa.

### 3.1. Servicios

Los servicios que brindará la empresa estarán divididos en tres áreas. El área de Publicidad abarca la creación de marcas para productos y servicios, la creación y seguimiento de campañas publicitarias y el desarrollo de identidad corporativa (papelería, señalética, diseño de interiores).

El área de Diseño Gráfico abarca el diseño de packaging (cajas, empaques, envases, etiquetas) y servicios varios (afiches, dípticos, trípticos, brochures, anuncios, montajes y retoques fotográficos).

El área de Producción Audiovisual comprende la producción de fotografías publicitarias y comerciales, comerciales de TV, cuñas de radio, videos promocionales de empresas, animaciones 2D/3D y presentaciones Multimedia.

### 3.2. Precio

Se desea lograr una participación en el mercado, por lo que los valores se basarán en una estrategia de penetración, es decir, no serán muy elevados, ya que los primeros clientes serán empresas pequeñas. A mediano plazo, los precios estarán sujetos a indicadores económicos como la inflación.

PRODUCTO	PRECIO
Creación de marcas para productos y servicios	\$ 350,00
Creación y seguimiento de campañas promocionales y publicitarias para productos y servicios	\$ 750,00
Desarrollo de identidad corporativa (papelería, señalética, diseño de interiores)	\$ 250,00
Diseño de packaging (cajas, empaques, envases, etiquetas)	\$ 200,00
Servicios varios (afiches, dípticos, trípticos, brochures, anuncios, montajes y retoques fotográficos)	\$ 50,00
Producción y realización de fotografías publicitarias y comerciales	\$ 150,00
Comerciales de TV	\$ 300,00
Cuñas de radio	\$ 150,00
Videos promocionales de empresas	\$ 250,00
Animaciones 2D/3D	\$ 350,00
Presentaciones Multimedia	\$ 350,00

**Tabla 2.** Precios.

### 3.3. Mercado Objetivo

El mercado objetivo del estudio audiovisual lo comprenden las personas naturales de cualquier nivel socio-económico de la ciudad de Babahoyo, que ofrezcan productos o servicios, o que deseen presentar trabajos profesionales; y las empresas pequeñas, medianas y grandes de la ciudad de Babahoyo, por medio de sus responsables de publicidad, interesados



en promocionar un producto, ganar reconocimiento de marca y posicionamiento en el mercado.

### 3.4. Plan de Mercadeo

La concepción de una agencia de publicidad o un estudio de diseño gráfico y audiovisual no es muy común en Babahoyo, por lo tanto se ha decidido desarrollar una ofensiva estrategia de penetración, en dos etapas:

- La primera, informativa, para explicar a los eventuales clientes los beneficios que les traerá contar con los servicios de un estudio audiovisual y publicitario.
- La segunda, más agresiva, enfocada en dar a conocer la gama de servicios que la empresa ofrece al fusionar estos modelos de negocio.

### 3.5. Plan de Medios

Consistirá de tres etapas. En una primera etapa se contemplará una inversión cauta de publicidad ingresando al mercado por medio de:

- Anuncios en los diarios de mayor importancia de la ciudad.
- Un video promocional proyectado en sitios de concurrencia masiva.
- Promoción vía e-mail a los clientes potenciales.
- Marketing de guerrilla en espacios universitarios.

En una segunda etapa se reforzará la campaña con cápsulas radiales que serán puestas al aire en horarios definidos previamente en un análisis del grupo objetivo, cuya frecuencia se aumentará progresivamente.

En la tercera etapa la empresa se promocionará por medio de flyers masivos que serán repartidos en puntos estratégicos altamente potenciales, y de proyectos de BTL con fines publicitarios en lugares como centros comerciales o aeropuertos.

## 4. Análisis Financiero

En el presente análisis se recopila información actual de los costos en diferentes rubros, necesarios para la implementación de KIJOTE ESTUDIO AUDIOVISUAL. En base a esto se obtiene los montos de inversión requeridos. Además, el análisis incluye los estimados de producción, inversión y gastos para los primeros cinco años de actividades de la empresa. En este contexto, se prevé una inflación en los precios de los servicios de un 5% para los próximos cinco años, considerando la relativa estabilidad económica que ha vivido el país en los anteriores años. Los impuestos y la participación de

los trabajadores no varían por ser rubros estipulados por la ley.

La producción anual contempla los ingresos que obtendrá la empresa por concepto de los servicios prestados. Se ha dispuesto un incremento progresivo en la producción basado en las estrategias de promoción y considerando las expectativas de ventas de los servicios para los próximos cinco años.

AÑO DE PRODUCCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Año 1	3.217,50	38.610,00
Año 2	3.780,00	45.360,00
Año 3	4.575,38	54.904,50
Año 4	5.846,01	70.152,08
Año 5	7.475,36	89.704,36

Tabla 3. Resumen de producción por año.

Ya que se implementará un estudio audiovisual nuevo, se debe invertir en el equipamiento completo del mismo. Esto quiere decir que la inversión mayor se realizará antes de que la empresa comience a operar. La inversión incluye los equipos de trabajo (computadoras, cámaras fotográficas, videocámaras, software necesario), el mobiliario de oficina, el vehículo para movilización, los gastos de constitución legal, la campaña publicitaria inicial y el capital de trabajo. Todos estos rubros determinan que el total de inversión requerida para que el estudio inicie sus actividades es de US \$24.736,54, que se obtendrá mediante inversión a partes iguales de los gestores del proyecto.

El análisis cubre también los gastos que se realicen en los primeros cinco años de vida institucional de la empresa. Aquí se incluye el total de sueldos del personal que labora en la empresa, en el cual se estima un aumento en progresivo debido a la inflación y al flujo de trabajo contemplado en la producción; los totales de gastos por servicios básicos y de alquiler del local, distribución y publicidad para cada año; y por último la depreciación de equipos y amortización de gastos iniciales.

## 5. Agradecimientos

Queremos agradecer a Dios, pues solo con su guía somos quienes somos y estamos donde estamos. A nuestras familias, por su amor, su fe y su paciencia. A nuestros profesores, en especial al Mae. Enrique Salazar, por impartirnos los conocimientos necesarios para llegar a este punto. A nuestros amigos de la universidad, que en este tiempo han compartido alegrías y tristezas con nosotros y nos han brindado su apoyo y sus risas. A todos, porque han sido parte fundamental en este proceso.



## 6. Referencias

- [1] PHILLIP KOTLER y GARY ARMSTRONG, Fundamentos de Mercadotecnia. Cuarta Edición. Prentice Hall. México 1988.
- [2] <http://es.wikipedia.com/>
- [3] <http://www.inec.gov.ec/>
- [4] <http://www.babahoyo.gov.ec/>
- [5] <http://www.sri.gov.ec/>
- [6] Cámara de Comercio de Babahoyo
- [7] Tnlg. Cristian Mieles. Redactor Creativo del Área de BTL de Qualitat.

## 7. Conclusiones

En este proyecto se hizo un análisis completo de todos los aspectos involucrados en la implementación de un estudio audiovisual en la ciudad de Babahoyo, desde la presentación de los antecedentes, un análisis de mercado que permitió establecer las preferencias del mercado, un análisis técnico en el cual se detalla los fundamentos, pasos, ideas y estructuras necesarias para llevar a cabo el proyecto, hasta el análisis de la inversión a realizar y el análisis financiero para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

La constitución de un estudio audiovisual requiere una estructura funcional y empleados bien capacitados que permitan optimizar tiempo y recursos con la finalidad de un desempeño eficaz elevando la calidad del producto final.

Según datos de la Cámara de Comercio de Babahoyo, se encuentran registradas cerca de 50 empresas, pero se estima que existen por lo menos una cantidad de 200 empresas entre pequeñas, medianas y grandes. De ellas, pocas empresas cuentan con un área de publicidad que se encargue de promocionar efectivamente su marca. Sobre esto se basarán las expectativas de negocio.

El medio de comunicación más utilizado en Babahoyo es la televisión, con un 28% de aceptación, además de ser el más influyente en cuanto a publicidad se refiere, con un 52%. La radio y el Internet ocupan el segundo lugar, por lo que se recomendará pautar principalmente en estos tres medios, de acuerdo con la tendencia actual.

El 85% de las personas naturales y de las empresas están dispuestas a contratar los servicios de KIJOTE ESTUDIO AUDIOVISUAL.

Como forma de ingreso al mercado, se debe implementar una campaña para promocionar el nombre de la empresa. Pero también se debe acostumbrar al espectador a observar producciones audiovisuales. Esto se logrará por medio de eventos, exposiciones y seminarios que muestren trabajos de publicidad y diseño gráfico.

No existe ninguna empresa en la ciudad de Babahoyo que brinde los servicios que KIJOTE ESTUDIO AUDIOVISUAL brindará, así que el estudio audiovisual será pionero en el mercado.

Mediante el análisis financiero se ha determinado que la inversión necesaria para poner en marcha el estudio audiovisual es de \$ US \$ 24,736.54.

## 8. Recomendaciones

Se recomienda invertir en una campaña publicitaria que dé buenos resultados en cuanto a promoción, ya que por ser una empresa nueva, al principio no se contará con muchos clientes.

Se recomienda que a través del Director de Cuentas, se gestione una buena cartera de contactos, a fin de establecer sociedades estratégicas con las empresas, para así ganar posicionamiento en el mercado.

Se recomienda invertir más recursos en las investigaciones de mercado, con la finalidad de obtener información más detallada y precisa sobre la situación del cliente potencial.

Finalmente se sugiere que el proyecto de implementación de KIJOTE ESTUDIO AUDIOVISUAL sea realizado debido a la demanda que tiene este tipo de publicidad en las personas naturales y jurídicas de la ciudad de Babahoyo.

---

Firma del Director de Tesis