

ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DISEÑO GRÁFICO INTEGRAL QUE BRINDE SERVICIOS TANTO A EMPRESAS COMO PERSONAS NATURALES EN LAS CIUDADES DE IBARRA Y ATUNTAQUI

Henry Patricio Chilingua Heredia

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables: Universidad de las Fuerzas Armadas, Sangolquí; Ecuador

henrych83@hotmail.com

Resumen

La industria gráfica es considerada como proveedora de otras industrias, de ahí que las actividades de impresión son necesarias para cualquier negocio. Complementaria a esta actividad el diseño y la publicidad han encontrado una relevancia en el medio nacional mejorando su técnica y contribuyendo a que la creatividad en ámbito comercial sea valorada. La operación del negocio se apoya en tres tipos, estos son: impresión digital y offset; diseño e impresión de artes publicitarios en pequeño y gran formato; y servicios únicamente de diseño creativo para soportes publicitarios de todo tipo. El buen resultado de un impreso gráfico sólo se conoce al final del proceso de impresión, por lo que el impresor debe cuidar la calidad en todas y cada una de las actividades desde el diseño hasta la terminación.

Palabras clave: industria gráfica, tipos de impresión, creatividad, diseño, calidad.

Abstract

The printing industry is considered as a provider of other industries, hence printing activities are necessary for any business. Complementary to this activity design and advertising have found relevance in the national average and improving his technique contributing to creativity is valued in commercial areas. The business operation is based on three types, these are: digital and offset printing, advertising design and printing arts in small and large format, and creative design services only for advertising media of all kinds. The success of a printed graphic is known only at the end of the printing process, so the printer should care quality in each and every one of the activities from design to completion.

Keywords: graphic industry, printing types, creativity, design, quality.

Ecuador es la tercera economía con más rápido crecimiento en Latinoamérica y actualmente es uno de los países que presenta la menor tasa de desempleo de América y del resto del mundo.

Los indicadores más destacados en 2012 han sido la reducción a niveles más bajos que ha tenido el país en su historia en cuanto a desempleo que bajó a situarse en el

4,6%, al mismo tiempo que el subempleo se situó en el 39,66%, según datos del INEC; esto tomando en cuenta que la mayoría de la población ecuatoriana está en edad de trabajar. Le sigue otros datos como haber bajado al 16,3% de pobreza por ingreso. Y una estimación de crecimiento económico por encima de la media latinoamericana del 5,4% para 2012 según la CEPAL y una previsión para este año de un 5,3%, centrado mayormente en el sector no petrolero.

El desarrollo y crecimiento de nuevas empresas en el país, generan mayores oportunidades y competitividad a nivel micro y macro económico. Como claro ejemplo se puede citar la industria textil, la misma que fabrica y comercializa productos confeccionados por productores nacionales. Esta industria compite en gran parte con productos extranjeros.

La industria gráfica, actúa de la mano con el crecimiento de las empresas en cualquier sector que estas se encuentren, puesto que su intervención en las mismas es importantísima, ya que les da la posibilidad de plasmar sus ideas, sus objetivos, sus metas en creaciones diseñadas bajo un esquema único e innovador que se ajuste a sus empresarios y acorde a una sociedad cada vez más exigente y moderna.

Los servicios y productos que puede brindar un centro de diseño son significativos. El diseño gráfico tiene un sin número de aplicaciones, los servicios que las empresas y personas demandan tienen relación con actividades económicas y comerciales en su mayoría.

La sociedad en general, le interesa ser persuadida, busca ser motivada para alcanzar algo. Por tal razón, las empresas piensan en técnicas para lograr captar la máxima atención de sus clientes actuales y potenciales, llegando así a una ventaja competitiva y posicionamiento en el mercado.

El sector industrial nacional es el motor de la economía en él se desarrollan las actividades de transformación, según la clasificación propuesta por el Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU) el sector de la industria gráfica y sus conexos pertenecen a la actividad industrial bajo el código C181 Impresión y Actividad de Servicios relacionadas con la impresión (INEC, 2012). El sector industrial ha tenido una participación promedio en la economía nacional del 13,86% entre el año 2007 y 2011, siendo el tercer sector después del Petrolero y del sector del comercio, el crecimiento del sector muestra su punto de mayor desarrollo en el año 2008 con un crecimiento del 8,10% cifra que para el 2009 se convierte en negativa con un decrecimiento sectorial del -1,6%; año a partir del cual se ha recuperado llegando al 2011 a una tasa del 6,86%.(INEC, 2012)

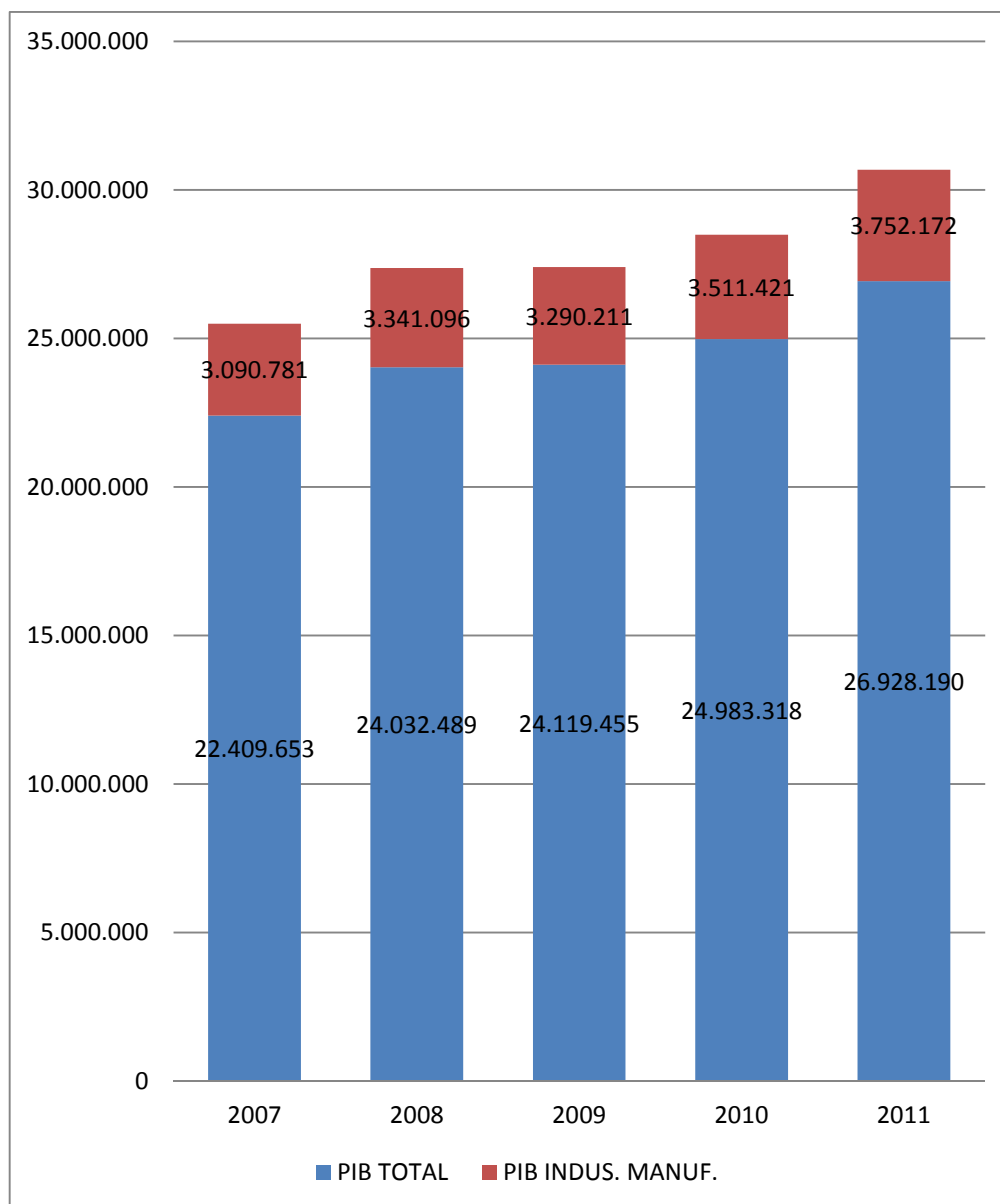


Gráfico1: Crecimiento del sector industrial respecto del PIB Nacional

Fuente: Ecuador en Cifras, 2012

La industria gráfica representa el 1,84% del total de la producción del sector manufacturero nacional en dólares, siendo la actividad que mayor cantidad de ingresos genera la de fabricación de alimentos y bebidas con el 42% seguida de la refinación de petróleo con el 12% de los ingresos (INEC, 2009, pág. 2).

Tabla 1: Producción total por actividad económica del sector manufacturero nacional

Sector Industrial Manufacturero	Producción en Dólares	Participación en la producción nacional de la industria
Elaboración de productos alimenticios y bebidas	7.824.960.505	41,77%
Elaboración de productos de tabaco	39.655.168	0,21%
Fabricación de productos textiles	399.121.977	2,13%
Fabricación de prendas de vestir; adobo y teñido de piel	221.477.800	1,18%
Curtido y adobo de cueros; fab. Maletas, bolsos de mano	143.541.696	0,77%
Prod. De madera y fab. De productos de madera, corcho excepto muebles	262.580.744	1,40%
Fabricación de papel y productos de papel	928.156.037	4,95%
Actividades de edición e impresión y de reproducción de grabaciones	345.514.323	1,84%
Fabricación de coque, productos de la refinación de petróleo y combustible nuclear	2.312.706.894	12,35%
Fabricación de sustancias y productos químicos	1.188.185.828	6,34%
Fabricación de productos de caucho y de plástico	958.688.562	5,12%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	1.010.426.175	5,39%
Fabricación de metales comunes	897.797.372	4,79%
Fab. De productos elaborados de metal excepto maquinaria y equipo	473.738.143	2,53%
Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p	327.149.506	1,75%
Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos n.c.p	206.061.296	1,10%
Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y precisión fabricación de relojes	12650073	0,07%
Fabricación de vehículos automotores, remolques y semiremo	867.838.318	4,63%
Fabricación de otros tipos de equipo de transporte	17.690.684	0,09%
Fabricación de muebles; industrias manufactureras n.c.p	295.431.848	1,58%
Total manufactura nacional	18.733.372.949	100,00%

Fuente: Encuesta de Manufactura y Minería, 2009

La Industria Gráfica nacional está conformada por 299 compañías, con un promedio de 6.016 personas ocupadas con un ingreso per cápita mensual de 1.114 dólares, la facturación mínima anual es de 40.000 dólares con una concentración mayor de establecimientos en montos entre los 200.000 dólares y los 4 millones de venta por año (INEC, 2012)

El sector se concentra en la calidad, en los últimos años ha desarrollado varios programas de mejoramiento a través de sus asociaciones a nivel nacional y sectorial. La creación de laboratorios de medición y la aplicación de programas de mejoramiento continuo y mejores prácticas de manufactura auspiciadas por la Asociación de Industriales Gráficos (AIG) en conjunto con el Ministerio de la Producción (MIPRO) marcan una tendencia de mejora, el desarrollo y crecimiento es importante aunque se considera que el país es un mercado relativamente pequeño con relación a la cantidad de empresas y negocios informales dedicados a la actividad gráfica (AIG, 2010, pág. 4). Según la Superintendencia de Compañías la utilidad que genera el sector anualmente es en promedio de 20 millones de dólares, los datos estadísticos muestran que la inversión en activos para la producción representó al año 2010 un valor de 304,6 millones de dólares.

El consumo de materias primas importadas es básico en la industria, la dependencia de la importación de papel y la variación de los aranceles impuestos a nivel nacional son variables que afectan el desarrollo sectorial, las partidas relacionadas a estos productos actualmente incrementan entre el 12% y el 15% a los precios de importación, la procedencia del papel es primordialmente brasileña (Diario Hoy, 2009).

El desarrollo de la web como medio para las aplicaciones publicitarias y gráficas ha puesto de manifiesto un desarrollo adicional en la industria donde actualmente existen registradas 100 agencias publicitarias según los datos de la Asociación de Agencias de Publicidad, más sin embargo el desarrollo de actividades informales es mayor según datos del Censo Nacional Económico en el país existe un total de 955 negocios a nivel nacional dedicados al sector gráfico lo que indica que al menos 600 establecimientos operan como artesanos o personas naturales.

El desarrollo del sector norte del país producto de la relación de comercio internacional con Colombia y el impulso de nuevos emprendimientos consecuencia del desarrollo de la industria maderera en lo que corresponde a la fabricación de muebles (Ibarra) y el desarrollo textil (Atuntaqui), han determinado un incremento sustancial en lo que a establecimientos comerciales, empresas y pequeños negocios se refiere; según los datos del INEC en el Censo económico 2010 en la provincia de Imbabura se registran un total de 17.008 establecimientos económicos de los cuales 9.828 se encuentran en la ciudad de Ibarra. (INEC, 2010, pág. 34). Esto ha incrementado de forma significativa la demanda de servicios de diseño e impresión tanto offset como digital en las dos plazas nombradas con anterioridad, ocasionando que los actuales proveedores (imprentas y empresas de diseño) tengan que doblar esfuerzos para satisfacer la demanda.

A pesar de los crecientes avances en el acceso a información estadística sobre el sector gráfico todavía no se cuenta con datos específicos sobre el crecimiento de la industria por sectores geográficos, los datos recopilados en el INEC muestran que la

estructura del mercado de impresión publicitaria en la ciudad de Ibarra está conformada por 11 negocios, cuya inversión promedio para instalación es de 32.345 dólares con un nivel de ventas de 43.546 dólares y una utilidad anual de 12.932 dólares (INEC, 2012)

Tabla 2: Total de negocios de impresión publicitaria según Censo Económico 2010 en la ciudad de Ibarra

Características	Por cada imprenta
Total negocios	11
Necesitas invertir para tu negocio (\$)	\$ 32.345,45
Total de ventas de los competidores (\$)	\$ 43.546,91
Total de gastos de los competidores (\$)	\$ 30.614,73
Utilidad (\$)	\$12.932,00
Número de personas que trabajan	3
Mujeres	1
Hombres	2

Fuente: INEC, Si emprende, 2012

Las empresas de servicios conexos a las actividades de impresión son mayores en número, según registros obtenidos en el Municipio de la Ciudad, predominan los artesanos y personas naturales dedicada en especial a los servicios de publicidad, en total se cuantifican 17 establecimientos, con un promedio de inversión de 12.664,71 dólares, un promedio de ventas por años 28.835 dólares y una utilidad de 8.172 dólares, con un promedio de 3 personas ocupadas por negocio (INEC, 2012)

Tabla 3: Total de negocios de servicios conexos de impresión publicitaria según Censo Económico 2010 en la ciudad de Ibarra

Características	Por cada empresa de publicidad
Total negocios	17
Necesitas invertir para tu negocio (\$)	\$ 12.664,71
Total de ventas de los competidores (\$)	\$ 28.835,29
Total de gastos de los competidores (\$)	\$ 20.662,76
Utilidad (\$)	\$ 8.172,00
Número de personas que trabajan	3
Mujeres	1
Hombres	2

Fuente: INEC, Si emprende, 2012

La ciudad de Ibarra concentra a 28 empresas, el desarrollo de actividades de impresión es menor que el de servicios de diseño y publicidad, es importante analizar que existe un comportamiento particular en el sector empresarial que resta competitividad a las empresas existentes que es la subcontratación en ciudades cercanas con mayor desarrollo como Quito, esto se le suma a la proliferación de empresas que ofrecen el servicio de impresión pero bajo subcontratación de imprentas, en especial offset, con domicilio en la misma ciudad. El crecimiento industrial de Atuntaqui la ha posicionado como la ciudad de mayor desarrollo en cuanto a las actividades textiles se refiere, este crecimiento ha permitido que los servicios de impresión, diseño y publicidad se beneficien, en total existen diez establecimientos que ofertan estos servicios; cuatro se dedican a ofertar servicios de impresión, tres de diseño y tres de publicidad, no se registran datos de facturación.

En conclusión, no se puede hablar de una industria local fortalecida, las condiciones proponen una intensidad competitiva mayor en lo que respecta a establecimientos de servicios de diseño y publicidad, el crecimiento general de la industria y la facturación promedio anual, permiten establecer un potencial para la creación de negocios que satisfagan el mercado personal y empresarial en ambas ciudades.

El problema de investigación identifica las necesidades de información que el estudio de creación de un centro de diseño gráfico integral requiere, se ha definido de la siguiente manera: ¿Son las empresas y personas naturales de las ciudades de Ibarra y Atuntaqui un mercado atractivo para la creación de una empresa de diseño gráfico integral desde el punto de vista de la demanda, estructura competitiva y capacidad económica?

La investigación en primera instancia fue exploratoria, determinando por medio de variables cualitativas las condiciones del mercado de Ibarra y Atuntaqui, posteriormente se aplicó un estudio descriptivo – conclusivo que apoyado en técnicas de investigación cuantitativa permitieron obtener datos sobre las características de la demanda de servicios de diseño gráfico integral en esas ciudades.

La población seleccionada para la aplicación del estudio corresponde a las empresas y personas naturales propietarias de negocios tanto en la ciudad de Ibarra como en la ciudad de Atuntaqui, esta se ha obtenido de los registros del INEC respecto de los resultados del Censo Nacional Económico que indica que en la provincia de Imbabura existen en total 17.008.

Tabla 4: Universo

Establecimientos	Número	Porcentaje de la población
Imbabura	17.008	100%

Fuente: INEC, Censo Nacional Económico, 2010

Según el INEC (2010), en total la población para el estudio es de 11.075 establecimientos repartidos tanto en Ibarra como en Atuntaqui, que equivalen al 65% del total de la población empresas y negocios.

Tabla 5: Población de la investigación

Establecimientos	Número	Porcentaje de la población
Ibarra	9.485	86%
Atuntaqui	1.590	14%
Total	11.075	100%

Fuente: INEC, Censo Nacional Económico, 2010

El muestreo para la investigación es probabilístico, del tipo aleatorio estratificado, debido a que la población debe dividirse en dos estratos uno correspondiente al número de empresas y negocios ubicados en Ibarra y otro correspondiente a la misma categoría en Atuntaqui.

Tabla 6: Distribución de la población por estratos

Establecimientos	Número	Porcentaje de la población	Total encuestas
Ibarra	9.485	86%	318
Atuntaqui	1.590	14%	53
Total	11.075	100%	371

La determinación del segmento de mercado, al que se orientará el centro de servicios integrales de diseño e impresión, se realizó a través de una extrapolación, la misma que se fundamenta en la construcción de la tabla de contingencia entre la variable ciudad de procedencia de las empresas y la variable disposición para contratar los servicios de un nuevo centro integral. El 100% de los establecimientos de la ciudad de Atuntaqui están dispuestos a contratar los servicios de un centro integral de servicios de diseño, para el caso de la ciudad de Ibarra el 91,5%.

CHI CUADRADO calculada de la relación entre las variables ciudad y disposición para contratar los servicios de un nuevo centro integral

Al dar como resultado una significancia menor al 0,05 se acepta la hipótesis de la igualdad de medias, lo que indica que el comportamiento de la demanda en las dos ciudades tiene relación, por lo que se puede aplicar los porcentajes como fundamento para la extrapolación y posterior obtención del segmento de demanda a la que se orientará el centro.

Análisis y discusión

El mercado personal y empresarial de Ibarra y Atuntaqui, es potencial para la oferta de servicios de diseño e impresión tanto offset como digital, lo que justifica la puesta en marcha del centro integral en este mercado. Esta conclusión se deriva de un extenso análisis de los gustos, preferencias, frecuencia de compra y condiciones de trabajo de las empresas y personas; entre lo que destaca la necesidad de trabajar con tres tipos de servicios dos de impresión y el diseño publicitario.

Las exigencias y diversidad de trabajo que implica un negocio de diseño, se satisface con un equipo multidisciplinario que pueda atender de forma rápida a los clientes y que les facilite el trabajo de buscar proveedores, de ahí que en función de estas necesidades se concentre en un solo lugar todos los servicios integrales a nivel de las necesidades de impresión y diseño de clientes para mejorar la eficiencia en entrega, calidad y reducir los costos del trabajo, en tal virtud que sea más rentable desarrollarlo directamente en Ibarra antes que enviar el trabajo a otras ciudades como Quito donde la concentración de competidores hace que la pugna por un precio más atractivo sea mayor.

Conclusiones:

La estrategia corporativa a implementarse es el enfoque en el liderazgo en costos, orientada a obtener la mejor relación calidad vs. precio en la oferta de servicios de diseño e impresión. La gestión de la estrategia está asociada a la inversión en maquinaria para impresión; el estudio plantea la compra de maquinaria offset para garantizar la ejecución de trabajos de alto tiraje y que requieran acabados complejos.

Se adquirirán equipos de impresión digital, que con un menor costo de arranque respecto de las máquinas offset, brindan eficiencia y permiten realizar trabajos de menor tamaño y en tiempo record con una calidad óptima, además se debe mencionar que permitirán atender cambios urgentes en piezas publicitarias, impresiones de última hora y otros segmentos como la impresión de adhesivos, señalética, artículos promocionales, packing, entre otros trabajos. Complementariamente, el servicio de diseño al minuto, es un factor multiplicador puesto que el cliente está en condiciones de recibir asistencia inmediata en el Centro de Diseño, cubriendo sus necesidades en un solo lugar.

El 92.72% de los encuestados afirma que si estaría dispuesto a contratar un centro de diseño integral que ofrezca más servicios incluyendo el de impresión. La demanda de servicios según la frecuencia de contratación en empresas interesadas en la oferta del centro integral va de 3.270 contratos a 4.253 contratos en Atuntaqui entre el 2013 y 2017 y en el mercado de Ibarra será de 17.204 a 22.374 contratos en un periodo similar.

En base a los factores de localización evaluados se determinó que la mejor ubicación del centro corresponde al local ubicado en la Calle Simón Bolívar Esq. y Miguel Oviedo en la ciudad de Ibarra, con una superficie de 160 metros cuadrados y parqueos externos, el puntaje en la suma de las ponderaciones fue de resultado 9.2 que se impone sobre las otras dos localizaciones.

La estructura organizacional jerárquica definida permitirá que todos los procesos y políticas estén bien distribuidas entre el personal y se mantenga un correcto control y unidad de mando, estableciéndose los perfiles y las funciones de cada uno de los participantes de la estructura de la empresa.

La introducción de la marca se realizará a partir de medios de comunicación y esfuerzo de ventas directas en especial en el mercado empresarial, esto permite una cobertura del 6,86% tanto en Ibarra como en Atuntaqui. La cobertura esperada permitirá consolidar la rentabilidad del negocio y consolidar la marca como el más eficiente centro de diseño integral en las dos ciudades, la cobertura del vendedor externo permitirá ampliar el radio de acción del negocio obteniendo clientes en mercados periféricos.

Los esfuerzos para fortalecer la imagen de la marca se concentrarán en la radio, impresos e internet; siendo los de mayor audiencia para este tipo de negocios; esto según lo expresado en la investigación de mercado.

En correspondencia al entorno es funcional la aplicación de la estrategia de precios de penetración, busca obtener cumplir con el objetivo de cobertura de mercado en el menor tiempo posible, previniendo una posible reacción de los competidores en el corto plazo; a esta propuesta se le suma la estrategia de líder de segmento, cuyo fin es posicionar la marca como el más eficiente centro de diseño integral de la ciudad, cuidando los detalles en materia de costo y calidad del trabajo.

La escala estratégica y el ciclo de vida del negocio definen las estrategias de marketing basadas en la penetración en el mercado, hacia el desarrollo del mercado creando nuevos segmentos y particularizando el servicio de forma que toda actividad económica pueda ser atendida por el centro, además de buscar expansión con oficinas propias en ciudades cercanas como Otavalo y Tulcán. Finalmente, la estrategia de diversificación como proceso estratégico hace que el negocio reoriente en el futuro y se afiance en la estrategia de liderazgo en costos a través de mejoras en los procesos productivos, búsqueda de nuevas tecnologías de impresión y redefinición de los servicios de asistencia en diseño gráfico según las tendencias vigentes a esa fecha.

La propuesta de crear un centro integral de diseño e impresión en Ibarra se puede ejecutar, en correspondencia con los valores evidenciados por los indicadores financieros. Con un costo de oportunidad del 14,05% los indicadores de evaluación a través del tiempo muestran mejores rendimientos con la puesta en marcha del negocio, obtener un valor actual neto de \$ 29.038,86 a cinco años y una tasa de retorno del 28,94% a tiempo similar con una inversión de \$ 60.862,64 en el escenario inversor, confirman que la implementación es viable y que la rentabilidad a obtenerse es superior a la ofrecida por Instituciones Financieras en inversiones a largo plazo (4,53%).

El escenario más rentable para la implementación de la empresa corresponde al planteado para el inversor, puesto que al obtener financiamiento externo se reduce el riesgo sobre el capital de los accionistas, obteniendo resultados más altos en los

indicadores de evaluación del capital en el tiempo (VAN=\$29.038,86; TIR= 28,94%); por el contrario, en el escenario sin financiamiento los indicadores tienen resultados menores (VAN=\$16.834,77; TIR= 21,37%), confirmando que la inversión financiada trae mayores beneficios para los accionistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AIG. (2010). *Desarrollo y Crecimiento de la Industria Gráfica*. Quito: AIG.
- Diario Hoy. (20 de Agosto de 2009). Arancel frena a la industria gráfica. *Arancel frena a la industria gráfica*, pág. 3.
- INEC. (2009). *Encuesta de manufactura y Minería*. Quito: INEC.
- INEC. (2010). *Censo Nacional Económico 2010, Presentación Rueda CENEC*. Quito: INEC.
- INEC. (2012). *Ecuador en Cifras, Estadísticas Económicas*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/pib.html#tpi=1>
- INEC. (2012). *Siempre emprende*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.com/siemprende/PreCenec.html>