



**UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MODALIDAD PRESENCIAL**

**TEMA:**

“Plan de negocios para la empresa Iartstudio Cia. ltda. de la ciudad de  
Loja 2009 – 2010”

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO  
DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

**AUTORA:**

Matute Oviedo Ana María

**DIRECTORA:**

Econ. Espinoza Torres Diana Lucia

Loja-Ecuador

2012



Economista

Diana Espinoza

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.**

**Certifica:**

Que la Srta. Ana María Matute Oviedo, autora de la tesis “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA IARTSTUDIO CIA. LTDA. DE LA CIUDAD DE LOJA 2009 – 2010” ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento General de La Universidad Técnica Particular de Loja, la misma que ha sido coordinada y revisada durante todo el proceso de desarrollo, desde su inicio hasta la culminación, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Abril del 2011

---

Econ. Diana Espinoza  
**DIRECTORA DE TESIS**



## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Ana María Matute Oviedo, declaro conocer y aceptar la disposición del Artículo 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja, que en la parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del Patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos, técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

---

**Ana María Matute Oviedo**



## **AUTORÍA**

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la Autora.

---

**Ana María Matute Oviedo**



## **DEDICATORIA**

Haber llegado a cumplir con un reto más en mi vida me llena de gran satisfacción y todo gracias a Dios por darme el regalo de la existencia, a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional; es por ello que este trabajo se lo dedico a ellos; pues en él va plasmado mi esfuerzo al culminar uno de mis principales objetivos; al ser ellos la fuente de inspiración, esa semilla fecunda que ha crecido en mi ser y ahora me complace hacerles está bien merecida dedicatoria.

***Ana María Matute Oviedo***



## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento imperecedero a los catedráticos de la carrera de administración de empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja, quienes con absoluta sinceridad impartieron sus sabias experiencias, ofreciéndome comprensión y ayuda en mi formación profesional.

Quiero hacer constante mi agradecimiento a la Economista Diana Espinoza, quien con sus valiosos conocimientos supo guiar y hacer posible que mi trabajo de investigación se haga realidad.

***Ana María Matute Oviedo***



## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el Ecuador la publicidad ha ganado un protagonismo indiscutible en el medio comercial, ya que siempre existen productos y servicios que precisan darse a conocer al consumidor a través de los diferentes canales de comunicación, y los medios audiovisuales son una herramienta para poder lograrlo.

La mayoría de los servicios audiovisuales que se brindan en el Ecuador proviene de las grandes ciudades, como son Guayaquil y Quito. Ciudades más pequeñas quedan como un mercado sin opciones para encontrar estos servicios, pero con una amplia expectativa por el mismo hecho de que no hay competencia. En la ciudad de Loja, específicamente, aunque los empresarios de la ciudad cuentan con la predisposición para utilizar estos servicios, no existe ninguna empresa que sea capaz de satisfacer este tipo de necesidades.

Con la finalidad de dar una solución eficaz a esta realidad, se plantea el crear una productora audiovisual en la ciudad de Loja. El servicio que se ofrecerá está destinado a dos tipos de clientes, estos serán las personas naturales, que administran su propio negocio o servicio, y las empresas o también llamadas personas jurídicas, las cuales laboran bajo esquemas mayores de producción en los diferentes sectores comerciales establecidos. A estos dos grupos se los asesorará integralmente en publicidad, diseño y producciones audiovisuales.

Es por eso que IARTSTUDIO se creó con la finalidad de crear conceptos creativos e innovadores de alta calidad, y por ende, lograr el impacto comunicacional que los clientes esperan, la misma que se constituyó como una compañía de responsabilidad limitada. La inversión para la realización del proyecto es de USD 18.212,21, de los cuales el 100% será financiado por los accionistas.



Para comprobar si es factible o no llevar a cabo este proyecto, se realizó un Estudio de Mercado mediante el cual se buscó probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión. De acuerdo al plan de mercado realizado se pudo establecer que el mercado objetivo o meta de IARTSTUDIO es el 35% (19 empresas) de las empresas que contratan producción audiovisual (53 empresas).

Dentro del estudio de mercado se analizó una de las preocupaciones centrales de toda empresa es el hecho de enfrentarse a la competencia, la cual se ha visto fortalecida por el fenómeno de la globalización y las exigencias cada vez más fuertes por parte de los consumidores por comprar productos o servicios de mayor calidad y precio competitivo, todo ello ha permitido que las empresas nacionales no solo compitan entre ellas sino que ahora lo hacen con mayor intensidad.

De acuerdo a la investigación se pudo identificar entre la principal competencia para la productora a ECOTEL TV, vale recalcar que esta empresa que lidera el mercado local no es una productora audiovisual, sino más bien un canal de televisión por lo que no ofrece todos los servicios de una productora. Entre sus principales deficiencias se encuentra que no entregan sus servicios con los requerimientos solicitados por el cliente, siendo esto una ventaja para IARTSTUDIO ya que le permitiría generar preferencia por encima de la competencia. Otra empresa que se la considera como competencia de la productora es Expressarte Producciones, esta es una empresa de producción audiovisual ubicada en la ciudad de Cuenca, por lo que se la considera como competencia indirecta; dentro de sus deficiencias según la investigación realizada tenemos que tardan mucho en entregar el producto, por lo que la productora podría aprovechar esta deficiencia satisfaciendo las necesidades y deseos de los consumidores mejor que la competencia.



En el Plan de Marketing, se muestra la imagen corporativa de IARTSTUDIO CIA. LTDA. y se desarrolla el análisis de las 4P's (Producto, Plaza, Precio y Promoción), evaluando con detalles cada una de sus características más relevantes para el Plan de Negocio.

Una parte significativa en este punto del plan es el precio al que se venderán los productos o servicios, las producciones multimedia oscilan entre \$500 y \$1.500, las producciones de video están comprendidas entre \$1.000 y \$2.000, mientras que las producciones de audio están de \$75 y \$100.

El plan de producción muestra los flujos de proceso administrativo, con sus respectivos manuales. El proceso administrativo muestra cuales son los pasos desde el inicio o contratación del cliente hasta que se le entrega el servicio.

En el plan de organización se muestra la estructura legal, el organigrama funcional y estructural de IARTSTUDIO CIA. LTDA., a futuro, es decir, cuando empiece a operar.

En el plan económico – financiero se detalla la estructura del capital, inversiones, los estados financieros principales, flujo de caja e indicadores económicos.

Realizando el cálculo de todos los gastos generales que se incurrirá para poder establecer la empresa, el proyecto tiene una incidencia de los costos totales de \$53.135,01 dólares en el primer año de producción y para el quinto año suma \$ 62.896,13. Mientras que de ingresos el proyecto tendrá el primer año \$91.275 dólares y \$108.406,13 dólares en el quinto año.

Mediante los diferentes parámetros de evaluación generalmente utilizados para la definición de la factibilidad de un plan de negocios, se calculó que la tasa interna de retorno (TIR) es del 13,66%; el valor actual neto (VAN) es de \$84.655,14 dólares al final



de la vida útil del proyecto; la TIR es del 136,1% y en lo que respecta al beneficio costo tiene un valor de 0,72 centavos por dólar invertido.

Con todos estos datos expuestos se puede concluir con relativa certeza que en este momento es absolutamente viable y factible el proyecto, pero estará en los inversionistas decidir su implementación, no sin antes recomendar que dependiendo del tiempo de implementación y si hay cambios drásticos en la economía nacional, deberá realizarse los ajustes en el momento oportuno.



## INDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Cesión de Derechos.....	iii
Autoría.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen Ejecutivo.....	vii
Índice de Contenidos.....	x
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Cuadros.....	xv
Índice de Anexos.....	xvii
	i
<b>CAPÍTULO I: LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE.</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.</b> Orígenes de la Empresa.....	2
<b>1.2.</b> Filosofía Empresarial.....	3
<b>1.2.1.</b> <i>Objetivos General y Específico</i> .....	3
<b>1.2.2.</b> <i>Misión</i> .....	3
<b>1.2.3.</b> <i>Visión</i> .....	3
<b>1.2.4.</b> <i>Valores</i> .....	4
<b>1.3.</b> Portafolio de Productos.....	4
<b>1.4.</b> Recurso Humano .....	9
<b>1.4.1.</b> <i>Equipo Directivo</i> .....	9
<b>1.4.2.</b> <i>Equipo Operativo</i> .....	9
<b>CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.</b> Objetivos.....	12
<b>2.1.1.</b> <i>Objetivo General</i> .....	12
<b>2.1.2.</b> <i>Objetivo Específicos</i> .....	12
<b>2.2.</b> Segmentación de Mercado .....	12
<b>2.3.</b> Investigación de Mercado .....	13
<b>2.4.</b> Mercado Total .....	15
<b>2.5.</b> Análisis de Demanda .....	15



2.6. Mercado Potencial .....	28
2.7. Mercado Objetivo y Meta .....	29
2.8. Perfil del Cliente.....	30
2.9. Competencia directa e indirecta y sus características.....	31
2.10. Demanda Proyectada.....	33
<b>CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>36</b>
3.1. Imagen Corporativa de "IARTSTUDIO" .....	37
3.1.1. Logotipo.....	37
3.1.2. Slogan.....	38
3.1.3. Colores Corporativos.....	39
3.1.4. Material de Presentación.....	39
3.1.4.1 Tarjeta de Presentación.....	39
3.1.5. Papelería.....	41
3.2. Mix de Marketing.....	41
3.2.1. Servicios y sus Estrategias.....	41
3.2.2. Precios.....	42
3.2.3. Distribución y Comercialización.....	44
3.2.4. Publicidad y Promoción.....	45
<b>CAPÍTULO IV: PLAN DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Procesos Administrativos.....	51
4.1.1. Diagrama de Procesos .....	51
4.1.2. Manual de Procesos.....	55
<b>CAPÍTULO V: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.....</b>	<b>58</b>
5.1 Estructura Legal de IARTSTUDIO.....	59
5.2 Estructura Organizacional.....	60
5.3 Organigrama Funcional.....	60
5.4 Manual de Funciones .....	61



<b>CAPÍTULO VI: PLAN FINANCIERO</b> .....	70
<b>6.1. Cuadro de Inversiones</b> .....	71
<b>6.1.1. Activo Fijo</b> .....	71
<b>6.1.2. Activo Diferido</b> .....	71
<b>6.1.3. Activo Circulante</b> .....	72
<b>6.2. Balance General Inicial</b> .....	73
<b>6.3. Financiamiento</b> .....	74
<b>6.4. Depreciaciones y Amortizaciones</b> .....	75
<b>6.4.1. Depreciaciones</b> .....	75
<b>6.4.2. Amortizaciones</b> .....	76
<b>6.5. Análisis de Costos Fijos y Variables</b> .....	77
<b>6.5.1. Costos Fijos</b> .....	77
<b>6.5.2. Costos Variables</b> .....	78
<b>6.6. Presupuesto de Ingresos</b> .....	78
<b>6.7. Presupuesto de Gastos</b> .....	79
<b>6.8. Punto de Equilibrio</b> .....	80
<b>6.9. Estado de Pérdidas y Ganancias</b> .....	83
<b>6.10. Flujo de Caja Proyectado</b> .....	84
<b>6.11. Indicadores Financieros</b> .....	85
<b>6.11.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento</b> .....	85
<b>6.11.2. VAN</b> .....	86
<b>6.11.3. TIR</b> .....	87
<b>6.11.4. Relación Costo - Beneficio</b> .....	89
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	90
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	91



## INDICE DE GRÁFICOS

### **GRÁFICO N° 1:**

Actividad Económica de las Empresas ..... 16

### **GRÁFICO N° 2:**

Años de la empresa en el mercado ..... 17

### **GRÁFICO N° 3:**

Contrata servicios de producción audiovisual ..... 18

### **GRÁFICO N° 4:**

El servicio de producción audiovisual lo obtiene de una productora ..... 19

### **GRÁFICO N° 5:**

Inconveniente con los proveedores del servicio ..... 20

### **GRÁFICO N° 6a:**

Servicios de producción audiovisual con los que cuenta (PRODUCCIÓN MULTIMEDIA) ..... 21

### **GRÁFICO N° 6b:**

Servicios de producción audiovisual con los que cuenta (PRODUCCIÓN DE VIDEO) ..... 21

### **GRÁFICO N° 6c:**

Servicios de producción audiovisual con los que cuenta (PRODUCCIÓN DE AUDIO) ..... 22

### **GRÁFICO N° 7:**

Frecuencia con la que solicita los servicios de una productora audiovisual ..... 23

### **GRÁFICO N° 8:**

¿Está dispuesto a contratar el servicio de producción audiovisual? ..... 24

### **GRÁFICO N° 9:**

¿Cuánto invierte o está dispuesto a invertir en producción audiovisual? ..... 25

### **GRÁFICO N° 10:**

Característica más importante al momento de contratar el servicio de producción audiovisual 26



**GRÁFICO N° 11:**

Medio de comunicación a través del cual le gustaría informarse de la oferta de servicios de producción audiovisual ..... 27

**GRÁFICO N° 12:**

Importancia de contratar el servicio de producción audiovisual ..... 28

**GRÁFICO N° 13:**

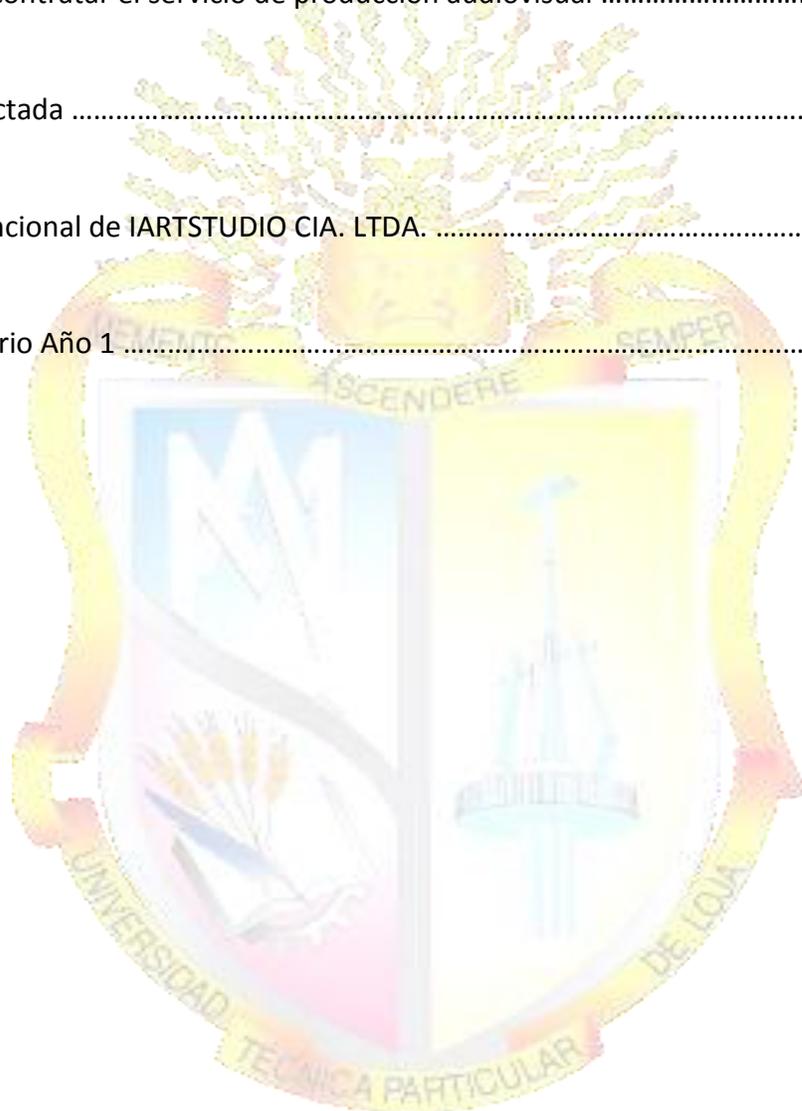
Demanda Proyectada ..... 35

**GRÁFICO N° 14:**

Organigrama funcional de IARTSTUDIO CIA. LTDA. .... 61

**GRÁFICO N° 15:**

Punto de Equilibrio Año 1 ..... 82





## INDICE DE CUADROS

### **CUADRO N° 1:**

Base de segmentación ..... 13

### **CUADRO N° 2:**

Mercado total de IARTSTUDIO CIA. LTDA ..... 15

### **CUADRO N° 3:**

Nivel de insatisfacción percibido por los clientes ..... 29

### **CUADRO N° 4:**

Calculo de demanda efectiva ..... 34

### **CUADRO N° 5:**

Demanda proyectada ..... 34

### **CUADRO N° 6:**

Significado de los colores corporativos ..... 39

### **CUADRO N° 7:**

Listado de precios de IARTSTUDIO CIA. LTDA. .... 43

### **CUADRO N° 8:**

Presupuesto de publicidad ..... 49

### **CUADRO N° 9:**

Manual de procesos para la realización de un spot publicitario ..... 55

### **CUADRO N° 10:**

Manual de procesos para la realización de un video de producto ..... 56

### **CUADRO N° 11:**

Manual de procesos para la realización de un comercial de radio ..... 56

### **CUADRO N° 12:**

Cuadro de integración de capital de IARTSTUDIO CIA. LTDA. .... 60



<b>CUADRO N° 13:</b>	
Inversiones requeridas .....	72
<b>CUADRO N° 14:</b>	
Inversión total .....	73
<b>CUADRO N° 15:</b>	
Balance General .....	74
<b>CUADRO N° 16:</b>	
Aportes de Capital .....	75
<b>CUADRO N° 17:</b>	
Depreciación de activos .....	76
<b>CUADRO N° 18:</b>	
Amortización de activos diferidos .....	77
<b>CUADRO N° 19:</b>	
Clasificación de Costos Fijos y Variables .....	78
<b>CUADRO N° 20:</b>	
Ingresos .....	79
<b>CUADRO N° 21:</b>	
Gastos .....	80
<b>CUADRO N° 22:</b>	
Estado de Pérdidas y Ganancias .....	83
<b>CUADRO N° 23:</b>	
Flujo de Caja Proyectado .....	84
<b>CUADRO N° 24:</b>	
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento .....	86
<b>CUADRO N° 25:</b>	
Valor Actual Neto .....	87
<b>CUADRO N° 26:</b>	
Tasa Interna de Retorno .....	88



**CUADRO N° 27:**

Calculo del VAN con la Tasa Interna de Retorno ..... 89





## INDICE DE ANEXOS

### **ANEXO N° 1:**

Curriculum de los directivos de la empresa ..... 92

### **ANEXO N° 2:**

Empresas registradas como socios en la Cámara de Comercio e Industrias de Loja ..... 94

### **ANEXO N° 3:**

Formato de la Encuesta ..... 96

### **ANEXO N° 4:**

Tabulaciones del Estudio de Mercado ..... 99

### **ANEXO N° 5:**

Carta de Presentación de IARTSTUDIO CIA. LTDA ..... 103

### **ANEXO N° 6:**

Hoja Membretada ..... 104

### **ANEXO N° 7:**

Sobres de la empresa ..... 105

### **ANEXO N° 8:**

Tríptico ..... 106

### **ANEXO N° 9:**

Factura..... 108

### **ANEXO N° 10:**

Proforma ..... 109

### **ANEXO N° 11:**

Proforma Medio de Comunicación ECOTEL TV ..... 110

### **ANEXO N° 12:**

Proforma de Imprenta Santiago ..... 112

### **ANEXO N° 13:**

Maquinaria y Equipos que se requiere para poner en marcha la empresa ..... 113



**ANEXO N° 14:**

Detalle de Gastos de IARTSTUDIO CIA. LTDA. .... 120

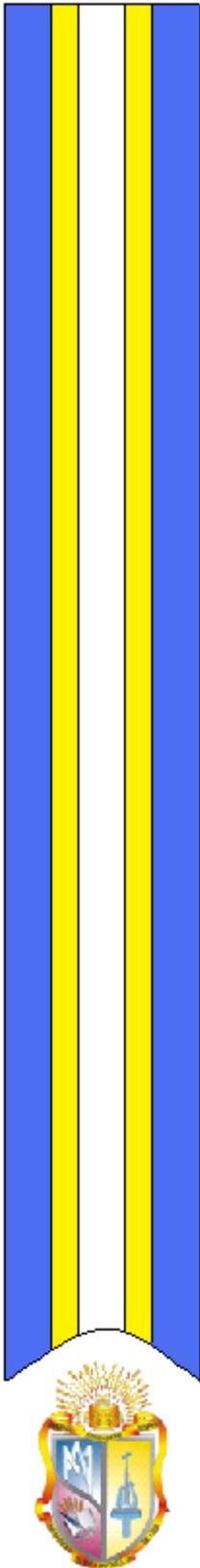
**ANEXO N° 15:**

Detalle de Ingresos de Venta de IARTSTUDIO CIA. LTDA. .... 122

**ANEXO N° 16:**

Ingresos y Egresos Actualizados ..... 123





# **CAPITULO I** **LA EMPRESA Y EL** **PERSONAL CLAVE**



## **I. LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE**

### **1.1. ORÍGENES DE LA EMPRESA**

IARTSTUDIO es una empresa de producción audiovisual, que nace con el fin de ofrecer una alternativa creativa y de calidad tanto para instituciones públicas, empresas privadas, inspeccionando todo el proceso de creación desde el guión hasta el rodaje, postproducción y realización.

Cuenta con un grupo de profesionales que trabajan en diferentes ramas, los mismos que combinan experiencia y conocimientos para dirigir la empresa al éxito.

IARTSTUDIO es una compañía de responsabilidad limitada, esta empresa fue constituida en la ciudad de Loja y conformada por dos socios emprendedores como son Ingeniero en Sistemas Informáticos y Computación Waldemar Victorino Espinoza Tituana y el Sr. José Luis Alvarado Hualpa egresado en Comunicación Social. El propósito u objetivo social de la empresa es la Producción audiovisual, animación y multimedia, efectos visuales, comercio electrónico; Asesoramientos en comunicación; Creación y producción de los elementos técnicos de difusión; Planificación de medios y Capacitación.

Para llevar a cabo la implementación de esta compañía se contó inicialmente con el apoyo directo del Valle de Tecnología (organismo interno de la UTPL), el cual se dedica apoyar a los principales emprendimientos que se desarrollan y ejecutan en la Universidad Técnica Particular de Loja.



## **1.2. FILOSOFÍA EMPRESARIAL**

### **1.2.1. Objetivos General y Específico**

#### **General**

- \* Posicionarse como una empresa solida y a la vanguardia de las tecnologías.

#### **Específico**

- \* Brindar a todos y cada uno de nuestros clientes un producto de calidad, con el que se pueda lograr sus expectativas.
- \* Ser reconocidos como una de las mejores empresas audiovisuales de la ciudad.
- \* Mantenerse de acuerdo al avance tecnológico para poder servir de una mejor manera a los clientes y posibles clientes, y así poder competir en este mundo globalizado

### **1.2.2. Misión**

*"IARTSTUDIO" es una empresa especializada en producción audiovisual, animación y multimedia, creando conceptos creativos e innovadores de alta calidad, y por ende, lograr el impacto comunicacional que nuestros clientes esperan.*

### **1.2.3. Visión**

*Ser reconocidos nacionalmente como los mejores por nuestra excelencia de servicio y productos.*



#### **1.2.4. Valores**

Los valores describen la cultura y la imagen que desea ofrecer IARTSTUDIO. Son fundamentales para impulsar a la empresa en la dirección adecuada. La cultura empresarial de IARTSTUDIO está cimentada en tres valores centrales:

**Responsabilidad:** Asumir cada uno de nuestros compromisos con seriedad, dedicación y responsabilidad.

**Confiabilidad:** Esforzarse para entregar a nuestro cliente un producto confiable, mediante una actitud íntegra y honesta.

**Compromiso:** Ser siempre comprometidos con nuestros clientes.

### **1.3. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS**

IARTSTUDIO brinda los siguientes productos o servicios:

#### **Multimedia**

##### **✓ Presentaciones multimedia**

Una presentación multimedia animada, puede a través de la combinación de texto, imágenes, sonido, video y animaciones envolver al espectador en el ambiente de uso del producto o servicio promocionado, impulsando así la convicción de sus bondades y la intención de su compra.

Este producto va dirigido a todas aquellas empresas o instituciones que deseen presentar a sus clientes de manera resumida o ampliada las ventajas de



adquirir sus bienes o servicios, mediante un recurso que por su presentación sea capaz de envolverlos y capturar tanto su atención como su interés.

- ✓ CD-ROM multimedia
- ✓ Animación Gráfica, logos, rótulos
- ✓ Diseño y realización de presentaciones multimedia, corporativas y de producto
- ✓ Diseño de imagen global para eventos
- ✓ Comunicación corporativa
- ✓ Catálogos interactivos

### **Producción de Video**

#### ✓ **Industriales**

Este es un producto que va dirigido a empresas e instituciones, que requieren presentar o dar a conocer la identidad de su empresa de una manera creativa, motivadora y de alto impacto.

#### ✓ **Institucionales**

El video institucional es una herramienta de marketing que permite comunicar y fortalecer la imagen de una empresa. Puede presentar a la compañía, sus actividades, objetivos, tecnología y su proyección en el mundo.

Los videos institucionales se utilizan como presentación a clientes actuales y potenciales, partners y proveedores.

#### ✓ **Corporativos**

Este es un producto cuyo objetivo del video corporativo es influir sobre las decisiones de los clientes, proveedores, o posibles inversionistas potenciales que puedan contribuir en el desarrollo de la empresa.



Entre los beneficios que un video corporativo ofrece a las empresas o instituciones son los siguientes:

- Da a la empresa o institución un aspecto joven, dinámico y vivo.
- Posicionar a la empresa en el país y el exterior, de manera más rápida y logrando el objetivo final: alto impacto.
- Potenciar el uso de los medios de comunicación y la innovación.
- Mejora la memorización de sus cualidades.

✓ **De producto**

Esta producción de video generalmente se utiliza para presentar nuevos productos, servicios o fuerza de ventas en eventos de lanzamiento o promociones.

✓ **Para presentaciones**

Este tipo de video le permite publicar a sus clientes; los servicios, productos e información corporativa de su empresa.

El uso de este tipo de proyecciones se puede dar en:

- Ferias
- Presentaciones de producto
- Visitas a empresa
- Reuniones directivas
- Acciones comerciales

Con este sistema visual de presentación con gran potencial, las empresas o instituciones pueden sorprender e impactar a sus Clientes. Además logrará transmitir la mejor imagen: fiabilidad, credibilidad, seguridad.



✓ **Documentales**

El documental es un género cinematográfico y televisivo, realizado sobre imágenes tomadas de la realidad.

✓ **Spots publicitarios**

Los Spots publicitarios, mediante el ingenio y creatividad permiten llevar al público objetivo su mensaje en una completa campaña publicitaria.

IARTSTUDIO se encarga del proceso completo de producción de spots publicitarios y musicalizaciones, es decir desde la creatividad y guión hasta la post-producción, incluyendo la musicalización y/o jingle, los locutores y la grabación.

**Producción de Audio**

✓ **Comerciales radiales**

La radio precisa de un estilo diferente de publicidad, por tal razón, los anuncios se desarrollan a través de un proceso de reflexión similar al que se emplea en otros medios. Lo primordial es conocer el blanco del público objetivo. En la creación del comercial de radio nuestro escritor o guionista establecerá los objetivos y la estrategia a utilizar, además de describir al público meta.

✓ **Jingles comerciales**

Los Jingles Comerciales o Publicitarios como también se los conoce, son útiles para posicionar marcas o para promocionar productos o servicios.

Esto es lo que un Jingle hace por su empresa:



La posiciona en la mente del consumidor, logrando ubicarla entre las primeras opciones de consumo de su producto o servicio. Además la transforma en un aviso viviente ya que el hecho de utilizar la música como herramienta publicitaria, sumado a la repetición del mensaje, tiene como resultado una efectividad del 100% en el efecto de recordación de la publicidad.

A los jingles se lo puede reproducir en avisos de radio, televisión, en la central telefónica de su empresa, en su página de Internet, en conferencias, eventos, exposiciones, salas de espera. Cualquier medio es perfecto para emitir su mensaje.

Utilizando su nombre, el nombre de su programa, la frase que identifica a su empresa o inclusive diseñando para usted una frase específica, generamos la música original y colocamos los intérpretes adecuados para hacer su Jingle y que usted pueda utilizarlo con total libertad y por todo el tiempo que lo desee

Para ello Tomamos sus ideas y las convertimos en música promocional para spots comerciales, entradas de locuciones, identidad de programas, productos, negocios, y más. Este va desde 5 Seg. hasta 1 minuto de duración, incluyendo el diseño del arreglo musical y orquestación específica. Con solistas y coros que den a su Jingle la personalidad adecuada, sin límite de uso ni restricciones de derechos y le entregamos en CD con cualquier formato de audio y con la máxima calidad de 24 bits 96 Kbps (WAV), para garantizarle una fidelidad estupenda en cualquier medio de transmisión.



## **1.4. RECURSO HUMANO**

El recurso humano de IARTSTUDIO está conformado por los colaboradores y empleados que en ella laboran. Este se divide en el equipo directivo y operativo, que a continuación se describen.

### **1.4.1. Equipo Directivo**

IARTSTUDIO está integrada por un equipo multidisciplinario de profesionales con experiencia en búsqueda de oportunidades de negocio. El equipo directivo de la empresa está encargado de coordinar todas las actividades.

### **1.4.2. Equipo Operativo**

El equipo operativo de IARTSTUDIO está conformado por profesionales calificados entre ellos tenemos: (Ver Anexo N° 1)

- Ing. en Sistemas Informáticos y Computación Waldemar Espinoza.
- Egresado de Comunicación Social Sr. José Luis Alvarado.

Para la producción de un producto, sólo puede llevarse a cabo mediante el trabajo de diversas áreas las cuales tienen a su cargo labores específicas.

**Área de producción:** Organiza, planifica y administra el trabajo. Es el primer equipo en incorporarse y el último en abandonar la producción. Esta área está encargada netamente de reunir en forma conveniente todos los elementos para lograr una realización exitosa. La producción demanda una exhaustiva planeación durante el proyecto. El éxito de cada producción está determinado, en gran medida por la forma en que solucionan los problemas, incluso antes de que ocurran. Para estas funciones

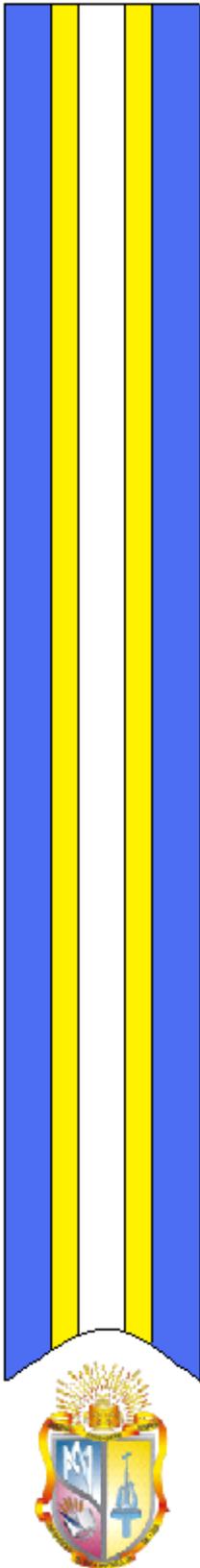


es necesario contar con el apoyo de asistentes de producción y trabajar con un productor de campo.

**Área de realización:** Es la que coordina y determina la grabación de los distintos productos audiovisuales. Éstos dan las instrucciones al personal y dependiendo del caso al elenco, asegurándose que la realización sea estéticamente agradable. Entre sus labores se encuentran hacer el listado de tomas y dar instrucciones para las mismas. En algunas situaciones el director ayuda a dar forma al guión haciendo cambios dentro de la grabación.

Encontramos otras áreas como asistente de dirección, director de fotografía, camarógrafo, guionistas.

**Área de postproducción:** Es un proceso deliberado en donde se invierte mucho más tiempo para seleccionar y combinar diferentes tomas. Como lo indica su nombre, la edición en postproducción tiene lugar después de que el material se ha reunido. Un editor puede tardar muchas horas para crear un producto terminado que sólo es de unos cuantos minutos de duración. Dentro de esta área podemos ubicar a los post-productores, diseñadores gráficos, musicalizadores.



## **CAPITULO II** **ESTUDIO DE MERCADO**



## **II. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es *la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia.*<sup>1</sup>

### **2.1. OBJETIVOS**

#### **2.1.1. Objetivo General**

Investigar, definir y concretar el perfil de los clientes potenciales o “target group”, conociendo la situación actual del mercado, tomando en cuenta al cliente y a la competencia.

#### **2.1.2. Objetivos Específicos**

- Conocer a los clientes o posibles clientes, determinando necesidades, gustos y preferencias.
- Definir el segmento de mercado al que pertenece nuestro público.
- Indagar cuál es la competencia directa e indirecta para la empresa.
- Establecer cuál es la demanda real de los productos de la empresa.

### **2.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación de mercado se puede definir como *“el proceso de dividir el mercado potencial en diferentes subconjuntos de consumidores con necesidades comunes o características, y seleccionar como objetivo a uno o más segmentos para encauzarlos como una mezcla específica de mercadotecnia”*<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Naresh K. Malhota, *Investigación de Mercados Un enfoque práctico*, 2ª Ed., México, PEARSON EDUCACIÓN, 1997, p. 8.



Para la realización de la segmentación se tomará en cuenta las siguientes bases:

**CUADRO N° 1**  
**BASE DE SEGMENTACIÓN**

<b>BASE DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>VARIABLES DE SEGMENTACIÓN</b>
<b><u>Segmentación geográfica</u></b> Ciudad Densidad de población	Loja Urbana
<b><u>Segmentación demográfica</u></b> Ingresos  Ocupación	Empresas que por su actividad económica, puedan acceder a nuestros servicios.  Empresas comerciales, de servicios o industriales

**Elaborado por:** El autor

### **2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

La información para poder realizar la investigación de mercado, se la obtiene de la Cámara de Comercio de Loja y la Cámara de Industrias. Según la base de datos de estas entidades, la CCL cuenta con 1.291 socios (137 son empresas y la diferencia son personas naturales) y la CIL cuenta con 20 socios, estas empresas realizan sus operaciones comerciales en diferentes sectores (Ver Anexo N° 2). Pero para motivo de estudio y encontrar la muestra más idónea y representativa del universo de empresas, se procedió a realizar una selección, descartando los pequeños negocios, para lo cual se toma como referencia de la CCL las 137 empresas y de la CIL 13 empresas, dando un total de 150 empresas quienes serán nuestra población para poder considerar nuestra muestra.

Para la aplicación de encuestas, se necesita cuantificar la muestra; para ello se utilizara la fórmula de población finita, dado que nuestra población es menor a 100.00 empresas.



**Fórmula para calcular la muestra:**

$$n = \frac{Z^2 p q (N)}{e^2 N - 1 + Z^2 p (q)}$$

**Donde:**

**Z** = El nivel de confianza será del 95% (1,96).

**p** = Probabilidad de ocurrencia del 50%.

**q** = Probabilidad de No ocurrencia del 50%.

**N** = Población (150)

**e** = grado de error del 5%

**DESARROLLO DE LA FÓRMULA:**

$$n = \frac{1.96^2 0.5 0.5 (150)}{0.05^2 150 - 1 + 1.96^2 0.5 (0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 0.25 (150)}{0.0025 149 + 3.8416 0.5 (0.5)}$$

$$n = \frac{144.06}{0.3725 + 0.9604}$$

$$n = \frac{144.06}{1.3329}$$

$$n = 108.08$$

Ya aplicada la fórmula correspondiente, para saber cuál es el número de encuestas a realizar, sabemos que se debe emplear **108 encuestas** en el mercado. Una vez que se



ha obtenido la información proporcionada en las encuestas se ordena, analiza e interpreta los resultados para así poder realizar el análisis de la demanda.

### **2.3. Mercado Total**

El mercado total de IARTSTUDIO está conformado por todas aquellas empresas u organizaciones de la ciudad de Loja que tengan la necesidad de información, las mismas que pueden ser satisfechas por los productos y servicios que ofrece esta empresa.

Por lo tanto, para definir el mercado total nos basamos en la información suministrada por la Cámara de Comercio y Cámara de Industrias de Loja.

A continuación se presenta el mercado total que se ha determinado:

**CUADRO N° 2**  
**MERCADO TOTAL**

<b>GRUPO DE CLIENTES</b>	<b>N° DE CLIENTES</b>
Cámara de Comercio de Loja	1.291
Cámara de Industrias de Loja	20

Elaborado por: El autor

### **2.6. Análisis de Demanda**

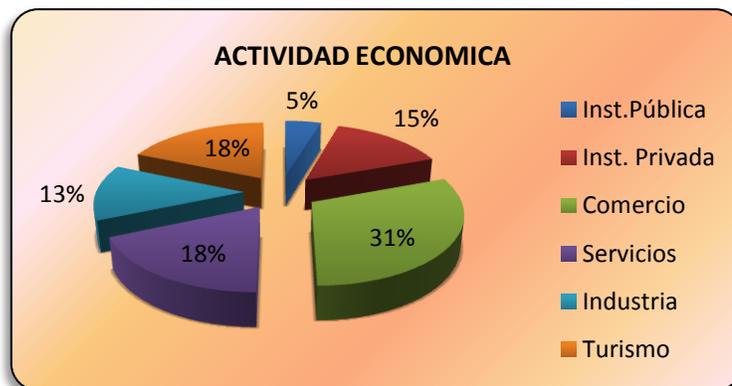
Considerando que según Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro “Mercadotecnia”, la *demand*a se refiere a *“las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”*. Se debe tener presente que conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precio.



El objetivo del análisis de la demanda es, evaluar cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a los productos que ofrece la empresa, así como también establecer la participación de los mismos en la satisfacción de la demanda. Para poder determinar la demanda con la que cuenta la empresa, se recurre a la *aplicación de fuentes secundarias*, específicamente a la *aplicación de encuestas* (Ver Anexo N° 3). A continuación se presentan los datos estadísticos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta a las empresas seleccionadas (Ver Anexo N°4).

Con la realización de la investigación de mercado, se pudo determinar la actividad económica a la cual se dedican mayoritariamente las empresas encuestadas, dando como resultado las siguientes cifras.

**GRAFICO N° 1  
ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaboración:** El autor

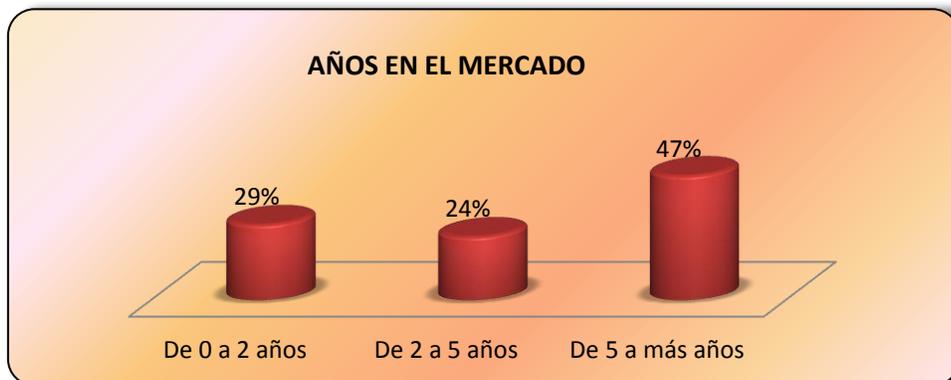
Respecto al gráfico se puede manifestar que de las empresas a las cuales se les aplico la encuesta, el 31% pertenecen a la actividad económica del comercio; el 18% al sector de servicios y turismo; el 15% a las instituciones privadas; el 13% a la industria y tan solo el 5% restante son instituciones públicas o del Estado. Esto significa que nuestros servicios apuntarían más a las empresas del sector comercial, debido a que es la actividad económica que más se desarrolla en el mercado lojano y por lo tanto es ahí donde se puede encontrar nuestro mercado potencial.



Hay que señalar que los principales usuarios considerados para este estudio se hallan situados en la localidad de Loja; así mismo, están registrados como socios en la Cámara de Comercio y Cámara de Industrias, de donde se puede extraer información respecto a sus direcciones y números telefónicos para establecer contacto con la persona encarga de contratar el servicio que se oferta.

Por otro lado un aspecto muy importante es conocer el tiempo que las empresas llevan en el mercado, para saber con qué comercios se va a tener relación, si con negocios que están apuntalándose, que están en progresión o empresas que entran recién en el medio. Es por ello que se ha procedido al sondeo de los años que llevan las empresas en el mercado, dando como resultado el siguiente gráfico.

**GRAFICO N° 2**  
**AÑOS DE LA EMPRESA EN EL MERCADO**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaboración:** El autor

Mediante la investigación sobre los años en el mercado de las empresas, se pretende determinar el número de comercios que existen de acuerdo a los años de creación, arrojando como resultado que el 47% ya son empresas estables y en crecimiento dado que llevan de 5 años o más de creadas, el 29% que corresponde a empresas recién creada las mismas que oscilan entre 0 a 2 años; mientras que el 24% restante corresponde a las empresas que llevan de 2 a 5 años de creadas. Con estos datos revelados se llega a la conclusión que en el mercado lojano 51 empresas de las 108



encuestadas, han sabido mantenerse en este mercado competitivo, por lo tanto estas empresas debido a que ya tienen estabilidad están en la capacidad económica de contratar los servicios de IARTSTUDIO.

Ahora teniendo conocimiento de este punto, se prosigue a conocer si las empresas contratan servicios de producción audiovisual.

### GRAFICO N° 3 CONTRATA SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL



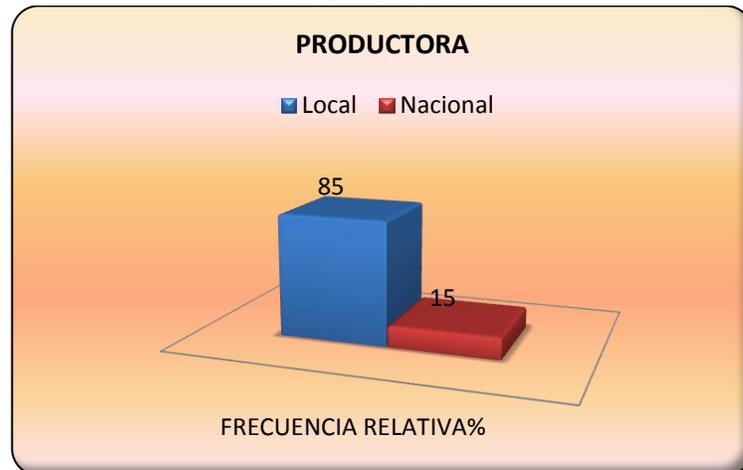
Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Con estos datos estadísticos, se pretende conocer si las empresas solicitan o requieren de este servicio para promocionar sus negocios, dando como resultado que de las 108 empresas el 51% si hace uso de estos servicios, mientras que el 49% no contrata producción audiovisual. Con esto se deduce que en el mercado local si hay demanda de este servicio ya que más de la mitad de los encuestados hace uso del mismo, en cambio el 49% no contrata este servicio siendo esto también una oportunidad para ofertar los productos.

Ahora bien, lo que se debe determinar es la forma de proveerse de los servicios de producción audiovisual, la cual es acudiendo a las empresas ofertantes, sean éstas, locales o nacionales. Los resultados son los siguientes:



#### GRAFICO N° 4 EL SERVICIO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL LO OBTIENE DE UNA PRODUCTORA



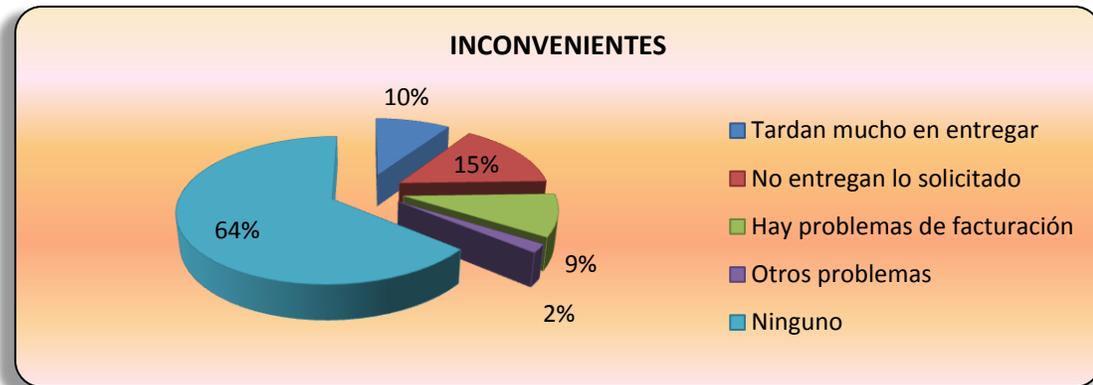
Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Como nos podemos dar cuenta mayormente las empresas obtienen el servicio de producción audiovisual de empresas locales, representado por el 85%, las razones son la facilidad de plantear reclamos de inconformidad, el tiempo de respuesta, entre otras. Mientras que tan solo el 15% tiene como proveedor de este servicio a empresas nacionales.

La empresa que lidera el mercado, principalmente en la realización de spot publicitarios es ECOTEL Tv, seguido de CL Diseño Publicitario y de Imágenes Producciones. En cambio en lo referente a empresas nacionales se encuentra Audi Visión. Algo que hay que tener muy en cuenta es, que la empresa que lidera el mercado local no es en sí una productora audiovisual, sino más bien un canal de televisión, por lo tanto no ofrece todos los servicios de una productora audiovisual siendo esto una ventaja para IARTSTUDIO, porque se puede captar a esos clientes y más aun si estos tienen inconvenientes con los proveedores porque es donde la empresa puede llenar las expectativas. Por lo tanto se prosiguió a investigar estos inconvenientes.



### GRAFICO N° 5 INCONVENIENTE CON LOS PROVEEDORES DEL SERVICIO



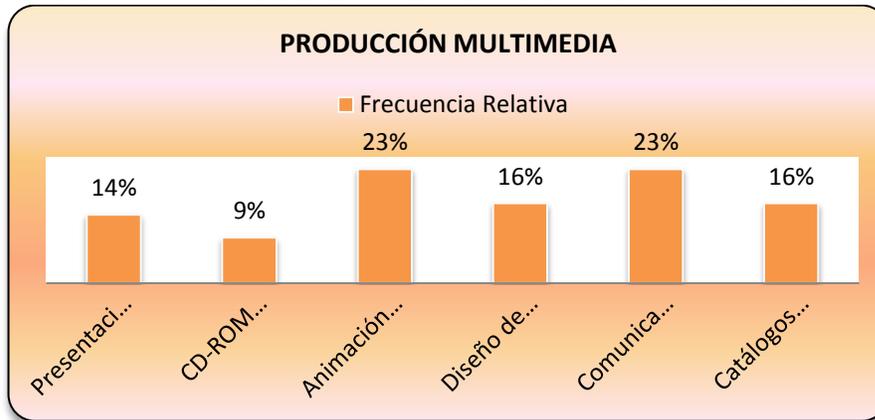
Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

De acuerdo con el resultado obtenido se determinó que la competencia actual tiene influencia en los clientes puesto que el 64% de los encuestados manifiestan no tener ningún inconveniente o problema con los actuales proveedores, mientras que el 36% restante afirman lo contrario, siendo de este el mayor inconveniente que no entregan lo solicitado representado por el 15%. Todo esto compromete a IARTSTUDIO a mejorar y consolidar esfuerzos en lo referente al producto o servicio que brinda para poder generar conciencia de compra y de preferencia por encima de la competencia.

Es por ello que se prosiguió a determinar cuáles son los servicios de producción audiovisual con los que cuentan las empresas encuestadas, para así tener conocimiento de los servicios con mayor demanda en el mercado.



**GRAFICO N° 6a**  
**SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CON LOS QUE CUENTA**



Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

En lo referente a producción multimedia los servicios que mas salida tiene son: Animación gráfica, logos, rótulos y Comunicación corporativa estos dos productos con una demanda del 23%; seguido de diseño de imagen global para eventos y catálogos interactivos con un 16% y de presentaciones multimedia con un 14% y el producto con menos demanda son los CD-ROM multimedia ya que tan solo el 9% los solicita.

**GRAFICO N° 6b**  
**SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CON LOS QUE CUENTA**

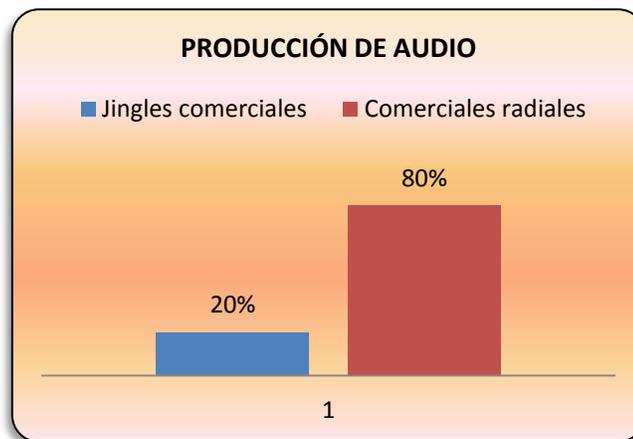


Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor



De acuerdo a la investigación realizada dio como resultado que el producto que más se requiere en producción de video son los spot publicitarios representado por el 36%, el 20% demanda de videos de producto y los videos para presentaciones ocupan el tercer lugar con un 17%.

**GRAFICO N° 6b**  
**SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CON LOS QUE CUENTA**



Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Como se puede observar en el gráfico los comerciales radiales son los que mayor demanda tienen en el mercado, en cambio los jingles comerciales muy poco son requeridos.

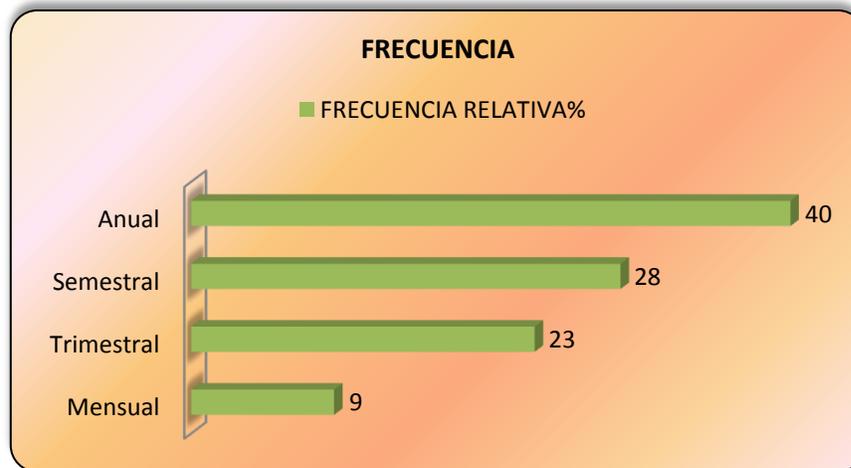
Analizando todas las estadísticas que arrojó el estudio de los servicios de producción audiovisual con los que cuentan las empresas, se deduce que los servicios de producción audiovisual más contratados se circunscriben a la animación gráfica-logos-rótulos, comunicación corporativa, spot publicitarios, video de producto y comerciales radiales; ya que consideran que es una alternativa creativa y de calidad para dar a conocer a su empresa y lograr un impacto comunicacional con sus cliente ya que de ello también depende la fidelidad y confiabilidad de los mismos, por lo tanto, los trabajos de producción audiovisual serán hechos a la medida, es decir, considerando



características propias de sus actividades mercantiles así como requerimientos y condiciones específicas de sus empresas, servicios o productos.

Otro aspecto importante que fue investigado es la frecuencia con que se solicita los servicios de producción audiovisual por el mercado local. Los resultados se muestran a continuación:

### **GRAFICO N° 7 FRECUENCIA CON LA QUE SOLICITA LOS SERVICIOS DE UNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaboración:** El autor

Los servicios mayormente son solicitados anualmente con una frecuencia del 40%, seguido del 28% que contrata semestralmente. Esta información conseguida mediante la aplicación de encuestas a los empresarios de Loja, nos dan como resultado la demanda existente en la contratación de producción audiovisual, siendo esto que la demanda lo requieren con más frecuencia año a año.

En otro tema, quizá el aspecto más importante de esta indagación es saber si las empresas están dispuestas a contratar los servicios a IARTSTUDIO, para la cual se procedió a averiguar sobre este tema, dando como resultado las siguientes estadísticas.



### GRAFICO N° 8 ¿ESTÁ DISPUESTO A CONTRATAR EL SERVICIO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL?



Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Los resultados de esta interrogante son claves para el presente estudio y para la propuesta del plan de marketing, puesto que permite establecer si existe realmente la presencia o no de demanda para los servicios que ofrece una productora audiovisual; obteniendo resultados positivos debido a que la mayoría de los encuestados estarían dispuesto a contratar los servicios que ofrece IARTSTUDIO es decir el 62%, mientras que un 38% no lo contrataría, por lo tanto existen las condiciones de mercado para que el servicio que actualmente se ofrece se lo impulse con mayores perspectivas y así se logren los objetivos planteados.

En cuanto al rubro del presupuesto que las empresas destinan para contratar servicios de producción audiovisual, tenemos que el monto de dinero oscila en los siguientes rangos:



### GRAFICO N° 9 ¿CUÁNTO INVIERTE O ESTA DISPUESTO A INVERTIR EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL?



Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

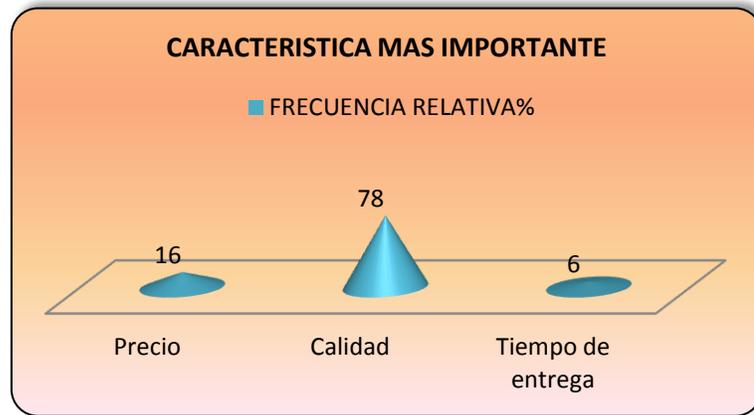
Los resultados expuestos en el gráfico ponen en evidencia el presupuesto que los empresarios destinan a la obtención de servicios de producción audiovisual. Por lo tanto la pregunta se la planteo de esta forma, ya que se consideró que las empresas no hubieran señala el rubro exacto que pagan por el servicio, por recelo a revelar información. Por ello se establecieron rangos, previo a consultarlos con personas del mercado oferente, con ello se pretende establecer como el mercado percibe el precio de los servicios en especial.

Siendo así que, las empresas están dispuestas a invertir anualmente en producción audiovisual, más de \$1.000, con un porcentaje del 29%, seguido de \$901 a \$1.000 con el 26%.

Una vez obtenida esta información se prosigue al análisis de las características que influyen cuando el cliente solicita los servicios de producción audiovisual, siendo las más representativas las siguientes:



### GRAFICO N° 10 CARACTERISTICA MÁS IMPORTANTE AL MOMENTO DE CONTRATAR EL SERVICIO DE PRODUCCION AUDIOVISUAL



Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Como puede observarse en el gráfico, las principales características que certifican la eficacia del servicio de producción audiovisual y por ende, la satisfacción de los clientes es la calidad ya que la mayoría de los encuestados expresaron que es la característica más importante representada por el 78%, y el precio y tiempo de entrega no son tan importantes al momento de contratar este servicio, estos están representados por el 16% y 6% respectivamente.

Con ello se confirma la posibilidad de diseñar una oferta de servicios de producción audiovisual que supere las ventajas de la competencia, de tal forma que se aproveche la demanda insatisfecha en cuanto a calidad, precios y tiempo de entrega.

En otro aspecto, en el posicionamiento de un producto los medios de comunicación juegan un papel importante, constituyendo también un factor a ser analizado en un estudio de mercado, de tal manera que los resultados de este tema a continuación se presentan.



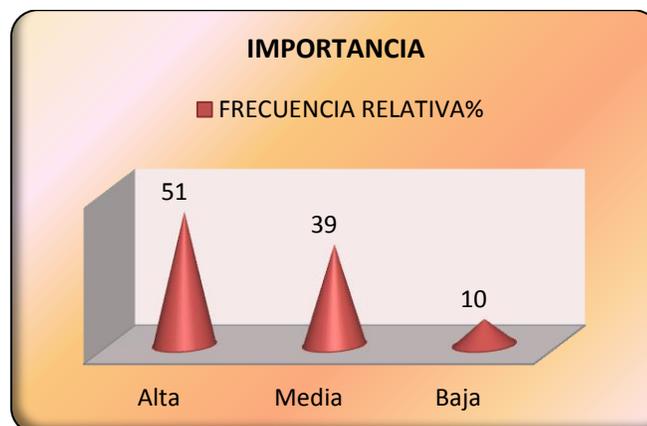
### GRAFICO N° 11 MEDIO DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL CUAL LE GUSTARÍA INFORMARSE DE LA OFERTA DE SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL



Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

El medio de comunicación por el cual los empresarios les gustaría informarse sobre los servicios de IARTSTUDIO es mediante el internet ocupando este un 47% de preferencia, así como también por la televisión representado por el 24% y la prensa con el 19%. Pero es de vital importancia saber el nombre de estos medios, por lo que se continuo a averiguar cuáles son, siendo el medio de televisión más sintonizado ECOTEL TV y el medio escrito más leído el diario La Hora.

### GRAFICO N° 12 IMPORTANCIA DE CONTRATAR EL SERVICIO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL



Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor



De las empresas que respondieron que si contratan o están dispuestos a contratar el servicio de producción audiovisual, el 51% creen que la misma tiene una importancia alta en sus negocios, debido a que mediante este servicio se permite a la empresa darse a conocer al público de una manera creativa, así como también se le da un alto impacto y sobre todo se logra posicionar a la empresa. Mientras que por otro lado el 39% cree que es de media importancia contratar los servicios de producción audiovisual y tan solo el 10% piensa que es de baja importancia o no es importante.

#### **2.4. Mercado Potencial**

Este mercado está conformado por aquellas entidades que contratan el servicio de producción audiovisual el mismo que está conformado por el 49% del total encuestado, el cual representa 53 negocios, los mismos que son medianas y grandes empresas, que además se encuentren contratando uno o varios de los servicios de producción audiovisual que la empresa oferta, estos son producción multimedia, producción de video y producción de audio.

#### **2.5. Mercado Objetivo y Meta**

Es el mercado que la empresa desea y decide captar, satisfacer y servir, con la finalidad de obtener una determinada utilidad o beneficio.

El mercado objetivo, lo comprenden aquellas empresas del segmento seleccionados que encuentran o sienten algún nivel de insatisfacción en la prestación del servicio de los actuales proveedores y que se deducen de las respuestas brindadas por los encuestados a través de la pregunta 5 la misma que dice: *¿Tiene algún de inconveniente con los proveedores actuales de este producto?*, cuyos resultados se presentan en el siguiente cuadro, deduciéndose del 100% de encuestados, el porcentaje de *insatisfacción* respecto del servicio analizado:



**CUADRO N° 3**  
**NIVEL DE INSATISFACCIÓN PERCIBIDO POR LOS CLIENTES**

<b>INCONVENIENTE CON LOS PROVEEDORES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Tardan mucho en entregar	5	9%
No entregan lo solicitado	8	15%
Hay problemas de facturación	5	9%
Otros problemas	1	2%
Ninguno	34	64%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Elaboración: El autor

De acuerdo al cuadro N°3 se puede observar el nivel de insatisfacción percibido por los clientes empresariales en cuanto a servicios de producción audiovisual, lo cual establece una importante oportunidad para plantear un plan de negocios que permita la oferta de servicios con ventajas distintivas que avale el posicionamiento, ingreso y permanencia de IARTSTUDIO en el mercado, altamente competitivo.

Por lo tanto el mercado objetivo o meta para IARTSTUDIO sería el 35% (19 empresas) de las empresas que contratan producción audiovisual (53 empresas).

## **2.6. Perfil del Cliente**

En el Diccionario de Marketing, del Cultura S.A, encontramos que *“cliente”* es un *“término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como en el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.”*

Por lo tanto se puede afirmar que el cliente es el protagonista de la acción comercial. Dar una buena respuesta a sus demandas y resolver cualquier tipo de sugerencia o propuesta es imprescindible. El cliente es, por muchos motivos, la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa. Es por ello que de acuerdo al objetivo que persigue



IARTSTUDIO, se debe brindar a todos y cada uno de sus clientes un producto de calidad, con el que se pueda lograr sus expectativas.

El objetivo de conocer el perfil del cliente es conocer la forma de “llegarle”, de una manera atractiva, es por ello que se debe definir el perfil del cliente al que se le ofrecerá los productos de la empresa, identificando las características principales que diferencian a un grupo en particular. Las características de los clientes según el estudio realizado son las siguientes:

- ❖ Los clientes se encuentran ubicados geográficamente en la ciudad de Loja, lo cual constituye una garantía en la prestación del servicio de manera oportuna y cumpliendo con todos los requerimientos, al tener una contratación directa.
- ❖ En su mayoría los clientes desempeñan la actividad económica del comercio, entre las cuales se encuentran, empresas medianas y grandes, cuya actividad les permite acceder a los servicios que ofrece la empresa.
- ❖ La mayoría de empresas llevan de 5 años o más en el mercado, lo cual ya son empresas consolidadas y con un nivel económico que les permite acceder a nuestros servicios.
- ❖ Exigen que el servicio ofertado sea de alta calidad, el mismo que tiene que cumplir con todos los requerimientos del cliente.
- ❖ Todos demandan de servicios de producción audiovisual, puesto que hoy en día estamos ante un mundo competitivo y por ende se requiere de mantenerse en el mercado es así que la industria de producción audiovisual, con la creatividad, innovación y agresividad ha incursionado en el ámbito empresarial, convirtiéndose en una herramienta imprescindible para el eficiente desempeño de las actividades empresariales.



## **2.7. Competencia directa e indirecta y sus características**

Hay que tener presente, que toda empresa enfrenta una serie de competidores. Para tener éxito, es necesario satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores mejor que como la hacen sus competidores.

Es por ello, que es necesario identificar tanto la competencia directa (las que ofrecen su mismo producto o servicio) e indirecta (aquellos que no compiten en forma directa, pero que tienen influencia en sus clientes).

Por lo tanto, es muy importante realizar un estudio minucioso de la competencia y cuáles son sus características determinantes que pueden poner en riesgo el logro de los objetivos de "IARTSTUDIO", este estudio se lo efectúa con la intención de lograr concebir una ventaja competitiva sobre nuestros competidores. Según el estudio de mercado efectuado tenemos que dentro de la competencia para IARTSTUDIO, se encuentran las siguientes empresas, que se desempeñan tanto a nivel nacional como local.

### **Competencia Directa**

La investigación ha permitido identificar como empresa representativa de la competencia a ECOTEL TV, siendo sus características las siguientes:

- ❖ Es un canal de televisión que se encuentra ubicado en la ciudad de Loja, por lo tanto no es una productora audiovisual y no ofrece todos los servicios que pretende ofrecer IARTSTUDIO.
- ❖ Esta empresa lleva en el mercado más de 10 años
- ❖ Según la investigación realizada capta el 47% del mercado local.
- ❖ De acuerdo al estudio se deduce que el mayor servicio o producto que ofrece son los spot publicitarios.
- ❖ Dentro de sus deficiencias se encuentra que no entregan los requerimientos solicitados por el cliente.



Con estos referentes, se puede concluir diciendo que la competencia directa está constituida por una empresa lojana que oferta en la actualidad algunos de los servicios de producción audiovisual y que además capta el 40% del mercado local.

### **Competencia Indirecta**

En tanto que también se identifica la existencia de una competencia indirecta constituida por aquellas empresas que ofertan dichos servicios y que se encuentran fuera del territorio lojano (Ver gráfico N° 4), ya que el 15% de los empresarios encuestados sostienen que acuden a empresas nacionales para requerir servicios de producción audiovisual. Mayoritariamente la competencia indirecta de la productora es Expressarte Producciones, cuyas características a continuación se mencionan.

- ❖ Es una empresa de producción audiovisual, ubicada en la ciudad de Cuenca.
- ❖ Lleva en el mercado 5 años ofreciendo sus servicios.
- ❖ La actividad que realiza esta productora es la Realización y producción audiovisual, fotografía, videos educativos y promocionales, spots para televisión y producción radial.
- ❖ Dentro de los servicios que ofrece tenemos la producción y realización audiovisual; spots para televisión; videos científicos, educativos, promocionales y turísticos; fotografía; producción radial; diseño gráfico y animaciones digitales; asesoramiento en imagen corporativo y personal.
- ❖ Dentro de sus deficiencias según la investigación realizada tenemos que tardan mucho en entregar el producto.



## **2.8. Demanda Proyectada**

La proyección de la demanda comprende la vida operacional de la empresa, es decir el período de funcionamiento; por ello la demanda proyecta es un elemento relevante debido a que constituye el factor crítico que permite establecer la viabilidad y el tamaño del proyecto.

La realización de un pronóstico de demanda es indispensable para tomar la decisión más adecuada de inversión. En esta parte del estudio se emplea información disponible acerca del comportamiento futuro de la economía, del mercado del proyecto, de las expectativas del consumidor, así como de las características económicas del producto. Por lo tanto proyectar la demanda constituye la parte más delicada del estudio de mercado.

Por consiguiente para la determinación del cálculo de la demanda proyectada y al no disponer ni hallar datos oficiales respecto del crecimiento del mercado de producción audiovisual, se procedió a tomar el Índice de crecimiento económico que para el 2010 el gobierno estima sea del 3%. Además se tomara como año base el 2010 y se tomara en cuenta el número actual de empresas registradas en la Cámara de Comercio de Loja que es de 137 en el 2010 (año base). Así como también la información recopilada en la aplicación de la encuesta, la misma que es:

- En la columna de USUARIOS, se toma en cuenta la información del Gráfico N°. 3 (Contrata producción audiovisual).
- Para la columna PREFERENCIA se toma como reseña la información del Gráfico N°. 7 (Esta dispuesto a contratar el servicio de producción audiovisual).
- En último lugar, en la columna de DEMANDA REAL se obtiene del Cuadro N° 3, de donde se obtiene el mercado objetivo o meta.
- El resultado del análisis es la *Demanda Efectiva*, este cálculo se realiza tomando en cuenta la demanda real y además los datos del Gráfico N° 7 (Frecuencia con



la que solicita los servicios de una productora audiovisual) dando como resultado las siguientes cifras:

**CUADRO N° 4**  
**CALCULO DE DEMANDA EFECTIVA**

DEMANDA REAL	FRECUENCIA DE DEMANDA	RESULTADO	N° DE DEMANDA AL AÑO	VECES QUE CONTRARARIA AL AÑO
19	40%	8	Anual (1)	8 veces
19	28%	5	Semestral (2)	10 veces
19	23%	4	Trimestral (4)	16 veces
19	9%	2	Mensual (12)	24 veces
<b>TOTAL</b>				<b>58 veces</b>

**CUADRO N° 5**  
**DEMANDA PROYECTADA**

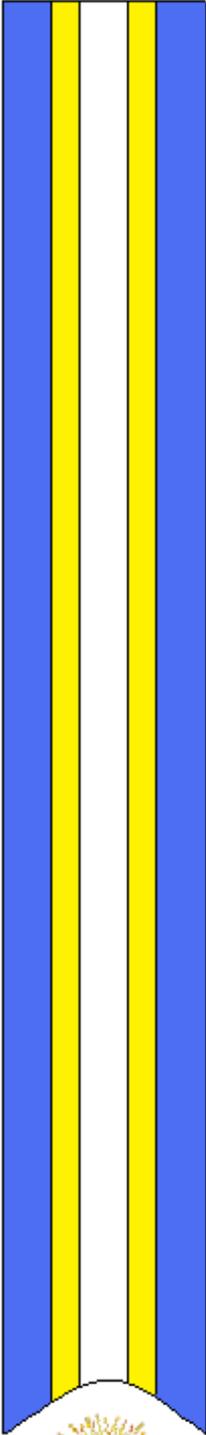
AÑO	TOTAL EMPRESAS	USUARIO 49%	PREFERENCIA 62%	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA
2010	137	67	42	19	58
2011	141	69	43	19	77
2012	145	71	44	19	96
2013	149	73	45	19	115
2014	153	75	47	19	134
2015	158	77	48	19	153



**GRAFICO N° 13**  
**DEMANDA PROYECTADA**



Mediante esta proyección, se tiene una referencia del comportamiento de la demanda frente al servicio ofertado, lo que establece la base para definir y diseñar el plan de ofertas real, establecido en las expectativas de los clientes.



# **CAPITULO III** **PLAN DE MARKETING**



### **III: PLAN DE MARKETING**

El plan de marketing<sup>3</sup> es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Éste no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados.

El presente plan de marketing, tiene como objetivo principal lograr la introducción y posicionamiento de IARTSTUDIO al mercado local, a través de una difusión masiva del mismo. No obstante este plan cubre también la etapa de crecimiento en la vida del producto

#### **3.1. Imagen Corporativa de “IARTSTUDIO”**

La imagen corporativa de la empresa, es de suma importancia, debida a que entre uno de sus beneficios tenemos que puede aumentar el reconocimiento de la organización, así como también que las personas puedan identificarla en el mercado. Dentro de la imagen corporativa están comprendido, el diseño del logotipo, tarjetas de presentación del personal que labora en la empresa, diseño del papel membretado, publicidad impresa, etc.

##### **3.1.1. Logotipo**

El Logo tiene un lugar especial dentro de la conformación de la identidad corporativa. No se trata de un componente más sino que es el componente fundamental y

<sup>3</sup> <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>



fundacional. El carácter fundamental de un Logo dentro de la identidad corporativa remite a su absoluta necesidad para salir al mercado. Una compañía sin Logo no puede vender sus productos ni hacer publicidad.

El Logo representa a la empresa de una manera publicitariamente formidable y comercialmente insustituible, esto porque una empresa sin logo es una empresa que no existe. La no existencia de una compañía sin logo es el resultado de la ineludible manera en que el público reconoce a las compañías como tales.

Es por ello que para lograr la identificación de la empresa y sus servicios se ha diseñado un logotipo. El mismo que se presenta a continuación.



### **3.1.2. Slogan**

Otro aspecto de la identidad corporativa y no menos importante es el slogan publicitario, el mismo que es el medio más efectivo de atraer la atención del público sobre uno o varios aspectos del producto. El slogan publicitario a menudo juega un importante papel en la competencia entre las empresas. El slogan que identifica a IARTSTUDIO es el siguiente.

*“Ideas en movimiento”*



### 3.1.3. Colores Corporativos

La utilización de los colores en la publicidad o como parte de la identidad corporativa de una empresa<sup>4</sup>, constituye uno de los códigos de comunicación no verbal más certeros y efectivos. No sólo son importantes por la apariencia y vistosidad que brindan al logotipo de nuestra marca o al empaque de los objetos, sino por el mensaje que transmiten a nuestro subconsciente.

A continuación se presenta, qué simbolizan los colores que identifican a la empresa, así como su efecto psicológico o acción terapéutica, tanto en positivo, como en negativo:

**CUADRO N° 6  
SIGNIFICADO DE LOS COLORES CORPORATIVOS**

<b>Color</b>	<b>Significado</b>	<b>Su uso aporta</b>	<b>El exceso produce</b>
<b>GRIS</b>	Estabilidad	Inspira la creatividad Simboliza el éxito	---
<b>NEGRO</b>	Silencio, elegancia, poder	Paz. Silencio	Distante, intimidatorio

Fuente: <http://www.webusable.com/coloursMean.htm>

Autor: Web Usable

### 3.1.4. Material de presentación.

El material de presentación se refiere a todo tipo de material que permita y facilite dar a conocer a la empresa como:

#### 3.1.4.1. *Tarjetas de Presentación*

La tarjeta de presentación es la "cara" de un profesional, por lo tanto es importante disponer de tarjetas que refuercen la imagen y los objetivos empresariales.

<sup>4</sup> <http://www.puentedigital.com/blog/2008/10/04/el-uso-de-los-colores-en-la-publicidad/>



Las tarjetas de presentación cumplen un rol fundamental en la venta de nuestros servicios, ya que pueden darle al cliente una impresión de seriedad, eficiencia, originalidad, y estabilidad o todo lo contrario.

En la búsqueda por reflejar una mejor imagen, tanto para IARTSTUDIO como para los directivos y colaboradores, no sólo importará el vestuario, capacidad comunicativa oral y gestual, y currículum, sino también un muy sencillo cartón de unos pocos centímetros cuadrados de superficie.

En efecto, aunque la tarjeta sea muy pequeña en su tamaño, su impacto puede ser mucho mayor de lo que esas pocas cantidades de papel y tinta parecerían significar. Por lo tanto a continuación se expone las tarjetas de presentación de los colaboradores de la empresa.





### **3.1.5. Papelería**

Dentro de la papelería, IARSTUDIO Cía. Ltda. Contara con los siguientes documentos (Ver Anexo 5 – 6 – 7 – 8 – 9 - 10):

- ✓ Carta de Presentación.
- ✓ Hojas Membretado
- ✓ Sobres
- ✓ Trípticos
- ✓ Facturas
- ✓ Proformas

## **3.2. Mix de Marketing**

### **3.2.1. Servicios y sus estrategias**

#### **Servicios**

Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad o deseo y que la empresa pone a disposición de sus clientes o posibles clientes. Estos productos son el resultado del trabajo intelectual y creativo, realizado por el personal que labora en la empresa.

IARTSTUDIO pone a disposición del mercado los siguientes servicios o productos: presentaciones multimedia tales como CD-ROM multimedia, animación gráfica, logos, rótulos, diseño y realización de presentaciones multimedia corporativas y de producto, diseño de imagen global para eventos, comunicación corporativa y catálogos interactivos; además de producciones de videos entre ellos industriales, institucionales, corporativos, de producto, para presentaciones, spot publicitarios y documentales; y en cuanto a producción de audio, comerciales radiales y jingles comerciales.



Todos los productos que presenta la empresa cuentan con el debido control de calidad en todas y cada una de sus fases de producción, cumpliendo así con uno de nuestros objetivos, el mismo que consiste en brindar a todos y cada uno de nuestros clientes un producto de calidad, con el que se pueda lograr sus expectativas.

### **Estrategias de servicio:**

Para ofrecer el servicio de producción audiovisual con eficiencia y eficacia se planea:

- ✓ Para brindar un mejor servicio se implantará la filosofía de “entregar el producto o servicio en el lugar y tiempo que el cliente lo necesite”.
- ✓ Se creará una base de datos para los clientes, quienes serán codificados y se les realizará un seguimiento, para medir el nivel de satisfacción y poder determinar su perfil.

### **3.2.2. Precios**

La fijación de los precios a los productos o servicios, es un elemento muy significativo y probablemente una de las tareas más complejas, ya que incurre directamente en la demanda futura del mismo.

*“El precio de un producto es sólo una oferta para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es correcto; si la rechazan, debe cambiarse el precio con rapidez o bien retirar el producto del mercado. Por otro lado, si se vende a un precio bajo no se obtendrá ninguna ganancia y, en última instancia, el producto irá al fracaso. Si el precio es muy elevado, las ventas serán difíciles y también en este caso el producto y la empresa fracasarán.”<sup>5</sup>*

<sup>5</sup> Laura Fischer – Jorge Espejo, *Mercadotecnia*, 3ª Ed., México, MCGRAW-HILL INTERAMERICANA, 2004, p. 230.



Es por ello, que la empresa implantó su política de precios en base a los costos de producción más un margen de utilidad, así como también tomando en cuenta los precios de la competencia y sobre todo el análisis de los deseos y preferencias del cliente, por lo tanto los precios varían de acuerdo a los requerimientos de cada cliente.

### **Estrategia de precio**

- ✓ Establecer un precio de introducción para tener aceptación en el mercado.
- ✓ Establecer un precio competitivo tomando en consideración los costos en que incurrió la empresa y los precios actuales, así como también sin dejar de lado el análisis de los deseos y preferencias del cliente.
- ✓ Manejar la forma de pago 50/50, es decir 50% al momento de realizar el contrato y el 50% restante una vez entregado el producto.
- ✓ Es necesario mantener una base de datos estadísticos (precios del servicio de producción audiovisual), además dar un seguimiento periódico a los precios de la competencia, lo que permitirá mantener y controlar precios.

A continuación se presenta el listado de precios de los productos de la empresa:

**CUADRO N° 7**  
**LISTADO DE PRECIOS DE IARTSTUDIO CIA. LTDA**

<b>LISTA DE PRECIOS</b>	
<b>Producción Multimedia</b>	<b>USD</b>
Presentaciones multimedia	500-1.000
CD-ROM multimedia	800-1.500
Animación Gráfica, logos, rótulos	Depende del Tiempo. Animación 3 D: 5 USD x Seg. Animación 2D: 5 USD x Seg.
Presentaciones multimedia, corporativas y de producto.	500-1.000
Comunicación corporativa.	Depende de los requerimientos del cliente
Catálogos interactivos	800-1.500
<b>Producción de Video</b>	<b>USD</b>



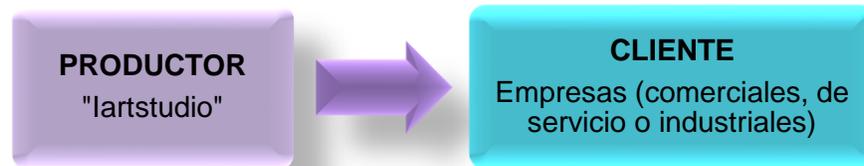
Industriales	Depende de los requerimientos del cliente 1.000-2.000
Institucionales	Depende de los requerimientos del cliente 1.000-2.000
Corporativos	Depende de los requerimientos del cliente 1.000-2.000
De producto	Depende de los requerimientos del cliente 500-1.000
Para presentaciones	Depende de los requerimientos del cliente 500-1.000
Documentales	Depende de los requerimientos del cliente 5.000-10.000
Spot publicitarios	Depende de los requerimientos del cliente 1.000-2.000
<b>Producción de Audio</b>	<b>USD</b>
Jingles Comerciales	Depende de los requerimientos del cliente 100,00
Comerciales Radiales	Depende de los requerimientos del cliente 75,00

### **3.2.3. Distribución y Comercialización**

El canal de distribución o canal de mercadotecnia, cumplen la función de trasladar los bienes o servicios de los productores a los consumidores finales. También permite que la actividad comercial se dé en condiciones óptimas minimizando gastos y generando la entrega oportuna del producto. Para la empresa el canal de distribución más óptimo, es la venta directa del producto al cliente, es decir sin intermediarios.



### **Diseño del canal del consumidor**



Este tipo de canal de distribución que la empresa utiliza para poder llegar al mercado con sus productos, es un canal de nivel cero o canal de mercadotecnia directa, esto porque vende la empresa sus productos de forma directa al usuario final.

#### **Estrategias de distribución.**

- ✓ Se presentara propuestas comerciales en las diferentes empresas y se realizarán visitas comerciales.
- ✓ La producción de los diferentes tipos de servicios que se ofrece lo realizará personal correctamente capacitado para garantizar la calidad del servicio.
- ✓ Se utilizará un registro con las especificaciones o requerimientos del cliente del cual se tendrá un original y una copia.
- ✓ Se realizará un adecuado registro de ventas y se empleará facturas de venta.

#### **3.2.4. Publicidad y Promoción**

##### **Publicidad**

La publicidad es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>



Lo que se pretende realizando esta campaña publicitaria es captar el mayor número de clientes, para lo cual en la campaña se manejará información fidedigna y objetiva para generar prestigio y credibilidad en los clientes.

Es por ello que para dar a conocer a la empresa y sus productos, se realizarán campañas de publicidad a través de los medios de comunicación que las empresas encuestadas escogieron mediante la aplicación de la pregunta 11 de la encuesta (Ver gráfico N°11).

Es decir que la publicidad se hará mediante el internet, para lo cual se ha previsto el diseño de una página web que promueva, los servicios que ofrece la productora.

Otro medio a emplearse será la publicidad por televisión, la cual se realizará por ECOTEL TV.

Además se aplicarán otras estrategias de publicidad, las mismas que servirán para promover la venta de los servicios, la empresa realizará entre otras, las siguientes acciones:

- a) Carta de presentación.
- b) Invitación y coctel de presentación.
- c) Video Institucional.
- d) Visitas personales.
- e) Merchandising.

**a) Carta de Presentación**

Contendrá información acerca de la empresa productora y su interés por el cliente y se redactará en un estilo de comunicación amical, demostrando el interés de la productora por contribuir con el desarrollo y éxito del cliente.



Se utiliza papel bond A 4 y sobres donde irán impresos las características de la identidad corporativa de la productora.

### **b) Invitación y Coctel de presentación**

Se cursara la invitación a través de una tarjeta con las características propias de la identidad Corporativa de la productora, en la cual se solicitara la confirmación de la asistencia proporcionado un número de teléfono.

En el cóctel de presentación por parte de los creativos de la empresa se proyectara trabajos publicitarios que se presentaran como preámbulo al cóctel. Para la recepción se contara con anfitrionas, las cuales darán la bienvenida a los clientes y otras se encargaran de repartir el brochure. Además se proyectara un video institucional y se realizara una exposición, la cual se basara en la presentación en multimedia con información que explicara las ventajas de los servicios así como los objetivos, visión y la misión de la empresa, y conceptos acerca de los servicios.

El cóctel tiene como fin, que los empresarios tengan conocimiento pleno de todos los servicios que ofrece IARTSTUDIOS.

### **c) Video institucional**

Es una herramienta de marketing que permite comunicar promocionar y fortalecer la imagen de la empresa/productora así como también se utilizan como presentación a clientes actuales y potenciales. Esta es una herramienta ágil y dinámica que logra con gran efectividad, presentar y explicar la identidad corporativa de una empresa, sus actividades (funcionamiento- producciones realizadas), objetivos, tecnología y su proyección al exterior, además de su misión y visión e infraestructura. Esta se puede exhibir en las visitas personales que se realicen a las empresas, así como también en el



cóctel de presentación de la productora, rentabilizando el tiempo de espera de los clientes.

#### **d) Visitas personales**

Son el tipo de comunicación más ventajoso para dar a conocer los servicios que ofrecerá la productora, ya que permite minimizar y ahorrar tiempo y dinero al cliente, que a través del ejecutivo de ventas es quien se traslada hasta el lugar donde se encuentra el mismo.

Estas visitas además permiten el contacto directo con la persona encargada de aspectos de marketing y publicidad de la empresa con la cual trabajará la productora, siendo las siguientes las formas de comunicar a nuestros clientes nuestros servicios:

- Tarjetas de presentación
- Carpeta
- Proformas

#### **e) Merchandising (Souvenirs)**

Se entregarán lapiceros con el logotipo y colores corporativos de la empresa a nuestros clientes, a quienes visitaremos en las entrevistas pactadas o eventos realizados y a los que visiten nuestras instalaciones. Las dimensiones de los lapiceros son las siguientes:

- **Cantidad:** 1 millar.
- **Colores:** Negro y gris (colores corporativos).
- **Distribución:** En las visitas personales y eventos posteriores.

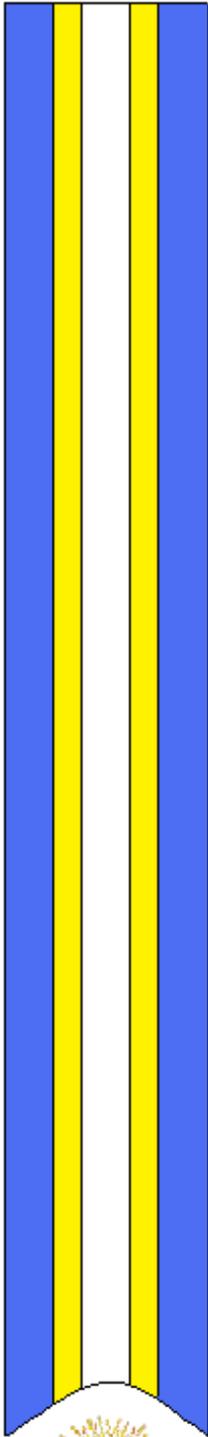


**CUADRO N° 8**  
**PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>INTERNET</b>			
Página Web	1	300,00	300,00
<b>MEDIO TELEVISIVO</b>			
- ECOTEL TV	44 spots publicitarios mensuales	350,00 + IVA	350,00 + IVA
<b>Carta de presentación</b>			
- Hojas membretadas	2.000	0,04	80,00
- Sobres	2.000	0,045	90,00
<b>Cóctel de presentación</b>			
Invitaciones	100	1,00	100,00
Cóctel	100	10,00	100,00
Presentación Multimedia	1	500,00	500,00
<b>Video Institucional</b>			
Elaboración del video institucional	1	500,00	500,00
<b>Visitas Personales</b>			
Tarjetas de presentación	2.000	0,025	50,00
Carpetas	1.000	0,24	240,00
<b>Merchandising</b>			
Lapiceros	1.000	0,20	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.052,00</b>

Elaboración: El autor

Fuente: Yamburara - ECOTEL Tv – Gráficas Santiago (ANEXO N° 11 N°12)



## CAPITULO IV **PLAN DE PRODUCCIÓN**



## IV: PLAN DE PRODUCCIÓN

El plan de producción de IARTSTUDIO, está encaminado a la creación de un producto o servicio que cumpla con los objetivos o estrategias definidas por la empresa.

Además esta etapa tiene como finalidad describir todos los aspectos tanto técnicos como organizativos que forman parte en la elaboración del producto.

### 4.1. Procesos Administrativos

En el proceso administrativo se puntualiza los procesos que hacen posible que IARTSTUDIO logre alcanzar su misión y visión empresarial.

#### 4.1.1. Diagrama de Procesos

El objetivo de este diagrama es determinar el proceso de los servicios que brinda IARTSTUDIO. Los símbolos que se utilizara en los diferentes diagramas son:



**Límite:** Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso.



**Proceso:** operación realizada manual, mecánica o por computadora



**Decisión:** indica decisiones se afirmativa o negativa.

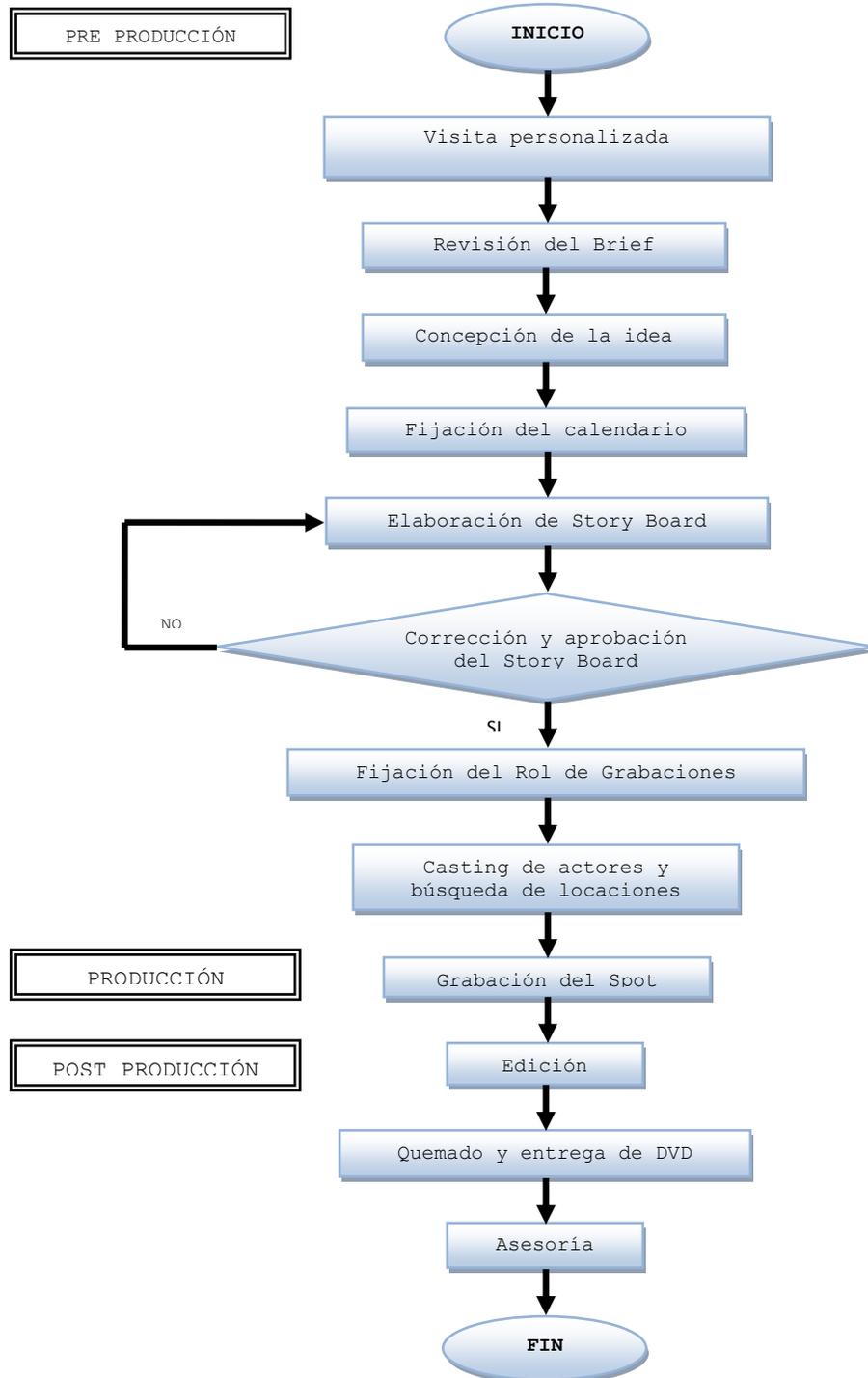


**Sentido del Flujo:** Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso

Los diagramas de flujos que a continuación se presentan son de los tres servicios de producción audiovisual más requeridos por los empresarios.

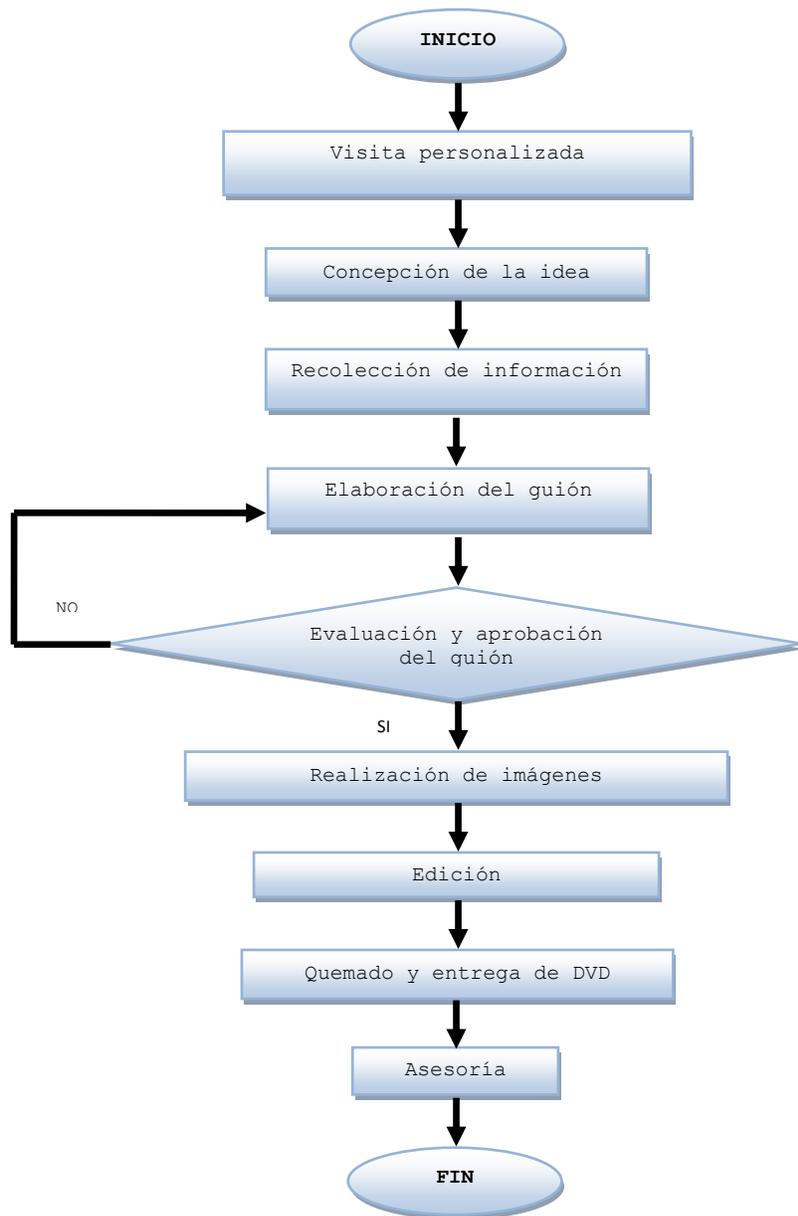


## DIAGRAMA DE FLUJO DEL SPOT PUBLICITARIO



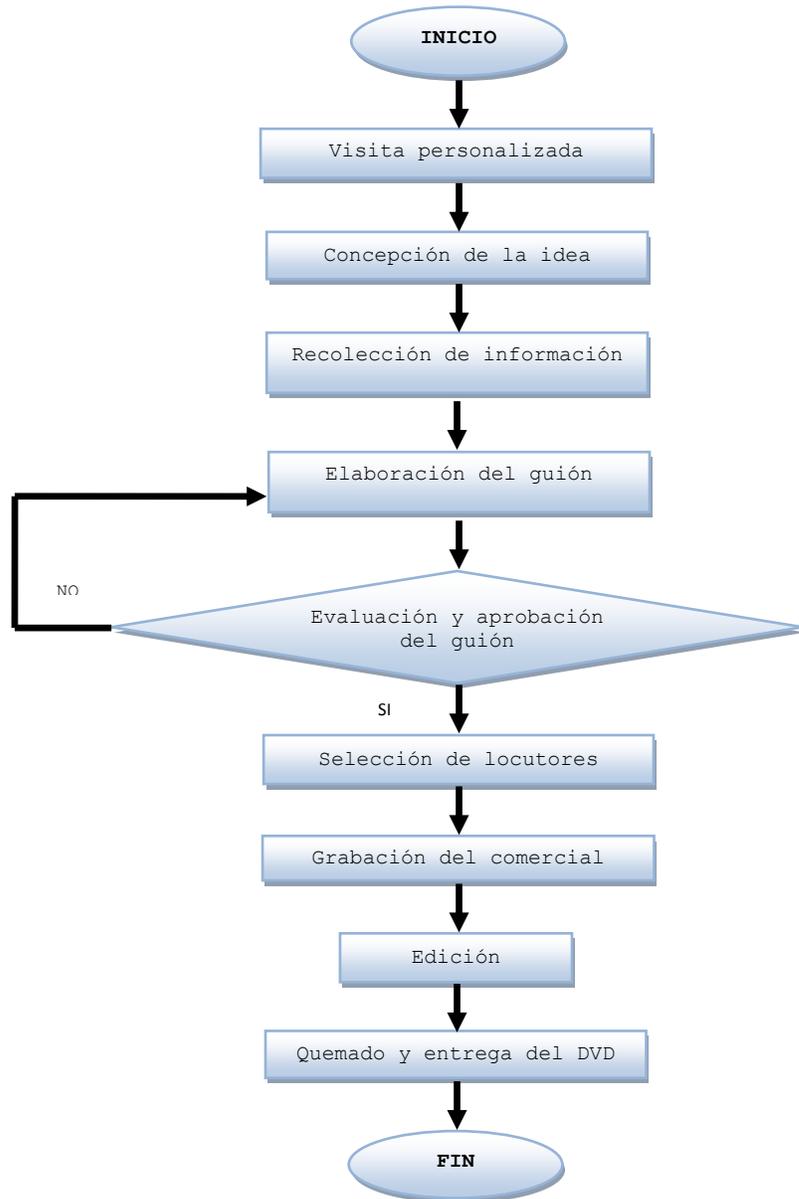


## DIAGRAMA DE FLUJO DE VIDEO DE PRODUCTO





## DIAGRAMA DE FLUJO DE COMERCIALES RADIALES





#### **4.1.2. Manual de Procesos**

Se describen las personas que intervienen en la prestación del servicio, las actividades, los documentos o archivos, así como también las responsabilidades de cada uno de los departamentos de la empresa.

### **CUADRO N° 9 MANUAL DE PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UN SPOT PUBLICITARIO**

<b>PROCESO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>Visita personalizada</b>	Ejecutivo de ventas	En este paso se realizara la visita a la empresa por parte de un ejecutivo de ventas, el mismo que hará la presentación de la empresa y explicación de los productos o servicios que ofrece la productora.
<b>Revisión del Brief</b>	Área de Producción	Se analiza el brief, las características del producto, su posicionamiento, cultura corporativa, antecedentes publicitarios, perfil del público objetivo, análisis de la competencia
<b>Concepción de la idea</b>	Área de Producción	Una vez que se ha revisado el brief de la empresa, se prosigue a concebir la idea, esto se lo hará de acuerdo a los requerimientos y especificaciones que el cliente manifieste.
<b>Fijación del calendario</b>	Área de Producción	Se elaborara un calendario o cronograma de actividades para la puesta de escena, para lograr entregar el spot publicitario al cliente en la fecha requerida.
<b>Elaboración del Story Board</b>	Área de Producción	En esta etapa se crea el guión o la trama que llevara el spot publicitario.
<b>Corrección y aprobación del Story Board</b>	Área de Producción	Si no se está de acuerdo con el story board, se realiza las debidas correcciones para luego proseguir a la aprobación del mismo.
<b>Fijación del Rol de Grabaciones</b>	Área de Producción	Se determina la manera en que se llevara las grabaciones para el spot publicitario.
<b>Casting de actores y búsqueda de locaciones</b>	Área de Producción	Se efectuara la selección de actores y búsqueda de locaciones de acuerdo a las especificaciones del spot.
<b>Grabación del Spot</b>	Área de Realización	Es aquí en donde recién se va a empezar a grabar el spot publicitario, una vez que se ha cumplido con todos los pasos anteriores.
<b>Edición</b>	Área de Post producción	En esta etapa se da la edición de la producción, filtros, animación, efectos, musicalización, etc. Y se prepara para la validación del cliente.
<b>Quemado y entrega de DVD</b>	Área de Post producción	Al spot se lo graba o quema en un DVD, para luego ser entregado al cliente o empresa ya como el producto final.
<b>Asesoría</b>	Área de Post producción	Finalmente se realiza una asesoría para su estrategia de difusión.



**CUADRO N° 10  
MANUAL DE PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UN VIDEO DE  
PRODUCTO**

PROCESO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
Visita personalizada	Ejecutivo de ventas	Lo primero a tomar en cuenta en un video de producto, es tener una cita con el director de la institución o empresa, para saber qué es lo que se quiere dar a conocer en el video.
Concepción de la idea	Área de Producción	Una vez que se ha realizado la visita a la empresa, se prosigue a concebir la idea, esto se lo hará de acuerdo a los requerimientos y especificaciones que el cliente manifieste.
Recolección de información	Área de Producción	Al tener clara la idea, proseguimos a recolectar todo tipo de información sea escrita o material visual, lo cual servirá para la elaboración de nuestro guión.
Elaboración del guión	Área de Producción	En esta etapa se creara el guión o la trama que llevara la producción del video de producto.
Evaluación y aprobación del guión	Área de Producción	Si no se está de acuerdo con el guión, se realiza las debidas correcciones para luego proseguir a la aprobación del mismo.
Realización de imágenes	Área de Realización	Realizamos tomas de los procesos se que siguen para poder obtener el producto final, entrevistas con el personal de trabajo y jefe de producción.
Edición	Área de Post producción	Sigue la post producción del video es decir edición, animación, voz en off, y los retoques necesarios al video para su futura aprobación.
Quemado y entrega de DVD	Área de Post producción	Luego se quema y se entrega mediante un Dvd a la institución.
Asesoría	Área de Post producción	Finalmente se realiza una asesoría para su estrategia de difusión.

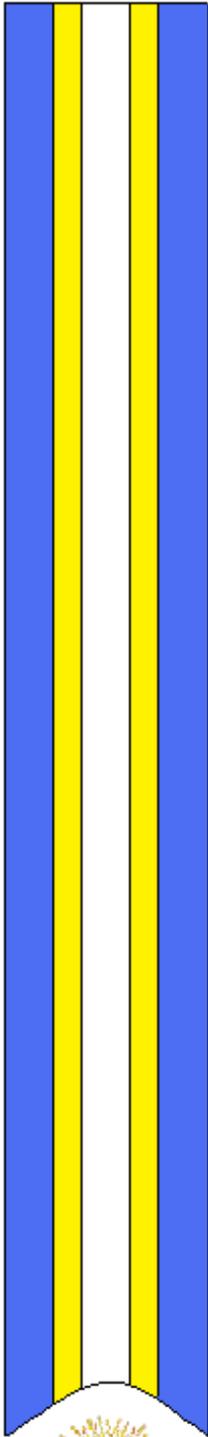
**CUADRO N° 11  
MANUAL DE PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UN COMERCIAL DE  
RADIO**

PROCESO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
Visita personalizada	Ejecutivo de ventas	Lo primordial es conocer el blanco de público objetivo, para ello se tiene una cita con el jefe de marketing o publicidad de la institución o empresa, para saber qué es lo que se quiere dar a conocer en el comercial.
Concepción de la idea	Área de Producción	Una vez que se ha realizado la visita a la empresa, se prosigue a concebir la idea, esto se lo hará de acuerdo a los requerimientos y especificaciones que el cliente manifieste.
Recolección de información	Área de Producción	Al tener clara la idea, proseguimos a recolectar todo tipo de información, lo cual servirá para la elaboración de nuestro guión.
Elaboración del guión	Área de Producción	Consiste en describir la idea del comercial, y los elemento que van a adornar la misma. Para realizar un guión se necesita estar informado sobre los siguientes elementos: el producto, la ubicación de p/s en el mercado, la categoría al que pertenece en el P/S, la marca, la



*“Plan de Negocios para la Empresa IARTSTUDIO 2009 - 2010”*

		estrategia, la publicidad, idea de ventas
<b>Evaluación y aprobación del guión</b>	Área de Producción	Si no se está de acuerdo con el guión, se realiza las debidas correcciones para luego proseguir a la aprobación del mismo.
<b>Selección de locutores</b>	Área de Producción	En esta etapa se trata de buscar las voces más idóneas para la realización del comercial.
<b>Grabación del comercial</b>	Área de Realización	Una vez que se cuenta con el guión y las voces se prosigue a la grabación del comercial de radio
<b>Edición</b>	Área de Post producción	Se realiza la edición, animación, voz en off, y los retoques necesarios al comercial para su futura aprobación.
<b>Quemado y entrega de DVD</b>	Área de Post producción	Luego se quema y se entrega mediante un Dvd a la institución.
<b>Asesoría</b>	Área de Post producción	Finalmente se realiza una asesoría para su estrategia de difusión.



# **CAPITULO V** **PLAN DE ORGANIZACIÓN Y** **ADMINISTRACIÓN**



## **V: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN**

### **5.1 Estructura Legal de IARTSTUDIO**

La empresa **IARTSTUDIO CIA. LTDA.** Se constituyo como una empresa de Responsabilidad Limitada, mediante escritura pública otorgada ante el notario SEGUNDO del cantón Loja, el 00 de enero de 0000, y aprobada por la Superintendencia de Compañías , mediante resolución 00000. La empresa tiene como Gerente General y Representante Legal a Waldemar Victorino Espinoza Tituana; y a José Luis Alvarado Hualpa como Presidente.

La compañía tiene como objeto social las siguientes actividades:

- a) Producción audiovisual,
- b) Animación y multimedia,
- c) Efectos visuales,
- d) Comercio electrónico;
- e) Asesoramientos en comunicación;
- f) Creación y producción de los elementos técnicos de difusión;
- g) Planificación de medios;
- h) Capacitación.

IARTSTUDIO se encuentra ubicada en la ciudad de Loja, está cuenta con un capital suscrito de USD \$ 400,00 dividido en 400 participaciones cada una de ellas con un valor de USD \$ 1,00.



## CUADRO N° 12

### INTEGRACIÓN DE CAPITAL IARTSTUDIO CIA. LTDA.

NOMBRE DE LOS SOCIOS	CAPITAL		APORTACIONES
	SUSCRITO (USD)	PAGADO (USD)	
Waldemar Victorino Espinoza Tituana	240,00	240,00	240,00
José Luis Alvarado Hualpa	160,00	160,00	160,00
<b>TOTAL</b>	400,00	400,00	400,00

Fuente: Acta de Constitución de la Compañía

Elaboración: La Autora

## 5.2 Estructura Organizacional

La estructura organizacional constituye el esquema principal de la empresa, la cual permite conocer los elementos administrativos, la relación de dependencia entre ellos y la organización de la empresa; es por ello que con el propósito de garantizar el correcto funcionamiento de los diferentes departamentos de la empresa, una apropiada coordinación de los mismos, así como fortalecer el funcionamiento de IARTSTUDIO, se ha establecido una estructura organizacional que va acorde a sus necesidades.

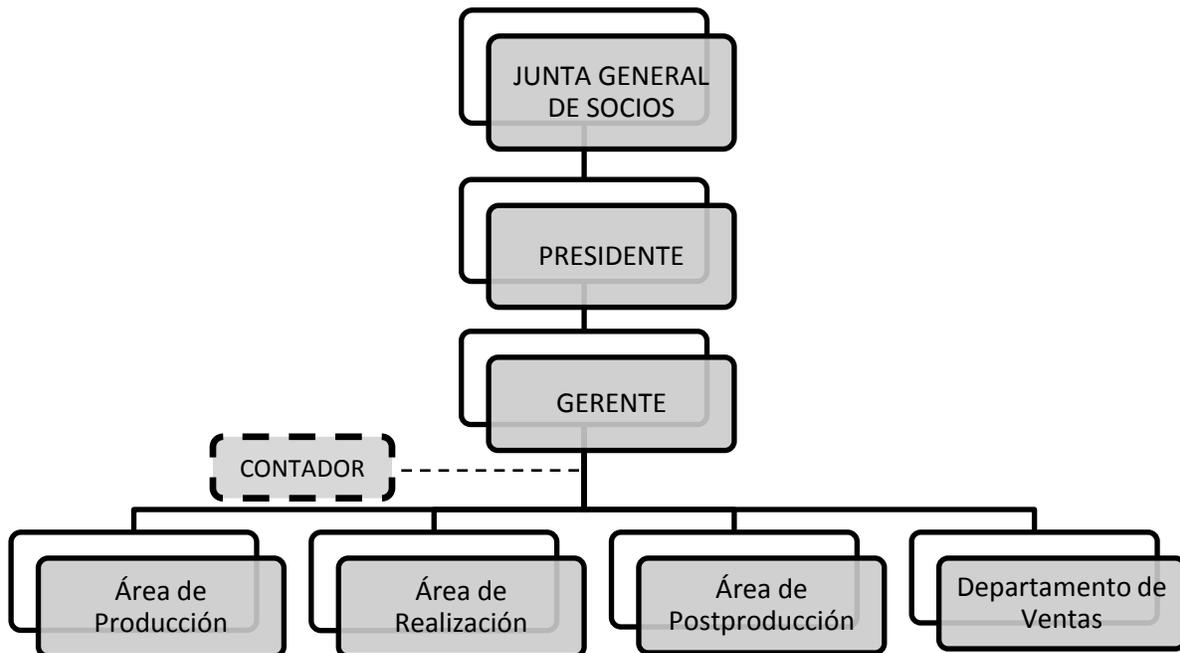
## 5.3 Organigrama Funcional

Representa el esquema básico y su objetivo es garantizar el correcto funcionamiento de los diferentes departamentos de la empresa, así como una apropiada coordinación de los mismos.

A continuación se representa el organigrama funcional de IARTSTUDIO.



**GRAFICO N° 14**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL IARTSTUDIO CIA. LTDA.**



Elaboración: La Autora

## 5.4 Manual de Funciones

Este manual incluye una descripción detallada de las funciones de todos los puestos de la empresa. En ellos se especificarán, las responsabilidades que se asumirán con el propósito de cumplir con las políticas, objetivos y normas; la experiencia profesional y la especialización requerida para el desempeño de la labor en determinada área funcional.

En este sentido, el Manual de Funciones está dirigido a todos los colaboradores que estén vinculados a la empresa y constituye un elemento de apoyo, útil para el cumplimiento de las responsabilidades asignadas.



## MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.

### 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Cargo:** Junta general de socios

**Titulación:** No requiere

**Formación:** No requiere

**Experiencia:** No requiere

Lo que se requiere o necesita de la junta general de socios es que aporten con capital para la puesta en marcha de la empresa.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.

Establecer fines y evaluar el beneficio de la empresa, así como también elegir las mejores decisiones que serán luego aceptadas por los accionistas.

### 3. FUNCIONES:

- Adjudicar el capital necesario para la puesta en marcha de la compañía.
- Ejerce la función normativa y reguladora de la empresa en el marco de lo establecido en la Ley de su Reglamento.
- Implantar los objetivos y normas corporativas.
- Adoptar los estatutos de la empresa.
- Aprobar el reglamento interno.
- Dictar aumentos en el capital social.
- Aprobar el presupuesto general de la compañía.
- Resolver sobre la capitalización o dividendo de utilidades.
- Decretar los honorarios de los colaboradores de la empresa.
- Elegir y mover del cargo libremente al Gerente General de la compañía.
- Examinar y aprobar los balances de fin de ejercicio.
- Determinar la disolución anticipada de la empresa.



## **MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.**

### **1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

**Cargo:** Presidente

**Formación:** Tener Conocimientos en el área administrativa

### **2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.**

Dirigir e inspeccionar las actividades de la empresa.

### **3. FUNCIONES:**

- Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de las funciones de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios
- Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas
- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad
- Reemplazar al Gerente General, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones conservando las propias, mientras dure la ausencia o hasta que la junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento, y aunque no se le hubiere encargado por escrito
- Firmar el nombramiento del Gerente General y conferir certificaciones sobre el mismo
- Actuar conjuntamente con el Gerente General en la toma de decisiones trascendentales de la empresa, como inversiones, adquisiciones y negocios que superen la cuantía que señale la junta general de socios
- Designar a los empleados de la compañía conjuntamente con el Gerente General



## MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.

### 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Cargo:** Gerente General

**Titulación:** Graduado o egresado en Adm. de Empresas o Comunicación Social

**Formación:** Tener Conocimientos en el área administrativa, cualidades de liderazgo, habilidades para dirigir grupos de trabajo

**Experiencia:** Tener un año de experiencia en cargos de similar jerarquía en el área Gerencial.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.

Planificar, organizar, dirigir, controlar las funciones Administrativas y Financieras de la empresa, con el fin de lograr los objetivos de la organización.

### 3. FUNCIONES:

- Representar legalmente a la compañía, en forma judicial y extrajudicial
- Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía
- Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía
- Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía
- Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía
- Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta la cuantía que fije la junta general de socios
- Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo
- Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta
- Presentar a la junta general de socios un informe, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico.



## MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.

### 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Cargo:** Jefe de Producción

**Titulación:** Título de tercer nivel o egresado en Comunicación Social

**Formación:** Tener Conocimientos en producción audiovisual

**Experiencia:** Tener un año de experiencia

### 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.

Se encargara netamente de reunir en forma conveniente todos los elementos para lograr una realización exitosa.

### 3. FUNCIONES:

- Análisis externo del guión
- Elección de directores de equipo
- Casting
- Localizaciones, plan de decorados y escenografía
- Presupuesto definitivo



## MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.

### 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Cargo:** Jefe de Realización

**Titulación:** Título de tercer nivel o egresado en Comunicación Social

**Formación:** Tener Conocimientos en el área de producción audiovisual

**Experiencia:** Tener un año de experiencia en cargos similares

### 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.

Es la que coordina y determina la grabación de los distintos productos audiovisuales.

### 3. FUNCIONES:

- Rodaje
- Making off
- Foto fija



## MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.

### 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Cargo:** Jefe de Post producción

**Titulación:** Título de tercer nivel o egresado en Comunicación Social

**Formación:** Tener Conocimientos del área.

**Experiencia:** Tener un año de experiencia en cargos similar.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.

Se encargara de seleccionar y combinar diferentes tomas para poner a punto el producto final.

### 3. FUNCIONES:

- Montaje
- Efectos especiales
- Montaje de sonidos
- Mezclas
- Elaboración del Pressbook
- Copiado
- Quemado y grabación del DVD



## MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.

### 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Cargo:** Contador

**Titulación:** Título de tercer nivel o egresado en Contabilidad y auditoria

**Formación:** Tener Conocimientos en el área contable, ser responsable.

**Experiencia:** Tener un año de experiencia en cargos similar.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.

Es el encargado de elaborar la información contable ante el SRI, tendrá a su cargo la elaboración de estados financieros e indicadores económicos para la toma de decisiones empresariales.

### 3. FUNCIONES:

- Elaboración de las respectivas declaraciones ante el SRI
- Elaboración de Balances y Estados Financieros.
- Emitir las respectivas facturas
- Emitir informes al Gerente cuando éste lo requiera.
- Pago de sueldo



## MANUAL DE FUNCIONES DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.

### 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Cargo:** Jefe del Departamento de Marketing y Ventas

**Titulación:** Graduado o egresado en Administración de Empresas o Marketing

**Formación:** Tener Conocimientos mercadeo, internet, motivación y liderazgo, comunicación audiovisual, entre otros.

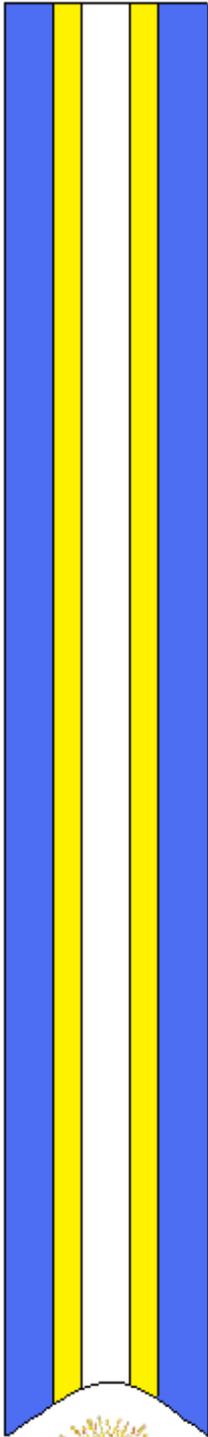
**Experiencia:** Tener un año de experiencia en labores inherentes al cargo

### 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO.

Es el encargado de realizar las visitas personalizadas a las empresas designadas, también está encargado de la promoción y marketing de la empresa.

### 3. FUNCIONES:

- Elaborar planes de marketing.
- Establecer el cronograma de publicidad.
- Visitar a potenciales clientes de la empresa.
- Realizar estudios de mercado para determinar el comportamiento de mercado.
- Seleccionar conjuntamente con producción las mejores fotografías para la elaboración de las tarjetas postales
- Seleccionar los mejores diseños de tarjetas postales para su impresión masiva
- Efectuar control de calidad e las tarjetas postales impresas
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la resolución de los problemas inherentes al cargo.
- Crear una buena imagen de la empresa a nivel local, regional y nacional.



# **CAPITULO VI** **PLAN FINANCIERO**



## **VI: PLAN FINANCIERO**

### **6.1. Cuadro de Inversiones**

Para analizar la inversión que se requiere para la implementación de la productora IARTSTUDIO CIA. LTDA., se ha realizado un análisis detallado de los principales aspectos económicos financieros, determinando la capacidad de inversión inicial y la determinación de alguna fuente de financiamiento que ayude a cumplir con el negocio propuesto. En primer lugar se debe reconocer los gastos en que incurrirán los propietarios del negocio para conocer su factibilidad, constituirse legalmente y ponerse en marcha, para una mejor comprensión se distinguen tres clases de activos que se constituyen en propiedad de la empresa estos son: Activos Fijos, Activos Diferidos y Activo Circulante<sup>7</sup>

#### **6.1.1. Activo Fijo**

Son todos los bienes fijos de una empresa u organización sujetos a depreciación, a excepción de terrenos; dentro de los activos fijos de la productora están: muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, que serán para uso administrativo; y para la operativización y prestación de servicios se utilizará, maquinaria y equipo.

Los precios de los bienes se describen en el Anexo N° 12 que son producto de la investigación de campo realizada a los negocios y almacenes de la localidad.

#### **6.1.2. Activo Diferido**

Son todos aquellos gastos que la empresa paga por anticipado y que se listan en los costos de inicio.

<sup>7</sup>Zapata Pedro, Contabilidad General, Pág. 17 – 295



En este activo se tomó en cuenta los gastos de constitución en los que la productora incurrió.

### 6.1.3. Activo Circulante

Son aquellas inversiones que necesita el negocio para empezar a trabajar, tiene la característica de utilizarse día a día y se considera como capital de trabajo, entre estos están: *gastos administrativos* como sueldo del personal, los suministros de oficina, alquiler del local, mantenimiento y *los gastos de venta* como la publicidad.

A continuación se presenta un resumen de todos los requerimientos para el negocio, de manera que indique la inversión total necesaria:

**CUADRO N° 13**  
**INVERSIONES REQUERIDA**

ESPECIFICACIÓN	PARCIAL	TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Equipos de oficina	999,17	
Maquinaria y Equipos	13.486,04	
<b>Total Activos Fijos</b>		<b>14.485,21</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Gastos de constitución	250,00	
Puesta en marcha	600,00	
<b>Total Activos Diferidos</b>		<b>850,00</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
Arriendo	260,00	
Suministros de oficina	25,00	
Suministros y Materiales	540,00	
Publicidad y propaganda	2.052,00	
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>2.877,00</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>		<b>18.212,21</b>

Fuente: Anexo N° 13

Elaborado por: El Autor



## Resumen de inversión total prevista.

### CUADRO N° 14 INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR
Activo fijo	14.485,21
Activo diferido	850,00
Activo circulante	2.877,00
<b>TOTAL</b>	<b>18.212,21</b>

Fuente: Cuadros N° 13  
Elaborado por: El Autor

## 6.2. Balance General Inicial.

El Balance General muestra la situación de la empresa de un periodo, determinando los rubros correspondientes a activo, pasivo y patrimonio. A continuación se presenta el balance general inicial de IARTSTUDIO CIA. LTDA.



**Cuadro N° 15**  
**BALANCE GENERAL**

"IARTSTUDIO" COMPAÑÍA LIMITADA BALANCE GENERAL INICIAL (En unidades monetarias)		
CONCEPTO	AÑO 0	TOTAL
	PARCIAL	
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO FIJO</b>		
Equipos de oficina	999,17	
Maquinaria y Equipo	13486,04	
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>14485,21</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
Gastos de Constitución	250,00	
Puesta en marcha	600,00	
<b>Total Activo Diferido</b>		<b>850,00</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
Arriendo	260,00	
Suministros de Oficina	25,00	
Suministros y Materiales	540,00	
Publicidad y propaganda	2052,00	
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>2877,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>18212,21</b>
<b>PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		
<b>PASIVO</b>		
Pasivo	0,00	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital	18212,21	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>18212,21</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>18212,21</b>

### 6.3. Financiamiento

Una vez que se ha establecido el monto necesario para poner en marcha la productora audiovisual, es importante establecer o señalar las fuentes de financiamiento. Por lo tanto la empresa está conformada de dos socios, que aportaran con sus recursos propios para la inversión.



**Cuadro N° 16**  
**APORTES DE CAPITAL**

<b>SOCIOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>%</b>
Waldemar Espinoza	9106,105	50%
Jorge Luis Alvarado	9106,105	50%
<b>TOTAL</b>	<b>18212,21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: El Autor.

El monto total de la inversión del proyecto es de \$18.212,21; estos costos de inversión serán financiados en su totalidad por los socios con capital propio.

#### **6.4. Depreciaciones y Amortizaciones.**

##### **6.4.1. Depreciaciones.**

Es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta.

Para establecer los valores de depreciaciones de los activos de IARTSTUDIO, se ha utilizado el Método de Línea Recta, siendo la fórmula la siguiente:

#### **DEPRECIACIÓN PROMEDIO ANUAL**

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Costo bien factura} - \text{Valor residual}}{\text{N}^\circ \text{ años}}$$



## CUADRO N° 17 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

CONCEPTO	TIEMPO DE VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL	VALOR ACTIVOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
<b>EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE</b>				
• Computadora PC Casa CORE i3	20	49,96	999,17	47,46
• Computadora iMac 27"	20	210,63	4.212,50	200,09
• Licencia Adobe Master Collection CS4	20	123,70	2.474,00	117,52
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				
• Disco duro externo 1Tb WD/SAMSUNG/IOMEGA 2.5 SLIM	10	15,11	151,11	13,60
• Cámara Fotográfica Digital CANON eos rebel tli ef	10	107,05	1.070,53	96,35
• Cámara de Video Sony HDR-FX7	10	334,00	3.340,00	300,60
• Memoria Micro SD 8GB HP con adaptador	10	3,99	39,90	3,59
• Equipo de Iluminación para fotografía	10	85,00	850,00	76,50
• Trípode	10	10,00	100,00	9,00
• Grúa	10	30,00	300,00	27,00
• Riel para travelling	10	20,00	200,00	18,00
• Micrófono de Condensó M-Audio	10	50,00	500,00	45,00
• Boom para micrófono	10	3,00	30,00	2,70
<b>TOTAL DE DEPRECIACIÓN</b>			<b>14.267,21</b>	<b>\$957,41</b>

Fuente: Anexo N° 13

Elaborado por: El Autor

El cálculo de depreciación de activos se lo realiza en función de la vida útil del bien, según los porcentajes de depreciaciones de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno, siendo los siguientes.

- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10 años
- Equipos de cómputo y software 20 años

Dando como resultado que este rubro asciende a la suma de 957,41 dólares.

### 6.4.2. Amortizaciones.

*"Toda empresa para constituirse legalmente realiza una serie de egresos o gastos denominados de organización y constitución, los mismos que por su elevada cuantía pueden ser amortizados en cinco años, de acuerdo a lo dispuesto en el Reglamento a*



la Ley de Régimen Tributario Interno"<sup>8</sup>. Por lo tanto se puede definir como la cuota fija que se establece por periodo contable, como consecuencia de inversiones o gastos anticipados, permitiendo de esta manera a la empresa la racionalización del gasto en función del tiempo estipulado por la ley. La fórmula para el cálculo de la amortización actual es:

#### AMORTIZACIÓN ACTUAL

$$\text{Amortización actual} = \frac{\text{Valor de activos}}{5 \text{ años}}$$

#### CUADRO N° 18 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>\$850.00</b>
Periodos de amortización	5
<b>Amortización Anual</b>	<b>\$170.00</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: El Autor.

### 6.5. Análisis de Costos Fijos y Variables

#### 6.5.1. Costos Fijos

Son los que no sufren variación ante cualquier nivel de producción, su valor permanece constante.

Entre estos están los gastos del personal administrativo, alquiler del local donde funcionarán las oficinas, pago de publicidad y otros.

<sup>8</sup> Mercedes Bravo Valdivieso, Contabilidad General, Pág. 168



### 6.1.1. Costos Variables

Son los rubros que cambian según el volumen de producción requerido para el proceso, están relacionados directamente con la generación de los servicios.

**CUADRO N° 19**  
**CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

RUBRO	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<b>GASTOS ADMINISTRATIVO</b>		
Sueldos Administrativos	20.400,00	
Beneficios sociales por sueldos administrativos	25.595,60	
Pago de arriendo	3.120,00	
Suministros de Oficina	300,00	
Suministros y Materiales		540,00
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
Publicidad	2.052,00	
<b>OTROS GASTOS</b>		
Amortización de Diferidos	170,00	
Depreciación de Activos Fijos	957,41	
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>52.595,01</b>	<b>540,00</b>

Fuente: Cuadro N° 16 Depreciaciones, Cuadro N° 17 Amortizaciones, Detalle de Gastos Ver (ANEXO N° 14)

Elaborado por: El Autor.

La clasificación de los costos sirve principalmente para establecer el punto muerto de las operaciones o el punto de equilibrio.

### 6.2. Presupuesto de Ingresos

En el cuadro N° 20 se muestra los productos o servicios que producirá la empresa. Se estima una producción de 58 servicios anuales. En base a estos productos y precios unitarios establecidos se tendrá un ingreso por ventas para el primer año de \$58.000,00 dólares y en el quinto año de \$153.000,00



**CUADRO N° 20**  
**PRESUPUESTO DE INGRESOS**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
EN UNIDADES	58	77	96	115	134	153
PRECIO ESTIMADO	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 58.000</b>	<b>\$ 77.000</b>	<b>\$ 96.000</b>	<b>\$ 115.000</b>	<b>\$ 134.000</b>	<b>\$ 153.000</b>

Fuente: Cuadro N° 5 Demanda Proyectada; Gráfico N° 9

Elaborado por: El Autor.

**6.3. Presupuesto de Gastos**

El presupuesto de gastos de la empresa se encuentra clasificado por Gastos de Administración, Gastos de Venta, y Otros Gastos. Dichos gastos se proyectará con la inflación anual del año 2010, las misma que es del 3.33%.

La proyección se la realizó para 5 años.

**Cuadro N° 21**  
**GASTOS**

<b>RUBROS</b>	<b>PERIODO</b>					
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVO</b>						
Sueldos Administrativos	20.400,00	21.114,00	21.852,99	22.617,84	23.409,47	24.228,80
Beneficios sociales por sueldos administrativos	25.595,60	26.491,45	27.418,65	28.378,30	29.371,54	30.399,55
Pago de arriendo	3.120,00	3.229,20	3.342,22	3.459,20	3.580,27	3.705,58
Suministros de Oficina	300,00	310,50	321,37	332,62	344,26	356,31
Suministros y Materiales	540,00	558,90	578,46	598,71	619,66	641,35
<b>Subtotal</b>	<b>49.955,60</b>	<b>51.704,05</b>	<b>53.513,69</b>	<b>55.386,67</b>	<b>57.325,20</b>	<b>59.331,59</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Publicidad	2.052,00	2.123,82	2.198,15	2.275,09	2.354,72	2.437,13
<b>Subtotal</b>	<b>2.052,00</b>	<b>2.123,82</b>	<b>2.198,15</b>	<b>2.275,09</b>	<b>2.354,72</b>	<b>2.437,13</b>
<b>OTROS GASTOS</b>						
Amortización de Diferidos	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00
Depreciación de Activos Fijos	957,41	957,41	957,41	957,41	957,41	957,41
<b>Subtotal</b>	<b>1.127,41</b>	<b>1.127,41</b>	<b>1.127,41</b>	<b>1.127,41</b>	<b>1.127,41</b>	<b>1.127,41</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>53.135,01</b>	<b>54.955,28</b>	<b>56.839,25</b>	<b>58.789,17</b>	<b>60.807,33</b>	<b>62.896,13</b>

Fuente: Detalle de Gastos Ver (ANEXO N° 14)

Elaborado por: El Autor.



### 6.3.1. Punto de equilibrio

Se define como punto de equilibrio, el momento en el cual la empresa, con un determinado nivel de producción, no obtiene ni ganancia ni pérdida.

El punto de equilibrio se lo determina de dos maneras: una de ellas matemáticamente y la otra de forma gráfica, se establece el punto de equilibrio en función de las ventas, esto indica cuánto dinero el negocio debe tener para no generar pérdidas ni ganancias y también se lo hace en función de la capacidad instalada, obteniendo así el porcentaje (%) de la capacidad instalada de la empresa de gestión de eventos que debería utilizar.

El cálculo gráfico se lo realiza mediante el uso de coordenadas X y Y. En el eje de las X se ubica la capacidad instalada y en el eje de las Y se proyecta los costos fijos, los costos variables y los ingresos.

Para el método matemático **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS** se utiliza la ecuación matemática siguiente:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

**En donde:**

PE= Punto de equilibrio

CF= Costos fijos

CV= Costos variables

VT= Ventas totales



PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 2010

$$PE = \frac{52.595,01}{1 - \frac{540,00}{58.000}}$$

$$PE = \frac{52.595,01}{1 - 0.0093}$$

$$PE = \frac{52.595,01}{0.9907}$$

$$PE = 53.089,29$$

**EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{52.595,01}{91.275 - 540,00} \times 100$$

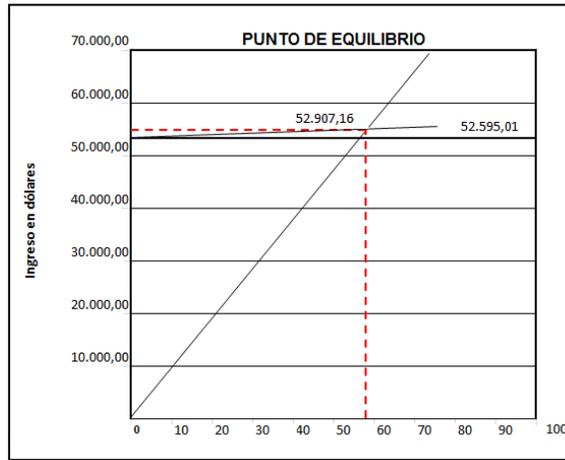
$$PE = \frac{52.595,01}{90.735} \times 100$$

$$PE = 0,5796551 \times 100$$

$$PE = 57,97\%$$



**GRAFICO N° 15**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1**



El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de USD 53.089,29 la productora pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

Esto indica que la empresa tendría que trabajar utilizando el 57.97% de su capacidad instalada, sobre el punto de equilibrio. Así mismo se presenta el gráfico correspondiente, para el primer año de vida útil del proyecto.

#### **6.4. Estado de Pérdidas y Ganancias**

Para determinar el estado de pérdidas y ganancias IARTSTUDIO se tomara en cuenta los ingresos que obtendrá la empresa por la venta de sus productos o servicios, a esto se restara los costos de administración lo cual dará como resultado la utilidad bruta; a la utilidad bruta se restara los costos operativos conformados por: gastos de ventas y se obtendrá como resultado la utilidad neta.



Una vez determinada la utilidad neta habrá que deducir el 15% correspondiente a distribución de utilidades para los trabajadores de la empresa. Luego de deducir el 15% de utilidades, sobre el monto restante se calcula el 25% para el pago del impuesto a la renta al erario nacional; el remanente obtenido después de las deducciones indicadas, constituye la utilidad líquida anual obtenida por la empresa u organización.

## CUADRO N° 22 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

IARTSTUDIO CIA.LTDA. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (En unidades monetarias)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	91.275	94.469,63	97.776,09	101.198,26	104.740,21	108.406,13
(-) Gastos Administrativos	49.955,60	51.704,05	53.513,69	55.386,67	57.325,20	59.331,59
(=) Utilidad Marginal	41.319,40	42.765,58	44.262,40	45.811,59	47.415,01	49.074,54
(-) Gastos de Venta	2.052,00	2.123,82	2.198,15	2.275,09	2.354,72	2.437,13
(=) Utilidad Marginal	39.267,40	40.641,76	42.064,25	43.536,50	45.060,29	46.637,41
(-) Otros Gastos	1.127,41	1.127,41	1.127,41	1.127,41	1.127,41	1.127,41
(=) Utilidad Bruta	38.139,99	39.514,35	40.936,84	42.409,09	43.932,88	45.510,00
(-) 15% PART. TRAB.	5.720,99	5.927,15	6.140,53	6.361,36	6.589,93	6.826,50
(=) Utilidad antes de Impuestos	32.418,99	33.587,20	34.796,31	36.047,73	37.342,95	38.683,50
(-) 25% del impuesto a la renta	8.104,75	8.396,80	8.699,08	9.011,93	9.335,74	9.670,88
<b>(=) Utilidad neta del Ejercicio</b>	<b>24.314,25</b>	<b>25.190,40</b>	<b>26.097,23</b>	<b>27.035,80</b>	<b>28.007,21</b>	<b>29.012,62</b>

Fuente: Cuadro N° 19, Cuadro N° 20

Elaborado por: El Autor.

### 6.5. Flujo de Caja Projectado

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.



Los flujos de caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compra de activos.

El flujo de caja se encuentra demostrado a continuación:

**CUADRO N° 23  
FLUJO DE CAJA**

CONCEPTO	INICIO INVERSIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>							
Ventas		91.275,00	94.469,63	97.776,09	101.198,26	104.740,21	108.406,13
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>91.275,00</b>	<b>94.469,63</b>	<b>97.776,09</b>	<b>101.198,26</b>	<b>104.740,21</b>	<b>108.406,13</b>
<b>EGRESOS</b>							
Activos	-18.212,21						
Pago de Sueldos administrativos		20.400,00	21.114,00	21.852,99	22.617,84	23.409,47	24.228,80
Pago de Beneficios sociales por servicios profesionales		25.595,60	26.491,45	27.418,65	28.378,30	29.371,54	30.399,55
Pago de arriendo		3.120,00	3.229,20	3.342,22	3.459,20	3.580,27	3.705,58
Suministros de oficina		300,00	310,50	321,37	332,62	344,26	356,31
Suministros y Materiales		540,00	558,90	578,46	598,71	619,66	641,35
Publicidad		2.052,00	2.123,82	2.198,15	2.275,09	2.354,72	2.437,13
Depreciaciones		957,41	957,41	957,41	957,41	957,41	957,41
Amortizaciones		170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00
Pago de 15% de PART. TRAB.		5.720,99	5.921,23	6.128,48	6.342,98	6.564,98	6.794,76
Pago del Impuesto a la Renta		8.104,75	8.388,42	8.682,02	8.985,89	9.300,40	9.625,91
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-18.212,21</b>	<b>66.960,75</b>	<b>69.304,39</b>	<b>71.730,05</b>	<b>74.240,61</b>	<b>76.839,03</b>	<b>79.528,40</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-18.212,21</b>	<b>24.314,25</b>	<b>25.165,24</b>	<b>26.046,04</b>	<b>26.957,65</b>	<b>27.901,18</b>	<b>28.877,73</b>

Fuente: Cuadro N° 13, Cuadro N° 20

Elaborado por: El Autor.

## 6.6. Indicadores Financieros

### 6.6.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

La TMAR es la tasa de ganancia anual que solicita ganar el inversionista para llevar a cabo la instalación y operación de la empresa, es la tasa de crecimiento real de la empresa por arriba de la inflación. Esta tasa también es conocida como premio al riesgo, y su valor debe reflejar el riesgo que corre el inversionista de no obtener las ganancias pronosticadas y que eventualmente vaya a la bancarrota.



Para su cálculo se muestra la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = i + \text{Pr} + (\text{Pr} \cdot i)$$

**En donde:**

TMAR= Tasa mínima aceptable de rendimiento

Pr = Prima de riesgo

i = tasa de inflación anual del año 2010 (3.33%)

Pr = 10 %

**Entonces:**

$$\text{TMAR} = (0.0333) + (0.10) + (0.0333 \times 0.10)$$

$$\text{TMAR} = 0.1333 + 0.00333$$

$$\text{TMAR} = 0.13663$$

$$\text{TMAR} = 13,66\%$$

**Cuadro N° 24**  
**TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO**

PARTICIPACIÓN	PREMIO AL RIESGO	TMAR
Inversionistas	0,13663	13,66%
<b>TMAR GLOBAL o Tasa de Descuento</b>		<b>13,66%</b>

Fuente: \_\_

Elaborado por: El Autor.

Esto significa que la tasa de descuento para los inversionistas debe de ser del 13,66%

**6.6.2. VAN**



El Valor Actual Neto consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del negocio. El VAN es igual al flujo neto multiplicado por el coeficiente que corresponde a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que, en este caso es del 13.66%.

El VAN representa, en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el negocio.

- Si el VAN es igual a cero es indiferente realizar el negocio.
- Si el VAN es mayor a cero el negocio o inversión es conveniente.
- Si el VAN es menor al cero el negocio no es conveniente.

El factor de actualización se lo calcula aplicando la siguiente fórmula

$$FA = \frac{1}{1 + I t}$$

$$FA = \frac{1}{1 + 0,1366 \cdot 1}$$

$$FA = \frac{1}{1 + 0,1366 \cdot 1}$$

$$FA = 0,879816$$



### CUADRO N° 25 VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO			
PERIODOS	FLUJOS NETOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15,63%	FLUJO ACTUAL
Inversión Inicial			<b>-18.212,21</b>
Año 0	24.314,25	0,879816	21.393,14
Año 1	25.165,24	0,774077	19.479,83
Año 2	26.046,04	0,681044	17.738,50
Año 3	26.957,65	0,599193	16.152,84
Año 4	27.901,18	0,527180	14.708,94
Año 5	28.877,73	0,463821	13.394,10
<b>VAN</b>			<b>\$84.655,14</b>

Fuente: \_\_\_\_\_

Elaborado por: El Autor.

De acuerdo a los criterios que se maneja en el VAN, en el presente negocio, el VAN es positivo, lo que indica que es factible la ejecución del mismo sin riesgo en la inversión, cuyo valor es de USD 84.655,14

#### 6.6.3. TIR

Es aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingreso con la inversión inicial; es decir, es la más alta tasa de interés que se podría pagar por el préstamo que financiará la inversión. En el cálculo de la TIR, el objetivo es encontrar un factor de interés por aproximación, que dé como resultado un VAN positivo que se acerque a cero y un VAN negativo que igualmente se acerque a ese valor.

La TIR como criterio de decisión permite rechazar o aceptar el negocio basado en:

- Si la TIR es mayor al costo de capital debe aceptarse el negocio.
- Si la TIR es igual al costo de capital es indiferente realizar la inversión.
- Si la TIR es menor al costo de capital debe rechazarse el proyecto.



Este método presenta más dificultades y es menos fiable que el anterior, por eso suele usarse como complementario al VAN.

A continuación se presenta el desarrollo del cálculo realizado de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

**CUADRO N° 26**  
**TASA INTERNO DE RETORNO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE CAJA</b>
Inversión Inicial	-18.212,21
Año 0	24.314,25
Año 1	25.165,24
Año 2	26.046,04
Año 3	26.957,65
Año 4	27.901,18
Año 5	28.877,73
<b>TIR</b>	<b>136,1%</b>

Fuente: Cuadro N° 22

Elaborado por: El Autor.

La tasa interna de retorno para el presente proyecto es de 136,1%; debido a que es mayor que la tasa de descuento, se determina que el proyecto es viable.

Con esta tasa interna de retorno se calculará también el valor actual neto, cuyo resultado nos dará cero, lo que representa que el cálculo de la TIR es correcto.

**CUADRO N° 27**  
**CALCULO DEL VAN CON LA TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>COMPROBACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE CAJA</b>	<b>TIR</b>
Inversión Inicial	-18.212,21	-18.212,21
Año 0	24.314,25	10.299,25
Año 1	25.165,24	4.515,46
Año 2	26.046,04	1.980,00
Año 3	26.957,65	868,53
Año 4	27.901,18	381,28
Año 5	28.877,73	167,69
<b>TIR</b>	<b>136,1%</b>	

Fuente: Cuadro N° 22 y N°25

Elaborado por: El Autor.



#### **6.6.4. Relación Costo – Beneficio**

Un procedimiento también de evaluación de proyectos es la Relación Beneficio Costo, calculado en función de los costos y los ingresos originales, a los que se le aplica un factor de actualización relacionado con la tasa de oportunidad del capital en este caso el 15,63% para saber en qué cantidad la inversión beneficiará a los capitalista, en otras palabras nos indica el valor que el inversionista podrá recuperar por cada dólar invertido considerando la tasa de oportunidad actual de capital.

La decisión del inversionista de implementar o no el proyecto, está sujeto a:

- Si la RBC, es menor a 1, no es rentable el proyecto, es decir el proyecto entregará una renta menor a la que espera el inversionista.
- Si la RBC es igual a 1, no es rentable el proyecto, es decir el proyecto entregará una renta igual a la que hizo el inversionista, es indiferente se puede implementar el proyecto.
- Si la RBC es mayor a 1, es rentable el proyecto, es decir el proyecto entregará una renta superior a la que hizo el inversionista.

$$\mathbf{RELACIÓN BENEFICIO – COSTO} = \frac{\mathbf{Ingresos Actualizados}}{\mathbf{Egresos Actualizados}}$$

Fuente: Anexo N° 16

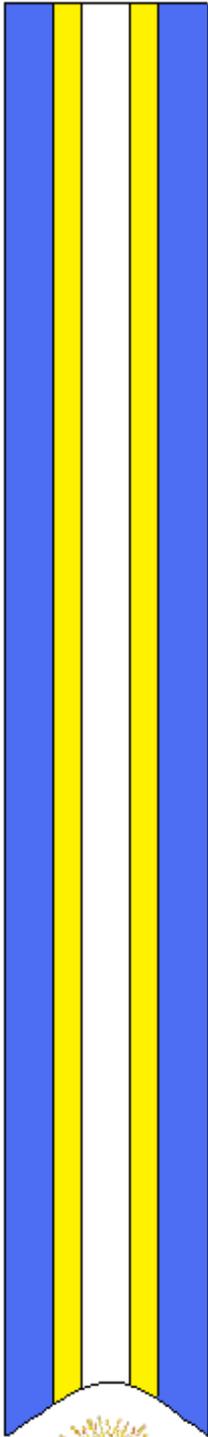
$$\mathbf{RELACIÓN BENEFICIO – COSTO} = \frac{365.474,18}{212.438,81}$$

$$\mathbf{RELACIÓN BENEFICIO – COSTO} = 1,72$$



Una vez aplicada la formula de B/C, se obtiene una Relación Beneficio Costo de 1,72 que quiere decir que el inversionista por cada dólar que invierte recuperará 0,72 centavos de dólar.

En términos generales, si la relación B/C es mayor que la unidad ( $B/C > 1$ ) se justifica ejecutar el proyecto; caso contrario debería rechazarse. Dado que como resultado se ha obtenido 1,72 es viable implementar la empresa.





# ANEXOS

## ANEXO 1

### CURRICULUM DE LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA

#### **GERENCIA: Ing. Waldemar Espinoza**



Actualmente es el Gerente General de IARTSTUDIO Cía. Ltda., se ha desarrollado profesionalmente en diversas instituciones tanto públicas como privadas, desempeñando diversos cargos como por ejemplo en la Universidad Técnica Particular de Loja (Sociedad Electrónica), Micromedia Studio, Imagina web Studio y en la Unidad de Geomática Ambiental como Diseñador Web y Multimedia; en el Instituto Sudamericano y en El Instituto Tecnológico Los Andes como Docente; en la eempresa Informática MASTER PC como Jefe del departamento técnico y en la Universidad Técnica Particular de Loja (Gestión del Conocimiento) como Gestor Investigador.

Waldemar Espinoza es Ingeniero en Sistemas Informáticos y Computación, graduado en la Universidad Técnica Particular de Loja, cuenta con especializaciones en Second Batch of Global English and Information Technology.(NIIT – Nueva Delhi – India) y en Programa IBM Advanced Career Education con especialización en Administración del sistema Linux. Posee conocimientos en diseño web y multimedia, computación en general, programación, administración de sistemas y diseño gráfico.

Además ha logrado las siguientes distinciones: Primer lugar concurso de Diseño y Programación de páginas Web (VII jornadas de ciencias de la computación).



Finalista, en calidad de diseñador web, de los premios Nobis 2001 Ecuador – Triunfador y Publicación del Paper “Cluster de Balanceo de Carga y Alta Disponibilidad para servicios Web y Mail”

**PRESIDENCIA: Lic. José Luis Alvarado**



Hoy en día es el Presidente de IARTSTUDIO Cía. Ltda., José Luis Alvarado es Egresado de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja.

La experiencia laboral que ha tenido este joven emprendedor, la ha realizado en instituciones muy reconocidas de la localidad como son la Universidad Técnica Particular de Loja, Diócesis de Loja y el canal de televisión ECOTEL, desempeñando las siguientes funciones.

Camarógrafo y editor noticiero 7 días en la Técnica (UTPL), Camarógrafo del Programa Miradas (UTPL), Camarógrafo y editor del Programa Punto de Vista (UTPL), Camarógrafo y editor en PADCOM producciones de la diócesis de Loja y finalmente como Camarógrafo y editor del Programa Región Sur (ECOTEL).



## ANEXO 2

### Empresas registradas como socios en la Cámara de Comercio de Loja

SECTOR	No. Empresas.	SECTOR	No. Empresas.
1. Abastos	118	28. Fotografía	8
2. Agropecuarios	32	29. Gimnasios	1
3. Aluminio y Vidrio	9	30. Hoteles y Restaurantes	60
4. Árbitros	1	31. Importadoras	4
5. Artesanos y Productos	19	32. Imprentas	18
6. Artículos de cuero	28	33. Inmuebles	12
7. Aseguradoras	1	34. Joyería y Relojería	19
8. Aserrios y Maderas	11	35. Librería y Papelería	26
9. Asesorías	1	36. Limpieza	8
10. Asociaciones	2	37. Maquinaria	7
11. Audio y Video	13	38. Medios de Comunicación	6
12. Bazares	47	39. Muebles	31
13. Bebidas	17	40. Panadería y Pastelería	19
14. Belleza y Peluquería	18	41. Parqueaderos	1
15. Capacitación	8	42. Plásticos	6
16. Computación	20	43. Platería	1
17. Comunicación	10	44. Repuestos Automotrices	82
18. Construcción	81	45. Salud	11
19. Couriers	4	46. Seguridad y Alarmas	15
20. Deportivos	9	47. Servicios, Abogados, Admin.	7
21. Derivados de Petróleo	17	48. Servicios Financieros	3
22. Distribuidores	12	49. Socios Voluntarios	92
23. Electrodomésticos	23	50. Software e Internet	12
24. Energía, Minas y Petróleo	14	51. Textiles	120
25. Farmacias	42	52. Transporte	27
26. Ferreterías	49	53. Vehículos	12
27. Financieras	13	54. Ventas y Servicios Varios	64
<b>TOTAL DE EMPRESAS →</b>			<b>1.291</b>



### Empresas registradas como socios en la Cámara de Industrias de Loja

NOMBRE DE LA EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	ACTIVIDAD
ARCIMEGO	Sr. Manuel Agustín Godoy	Tejas y pisos de gres naturales
CAFRILOSA	Ing. Juan Carlos Valdivieso	Faenamiento de ganado bovino, ovino y caprino. Elaboración de sub-productos
DIARIO CRONICA DE LA TARDE	Lic. Ismael Enríquez	Edición de un diario vespertino
E.E.R.S.S.A.	Ing. Wilson Vivanco	Generación de energía eléctrica
I.L.E.	Sr. Manuel Agustín Godoy	Elaboración de condimentos: sabora, comino, pimienta, pasta de achiote. Aliño, ajo,apañadura. Horchata, etc.
INAPESA	Ing. José García Burneo	Productos cárnicos: jamón, mortadela, pollo ahumado, chuleta y más productos afines
M.A.L.C.A.	Ing. Francisco Gordillo	Azúcar zulfitada, azúcar cruda y melaza
Radio "PLANETA SUR"	Srta. Raquel Valdez	Comunicación
DIARIO LA HORA	Dr. Eduardo Vivanco Celi	Edición del diario
VILCAFLOWERS	Sr. Manuel Agustín Godoy	Producción e industrialización y exportación de flores
PLANTA DE LÁCTEOS DE LA U.T.P.L	Ing. Felipe Reyes	Elaboración de leche, yogurt, queso, mantequilla "ECOLAC"
PLANTA DE CERÁMICA DE LA U.T.P.L	Ec. Diego Lara	Fabricación de cerámicas grecolatinas
VALLE DE TECNOLOGIA DE LA U.T.P.L	Ing. Álvaro Castillo	Informática
EDITORIAL UNIVERSITARIA DE LA U.T.P.L	Ec. Melida Eras	Ediciones
I.L.E.L.S.A	Ing. Edwin Ripalda	Aguardiente embotellado "CANTA CLARO"
CREVIGO	Sr. José Godoy Ruiz	Creaciones en vidrio
GOEXPO	Sra. Yonny Álvarez	Compra y venta de artículos importados COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS
DELAROMA S.A.	Manuel Fernando Espinosa	Deshidratación de frutas, verduras y plantas aromáticas, elaboración de infusiones de hierbas, elaboración de productos alimenticios.
HIDROCHINCHIPE	Ing. Francisco Gordillo	Realización de actividades de generación de electricidad, construcción de centrales de generación eléctrica, importación de equipos y maquinaria, destinados al sector eléctrico



LOJALAC CIA. LTDA	Dra. Patricia Villacís 	Producción, tratamiento, envasado y comercialización de leche y derivados lácteos, así como la importación y comercialización de cualquier tipo de insumos, materia prima, equipos y maquinaria necesarios para llevar a cabo los procedimientos antes mencionados
-------------------	--	--

**ANEXO 3**

Encuesta N°

**Universidad Técnica Particular de Loja**

*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja, solicito su colaboración respondiendo a las interrogantes planteadas con la mayor imparcialidad.

Mediante esta encuesta, se pretende establecer la demanda de servicios audiovisuales y multimedia por parte de las empresas del mercado local.

**1. ¿En qué actividad económica su empresa se desenvuelve comercialmente?**

- ( ) Institución Pública
- ( ) Institución Privada
- ( ) Comercio
- ( ) Servicios
- ( ) Industria
- ( ) Turismo
- ( ) Otros: \_\_\_\_\_

**2. ¿Cuántos años lleva su empresa en el mercado?**

- De 0 a 2 años ( )
- De 2 a 5 años ( )
- De 5 a más años ( )

**3. ¿Contrata producción audiovisual para promocionar su negocio?(Si contesta NO pasar a la pregunta Nro. 6)**



Si ( )

No ( )

**4. El servicio de producción audiovisual lo obtienen de una empresa:**

- ( ) Local
- ( ) Nacional

Especifique \_\_\_\_\_

**5. ¿Tiene algún inconveniente con los proveedores actuales de este producto?**

Señale en orden de importancia los problemas que tiene con los actuales proveedores del producto.

- Tardan mucho en entregar ( )
- No entregan lo solicitado ( )
- Hay problemas de facturación ( )
- Otros problemas ( )
- Ninguno ( )

**6. De los siguientes servicios de producción audiovisual, actualmente su empresa cuenta con:**

**Multimedia**

- ( ) Presentaciones multimedia
- ( ) CD-ROM multimedia
- ( ) Animación Gráfica, logos, rótulos
- ( ) Diseño de imagen global para eventos
- ( ) Comunicación corporativa
- ( ) Catálogos interactivos

**Producción de Video**

- ( ) Industriales
- ( ) Institucionales
- ( ) Corporativos
- ( ) De producto
- ( ) Para presentaciones
- ( ) Documentales
- ( ) Spots publicitarios

**7. ¿Con que frecuencia su empresa solicita servicios de producción audiovisual?  
Indique solo uno.**

- ( ) Mensual
- ( ) Trimestral
- ( ) Semestral
- ( ) Anual

**8. De su presupuesto anual, Ud. está disponible a invertir en producción audiovisual.**

- Menos de \$500 ( )
- De \$501 a \$600 ( )
- De \$601 a \$700 ( )



- De \$701 a \$800 ( )
- De \$901 a \$1000 ( )
- Más de \$1000

**9. ¿Cuál es la característica más importante al momento de contratar servicios de producción audiovisual?**

- ( ) Precio
- ( ) Calidad
- ( ) Tiempo de entrega

**10. ¿Cuál es el medio de comunicación a través del cual usted le gustaría informarse sobre la oferta de servicios de producción audiovisual?**

- |                           | <b>NOMBRE</b> |
|---------------------------|---------------|
| Prensa                    | ( ).....      |
| Radio                     | ( ).....      |
| Televisión                | ( ).....      |
| Internet                  | ( ).....      |
| Afiches y hojas volantes. | ( ).....      |

**11. ¿Qué importancia cree usted que tiene la contratación de producción audiovisual para su empresa?**

- Alta ( )
- Media ( )
- Baja ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## ANEXO 4

### TABULACIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO

**1. ¿En qué actividad económica su empresa se desenvuelve comercialmente?**

ACTIVIDAD ECONOMICA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
Inst. Pública	5	5
Inst. Privada	16	15
Comercio	33	31
Servicios	20	19
Industria	14	13
Turismo	20	19
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

**2. ¿Cuántos años lleva su empresa en el mercado?**

AÑOS EN EL MERCADO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
De 0 a 2 años	31	29
De 2 a 5 años	26	24
De 5 a más años	51	47
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

**3. ¿Contrata producción audiovisual para promocionar su negocio?**

CONTRATA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
Si	53	49
No	55	51
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

**4. El servicio de producción audiovisual lo obtienen de una empresa**



PRODUCTORA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
Local	45	85
Nacional	8	15
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

5. ¿Tiene algún inconveniente con los proveedores actuales de este producto?

INCONVENIENTE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
Tardan mucho en entregar	5	9
No entregan lo solicitado	8	15
Hay problemas de facturación	5	9
Otros problemas	1	2
Ninguno	34	64
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

6. De los siguientes servicios de producción audiovisual, actualmente su empresa cuenta con:

SERVICIOS AUDIOVISUAL	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
<b>Multimedia</b>		
Presentaciones multimedia	6	14
CD-ROM multimedia	4	9
Animación gráfica, logos. Rótulos	10	23
Diseño de imagen global para eventos	7	16
Comunicación corporativa	10	23
Catálogos interactivos	7	16
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>
<b>Producción de video</b>	<b>F.A</b>	<b>F.R</b>
Industriales	8	8
Institucionales	14	14
Corporativos	3	3
De Producto	19	19
Para presentaciones	17	17
Documentales	2	2
Spots publicitarios	35	36
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>



<b>Producción de audio</b>	<b>F.A</b>	<b>F.R</b>
Jingles comerciales	9	20
Comerciales radiales	35	80
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**7. ¿Con que frecuencia su empresa solicita servicios de producción audiovisual?**

<b>FRECUENCIA</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA%</b>
Mensual	5	9
Trimestral	12	23
Semestral	15	28
Anual	21	40
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

**8. ¿Está dispuesto a contratar el servicio de producción audiovisual?**

<b>ESTA DISPUESTO</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA%</b>
Si	67	62
No	41	38
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

**9. De su presupuesto anual, Ud. Cuánto invierte o está disponible a invertir en producción audiovisual.**

<b>CUANTO INVIERTE O ESTA DISPUESTO A INVERTIR</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA%</b>
Menos de \$ 500	9	11
De \$501 a \$600	6	8
De \$601 a \$700	8	10
De \$701 a \$800	13	16
De \$901 a \$1000	21	26
Más de \$1000	23	29
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>



10. ¿Cuál es la característica más importante al momento de contratar servicios de producción audiovisual?

CARACTERÍSTICA MÁS IMPORTANTE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
Precio	13	16
Calidad	62	78
Tiempo de entrega	5	6
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

11. ¿Cuál es el medio de comunicación a través del cual usted le gustaría informarse sobre la oferta de servicios de producción audiovisual?

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
Prensa	15	19
Radio	8	10
Televisión	19	24
Internet	38	48
Afiches y hojas volantes	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

12. ¿Qué importancia cree usted que tiene la contratación de producción audiovisual para su empresa?

IMPORTANCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA%
Alta	41	51
Media	31	39
Baja	8	10
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>



## ANEXO 5

Carta

de



Loja, 02 de Junio del 2010

Srs.  
BANCO DE LOJA  
Ciudad.

De nuestras consideraciones

Reciba un cordial saludo a nombre de quienes formamos **IARTSTUDIO CIA. LTDA**, somos una empresa de producción audiovisual, que nace con el fin de ofrecer una alternativa creativa y de calidad tanto para instituciones públicas, empresas privadas, inspeccionando todo el proceso de creación desde el guión hasta el rodaje, postproducción y realización.

Cuenta con un grupo de profesionales que trabajan en diferentes ramas, los mismos que combinan experiencia y conocimientos para dirigir la empresa al éxito.

Es por ello que le hacemos llegar la siguiente propuesta de servicios de producción multimedia, de video y audio, que nuestra empresa ofrece, garantizándole resultados satisfactorios.

Por las razones expuestas y seguros de ofrecer nuestros servicios, les anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente

Ing. Waldemar Espinoza  
**GERENTE DE IARTSTUDIO CIA. LTDA.**



Loja Valle de Tecnología UTPL Loja - Ecuador  
Tel: 07 2570275 ext 2555  
Cel: 094343255

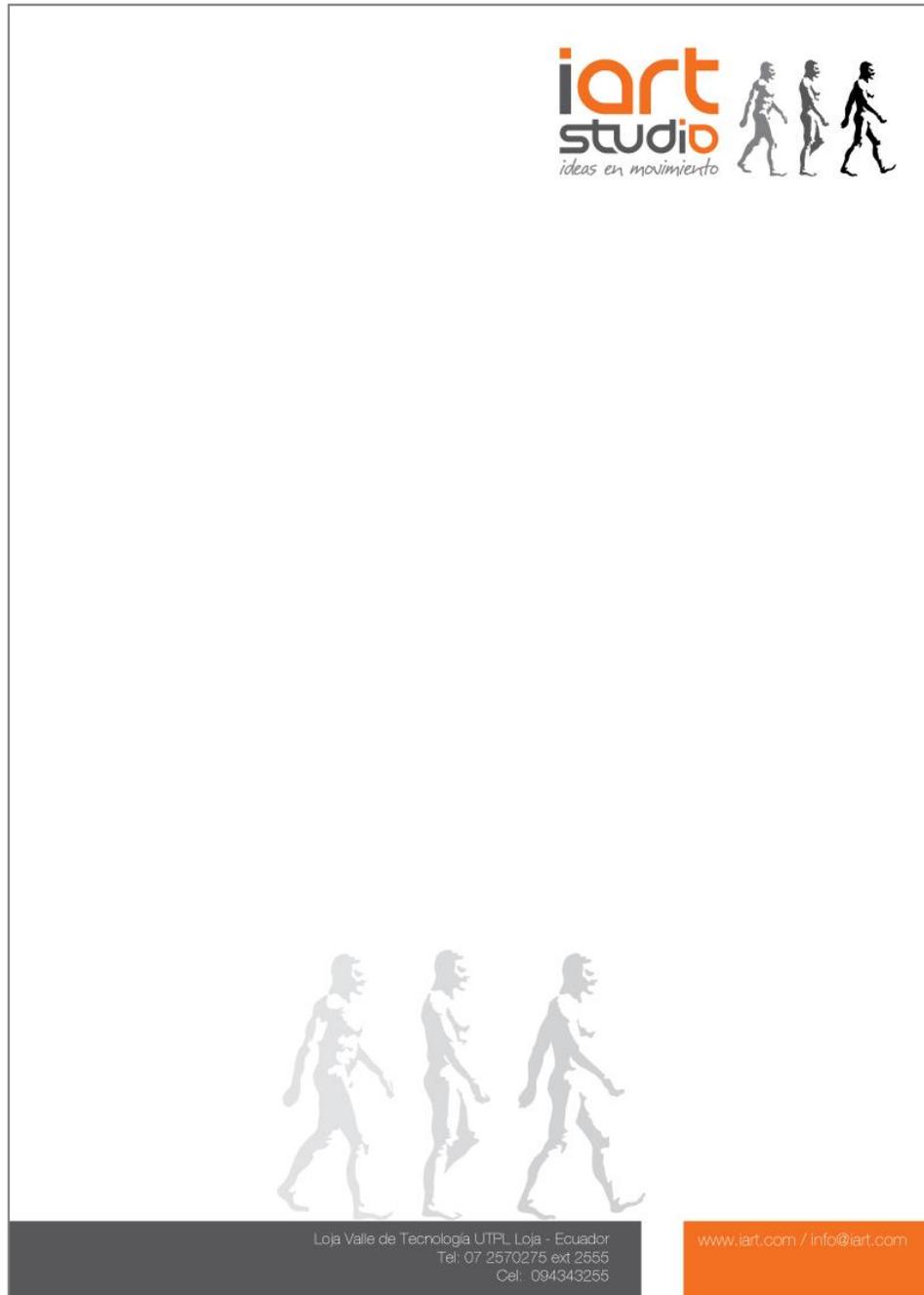
[www.iart.com](http://www.iart.com) / [info@iart.com](mailto:info@iart.com)

Presentación de IARTSTUDIO CIA. LTDA.



## ANEXO 6

- Hoja Membretada





## ANEXO 7

- **Sobre**

Loja Valle de Tecnología UTPL Loja - Ecuador  
Tel: 07 2570275 ext 2555  
Cel: 094343255

[www.iart.com](http://www.iart.com) / [info@iart.com](mailto:info@iart.com)

**iart studio**  
*ideas en movimiento*



**ANEXO 8**

**Nombre de la Empresa:** IARTSTUDIO CIA. LTDA.

**Dirección:** Campus de la UTPL San Cayetano Alto - Loja Valle de Tecnología.

**Teléfono:** 593 7 2570 275 ext. 2555

**Celular:** 094343255 – 094737122

**Correo Electrónico:**  
baldo10gt@hotmail.com  
[joseluis.iart@gmail.com](mailto:joseluis.iart@gmail.com)

**Gerente:** Ing. Waldemar Espinoza  
**Presidente:** Sr. José Luis Alvarado

LISTA DE PRECIOS	
Producción Multimedia	USD
Presentaciones multimedia	\$500 – 1.000
CD-ROM multimedia	\$800 – 1.500
Animación Gráfica, logos, rótulos	Depende del tiempo
Diseño y realización de presentaciones multimedia, corporativas y de producto.	\$500 – 1.000
Comunicación corporativa.	Depende de los requerimientos
Catálogos interactivos	\$800 – 1.500
Producción de Video	USD
Industriales	\$1.000 – 2.000
Institucionales	\$1.000 – 2.000
Corporativos	\$1.000 – 2.000
De producto	\$500 – 1.000
Para presentaciones	\$500 – 1.000
Documentales	\$5.000 – 10.000
Spots publicitarios	\$1.000 – 2.000
Producción de Audio	USD
Jingles comerciales	
Comerciales radiales	



*"Ideas en movimiento"*

**PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y MULTIMEDIA**

**LOJA - ECUADOR**



### **PRESENTACIÓN**

IARTSTUDIO es una empresa de producción audiovisual, que nace con el fin de ofrecer una alternativa creativa y de calidad tanto para instituciones públicas, empresas privadas, inspeccionando todo el proceso de creación desde el guión hasta el rodaje, postproducción y realización.

Cuenta con un grupo de profesionales que trabajan en diferentes ramas, los mismos que combinan experiencia y conocimientos para dirigir la empresa al éxito y satisfacer las necesidades de sus clientes.

### **Misión**

*“IARTSTUDIO” es una empresa especializada en producción audiovisual, animación y multimedia, creando conceptos creativos e innovadores de alta calidad, y por ende, lograr el impacto comunicacional que nuestros clientes esperan.*

### **Visión**

*Ser reconocidos nacionalmente como los mejores por nuestra excelencia de servicio y productos.*

### **Objetivo General**

Posicionarse como una empresa sólida y a la vanguardia de las tecnologías.

### **PRODUCTOS Y SERVICIO**



IARTSTUDIO brinda los siguientes productos o servicios:

#### **Multimedia**

Presentaciones multimedia  
CD-ROM multimedia  
Animación Gráfica, logos, rótulos  
Diseño y realización de presentaciones multimedia, corporativas y de producto.  
Diseño de imagen global para eventos.  
Comunicación corporativa.  
Catálogos interactivos

#### **Producción de Video**

Industriales  
Institucionales  
Corporativos  
De producto  
Para presentaciones  
Documentales  
Spots publicitarios





**ANEXO 10**

**PROFORMA**



**"IARTSTUDIO CIA. LTDA"**

**Cliente:**  
**Atención:**  
**Dirección:**  
**Cuidad**

**Fecha:**  
**R.U.C:**  
**Fax:**

**Entrega:**  
**Vendedor:**  
**Validez:**

**Condiciones de Pago:**  
**Garantía:**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V.TOTAL
Elaborado:	Recibí Conforme:	Subtotal	
		Descuento:	
		Subtotal:	
		<b>TOTAL:</b>	

- **Dirección:** Loja Valle de Tecnología – UTPL San Cayetano Alto
- **Teléfono:** (593) 7 2570 275 ext. 2555



ANEXO 11

• Proforma Medio de Comunicación ECOTEL TV



Loja, 03 de enero de 2010.

Señores:  
IART STUDIOS.

Ciudad.-

De mi consideración:

Por medio del presente pongo a su consideración la siguiente pro forma publicitaria de ecotel tv:

PAQUETE PUBLICITARIO A:

-22 spots publicitarios mensuales de 30 segundos de duración a ser difundidos en el noticiero MUNDOVISIÓN que se transmite de lunes a viernes a las 06H45.  
-22 spots publicitarios mensuales de 30 segundos de duración a ser difundidos en el noticiero MUNDOVISIÓN que se transmite de lunes a viernes a las 12H30

VALOR DE ESTE PAQUETE.....USD. 480,00 (más IVA al mes).

-22 spots publicitarios mensuales de 30 segundos de duración a ser difundidos en el noticiero MUNDOVISIÓN que se transmite de lunes a viernes a las 19H00.  
-22 spots publicitarios mensuales de 30 segundos de duración a ser difundidos en el noticiero MUNDOVISIÓN que se transmite de lunes a viernes a las 22H30

VALOR DE ESTE PAQUETE.....USD. 680,00 (más IVA al mes).

-44 spots publicitarios mensuales de 30 segundos de duración a ser difundidos en horario de PROGRAMACIÓN GENERAL (11h00 – 17h00) de lunes a viernes.

VALOR DE ESTE PAQUETE.....USD. 350,00 (más IVA al mes).

Por la atención que le de a la presente y en espera de una oportuna respuesta, anticipo mis sinceros agradecimientos:  
Atentamente:

Verónica Gálvez Malla.  
EJECUTIVA DE VENTAS DE ECOTEL TV.  
Teléf.: 089019259, 07 – 2574007 – 2578571, 2575323.







## **ANEXO 13**

### **MAQUINARIA Y EQUIPOS QUE SE REQUIERE PARA PONER EN MARCHA LA EMPRESA**

Para poder comenzar a trabajar con nuestro proyecto hemos dispuesto los siguientes equipos:

- Computadoras Mac, por su naturaleza tecnológica y su capacidad es el ordenador idóneo para actividades relacionadas con la industria audiovisual.



***Imagen 1.- Computadora Mac***

- Computadoras PC, son necesarias para el trabajo administrativo y financiero. No necesitan la mejor capacidad.



***Imagen 2.- Computadora PC***



- Cámara fotográfica, para capturar las fotografías necesarias en nuestros proyectos gráficos y audiovisuales.



**Imagen 3.-** Cámara fotográfica digital

- Cámara de video, para capturar los vídeos necesarios en nuestros proyectos gráficos y audiovisuales.



**Imagen 4.-** Cámara de video

- Equipo de iluminación, para una mejor calidad de iluminación en nuestras producciones: pedestales de luz, rebotadores.





***Imagen 5.- Equipo de iluminación***

- Soportes para los tiros de cámara, ya sea para fotografía o para captura de video: trípodes, grúas, rieles para dolly y travelling.



***Imagen 6.- Soportes para cámara***

- Dispositivos de captura de audio: micrófonos con su respectivo soporte.



***Imagen 7.- Micrófono condensador***

- Software necesario para nuestro trabajo: de oficina, de ilustración, de procesamiento de imágenes, de diagramación, de edición de video, de montaje de video, de edición de sonido.



Imagen 8. - Paquete Adobe Master Collection

## DETALLE DE INVERSIÓN

### Maquinaria y Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora iMac 27"	2	2.106,25	4.212,50
Disco duro externo 1Tb WD/SAMSUNG/IOMEGA 2.5 SLIM	1	151,11	151,11
Cámara Fotográfica Digital CANON eos rebel tli ef	1	1.070,53	1.070,53
Cámara de Video Sony HDR-FX7	1	3.340,00	3.340,00
Memoria Micro SD 8GB HP con adaptador	2	19,95	39,90
Equipo de Iluminación para fotografía	1	850,00	850,00
Trípode	2	50,00	100,00
Grúa	1	300,00	300,00
Riel para travelling	1	200,00	200,00
Micrófono de Condensado M-Audio	1	500,00	500,00
Boom para micrófono	1	30,00	30,00
Licencia Adobe Master Collection CS4	1	2.474,00	2.474,00
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>10.792,99</b>	<b>\$13.268,04</b>

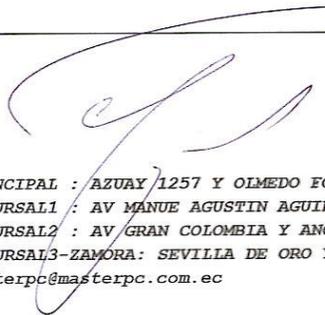
Elaboración: La Autora

Fuente: Master PC – iStore - Internet



• PROFORMAS

<b>Ciente:</b> MATUTE OVIEDO ANA MARIA 1900446483 ZAMORA Fono 605454 Fax Fecha Cotizacion: 03/02/2011		<b>PROFORMA N°</b> <b>7236</b> Vendedor: AGUSTO CASTRO		 <b>master pc</b> en movimiento	
Cant.	Part Number	Descripción	CPVP.	P.U.	Total
1	00000003308	CASE SP 308 CA	0		892.12
1	00000005809	MOTHERBOARD FOXCON H55 HD DDR3-1333/1066MHZ SOPORT /15/17/HDMI DVI	0		
1	00000005237	PROCESADOR INTEL CORE I3-530 A 2.93GHZ 4MB CACHE	0		
2	00000004528	MEMORIA 2GB ADATA/MARK 1333 MHZ/DDR3	0		
1	00000003423	DISCO DURO 500 GB SAMSUNG SATA	0		
1	00000005378	LECTOR DE MEMORIAS INTERNO ALTEK 2.5	0		
1	00000003032	UNIDAD DVD WRITER LG NEGROS SATA	0		
1	00000005054	CABLE DE DATOS OMEGA/GENERICO SATA	0		
1	00000000837	CABLE DE PODER PARA SERIAL ATA	0		
1	000000004170	MONITOR 19 LG LCD W/1941/1942S/1934/1943C/	0		
1	00000003740	TECLADO GENIUS KB 220E MULTIMEDIA PS2	0		
1	00000002369	MOUSE GENIUS XSCROLL USB NEGROS	0		
1	00000004576	PARLANTES GENIUS SW 5.1 DE 3005/120V	0		
1	00000005464	REGULADOR DE VOLTAJE ALTEK/AVR-1006 1600VA	0		
1	00000005725	MESA MADERA S209 MDF	0		
1	00000003010	SILLAS GIRATORIAS NORMAL	0		
1	00000005198	WEB CAM GENIUS ISLIM 300X/1.3MP	0		
1	00000004960	GAME PAD GENIUS G08X2 USB/8 BUTTONS PLANO	0		
1	00000005947	FLASH MEMORY 2GB HP V125W	0		
1	00000004934	LICENCIA DE NOD32 ANTIVIRUS ESET 4.2 OEM	0		
1	2226	PAD MOUSE MASTER PC	0		
1	00000004047	COBERTORES DE 19 LCD CON LOGO MASTER PC	0		
1	00000003516	AUDIFONO/MICROFONO MULTIMEDIA NEGRO	0		
1	00000004369	GARANTIA & ENSAMBLADO DE EQUIPOS	0		
					Subtotal \$ 892.12
					Descuentos \$ 0.00
					Subtotal Neto \$ 892.12
					Subtotal IVA 0% 0.00
					Subtotal IVA 12% 892.12
					IVA 12% 107.05
					Recargo \$ 0.00
					TOTAL USD\$ 999.17




PRINCIPAL : AZUAY 1257 Y OLMEDO FONO:2589359-2564204-2562950  
 SUCURSAL1 : AV MANUE AGUSTIN AGUIRRE Y COLON 2560292  
 SUCURSAL2 : AV GRAN COLOMBIA Y ANCON 2575819  
 SUCURSAL3-ZAMORA: SEVILLA DE ORO Y 24 DE MAYO 2606387  
 masterpc@masterpc.com.ec



**Cliente:**

MATUTE OVIEDO ANA MARIA  
1900446483  
ZAMORA  
Fono 605454  
Fax

Fecha Cotizacion: 03/02/2011

**PROFORMA N°  
8453**



Vendedor: CARLOS LEONARDO PEREIRA

Cant.	Codigo	Descripción	CPVP.	P.U.	Total
1	00000006047	DISCO DURO EXTERNO 1 TB WD/SAMSUNG/OMEGA 2.5 SLIM	-	151.1160	151.11
1	00000006213	MEMORY MICRO SD 8GB HP CON ADAPTADOR	-	19.9553	19.95
1	00000004667	CAMARA DIGITAL CANON eos rebel t1i ef	-	1,070.5357	1,070.53

ING. EDISON MACAS

GERENTE

PRINCIPAL : AZUAY 1257 Y OLMEDO FONO:2589359-2564204-2562950

SUCURSAL1 : AV MANUE AGUSTIN AGUIRRE Y COLON 2560292

SUCURSAL2 : AV GRAN COLOMBIA Y ANCON 2575819

SUCURSAL3-ZAMORA: SEVILLA DE ORO Y 24 DE MAYO 2606387

masterpc@masterpc.com.ec



Subtotal \$	1,241.61
Descuentos \$	0.00
Subtotal Neto \$	1,241.61
Subtotal IVA 0%	0.00
Subtotal IVA 12%	1,241.61
IVA 12%	148.99
Recargo \$	0.00
<b>TOTAL USD\$</b>	<b>1,390.60</b>



### Proforma

**Atención:** Ana María Matute  
**Nombre de empresa:** Personal  
**Dirección:** Domingo de Agurto y Eduardo Mora  
**Ciudad:** Loja  
**Fecha:** 4 de Febrero del 2011

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Importe
Imac 27"	1	\$2.106,25	\$2.106,25
MC560E/A			
procesador i3			
Memoria de 4GB			
1 TB disco duro			
superdrive de doble capa 8x			
graficos radeon HD 5670de ATI con512 MB			
			\$2.106,25
	IVA		\$252,75
	<b>Total</b>		<b>\$2.359,00</b>

Atentamente,

iStore  
  
 Distribuidor y Servicio Técnico Autorizado Apple  
 Pudiñoja Com Cia Ltda  
 RUC 1197714047001  
 Azuay 13-09 y Bernardo Valdivieso 593 7 2584556

Javier Flores H

Azuay 13-09 y Bernardo Valdivieso



Distribuidor y Servicio Técnico Autorizado Apple



**ANEXO 14.**

**DETALLE DE GASTOS DE "IARTSTUDIO CIA. LTDA"**

"IARTSTUDIO" COMPAÑÍA LIMITADA PRESUPUESTO DE SUELDOS AÑO 0 (En unidades monetarias)														
N°	CARGO	SUELDO		BENEFICIOS SOCIALES						Remuneración				
		Mensual	Anual	Aporte Patronal	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Desahucio	Total Provisiones		Mensual	Anual		
										Mensual	Anual			
1	Gerente	400,00	4.800,00	35,87	33,33	400,00	16,67	16,00	501,87	6.022,49	901,87	10.822,49		
2	Contador	100,00	1.200,00	8,97	8,33	100,00	4,17	4,00	125,47	1.505,62	225,47	2.705,62		
3	Jefe de Producción	300,00	3.600,00	26,91	25,00	300,00	12,50	12,00	376,41	4.516,87	676,41	8.116,87		
4	Jefe de Realización	300,00	3.600,00	26,91	25,00	300,00	12,50	12,00	376,41	4.516,87	676,41	8.116,87		
5	Jefe de Post-producción	300,00	3.600,00	26,91	25,00	300,00	12,50	12,00	376,41	4.516,87	676,41	8.116,87		
6	Jefe de Marketing y Ventas	300,00	3.600,00	26,91	25,00	300,00	12,50	12,00	376,41	4.516,87	676,41	8.116,87		
<b>TOTAL</b>		<b>20.400,00</b>	<b>244.800,00</b>	<b>152,47</b>	<b>141,67</b>	<b>1.700,00</b>	<b>70,83</b>	<b>68,00</b>	<b>2132,97</b>	<b>25.595,60</b>	<b>3.832,97</b>	<b>45.995,60</b>		

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
MES	ARRIENDO	SUMINISTROS DE OFICINA	SUMINISTROS Y MATERIALES	SUBTOTAL GASTOS
ENERO	260,00	25,00	45,00	330,00
FEBRERO	260,00	25,00	45,00	330,00
MARZO	260,00	25,00	45,00	330,00
ABRIL	260,00	25,00	45,00	330,00
MAYO	260,00	25,00	45,00	330,00
JUNIO	260,00	25,00	45,00	330,00
JULIO	260,00	25,00	45,00	330,00
AGOSTO	260,00	25,00	45,00	330,00
SEPTIEMBRE	260,00	25,00	45,00	330,00
OCTUBRE	260,00	25,00	45,00	330,00
NOVIEMBRE	260,00	25,00	45,00	330,00
DICIEMBRE	260,00	25,00	45,00	330,00
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>3120,00</b>	<b>300,00</b>	<b>540,00</b>	<b>3.960,00</b>

GASTOS DE VENTA			
MES	PUBLICIDAD (Página web)	PUBLICIDAD (Spot Televisivo)	TOTAL GASTOS
ENERO	70,00	392,00	
FEBRERO	70,00		
MARZO	70,00		
ABRIL	70,00		
MAYO	70,00		



*"Plan de Negocios para la Empresa IARTSTUDIO 2009 - 2010"*

JUNIO	70,00		
JULIO	70,00		
AGOSTO	70,00		
SEPTIEMBRE	70,00		
OCTUBRE	70,00		
NOVIEMBRE	70,00		
DICIEMBRE	70,00		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>840,00</b>	<b>392,00</b>	<b>1.232,00</b>



ANEXO 15.

DETALLE DE INGRESOS DE VENTA DE IARTSTUDIO CIA. LTDA

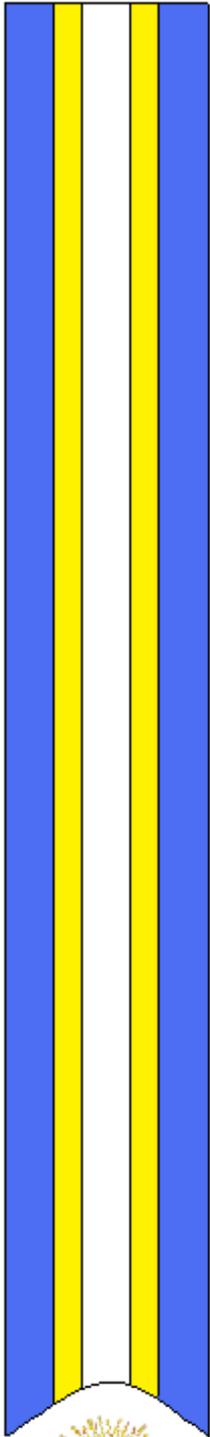
INGRESOS													
SERVICIOS	MENSUAL	PRECIO UNITARIO	INGRESO MENSUAL	TRIMESTRAL	PRECIO UNITARIO	INGRESO TRIMESTRAL	SEMESTRAL	PRECIO UNITARIO	INGRESO SEMESTRAL	ANUAL	PRECIO UNITARIO	INGRESO ANUAL	TOTAL
Presentaciones Multimedia	1	500	6.000				1	500	1.000	3	500	1.500	8.500
CD-ROM Multimedia	1	800	9.600				1	800	1.600	1	800	800	12.000
Animación gráfica, logos, rótulos	2	500	12.000	3	500	6.000							18.000
Diseño de imagen global para eventos	2	500	12.000	2	500	4.000	1	500	1.000				17.000
Comunicación Corporativa	2	500	12.000	2	500	4.000				2	500	1.000	1.000
Catálogos Interactivos										3	800	2.400	2.400
Industriales										2	1.000	2.000	2.000
Institucionales										4	1.000	4.000	4.000
Corporativos										2	1.000	2.000	2.000
De Producto							1	500	1.000	6	500	3.000	3.000
Para Presentaciones							1	500	1.000	6	500	3.000	3.000
Documentales										1	5.000	5.000	5.000
Spot Publicitarios							2	1.000	4.000	11	1.000	11.000	11.000
Jingles Comerciales										5	100	500	500
Comerciales Radiales										25	75	1.875	1.875
<b>VENTAS TOTALES ANUALES</b>													<b>91.275</b>



**ANEXO N° 16**  
**INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS**

<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>VAN</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>15,63%</b>	<b><math>M = C/(1+i)^n</math></b>
Año 0	91.275,00	78.937,13
Año 1	94.469,63	70.656,34
Año 2	97.776,09	63.244,26
Año 3	101.198,26	56.609,71
Año 4	104.740,21	50.671,16
Año 5	108.406,13	45.355,58
<b>TOTAL INGRESOS ACTUALIZADOS</b>		<b>365.474,18</b>

<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>VAN</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>15,63%</b>	<b><math>M = C/(1+i)^n</math></b>
Año 0	53.135,01	45.952,62
Año 1	54.955,28	41.102,51
Año 2	56.839,25	36.765,19
Año 3	58.789,17	32.886,32
Año 4	60.807,33	29.417,33
Año 5	62.896,13	26.314,84
<b>TOTAL EGRESOS ACTUALIZADOS</b>		<b>212.438,81</b>



# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En este proyecto se hizo un análisis completo de todos los aspectos involucrados en la implementación de un estudio audiovisual en la ciudad de Loja, desde la presentación de los antecedentes, un estudio de mercado que nos permitió establecer que un 62% de las empresas están dispuestas a contar con nuestro servicio, un estudio de marketing en el cual detallamos la imagen corporativa y el mix de marketing que requiere la empresa, siguiendo con un plan de producción en el que se establece el diagrama y manual de procesos para cada actividad que requiere un servicio ofertado, así como también un plan de organización y administración donde se detalla la estructura legal y organizacional de la productora además de el organigrama funcional y manual de funciones que deben seguir cada uno de los colaboradores y el análisis financiero para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

### **CONCLUSIONES**

- ✓ 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 y de Industrias de Loja, existen 1.311 empresas (entre pequeñas, medianas y grandes) registradas en la ciudad, y de ellas, un número menor cuenta con un departamento de publicidad que se encargue de promocionar de manera efectiva su marca. Esta es una oportunidad que los empresarios de Loja están desaprovechando, y sobre la cual se basarán las expectativas del negocio.
- ✓ El medio de comunicación más utilizado en la sociedad lojana es la internet de tal manera que se ha convertido en una herramienta indispensable en muchos campos de la sociedad, con una gran aceptación, además de ser el más



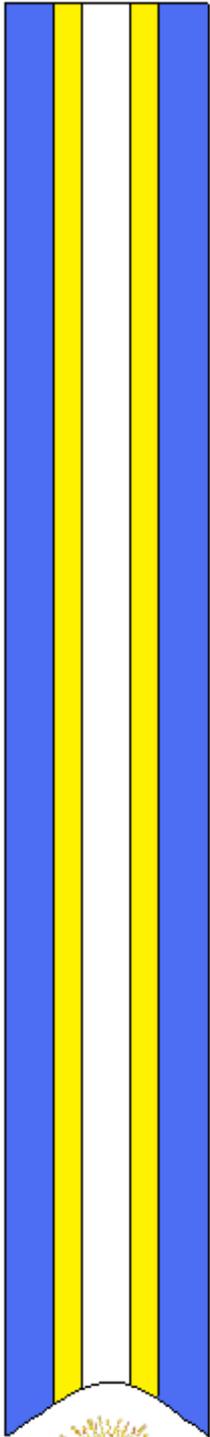
influyente en cuanto a publicidad se refiere, con un 47%. Le sigue la televisión, la misma que es de gran uso e influencia en la sociedad, representado con un 24%. Con estas estadísticas se puede decir que la productora deberá pautar en televisión e Internet principalmente, para que logren mayor impacto siguiendo la tendencia actual.

- ✓ El 78% de las empresas lojanas prefieren la alta calidad en las producciones audiovisuales que contratan, seguido del precio, con un 16%. Esto nos indica que cada producción debe poseer gran calidad para que logre cumplir con su objetivo de llegar efectivamente a la mente del consumidor audiovisual de la comunidad de Loja.
- ✓ El 62% de las personas naturales y de las empresas están dispuestas a contratar los servicios de IARTSTUDIO CIA.LTDA.
- ✓ Como forma de ingreso al mercado, se debe implementar una campaña publicitaria para promocionar a la productora. 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, en los cuales se proyecte presentación multimedia y video institucional de la empresa.
- ✓ No existe ninguna empresa en la ciudad de Loja que brinde los servicios que IARTSTUDIO CIA.LTDA brindará, así que el estudio audiovisual será pionero en el mercado.
- ✓ Mediante el Estudio financiero hemos determinado que la inversión necesaria para poner en marcha el estudio audiovisual es de \$ US \$ 18.212,21. Consultar FINANCIAMIENTO (6.3)



## **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 IARSTUDIO CIA.LTDA. sea realizado debido a la demanda que tiene este tipo de publicidad en las personas naturales y jurídicas de la ciudad de Loja, ya que el 62% de los encuestados están dispuestos a contratar nuestros servicios.



# **BIBLIOGRAFÍA**



## BIBLIOGRAFÍA

- ◆ JANY CASTRO José Nicolás, **“Investigación integral de mercados”**, Mc Graw Hill; 3 era Edición.
- ◆ FISCHER Laura y ESPEJO Jorge, **“Mercadotecnia”**; Mc Graw Hill; 3 era Edición, México 2004
- ◆ BACA URBINA Gabriel; **“Evaluación de proyectos”**; Mc Graw Hill; 5ta Edición.
- ◆ ALCARAZ RODRÍGUEZ Rafael; **“El emprendedor de éxito guía de planes de negocio”**; Mc Graw Hill; 2da. Edición; 2001.
- ◆ NARESH K. Malhota, **“Investigación de Mercados un enfoque práctico”**, 2ª Ed., México, PEARSON EDUCACIÓN, 1997.
- ◆ Diccionario de Marketing, del Cultura S.A
- ◆ ZAPATA Pedro, Contabilidad General
- ◆ BRAVO VALDIVIESO Mercedes, Contabilidad General
- ◆ <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- ◆ <http://www.puentedigital.com/blog/2008/10/04/el-uso-de-los-colores-en-la-publicidad/>
- ◆ <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>



*"Plan de Negocios para la Empresa IARTSTUDIO 2009 - 2010"*

- ◆ [http://www.dinero.Ve/plan de negocios.htm](http://www.dinero.Ve/plan%20de%20negocios.htm)
  
- ◆ [http://www.evaluaci3n integral de la gesti3n empresarial.](http://www.evaluaci3n%20integral%20de%20la%20gesti3n%20empresarial.)
  
- ◆ [http://culturaconstituyente.files.wordpress.com/2007/10/propuesta\\_para\\_el\\_plan\\_nacional\\_de\\_desarrollo\\_sector\\_audiovisual.pdf](http://culturaconstituyente.files.wordpress.com/2007/10/propuesta_para_el_plan_nacional_de_desarrollo_sector_audiovisual.pdf)
  
- ◆ <http://www.myownbusiness.org/espanol/s2/>