

Diseño Personalizado a Traves de la Gigantografia

Lilian Larrea Heredia¹, Alexandra Carchi Castro².
Leandro Navarrete³ Marco Tulio Mejía⁴
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
llarrea@espol.edu.ec; maralcar@espol.edu.ec; ;
lefanava@espol.edu.ec;

^{1,2,3}Egresados en la facultad de Economía y Negocios.

²Director de Tesis de Grado

Resumen

Con los conocimientos financieros y operativos obtenidos mediante estudios universitarios, este grupo se enfoca a la realización de un nuevo servicio de gigantografías personalizadas.

Esta clase de servicio no existe en el País, existen otros que ofrecen publicidad en gigantografías pero no con las características de detalles personalizados para ocasiones especiales, quienes quieran sorprender a sus seres queridos con detalles únicos; es decir, alguna dedicatoria ya sea por su cumpleaños o un aniversario pueden acceder a este servicio decidiendo ellos mismos como quieren sus diseños. Esto representa una ventaja muy grande para el proyecto. El hecho de no tener un competidor directo lo hará destacar por su gran originalidad.

Hoy en día en nuestro país donde la tecnología cada vez va en aumento y el crecimiento comercial van entre lazados, surge la necesidad de optar con el requerimientos de nuevos servicios y especializarse en los mismos, cuando la competencia hacia mercado entre mediados y grandes cada vez se enfrentan con nuevas promociones e innovaciones para captar mayor aceptación con los clientes existentes y los potenciales.

El crecimiento agigantado permite dar confianza que a pesar de existir negocios de la misma naturaleza se pueda dar ese sello que garantiza como una nueva propuesta para el año 2011, actualmente existen en la ciudad de Guayaquil varios lugares donde se realiza trabajos en gigantografías. Sin embargo no existe un sitio que ofrezca este servicio de gigantografías para ocasiones especiales, como lo son los cumpleaños, aniversarios, San Valentín entre otras por el cual se requiera nuestros servicios

Abstract

Based on financial and operative knowledge obtained while attending university, our group is focused in provide a new service of personalized gigantografia.

This kind of service is not available in Ecuador, although there are some who offer gigantografia for publicity but not with personal details for special occasions to surprise a lovely one; that means, a dedicatory for birthday or anniversary that a client can get choosing a specific design by him/herself. This represents a huge advantage for the project. The fact that we don't have direct competition features another advantage within the market.

Today in our country where technology is increasingly growing and connected to commercial development, there's a need to require new services and be a specialist on them, when there is a market competition between medium and big companies with new promotions and innovations in order to get a bigger acceptance of actual and potential clients.

A high rate growing allows the confidence that in spite of being other related companies we can get our personal touch which may guarantees us as an innovative proposal for 2011, currently in Guayaquil there are a few places that work on gigantografia. However there is a lack of a place that offers this service for special occasions, such as: birthdays, anniversaries, Valentine, etc.

To impose our new services for printing and design focused on gigantografia.

1. Introducción

El innovar con un servicio de diseño personalizado a través de la gigantografía, para dar nuevas alternativas en la forma de expresar sus gestos de sentimientos en diferentes ocasiones.

Con este proyecto lo que se quiere lograr es la recopilación de la información existente en el mercado, ver sus falencias y necesidades que es lo que espera los futuros consumidores sus actitudes y preferencias. Que se podría innovar e implementar en un determinado grupo de potenciales consumidores de esta manera se satisface al cliente y se reduce los riesgos de inversión para empresario.

2. Objetivos de la Investigación de Mercado

2.1. Objetivo General

El principal objetivo es determinar cuan aceptable es para el mercado este nuevo servicio de diseño personalizado y que pueda ser exhibido en lugares donde los clientes consideren apropiado.

2.3 Objetivos Específicos

Identificar el mercado meta sus actitudes y necesidades.

Determinar el tamaño del mercado para cual se esta dirigiendo.

Establecer que factores son importantes en el servicio que se va brindar.

Identificar sitios de venta y distribución donde pueda brindarse el servicio.

3. Estudio Técnico

Con el estudio técnico se podrá describir la factibilidad del proceso existente del producto y servicio que se desea desarrollar en el mercado existente.

A través de un análisis para establecer la distribución de la materia prima características sus costos y su respectivo proceso.

Por otro lado se expondrán detalles de la capacidad de producción, de la tecnología existente, la base del tamaño del proyecto que se esta analizando y demás aspectos que se ponen en consideración.

3.1. Tamaño del Proyecto

Este proyecto tiene una demanda que se estimo 16.321 diseños de diferentes tamaños, al año lo que se estima 1360 diseños personalizados al mes con un porcentaje de participación del mercado de 4.5 % porcentaje que tendrá incidencia para obtener el nivel de inversión y costos que se determinaran en el proyecto.

3.2 Localización y Tamaño del Establecimiento

El establecimiento esta ubicado actualmente en la ciudad de Guayaquil, específicamente en la zona universitaria (Tulcán 1500 y Quiquis) dicho sector nos permite tener la confianza de que los posibles consumidores se vean identificados con esta nueva propuesta.

Un amplio edificio con toda la logística disponible tanto para el equipo que se instalara como para los clientes.

Aspectos que se han considerado:

- ❖ Sector identificado como comercial
- ❖ Seguridad del sector
- ❖ Disponibilidad en el contrato de alquiler
- ❖ Excelente relación con los negocios alrededor
- ❖ Único servicio en esa area.

3.4 Materiales Y Equipos Necesarios

- ❖ Maquina para Gigantografía
- ❖ Sillas
- ❖ Mesas
- ❖ Furgoneta
- ❖ Computadora
- ❖ Lona
- ❖ Tinta Konica

3.5 Características Importantes de los Materiales y Equipos

La característica para la maquinaria para gigantografía con la cual se estaría empleando para el proceso del producto es UTRAJET 32001 con 4 cabezales konica, con tinta de diseño de secado permanente y variados colores en una impresión de material de lona resistente y de fácil manejo.

La tinta konica debe ser de la misma marca de la maquinaria para garantizar no solamente el resultado del producto si no el mantenimiento de la maquinaria.

La mesa y las sillas son para la facilidad de la computadora y el personal de proceso del producto.

La furgoneta es de segunda mano es específicamente para reparto del producto y recibimiento del material.

4. Tipos del Diseño Y Sus Precios

Tabla 4.1.Precios gigantografia

| DESCRIPCION | % DE LA DEMANDA | PRECIO USD. |
|-----------------|-----------------|-------------|
| Diseños Pequeño | 46% | 20,62 |
| Diseño Medianos | 37% | 89,375 |
| Diseño Grandes | 17% | 176 |

5. Estructura de los Costos

Los costos fueron establecidos de acuerdo a los valores del mercado todo aquello que interviene de manera directa e indirecta en el proceso

5.1 Costos Variables

Como materiales directos podemos mencionar a la lona como material de impresión con un costo de \$ 1.20 el m² y la tinta Konica de cuatro colores un litro en \$ 39.20 incluido el IVA.

Tabla 5.1.Precios Gigantografia

| Insumos | | | |
|-----------------|----------------|-----------------|------------------|
| Tipo de diseño | Costo por lona | Costo por tinta | Costo por diseño |
| Diseños pequeño | 4,5 | 2,21 | 6,7125 |
| Diseño medianos | 19,5 | 9,59 | 29,0875 |
| Diseño grandes | 42 | 20,65 | 62,65 |
| Total | 66 | 32,45 | 98,45 |

5.2 Costos Fijos

Se estableció en base a un presupuesto anual estimado con base referencial del mercado estableciendo las mejores opciones que no altere ni perjudique al producto de lanzamiento.

Tabla 5.3 Costos Fijos

| COSTOS FIJOS ANUALES | TOTAL |
|-----------------------------|---------------------|
| SERVICIOS BÁSICOS | \$ 4.140,00 |
| ALQUILER DE LOCAL | \$ 10.800,00 |
| SUMINISTROS DE OFICINA | \$ 540,00 |
| PUBLICIDAD | \$ 7.200,00 |
| GASTOS DE GASOLINA | \$ 1.200,00 |
| | |
| TOTAL | \$ 23.880,00 |

Es factible el negocio desde el primer año de su implementación, su recuperación no es a largo plazo, por los recursos mismos del negocio y también porque los costos de los insumos subirán de manera proporcional o en una manera no tan significativa para el negocio. Sin embargo si el caso fuera lo contrario o existiera algún factor exógeno con respecto a la producción, se consideraría un proceso estacionario la rentabilidad y riesgo del negocio.

8. Conclusiones y recomendaciones

El proyecto es rentable con un VAN positivo, el cual es \$ 994.502,59 y una tasa interna de retorno (TIR) de 47%, la misma que es mayor a la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) de 17,04% valores que fueron determinados por los inversionistas.

Para que este proyecto sea rentable y atractivo para el mercado se ha considerado una variación en la cantidad de demanda del 5% a medida que el producto se familiarice en el mercado.

El precio fue fijado de acuerdo a los costos proporcionales de los insumos de acuerdo al modelo y diseño solicitado y también en base a las futuras y existentes competencias.

La cantidad demandada es de 16.381 mensualmente con una inversión de \$ 39.447.

9. Bibliografía

- [1] Fundamentos de Mercado de Gary
.Armstrong cap.2,3.
- [2] Costos de Producción.- Disponible en

[www.fao.org/docrep/003/V8490S/v8490s06
.htm](http://www.fao.org/docrep/003/V8490S/v8490s06.htm)
- [3] Gerencia en proyectos por Helen
Cooke y Karen Tate