Proyecto de Inversión para la Creación de una Empresa de Asesoría Integral y Publicidad "Los Consultores, Soluciones Integrales" en la Ciudad de Guayaquil

Jessenia Boni Valladolid, Vicente Cueva Méndez, Angel Lucín Murillo, Sonia Zurita Erazo
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus "Gustavo Vacas Galindo, Km 30.5 Vía Perimetral, 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador
yboni@espol.edu.ec, vcueva@espol.edu.ec, llucin@espol.edu.ec, szurita@espol.edu.ec

Resumen

La creación de pequeñas y medianas empresas ha contado con un significativo auge pero pocas logran un verdadero crecimiento por no contar con una buena asesoría en el momento de emprender sus negocios. Este proyecto estudia la puesta en marcha de una empresa de asesorías en el área de marketing y publicidad. Se espera fortalecer la permanencia de las PYMES proporcionándoles las directrices y herramientas necesarias para su desarrollo. En cuanto al aspecto económico se refiere, mediante la creación de empresas se espera contribuir con el desarrollo del sector empresarial, generando una economía de escala creciente en la ciudad de Guayaquil. Cabe recalcar que la inversión en este proyecto no solo traerá beneficios a sus propietarios sino que creará nuevas plazas de trabajo con efectos multiplicadores para la economía local. Actualmente no se cuenta con la infraestructura necesaria para operar. En vista de esto se ha realizado un estudio detallado de las variables que deben tomarse en cuenta, al momento de realizar una inversión de tal magnitud y se elaborará un trabajo descriptivo analizando los requerimientos ya sea de infraestructura como de equipos para el adecuado funcionamiento de la empresa y determinar si el proyecto es factible basándose en la rentabilidad del mismo.

Palabras Claves: *Pequeñas y Medianas Empresas, Empresarial, Marketing, Publicidad, Economía de Escala, Inversión, Rentabilidad.*

Abstract

The creation of small and medium companies has had a significant peak but few achieve a true growth for not having a good consultantship in the moment to undertake its business. This project studies the setting of a company of consultantships in the marketing and publicity area. It is hoped to strengthen the permanency of the PYMES providing them the guidelines and necessary tools for their development. As for the economic aspect refers, by means of the creation of companies is hoped to contribute with the development of the managerial sector, generating a growing scale economy in the city of Guayaquil. It is necessary to emphasize that the investment in this project will bring benefits to its proprietors as well as it will create new employments with effects multipliers for the local economy. At the moment we don't have the necessary infrastructure to operate. In view of this we have carried out a detailed study of the variables that we should keep in mind to the moment to carry out an investment of such magnitude and we will elaborate a descriptive work analyzing the requirements of infrastructure and equipments for the appropriate operation of the company and we will determine if the project is feasible based on the profitability of the same one.

Key Words: *Small and Medium Companies, Managerial, Marketing, Publicity, Economy of Scale, Investment, Profitability.*

1. Introducción

En la actualidad las personas que buscan emprender un negocio, en la mayoría de los casos desisten de esta idea por temor al fracaso, y la incertidumbre de saber si el negocio dará o no resultados, sumado al hecho de que acudir a una empresa que realice estudios de mercado y publicidad, resulta costoso. Esta falta de preparación o conocimiento de mercado de los pequeños microempresarios hace que la economía local tenga una desaceleración debido a que la mayoría de los negocios que se emprenden terminan siendo abandonados.

En Guayaquil, existe una gran demanda de empresas de investigación de mercado y publicidad, las cuales solo brindan este servicio a empresas grandes y posicionadas en el mercado, y no hay una que brinde asesoría personalizada a PYMES para que la puesta en marcha de su negocio le signifique un buen posicionamiento en algún tiempo establecido.

Estas circunstancias representan un problema para las PYMES y a la vez una oportunidad para nosotros de ingresar al mercado y proponer soluciones a los actuales problemas de marketing que enfrentan la mayoría de estas empresas.

2. La Empresa

2.1. Misión

Brindar un servicio eficiente que maximice los recursos de nuestros clientes y asegurar un futuro promisorio para sus negocios.

2.2. Visión

Líderes e innovadores en gestión integral de negocios cumpliendo con resultados y talento humano.

3. Estudio de Mercado

3.1. Análisis del sector

En el país no existen empresas que se dediquen a realizar análisis de mercado, asesoría y posicionamiento de marca en el país; sino solo parte de esos trabajos. Ahora en Guayaquil existen muchas empresas consultoras, pero solo realizan levantamiento de datos para que los respectivos departamentos de marketing analicen datos y elaboren estrategias. De los resultados que arroje la investigación de mercado también determinaran la respectiva publicidad, por lo que una vez mas el departamento de marketing contrata a una agencia de publicidad para que promocione un producto o una empresa.

Por otro lado, muchas empresas sencillamente contratan a una agencia de publicidad, y es esta la que subcontrata el estudio de mercado, y elige la empresa consultora que levantara la información dependiendo del método que se escoja. La mayoría de las empresas de publicidad no trabajan con microempresarios, y abarcan a grandes anunciantes como Unilever, Colgate Palmolive, Lotería Nacional, Compañía de Cervezas Nacionales y las celulares Porta, Movistar y Alegro.

Teniendo en cuenta que los estudios de mercado y la publicidad son herramientas necesarias, y que adquirirlos de forma separada resulta costoso, podemos presumir que el funcionamiento de una empresa que brinde ambos servicios resulte atractivo y capte la atención de un sector insatisfecho ya que las condiciones del mercado le son desfavorables para que puedan sobrevivir.

3.2. Competencia

Entre las principales empresas que brindan el servicio de Asesoría de marketing en nuestro país se encuentran:

- First Vision Consulting
- Consultoria Empresarial
- Cimagroup
- Cedatos
- Marketing Advice
- D Market
- Mktsoluciones S.A.
- Habitus Investigacion S.A.
- Servicios De Marketing

Según reportes del 2004 de Infomedia, una división del Grupo Ibope Time Ecuador, que monitoriza el pautaje publicitario en TV, prensa, revistas y radio, el 46.6% del total invertido en publicidad se concentra en apenas 6 agencias, encabezando la lista:

- Norlop Jwt
- Rivas Herrera/Y&R
- Qualitat
- Mccann Ericsson
- De Maruri
- Andina BBDO

3.3. Investigación de Mercado

3.3.1. Procedimiento

La investigación de mercado se basó mediante una muestra de 285 PYMES, de las zona norte, centro y sur de Guayaquil, que serían los posibles usuarios de nuestro servicio.

Las PYMES que escogimos para realizar nuestra encuesta fueron extraídas aleatoriamente de la base de datos de la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, dado que la población objetivo es grande, se procedió a estratificar la muestra con lo cual se está tratando de evitar el sesgo.

Para levantar información se diseñó un cuestionario de 11 preguntas más un filtro de 6 preguntas para obtener datos referentes a la empresa como ventas, tiempo de operaciones comerciales y número de empleados.

Las preguntas realizadas en la encuesta fueron básicamente estructuradas y cerradas para obtener información precisa.

Diseñada la encuesta fue sometida a una prueba piloto de validación, previo su lanzamiento al campo.

Comprobada la eficiencia de la encuesta, entrevistadores calificados y entrenados específicamente para su aplicación, realizaron la toma de datos sobre los sujetos de cada muestra establecida.

Una vez concluido el trabajo de campo, se procedió a tabular las encuestas, asignándoles una unidad de valor a cada respuesta, buscando con ello la categorización de la data de acuerdo a la información, y obtener los totales en porcentajes y cantidades; lo cual permite analizar e interpretar los datos y determinar las respectivas estrategias a seguir.

3.3.2. Conclusiones

- El principal motivo por el cual los empresarios no han podido acceder a asesorías de marketing y publicidad se debe al alto costo del servicio; y además que el mercado lo abarca las empresas grandes y las PYMES no pueden llegar a el.
- De 5 PYMES que han recurrido a empresas externas de publicidad, Qualitat encabeza la lista como principal competidor en el servicio de publicidad; y Servicios de Marketing en el área de investigación de mercado.
- La competencia QualitaT y Servicios de Marketing se caracterizan por dar un servicio excelente según la opinión real de 4 PYMES que han comprado sus servicios.
- Al 83% de las PYMES entrevistadas le agrada la idea de que una empresa lo asesore en el área de marketing y publicidad.
- El 60% de las PYMES estaría dispuesto a tomar los servicios de una empresa de Asesoría y Publicidad.
- Los servicios mayormente de demandados por las PYMES son: estudios de mercado, publicidad y asesoría financiera.
- El principal motivo por el cual las PYMES se inclinarían a favor de una asesoría sería para que le ayuden a incrementar las ventas de su producto o negocio.
- Las PYMES utilizan el Internet como principal medio para publicitar su producto o negocio.
- Las PYMES consideran que el precio, las facilidades de pago y el personal especializado, son los principales factores que toman en cuenta al momento de adquirir una asesoría.

3.4. Análisis FODA

3.4.1. Fortalezas

- Servicio único y exclusivo en el mercado con un enfoque hacia las PYMES.
- Personal calificado.
- Precios competitivos y diferenciados frente a la competencia.

3.4.2. Oportunidades

- Mercado creciente
- No existe competencia directa
- Alto interés de futuros clientes
- Mercado insatisfecho

3.4.3. Debilidades

- Falta de experiencia en el mercado
- No se cuenta con valor de marca
- Empresas existentes gozan de amplia cartera de clientes

3.4.4. Amenazas

- Aumento de sustitutos
- Ingreso de competencia directa
- Competencia en precios

3.5. Marketing Mix

3.5.1. Producto

Los productos que ofrece la empresa “Los Consultores, Soluciones Integrales” cubre las tres siguientes áreas:

Marketing
Los servicios a brindarse en esta área serán:

- Investigación de Mercado (Encuestas y Focus Group con su respectivo Análisis Ejecutivo)
- Plan Estratégico (Misión, Visión, Objetivos, Análisis Porter y Segmentación)

- Plan de Marketing
- Estrategias de Marketing (Precio, Producto, Plaza, Promoción)
- Estrategias de Posicionamiento

Publicidad
Los servicios a brindarse en esta área serán:

- Publicidad de Medios (radio, prensa, televisión, vallas)
- Relaciones Públicas (eventos y presentaciones)
- Campañas de lanzamiento de nuevos productos
- Campañas de relanzamiento de productos

Asesorías Varias
Estas asesorías varias incluyen:

- Asesoría Financiera (valoración de negocios, evaluación de proyectos, presupuestos)
- Asesoría Tributaria (ANEXOs transaccionales y declaraciones)
- Asesoría Contable

3.5.2. Precio

Es por tal motivo que el precio de los servicios se fijó de acuerdo a los precios de las empresas actuales (competencia), y se los redujo en un 15%, ya que la primera meta es ganar participación de mercado, quedando los precios de la siguiente manera:

Tabla 1. Lista de precios

SERVICIOS	PRECIOS
MARKETING	
Investigacion de Mercados	
Encuestas	$ 1500,00
Focus Group	$ 1000,00
Plan Estratégico	$ 1000,00
Plan de Marketing	$ 1000,00
Estrategias de Marketing	
Estrategia de Precio	$ 900,00
Estrategia de Producto	$ 900,00
Estrategia de Plaza	$ 900,00
Estrategia de Promoción	$ 900,00
Estrategias de Posicionamiento	$ 1000,00
PUBLICIDAD	
Publicidad de Medios	$ 1.500,00
Relaciones Públicas	$ 1.500,00
Campañas de lanzamiento de nuevos productos	$ 1.200,00
Campañas de relanzamiento de productos	$ 1.000,00
ASESORIAS VARIAS	
*Asesoría Financiera	$ 1.000,00
*Asesoría Tributaria	$ 500,00
*Asesoría Contable	$ 500,00

3.5.3. Plaza

El canal de acceso a nuestros clientes está representado por las instalaciones de nuestra empresa que está localizada cerca a las instalaciones del Servicio de Rentas Internas en la Avenida Francisco de Orellana en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.

Por tal motivo facilitaremos un correo electrónico de la empresa para recibir todo tipo de dudas que tengan con el desenvolvimiento de su negocio.

3.5.4. Promoción

- Descuentos en precios (introducción al mercado)
- Correo electrónico (cartas de presentación)
- Prensa (publicación en diarios)
- Relaciones Públicas (reunión por inauguración)
- Alianzas Estratégicas (contacto con otras empresas)

4. Estudio Financiero

4.1. Inversión Inicial

A continuación se presenta un resumen de la inversión inicial requerida:

Tabla 2. Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	
ACTIVO FIJO	
Equipo de Computación	$ 12.500,00
Equipo de Oficina	$ 3.051,00
Muebles de Oficina	$ 6.205,00
Software	$ 4.500,00
Suministros de Oficina	$ 235,32
Total Activo Fijo	$ 26.491,32
ACTIVO DIFERIDO	
Gastos de Constitución	$ 1.436,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital Operativo	$ 8.021,65
INVERSION TOTAL	**$ 35.948,97**

4.2. Financiamiento

El financiamiento será 60% capital propio ($ 21.569,38) y el 40% con un crédito bancario 3 años plazo con pagos mensuales y una tasa del 9,16% anual.

4.3. Ingresos

Según las encuestas realizadas también se pudieron obtener los servicios que tendrían mayor aceptación, a continuación se presenta una tabla de los ingresos esperados:

Tabla 3. Ingresos

SERVICIOS	PRECIO	Q	INGRESO
MARKETING			
Investigacion de Mercados			
Encuestas	$ 1.500	24	$ 36.000
Focus Group	$ 1.200	21	$ 25.200
Plan Estratégico	$ 1.200	6	$ 7.200
Plan de Marketing	$ 1.200	4	$ 4.800
Estrategias de Marketing	$ 1.000	15	$ 15.000
Estrategias de Posicionamiento	$ 1.000	3	$ 3.000
PUBLICIDAD			
Publicidad de Medios	$ 1.500	15	$ 22.500
Relaciones Públicas	$ 1.500	10	$ 15.000
Campañas de lanzamiento de nuevos productos	$ 1.200	5	$ 6.000
Campañas de relanzamiento de productos	$ 1.000	5	$ 5.000
ASESORIAS VARIAS			
Asesoría Financiera	$ 1.000	4	$ 4.000
Asesoría Tributaria	$ 500	2	$ 1.000
Asesoría Contable	$ 500	1	$ 500
INGRESO ANUAL			**$ 145.200**

4.4. Gastos

Los costos fijos corresponden a:
Alquiler
Sueldos
Gastos Generales (agua, luz, teléfono)
Publicidad
Suministros de Oficina

Los costos variables constituyen el 20% de los ingresos.

4.5. Depreciación y Amortización

Los porcentajes anuales con los que se depreciarán los activos fijos serán los siguientes:

- 10% para Equipos y Muebles de oficina, vida útil de 10 años.
- 33.33% para equipos de Computación, vida útil de 3 años.

Los gastos de constitución según la ley se pueden amortizar a cinco años, la cual sirve como escudo fiscal, es decir, reduce la base imponible para el pago de impuestos.

4.6. Flujo de Caja

La tasa de proyección es de 13.46% que considera el crecimiento del PIB y la inflación.

La tasa se descuento que se aplicó para descontar los flujos se calculó por medio del CAPM dando como resultado una tasa del 21.20%.

Tabla 4. Tasa de descuento

CAPM	
$R_e = R_f + (R_m - r_f)\ \beta$	
Rf	3,74%
Beta	1,35
Rm	11,78%
Capm	14,59%
Riesgo País	6,61%
CAPM	**21,20%**

4.7. Evaluación económica y financiera

Para realizar nuestra planeación financiera se ha considerado un horizonte de planeación de 5 años.

Mediante los resultados del VAN y la TIR se concluye que el proyecto es rentable, y que el capital se recupera en el tercer año.

Según análisis de sensibilidad la variable que más influyen en el VAN es el precio establecido para el servicio de publicidad de medios.

Tabla 5. Flujo de Caja

---

5. Agradecimientos

Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Banco Central del Ecuador, Ec. Sonia Zurita Erazo, Escuela Superior Politécnica del Litoral.

6. Referencias

[1]Evaluación de Proyectos, Gabriel Baca, Editorial McGraw-Hill. 2da edición.
[2]Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, Base de Datos PYMES, 2008
[3]Administración, J. Stoner, R. Freeman, D. Gilbert, Sexta Edición, Pearson Educación.
[4]Valoración de Empresas, Fernández Pablo, Editorial McGraw-Hill.
[5]Página oficial de la Cámara de la Pequeña Insdustria del Guayas www.capig.org.ec

[6]Página oficial del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos www.inec.gov.ec
[7]Página oficial del Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec
[8]http://www.yahoofinance.com
[9]http://www.portafoliopersonal.com.ar
[10]http://www.wikipedia.com

Ec. Sonia Zurita Erazo
Guayaquil, 25 de febrero de 2009