



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

INSTALACIÓN DE UN TALLER DE PRODUCTOS GRÁFICOS

Jenny Cabrera-Espinosa

Piura, 1991

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Programa Académico de Administración de Empresas

Cabrera, J. (1991). *Instalación de un taller de productos gráficos* (Tesis de bachiller Ciencias con Mención en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresa. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

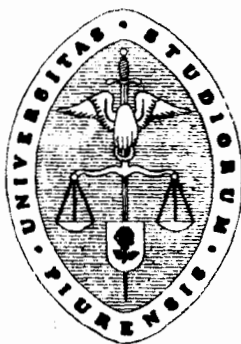
[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)

Universidad de Piura

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Programa Académico de Administración de Empresas



"INSTALACION DE UN TALLER DE PRODUCTOS GRAFICOS"

Tesis que presenta la alumna :

Jenny Isabel Cabrera Espinosa

**Para Optar el Grado de Bachiller en Ciencias
con Mención en Administración de Empresas**

Piura - Perú

1 9 9 1

ASESOR :


CECILIA VENEGAS

MI AGRADECIMIENTO

A MIS QUERIDOS

PADRES

INDICE

PAGS. :

INTRODUCCION

CAP. I RESUMEN DEL PROYECTO :

1.- Estudio de mercado	01
2.- Tamaño y Localización	02
3.- Ingeniería del Proyecto	02
4.- Inversiones	02
5.- Financiamiento	03
6.- Presupuesto de Ingresos y gastos	03
7.- Evaluación financiera	04
8.- Organización	04

CAP. II ESTUDIO DE MERCADO :

1.- Objetivos	05
a) Metodología seguida	06
b) Formato de la encuesta : Anexo I	
c) Resultados de la encuesta	06
2.- Definición de los clientes	11
3.- Competencia	11
a) Directa	11
b) Indirecta	12
c) Análisis F.O.R.D.	13
d) Formato encuesta a la Oferta : Anexo II	
e) Cuadro principales competidores : Anexo III	
4.- Producto	15
5.- Precios	17
6.- Distribución	17

7.- Promoción	17
8.- Programa comercial	18
a) Producto	
a.1 Calidad	18
a.2 Servicio	18
a.3 Tamaños	18
b) Plaza	
b.1 Canales	19
b.2 Cobertura	20
b.3 Transporte	20
c) Precio	20
c.1 Precio normal	21
c.2 Descuentos-precios de introducción	21
c.3 Período de pago	22
d) Promoción	
d.1 Objetivos	22
d.2 Audiencia objetivo	22
d.3 Rol de la publicidad, venta personal y promoción de ventas	23
d.4 Naturaleza y propósito de cada componente dela mezcla promocional	23
e) Presupuesto publicitario	24
6.- Participación del mercado a conseguir	26
ANEXO I : ENCUESTA SOBRE DEMANDA	28
ANEXO II : ENCUESTA SOBRE LA OFERTA	31
ANEXO III : PRINCIPALES COMPETIDORES	33
ANEXO IV : TIPO DE PRODUCTOS	35

CAP. III TAMAÑO Y LOCALIZACION

1.- Justificación de la capacidad instalada	36
a) Tamaño de mercado	36
b) Tecnología empleada	37
c) Localización y distribución geográfica de la demanda	37
2.- Justificación de la localización	38
a) Alternativas de localización	38
b) Factores a considerar	38
c) Puntuación de los factores	39
d) Matriz de localización	40
e) Elección del lugar específico	41
ANEXO I UBICACION DEL TERRENO	42

CAP IV INGENIERIA DEL PROYECTO

1.- Diseño del proceso : Anexo I	43
2.- Especificación de los equipos : Anexo II	45
a) Capacidad que tienen	45
b) Capacidad que se va a trabajar	45
c) Capacidad ociosa	46
3.- Edificios : Distribución en el terreno : Anexo III	46
4.- Equipos : Distribución en los edificios : Anexo IV	47
5.- Aprovisionamiento : Anexo V	48
6.- Productividad	50
7.- Planeamiento de la mano de obra, insumos y equipo	50
a) Mano de obra	50
B) Insumos	50
c) Equipos	51

ANEXO I : DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO	52
ANEXO II : PROFORMAS DE LOS EQUIPOS	53
ANEXO III : PLANO DISTRIBUCION EN EL TERRENO	59
ANEXO IV : PLANO DISTRIBUCION EN EL EDIFICIO	60
ANEXO V : PROFORMAS DE MUEBLES, ENSERES E INSUMOS	61
<u>CAP. V INVERSIONES</u>	
1.- Activos fijos tangibles	63
A) Maquinaria y equipo	63
B) Muebles y enseres	64
C) Terrenos	64
2.- Activos fijos intangibles	65
3.- Capital de trabajo	65
4.- Inversión total	65
<u>CAP. VI FINANCIAMIENTO</u>	
1.- Fuentes	66
2.- Tabla de amortización del crédito bancario	68
3.- Calendario de inversiones	69
<u>CAP. VII PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS</u>	
1.- Análisis de los ingresos y gastos	70
a) Ingresos	70
b) Gastos	72
2.- Balance de apertura	74
3.- Proyecciones de los estados financieros	75
a) Flujo de caja detallado mes a mes 1º año	75
b) Estado de ganancias y pérdidas (5 años)	76
c) Flujo de caja acumulados (5 años)	77
d) Balances generales al final de los 5 años	78
e) Cuadro de orígenes y aplicaciones	83

4.- Punto de equilibrio	84
a) Punto de equilibrio contable	84
b) Punto de equilibrio financiero	84
5.- Calculo del costo por depreciación	85.

CAP VIII EVALUACION FINANCIERA

1.- Análisis cuantitativo	86
a) Ratios	86
b) Calculo porcentual	87
c) Valor actual neto	89
d) Calculo de la tasa interna de retorno	89
e) Sensibilidad : Variaciones en la utilidad	90
2.- Análisis cualitativo	91
a) Ratios	91
b) Analisis porcentual	91
c) VAN Y TIR	91
d) Punto de equilibrio	92
e) Sensibilidad	92

CAP. IX ORGANIZACION

1.- Tipo de empresa	93
a) Razones y objetivos	93
b) Requisitos necesarios	93
b.1 Requisitos propios del tipo de empresa	93
b.2 Requisitos para la obtencion de la autorizacion de funcionamiento	94
2.- Diseño de la organización	97
a) Objetivos y estructura	97
b) Análisis de puestos	98

3.- Obtención, formación y mantenimiento de personal	112
a) Reclutamiento y contratación	112
a.1 Fuentes	112
a.2 Medios	112
a.3 Selección	113
a.4 Proceso de contratación	114
a.5 Inducción u orientación	114
b) Capacitación - procedimientos	114
c) Remuneración	115
c.1 Política de sueldos	116
c.2 Estructura de sueldos: Procedimientos	117
c.3 Sueldos a pagar	118
c.4 Incentivos y prestaciones	119
ANEXO I LEY GENERAL DE SOCIEDADES	121
ANEXO II ORGANIGRAMA	123
CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFIA	

I N T R O D U C C I O N :

El presente estudio tiene como finalidad esencial determinar con fundamentos la viabilidad económica y técnica a nivel de factibilidad de la Instalación de un Taller de productos gráficos en la ciudad de Piura.

Los objetivos de este estudio son :

- Identificar la demanda real y potencial de productos gráficos y sus requerimientos acerca de los mismos.
- Definir necesidades operativas, humanas, financieras y organizativas.
- Estimar el monto de la Inversión, ingresos, costos, financiamiento y estructura de capital.
- Proyectar estados financieros y retorno de la inversión.

El proyecto se divide en 9 capítulos : resumen, Estudio de mercado, Tamaño y Localización, Ingeniería del Proyecto, Inversiones, Financiamiento, Presupuesto de Ingresos y Gastos, Evaluación financiera y Organización.

Se hace una revisión de cada uno de ellos en forma analítica, resaltando los factores y elementos más importantes, para dirigir el estudio a la factibilidad de la Instalación del Taller de productos gráficos.

C A P I T U L O I

R E S U M E N D E L P R O Y E C T O

1.- ESTUDIO DE MERCADO :

Se ha realizado un estudio de mercado para la instalación de un Taller de productos gráficos en la ciudad de Piura, que abarque a las empresas comerciales e industriales de la ciudad de Piura y de la ciudad de Paita, que totalizan 20,081 empresas con un crecimiento del 1.5%; la encuesta a la demanda fue realizada con una muestra de 100 empresas, obteniendo de los resultados una participación del 10.31% , optando por alcanzar para el primer año el 7% del total.

En cuanto a la oferta se logro determinar que son 13 imprentas en Offset, la frecuencia de compra de los insumos y los precios de los principales productos.

Dentro programa comercial, se han identificado las 4 "P" : PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCION, y dentro de ésta se ha establecido un presupuesto publicitario para el primer año de \$ 3,440.48.

2.- TAMAÑO Y LOCALIZACION :

Considerando alternativos factores y elementos, se justifica el tamaño de la planta en 100 m2 : 5 mts de ancho y 20 mts de largo; y se justifica su localización en la zona comercial o centro de Piura, específicamente en la calle Tacna.

3.- INGENIERIA DEL PROYECTO :

El proceso de producción es a pedido, se empieza con el proceso cada vez que el cliente solicita el producto con sus especificaciones de material y acabado. El producto pasa por 3 etapas principales :

- Montaje o preparación de la forma.
- Impresión propiamente dicha.
- Manipulado o acabado.

Los equipos a utilizar son : máquina impresora Offset, micro-computadora más impresora, quemadora de matrices, guillotina y numeradora.

4.- INVERSIONES :

- ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Maquinaria y equipo	\$ 15,940.50
Muebles y enseres	\$ 2,420.00
Edificaciones	\$ 2,000.00

- ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES

Costo estudio mercado	\$ 900.00
Gastos preoperativos	\$ 1,100.00
- CAPITAL DE TRABAJO	<u>\$ 7,200.00</u>
T O T A L	<u>\$ 29,560.50</u>

5.- FINANCIAMIENTO :

Recursos propios	32.34%	\$ 9,560.50
Recursos terceros	67.66%	\$ 20,000.00

Por medio de la línea de crédito en dólares del Banco Industrial del Perú, pagadero en 3 años, con 1 año de gracia y una TEA = 15% anual capitalizable trimestralmente.

6.- PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS :

INGRESOS.- Previsión de ventas= 3,471 millares

Precio de venta = \$ 26.76/ millar

Ventas 1º año = \$ 92,884 con descuentos de introducción total ventas= \$ 91,503.00

GASTOS.- Costos variables: Materia prima, comisiones y otros.

Costos fijos: Sueldos, prestaciones, honorarios, gratificaciones, agua, luz, teléfono, alquiler, publicidad, útiles de oficina e imprevistos.

Costos financieros : intereses bancarios

UTILIDADES.- El primer año se obtiene pérdida : (6,317.45)

A partir del 2º año las utilidades van aumentando.

PUNTO DE EQUILIBRIO.- Contable = 3,507 millares
Financiero=3,204 millares.

7.- EVALUACION FINANCIERA :

En el estado de resultados el porcentaje sobre ventas de los costos variables es el mismo, distinto al de los costos fijos que van disminuyendo del 1º al 5º año.

TREMA = 20%

VAN (+) : Negocio atractivamente financiero

TIR FINANCIERA = 34.55 %

TIR ECONOMICA = 39.15 %

TIR PERSONAL = 57.63 %

8.- ORGANIZACION :

Empresa Sociedad de Responsabilidad Limitada SRLTda.

Organización lineal y funcional adecuada al tipo de empresa.

TOTAL PERSONAL = 12 : Gerente, administrador, jefe de ventas, jefe de producción, comprador, secretaria, asesor contable, vendedores(2), operarios (3).

La estructura de sueldos va desde el mínimo que es 01 R.M.V. (Remuneración Mínima Vital) hasta 09 R.M.V.

Se otorgarán gratificaciones y beneficios complementarios, además de las leyes sociales : IPSS,SNP y FONAVI.

C A P I T U L O I I

E S T U D I O D E M E R C A D O

1.- OBJETIVOS :

El Estudio de mercado para la instalación de un Taller de productos gráficos, tiene como objetivo primordial determinar la demanda actual y potencial, así como establecer la situación actual de la oferta. Determinar a través de la encuesta a la demanda , la frecuencia de compra, lo qué es más importante en el momento de la compra : material, precio, acabado o servicio; el grado de satisfacción actual y factores insatisfechos.

En cuanto al estudio de la oferta, se trata de establecer la - competencia actual, sus condiciones, precios y relaciones en general de las imprentas en sistemas Offset.

a) METODOLOGIA SEGUIDA : Se establece el universo, el total de empresas e instituciones de la ciudad de Piura y de la ciudad de Paita con un total de 20,081 empresas (1), que le corresponde un muestra, según la tabla que presenta el texto de "TECNICAS Y PRAC- TICA DE LA INVESTIGACION DE MERCADO" de Tagliacarne, de 100 empresas, con un margen de error de 10% y un margen de confianza de 95.5%.

b) FORMATO DE LA ENCUESTA : ANEXO I

c) RESULTADOS DE LA ENCUESTA :

Pregunta 1 y 2		Nº Empresas
a) Impresos comerciales	98%	19,679
b) Publigráfica	18%	3,615
c) Otros (stencil)	40%	8,032
Pregunta 3 Frecuencia de compra		
a) Cada año	19%	3,815
b) 2 veces al año	29%	5,824
c) 3 veces al año	13%	2,611
d) Más de 3 veces al año	30%	6,024
e) Esporádicamente	4%	803
f) Cada 2 años	5%	1,004

(1) FUENTE : MINISTERIO DE COMERCIO

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO E INTEGRACION

Pregunta 4,5 y 6 Lugar de adquisición

a) Piura	78%	15,663
b) Otros	25%	5,020
c) Ambos	3%	602

- Adquirirlo en Piura ? ¿Porqué ?

SI	60%	12,049
NO	40%	8,032

Las razones de porque si fueron : Inmediato, ayuda a la zona, menor costo, facilidades, tener a la mano, no hay demora, rapidez, ahorro del traslado(flete) y similares.

Las razones de porque NO fueron : No es tan bueno el trabajo, en otro lugar siempre se han hecho las compras y otros

IMPRESAS OFFSET	35%	13
IMPRESAS TIPOGRAFICAS	65%	24

- Las razones principales por lo que adquieren en otro lugar son : más económico, porque conocen gente allá, por ser sucursal, mayores facilidades, precios bajos, porque son trabajos que no hacen acá, etc.

Preguntas 7 y 8 Importancia del producto

a) Beneficioso	41%	8,233
b) Necesario	99%	19,880
c) Calidad	100%	20,081

Pregunta 9 Factores que inciden en la compra

a) Material	61%	12,249
b) Precio	33%	6,627
c) Acabado	56%	11,245
d) Servicio	18%	3,615

Preguntas 10 y 11 Satisfacción actual .

a) Muy bueno	1%	201
b) Bueno	63%	12,651
c) Regular	34%	6,828
d) Malo	1%	201
e) Muy malo	0%	0

FACTORES :

a) Material	15%	3,012
b) Precio	30%	6,024
c) Acabado	34%	6,828
d) Servicio	19%	3,815
e) Nada	2%	402

Pregunta 12 Intis mensuales destinados a gastos de Imprenta

a) Más de 50'000,000	35%	7,028
b) Entre 20' y 30'	46%	9,237
c) Entre 10' y 20'	15%	3,012
d) Entre 1' y 10'	2%	402
e) Entre 1' y despreciable	0%	0
f) Nada	2%	402

Hay que determinar la participación del mercado, partiendo de los resultados de la encuesta, relacionando las preguntas más significativas :

1.- Mercado insatisfecho :

Regular $34\% * 15\% = 5.10$

Malo $1\% * 35\% = 0.35$

$$\text{Muy malo} \quad 0\% * 50\% = 0.00$$

$$\text{TOTAL} \quad 5.45\%$$

5.45% del total de empresas, pero tenemos que hay en imprentas en tipografía 65% y en imprentas offset 35%, entonces :

- Los clientes de imprentas en tipografía interesan si son insensibles al precio porque el sistema offset es más caro : 67%
- Los que trabajan en sistema offset, interesará los que dan importancia al acabado que es mejor en este sistema, Tenemos :

$$65\% * 5.45\% * 67\% = 2.38\%$$

$$35\% * 5.45\% * 34\% = \underline{0.65\%}$$

$$\text{TOTAL} \quad \underline{3.03\% \text{ Mercado insatisfecho}}$$

Hay un mercado insatisfecho de todo el universo, sea que obtengan productos en sistema tipográfico como offset y le dan importancia al acabado :

$$5.45\% * 34\% = 1.85\% \text{ y le dan importancia a todo (menos precio)}$$

$$5.45\% * 70\% = 3.82\%$$

2.- Lugar de adquisición : Hay algunas empresas que adquieren sus productos en otro lugar y representan un 25% del total, de este 25% hay un 60% que desean adquirirlo en Piura, entonces :

$$\text{Offset} \quad 35\% * 25\% * 60\% = 5.25\%$$

$$\text{Tipograf.} \quad 65\% * 25\% * 40\% = \underline{0.18\%}$$

$$5.43\%$$

Los de tipografía son empresas que adquieren sus trabajos en ese sistema y que por ninguna razón cambiarían a Offset a no ser que estén insatisfechos (1.85%).

$$\text{TOTAL DEL MERCADO A CUBRIR} = 5.43\% + 3.03\% + 1.85\% = 10.31\%$$

Tomando en cuenta la frecuencia de compra y la cantidad promedio de intis mensuales destinados a gastos de imprenta según la encuesta, podemos hallar la frecuencia de compra promedio al año :

INTIS	1 VEZ	2 VECES	3 VECES	4 VECES	0.5 VECES	ESPORAD.	TOTAL
1'000	0.10	0.18	0.12	0.32	0.01	0.042	0.772
1'-10'	0.03	0.30	0.24	0.60	0.015	0.042	1.227
10'-20'	0.05	0.10	0.03	0.16	-----	-----	0.34
20'-30'	0.01	---	----	0.04	-----	-----	0.05
Más 50'	----	----	----	0.08	-----	-----	0.08
TOTAL						2.469 veces	

Hay que tener en cuenta que en una de las preguntas de la encuesta se determina los productos gráficos que son más comprados, se han clasificado todos los productos gráficos en 06 productos principales y se le ha otorgado a cada productos una participación según los resultados de la encuesta :

- Facturas	35%
- Volantes	10%
- Talonarios	25%
- Sobres membretados	10%
- Cartas membretadas	15%
- Etiquetas (colores)	5%

Entonces teniendo los precios de cada uno de los productos se sacará un precio promedio ponderado :

- Facturas	\$ 26.38/millar * 35%	=	9.233
- Volantes	\$ 25.05/millar * 10%	=	2.505
- Talonarios	\$ 22.02/millar * 25%	=	5.505

- Sobres me Bretados	\$ 40.66/millar * 10%	=	4.066
- Cartas me Bretadas	\$ 22.02/millar * 15%	=	3.303
- Etiquetas	\$ 42.96/millar * 5%	=	<u>2.148</u>
	PRECIO		26.76\$/millar

TAMAÑO DE MERCADO :

20,081 empresas * 2.469 veces/año * \$ 26.76/millar = \$1'326,760

PARTICIPACION DEL MERCADO : 10.31 %

1'326,760 \$ * 10.31 % = \$ 136,789/año

2.- DEFINICION DE LOS CLIENTES :

Los clientes son empresas comerciales e industriales así como instituciones de la ciudad de Piura y de la ciudad de Paita. Se trata de empresas grandes como pequeñas que dentro de su quehacer diario necesitan de los productos gráficos sobre todo los productos comerciales como facturas, cartas y sobres me Bretados, y éstos tienen que tener buena calidad porque representan la imagen de la empresa y una carta de presentación a sus respectivos clientes. Saben que tienen que comprar el producto son una buena calidad, pero a la vez están insatisfechos en ciertos aspectos como la misma calidad del producto, los plazos de entrega, etc. Será un aspecto que la empresa aprovechará mejor acabado (CALIDAD) del producto por el mismo sistema Offset.

3.- COMPETENCIA :

Es de dos tipos :

a) DIRECTA : Está compuesta por todas las imprentas en sistema Offset de la ciudad de Piura (En Paita no hay imprentas en sistema Offset).

ma Offset .) , son :

- Librería e Industrias Gráficas Ubillús
- Impresora Norperuana
- Imprenta Universitaria
- Cooperativa Impresores Gráficos,
- Imprenta 650 ,
- Stansa ,
- Imprenta Avila ,
- Servigraf ,
- Grafit y ,
- Vize Service ,
- Lympsa ,
- Luis Arreategui ,
- Catavi ..

b) INDIRECTA : Son aquellas otras imprentas en tipografía que hay en Piura y Paita, que ofrecen el producto utilizando otro sistema de impresión distinto al offset, dando un producto de menor calidad a distintos costos y distintos precios. Aquí también se encuentran aquellos pequeños talleres artesanales de un solo dueño que tienen costos bajos y por lo tanto precios bajos. Cabe destacar la existencia de instituciones y empresas que poseen su propia imprenta, aunque para trabajos más grandes e importantes solicitan el trabajo de las imprentas del mercado.

Para el estudio de la competencia también se ha realizado una encuesta a las 13 imprentas en offset que hay en la ciudad de Piura, tomando en cuenta :

- Como oferta :

1) Producto gráfico más comprado

Impresos comerciales 86%

2) Tipo de empresa con que se tiene más relación

Empresas privadas 62.5%

3) Mantenimiento de maquinaria en Piura

SI 69% . Los lugares que se encuentran en Piura son : Gestener, Stansa, particulares y propio.

4) Tipo de máquina que se utiliza.

Gestener, Ricoh, Multilith y Abdic.

- Como Demanda ;

1) La frecuencia de compra de insumos de imprenta : Generalmente es mensual y trimestral según el producto; en el papel por ejemplo se puede adquirir hasta semanalmente o en la mayoría de los casos según la demanda.

2) Lugar de adquisición

Piura 50%

Lima 38%

Trujillo 12%

3) Los lugares en Piura donde más se adquieren esos productos son :

Rivera (papel), Gestener y Stansa.

c) ANALISIS FUERZAS-OPORTUNIDADES-RIESGOS-DEBILIDADES . (FORD)

1) FUERZAS DE LA COMPETENCIA :

- Los clientes conocen sus trabajos y prefieren no arriesgarse al cambiar de proveedor.

Realizan economías de escala en cuanto a insumos y productividad y sobre todo uso de la curva de aprendizaje.

- Tienen máquinas de mayor capacidad y mayor variedad de usos.
- Obtienen licitaciones importantes con algunas empresas del estado (Clientes representativos).
- Conocen mejor el mercado, el tipo de clientes, sus gustos y preferencias.

2) DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA :

- No encuentran un mantenimiento adecuado y oportuno para las máquinas que utilizan.
- Les es muy difícil encontrar variedad de ofertas para los insumos.
- Los clientes cambian constantemente de proveedor al no ser satisfechos.
- No tienen reconocimiento de marca, ya que los clientes los ven a casi todos iguales, es decir no tienen ventaja diferencial.
- Gran competencia de otros mercados como Chiclayo, Trujillo y Lima.

3) OPORTUNIDADES DE LA EMPRESA :

- Ingresar al mercado con el propósito de segmentarlo e implantar una imagen e identificación de marca.
- Obtener economías de escala al negociar directamente con proveedores de insumos de la capital, pudiendo ampliar el negocio de insumos de imprenta.

- Ofrecer a los clientes no sólo la producción de sus sino un asesoramiento y servicio constante que haría que los clientes, al estar satisfechos no cambien de proveedor.
- Aprovechar el amplio mercado de empresas particulares, medianas y grandes que tienden más a exigir un producto de calidad a buen precio.

4) RIESGOS DE LA EMPRESA :

- No abarcar todo tipo de trabajos que podrían demandar los clientes por el tipo de máquina que son de menor capacidad y así se perdería mercado.
- Entrar a competir con productores experimentados de otros lugares como Trujillo y Lima.
- Los clientes les es poco atractivo cambiar de proveedor sin antes conocerlo bien.

d) FORMATO ENCUESTA A LA OFERTA ANEXO II

e) PRINCIPALES IMPRENTAS EN OFFSET : ANEXO III

4.- PRODUCTO :

El producto son los impresos comerciales y de publicigrafía que utilizan las empresas para el desenvolvimiento de sus

actividades y su quehacer diario, el procedimiento a seguir será el sistema Offset, más moderno teniendo en cuenta que es un producto de mayor calidad.

Entre los productos impresos tenemos :

- PUBLIGRAFIA : plegables, volantes, anuncios en publicaciones, carteles murales, catálogos, muestrarios y carteles de escaparate.
- CORRESPONDENCIA : cartas, memorandums, sobres, tarjetas, postales y circulares.
- PRESENTACION E IDENTIFICACION : tarjetas de visita, tarjetas comerciales, carnets y pasaportes.
- CONFECCION Y EXPEDICION : papel para envoltorios, etiquetas cajas de cartón, estuches, etc.
- VALORES : sellos de correo, papel timbrado, letras de cambio, cheques, etc.
- CONTABILIDAD : registros, fichas, talonarios, facturas, notas de venta, guías, ordenes de salida, etc.
- CALENDARIOS : agendas, calendarios de bolsillo, murales y artísticos.

Cabe destacar que estos productos gráficos ofrecidos serán de la calidad requerida por los clientes, un mejor acabado propio del sistema offset, el material requerido y un servicio de asesoramiento desde el diseño o dibujo hasta el empastado y encuadernado del producto final, es decir a lo largo de todo el proceso cumpliendo con las especificaciones pactadas con el cliente.

5.- PRECIOS :

Por la gran variedad de productos también los precios serán variados, y se determinan según el producto, la cantidad demandada (en millares, etc.) por cada producto, el papel o material a utilizar y los accesorios del mismo producto.

El objetivo del mercado en precio es Liderazgo en productos de calidad con un precio medio es decir una Estrategia de Penetración.

Como precios iniciales se lanzarán descuentos sobre los precios de la competencia del 15% durante 30 días.

6.- DISTRIBUCION :

Como la producción es a pedido, la relación entre la empresa y el cliente será de forma directa, por lo tanto las modalidades de distribución serán :

- VENTA DIRECTA : el cliente se acercará a la empresa a solicitar el producto gráfico que necesita dando al productor las especificaciones del mismo.
- VENDEDORES O AGENTES : que visitarán periódicamente a los clientes ya establecidos para estar atentos a sus requerimientos, y a otras empresas ofreciéndoles un mejor producto, con calidad superior a la competencia.

7.- PROMOCION :

Estará compuesta :

- Publicidad en radio Panamericana F.M. 101.1 y prensa en diario "El Tiempo".

- Promoción de ventas mediante reparto de cupones y cartas.
- Venta directa a través de vendedores.

8.- PROGRAMA COMERCIAL :

a) PRODUCTO.-

- a.1 CALIDAD : Productos gráficos de calidad superior, siguiendo las especificaciones del cliente, en cuanto a materiales (papel, color, tamaño, etc.) y al acabado : diseño que tiene como finalidad transformar las ideas y los conceptos, en algo que tiene forma lógica y con una estructura ágil y agradable, organizada con una composición dinámica y de sugestivos efectos visuales; y la diagramación que es la fase inicial de todo impreso. Se destaca que si el cliente está dispuesto a canjear el precio por una calidad que requiere, ya que se trata de un producto que en su mayoría será mostrado como carta de presentación al cliente, tienen que causar una buena impresión entonces el producto será de calidad superior.
- a.2 SERVICIO : El servicio adjunto a toda empresa gráfica es muy importante en cuanto a : plazos de entrega, confiabilidad, cotización rápida y asesoramiento al cliente en el diseño y en la diagramación.
- a.3 TAMAÑOS : Los productos varían en cuanto a los materiales usados como a sus especificaciones, se intentará ofe

cer a los clientes productos con las especificaciones requeridas en cuanto al tamaño y dimensiones.

b) PLAZA.-

b.1 CANALES : Serán los canales de nivel cero, es decir -
mercadeo directo con el cliente a través de : acercamiento
to del cliente a la empresa y vendedores o agentes de -
ventas.

Para la etapa de introducción se optará por enviar 02
agentes de ventas a las principales empresas de la ciudad para darles a conocer la existencia de la empresa, sus condiciones y sus ventajas en cuanto a calidad del producto, plazos de entrega y precios iniciales : seguir al cliente en una etapa de acercamiento, previo co
nocimiento de éste, para luego hacer la presentación y
demostración del producto por medio de catálogos y --
muestras, recoger las inquietudes del cliente y hacer -
las negociaciones correspondientes. Las comisiones de
los vendedores serán 5% sobre ventas.

Se busca captar clientes y una vez que estos corroboren la calidad del producto de acuerdo a sus especificaciones optarán ellos mismos por acercarse al taller solicitar sus trabajos. Por lo tanto las modalidades de distribución serán :

- VENTA DIRECTA : el cliente se acercará a la empresa
solicitar el producto gráfico que necesita dando al -
productor las especificaciones del mismo.

- VENDEDORES O AGENTES : que visitarán periódicamente a los clientes ya establecidos para estar atentos a sus requerimientos, y a nuevos clientes ofreciéndoles un mejor producto con calidad y servicio superior a la competencia.

b.2 COBERTURA : En la ciudad de Piura y en la ciudad de Paita, hay un total de 20,081 empresas (1) entre comercio, industria y otros (Bancos, empresas del estado, -- etc.) , de este total hay un 6% aproximadamente de grandes empresas, a esas primeras 1,200 empresas nos dirigiremos en una primera etapa, practicando una cobertura limitada para poder llevar a cabo una sola estrategia-- a un grupo de clientes tomando en cuenta el tipo de promoción y el precio. Y en una segunda etapa se matizará el grupo de grandes empresas con la pequeña y mediana empresa, para tener mayor poder de negociación.

b.3 TRANSPORTE : Los productos terminados serán entregados por los mismos agentes de ventas, al cliente en el plazo convenido, si es que el cliente desea, el mismo puede recoger el producto terminado en los talleres.

c) PRECIO .-

Por la gran variedad de productos también los precios serán variados, y se determinan según el producto, la cantidad demandada (en millares) por cada producto, el papel o material a utilizar y los accesorios del mismo producto.

El objetivo del mercado en precio es Liderazgo en productos de calidad con un precio medio, es decir, Estrategia de Penetración.

Como precios iniciales se lanzarán descuentos sobre los precios de la competencia del 15% durante 30 días.

c.1 PRECIO NORMAL : Será determinado según el precio promedio de la competencia ajustándolo según el costo; como se trata de gran variedad de productos y especificaciones, se ha tomado un grupo de productos más generales hechos en tamaño standar :

VOLANTES	\$ 25.05/millar
FACTURAS	\$26.38/millar
SOBRES MEMBRETADOS	\$ 40.66/millar
CARTAS MEMBRETADAS	\$ 22.02/millar
ETIQUETAS	\$ 42.96/millar
TALONARIOS	\$ 22.02/millar

c.2 DESCUENTOS - PRECIOS DE INTRODUCCION : Se ofrecerán descuentos de los precios de la competencia durante 15 - días a 15% de descuento, y luego 10% durante 15 días más, esto sin considerar el valor de los cupones.

Entonces tenemos :

	HAST A 15 DIAS	HASTA 30 DIAS
VOLANTES	\$ 21.29/m.	\$ 25.55/m.
FACTURAS	\$ 22.42/m.	\$ 23.74/m.
SOBRES MEMBRETADOS	\$ 34.56/m.	\$ 36.59/m.
CARTAS MEMBRETADAS	\$ 18.72/m.	\$ 19.82/m.

ETIQUETAS	\$ 36.52/m.	\$ 38.66/m.
TALONARIOS	\$ 15.47/m.	\$ 19.82/m.

c.3 PERIODO DE PAGO : 'Al realizar el pedido, se hará la orden de trabajo con las especificaciones del producto y precio, siendo éste cancelado en el momento de entrega del producto en el plazo fijado. En la etapa introductoria de 15 días, aquellos que cancelen por adelantado, tendrán un descuento adicional del 5%.

d) PROMOCION .-

d.1 OBJETIVOS :

- Informar a los clientes de las características y ventajas del producto en cuanto a calidad, servicio y acabado.
- Crear una imagen de seriedad, prestigio y garantía de la empresa.
- Lograr alcanzar la participación establecida, llegando eficientemente al mayor número de empresas.

d.2 AUDIENCIA OBJETIVO : En nuestro mercado tenemos un total de 20,081 empresas entre comercio, industria y otros, así como entre grande, mediana y pequeña empresa; como una primera estrategia es llegar primeramente a las grandes empresas (6% aproximadamente) para luego alcanzar el resto, como una muestra de prestigio y así el resto de las empresas sigan el ejemplo de las grandes, y una vez con todas se podrá tener un mayor poder de negociación.

d.3 ROL DE LA PUBLICIDAD, VENTA PERSONAL Y PROMOCION DE VENTAS :

d.3.1 PUBLICIDAD.- Dar a conocer a las empresas la existencia de una empresa gráfica que brinda productos con la calidad requerida, sin engañar al cliente y a buen precio.

d.3.2 VENTA PERSONAL Y PROMOCION DE VENTAS .- Hacer el contacto con los clientes directamente por medio de los vendedores, recogiendo sus inquietudes, expectativas, requerimientos de calidad y especificaciones del producto. La promoción de ventas se dará a conocer por medio de la venta personal y los anuncios de publicidad.

d.4 NATURALEZA Y PROPOSITO DE CADA COMPONENTE DE LA MEZCLA PROMOCIONAL :

d.4.1 PUBLICIDAD .- Se hará publicidad en radio y prensa a lo largo de la campaña de pre-introducción e introducción de una forma informativa, persuasiva, -- descriptiva y atractiva , anunciando todas las características y ventajas antes mencionadas, con la finalidad que conozcan el sistema offset, para atraer a clientes actuales que satisfacen sus requerimientos, y clientes potenciales que buscan satisfacer sus necesidades.

d.4.2 VENTA PRSONAL .- La mayor parte de las ventas se harán directamente, de ahí la importancia del rol de

los vendedores en la empresa, ellos harán un seguimiento constante a los clientes para tomar sus pedidos en un momento oportuno y a la vez -- buscarán nuevos clientes; pero lo que se busca es que una vez conocida la empresa, su producto y servicio, el cliente mismo se acercará.

d.4.3 PROMOCION DE VENTAS .- Que será llevada también por los agentes de ventas y la publicidad será principalmente en la etapa de introducción : descuento de precios y envío de cupones (con descuento) a los gerentes o administradores de las principales empresas de Piura y Paita.

e) PRESUPUESTO PUB LICITARIO .-

Apoyando las ventas directas, los medios publicitarios a utilizar son los medios impresos : periódico "El Tiempo" y medios electrónicos: radio en frecuencia modulada Panamericana 101.1, distribuido de la siguiente manera : (para 1 año)

- Radio : \$ 0.09/segundo

- Periódico : Aviso 4 * 3 \$ 10.67

Aviso 5 * 2 \$ 8.89

e.1 ETAPA PRE-INTRODUCTORIA : 10 días

RADIO 10 días * 5 veces/día * 20 seg. * \$0.09 = \$90

e.2 ETAPA INTRODUCTORIA : 01 mes

RADIO : 24 días lunes a sábado 6 veces/día (L-V)

3 veces/día (SAB)

- 20 días * 6 v/d * 20 seg. * \$0.09	= \$ 216
- 4 días * 3 v/d * 20 seg. * \$0.09	= <u>\$ 21.6</u>
	<u>\$ 237.6</u>

PERIODICO :

1 sem. Anuncio 4 * 3 (4 * 12 cm) L-V	
	\$ 10.67 * 5 días = \$ 53.35
3 sems. Anuncio 5* 2 (4.5 * 8 cm) L-V	
	\$ 8.89 * 15 días = <u>\$ 133.35</u>
	<u>\$ 186.7</u>

CUPONES : Reparto de cartas y cupones a 1,000 empresas, dirigidas a su propio administrador o gerente, dichos -- cupones podrán ser canjeados al momento de solicitar su pedido dentro de los primeros 30 días, con un descuento adicional del 15%, es decir que sobre el precio de introducción (15% menos que el de la competencia), se hará un descuento a aquellas empresas que se acerquen y soliciten sus pedidos será 15% + 15% de descuento :

CUPONES	\$ 8.3/millar	
CARTAS	\$ 7.3/millar	
SOBRES	<u>\$ 13.5/millar</u>	
TOTAL	\$ 29.1/millar	
		<u>\$ 29.1</u>
TOTAL	e.2	<u>\$ 453.4</u>

e.3 22,32,72,82 y 92 mes (5 meses)

Anuncio (5 * 2) L-V : 20 d.* \$8.89 \$ 177.8

Spot 20 seg. * 4 v/d. * 20 días * \$0.09 = \$ 144.0
\$ 321.8
 TOTAL e.3 = \$1,609.-

e.4 4º, 5º, 6º, 10º, 11º y 12º mes (6 meses)

Anuncio (5*2) 3 vec/sem 12 veces * \$ 8.89 = \$ 106.68
 Spot 20 seg. * 3 v/d. * 20 días * \$ 0.09 = \$ 108.00
\$ 214.68
 TOTAL e.4 \$1,288.08

TOTAL PRESUPUESTO PUBLICITARIO 1º AÑO = \$3,440.48

RESUMEN DEL PRESUPUESTO PUBLICITARIO ANUAL :

PERIODICOS	\$ 1,715.78
RADIO	\$ 1,695.60
CUPONES	<u>\$ 29.10</u>
<u>TOTAL</u>	<u>\$ 3,440.48</u>

6.- PARTICIPACION DEL MERCADO A CONSEGUIR :

Según los resultados de la encuesta, se podría llegar a obtener una participación del 10.31 % sobre el mercado total, sin embargo considerando las condiciones del mercado en cuanto a la competencia y la capacidad ofrecida por la empresa, se alcanzará una participación el primer año del 7%, es decir 1,406 empresas que equivale a \$ 92,884 aproximadamente; tomando en cuenta el crecimiento del mercado a 1.5% anual y queriendo alcanzar el

segundo año el 9% de participación tenemos :

1º año	1,406 empresas	\$ 92,884
--------	----------------	-----------

2º año	1,835 empresas	\$ 121,200
--------	----------------	------------

A N E X O I

U N I V E R S I D A D D E P I U R A

ENCUESTA SOBRE LA DEMANDA DE UN TALLER DE PRODUCTOS GRAFICOS

NOMBRE DE LA EMPRESA : _____

DIRECCION : _____

01) Hace uso de los siguientes productos gráficos (en Offset) ?

a) Impresos comerciales SI _____ NO _____

b) Publigráfica SI _____ N) _____

02) ¿ Qué producto compró la última vez ?

a) Impresos comerciales _____

b) Publigráfica _____

c) Otros (Especifique) _____

03) ¿ Con qué frecuencia adquiere estos productos gráficos?

a) Una vez al año _____

b) Dos veces al año _____

c) Tres veces al año _____

d) Más de 3 veces (4) _____

e) Esporádicamente _____

f) Cada 02 años _____

04) ¿ Dónde adquiere el producto ?

a) Piura _____

b) Lima

c) Otro _____ (Especifique) _____

05) Si no lo adquiere en Piura, ¿Porqué lo adquiere en otro lugar ?

Le sería mejor obtenerlo en Piura ? ¿Porqué?

SI _____

NO _____

06) ¿Si lo adquiere en Piura, cuál fué el último lugar - donde lo adquirió ?

NOMBRE DE LA IMPRENTA _____

07) ¿ Considera necesario y beneficioso el producto para su empresa ?

SI _____ NO _____

NECESARIO _____

BENEFICIOSO _____

08) ¿ Considera importante la calidad del producto ?

SI _____ NO _____

¿ Porqué ? _____

09) ¿ Qué considera que es más importante en el producto?

a) Material _____

b) Precio _____

c) Acabado _____

d) Servicio _____

e) Otro (Especifique) _____

10) ¿Cuál es el grado de satisfacción actual ?

a) Muy bueno _____

b) Bueno _____

c) Regular _____

d) Malo _____

e) Muy malo _____

11) ¿ En qué está insatisfecho ?

a) Material _____

b) Precio _____

c) Acabado _____

d) Servicio _____

e) Otro (especifique) _____

12) ¿ Qué cantidad del presupuesto mensual destina a gastos de imprenta ?

a) Nada _____

b) Menos de I/1'000,000 (1) _____

c) I/1'000,000-10'000,000 _____

D) I/10'000,000-20'000,000 _____

e) I/ 20'000,000-30'000,000 _____

f) I/ 30'000,000-50'000,000 _____

g) Más de 50'000,000 _____

POR LA ATENCION D SPENSADA, MUCHAS GRACIAS.

A N E X O I I

E N C U E S T A

COMO OFERTA DE PRODUCTOS GRAFICOS

1) ¿ Qué producto gráfico es más comprado ?

a) Impresiones comerciales _____

b) Publigráfica _____

c) Mimeografo _____

2) Precios actuales : Tipo de papel(especificar)

Facturas _____

Talonarios _____

Volantes _____

Sobres _____

Cartas _____

Etiquetas _____

3) ¿ Con qué tipo de empresa tienen más relación ?

a) Privada _____

b) Estado _____

c) Paraestatal _____

4) ¿ Existe en Piura servicio de mantenimiento para las
máquinas ?

SI . NOMBRE _____

NO

5) ¿ Qué tipo de máquina utiliza ?

COMO DEMANDA DE INSUMOS DE IMPRENTA

1) ¿ Con qué frecuencia adquiere estos productos o insumos?

a) Papel

b) Placas

c) Tinta

d) Solución de agua

e) Otros(Especifique)

2)¿Dónde los adquiere ?

a) Piura

b) Otro lugar (Especifique)

3) Si los adquiere en Piura,¿dónde los adquirió la última vez ?

A N E X O I I I

PRINCIPALES COMPETIDORES EN IMPRENTAS OFFSET

- 1.- IMPRESIONES GRAFICOS UZETA SRLtda de Nemecio Ubillús Castro, ubicada en Ayacucho Nº 570, con fecha de registro Industrial del 24 de Marzo de 1,988. Sus clientes son tanto empresas del estado como particulares. El tipo de máquina que utiliza es Gestener. Sus insumos los adquiere en Piura y Lima.
- 2.- IMPRESORA NORPERUANA SCRLtda ubicada en la calle Moquegua cuadra 7 con fecha del 11 de Octubre de 1,985. La mayor parte de sus clientes son empresas del Estado. El mantenimiento que da a sus máquinas es propio. El tipo de máquina que utiliza es Gestener y Ricoh. Los insumos los adquiere en Trujillo.
- 3.- IMPRENTA UNIVERSITARIA S.A. EPU ubicada en Arequipa Nº 921 pero que funciona a cargo del señor Alberto Arreategui en Callao Nº 343 con fecha 15 de Noviembre de 1,983. Trabaja generalmente con empresas privadas y a las máquinas que utiliza Gestener Offset les da mantenimiento tanto en Gestener como en Stansa. Sus insumos los adquiere en Piura y Lima.

- 4.- IMPRENTA 650 ubicada desde Enero 1,987 en Avenida Loreto N° 650. Trabaja tanto con empresas privadas como paraestatales. La máquina que utiliza es Offset Multilith y le es muy difícil que le hagan buen mantenimiento. Sus insumos los adquiere tanto en Lima como en Piura.
- 5.- STANSA ubicada en Avenida Loreto N° 640; solamente realiza trabajos de impresión, más no de montaje, así como servicio técnico, venta de materiales de consumo y repuestos. Trabaja con empresas privadas, el tipo de máquina que utiliza es Ricoh 1010 y ABDIC.
- 6.- SERVICIOS GRAFICOS REPRESENTACIONES SRLtda (SERVIGRAF) de Mauro Rubio Infante, con fecha del 5 de Agosto de 1,986; ubicada en Moquegua N° 768, trabaja tanto con empresas privadas como estatales. Sus insumos los adquiere en Piura y Lima. El mantenimiento es propio.

A N E X O I V

T I P O D E P R O D U C T O S

PUBLIGRAFIA : Plegables, volantes, anuncios en publicaciones, carteles murales, catalogos, muestrarios y carteles de escaparate.

CORRESPONDENCIA : Cartas, memorandums, sobres, tarjetas, postales y circulares.

PRESENTACION E IDENTIFICACION : Tarjetas de visita, - tarjetas comerciales, carnets y pasaportes.

CONFECCION Y EXPEDICION : Papel para envoltorios, etiquetas, cajas de cartón, estuches, etc.

VALORES : Sellos de correo, papel timbrado, letras de cambio, cheques, etc.

CONTABILIDAD : Registros, fichas, talonarios, facturas, notas de venta, quías, ordenes de salida, etc.

CALENDARIOS : Agendas, calendarios de bolsillo, murales y artísticos.

C A P I T U L O I I I

T A M A Ñ O Y L O C A L I Z A C I O N

1.- JUSTIFICACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA :

Para determinar el tamaño de la planta y la capacidad instalada hay que tener en cuenta varios factores :

a) TAMAÑO DE MERCADO .- Se ha podido establecer en base a la encuesta un tamaño de mercado que viene determinado por :

$20,081 \text{ empresas} * 2.469 \text{ veces/año} * 1 \text{ millar} = 49,580 \text{ millares/año}$

en todo el mercado que equivale a 41.32 millares/hora o 41,320 copias/hora (1); con la participación ha alcanzado los primeros 5 años tenemos:

(1) Considerando en 1 año 1,200 horas útiles de trabajo : 5 horas/día

$* 5 \text{ días/semana} * 4 \text{ semanas/mes} * 12 \text{ meses/año} = 1,200 \text{ horas/año}$

AÑOS	%	CREC. MCDO.	MILLARES/AÑO	COPIAS/HORA
1º	7%	---	3,471	2,893
2º	9%	1.5%	4,529	3,774
3º	10.5%	1.5%	5,363	4,469
4º	10.5%	1.5%	5,444	4,537
5º	10.5%	1.5%	5,525	4,604

b) TECNOLOGIA EMPLEADA .- La máquina impresora Offset a utilizar tienen una capacidad variable de 3,200 a 6,200 copias/hora, trabajando las máquinas un promedio de 5 horas diarias tendríamos :

CAPACIDAD	Nº COPIAS/HORA	Nº COPIAS/DIA	Nº MILLARES/AÑO
MAXIMA	6,200	31,000	7,440
MINIMA	3,200	16,000	3,840

Satisfaciendo el mercado ha alcanzar para el primer año de -- 3,471 millares y justificando la utilización de este tipo de máquina.

c) LOCALIZACION Y DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LA DEMANDA .- La demanda potencial del mercado se encuentra ubicada principalmente en el centro de Piura o zona comercial, encontrándose también dispersa - por toda la ciudad, indicando que dicha demanda se caracteriza por ser

dinámica en el sentido de realizar los pedidos con bastante variedad de tiempo, es decir, que se solicita en cualquier momento, cuando se necesita y no en un determinado lapso de tiempo.

2.- JUSTIFICACION DE LA LOCALIZACION

Debido a que el mercado crece, las ventas aumentan en proporción al número de empresas; las necesidades de mano de obra, las variaciones en la productividad, -- los costos de transporte y los requerimientos de maquinaria y equipo para una buena producción, hacen la necesidad de una buena expansión que se reflejará en una buena localización evaluando efectivamente -- los factores a considerar para llegar a localizar la planta en el -- lugar adecuado y así aprovechar al máximo los recursos disponibles que pueden haber en ese lugar y competir efectivamente en el mercado.

a) ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION :

- PAITA
- ZONA COMERCIAL DE PIURA
- ZONA INDUSTRIAL DE PIURA.

b) FACTORES A CONSIDERAR :

- Materia prima : El lugar con mejor disponibilidad de los -- insumos de imprenta. Escala 0-15
- Mano de obra : Necesidad de personal especializado y con experiencia. Escala 0-20
- Mercado : Se las alternativas la que más cerca esté de --

- FACILIDADES SANITARIAS :

Instalaciones y servicios eficientes	15
Existen pero con fallas	5
No existen	0

- UBICACION DE LA COMPETENCIA :

Más allá de 30 Km.	10
En un radio de 15 Km.	5
Cerca alrededor de 10 Km.	0

d) MATRIZ DE LOCALIZACION :

ALTERNATIVAS		PIURA	PIURA	
FACTORES	P A I T A	Z.COM.	Z.IND.	ESCALA
MATERIA PRIMA	0	10	10	0-15
MANO DE OBRA	10	20	20	0-20
MERCADO	10	25	10	0-25
ENERGIA ELECTRICA	10	10	10	0-15
FACILID.SANITARIAS	5	15	15	0-15
UBICAC.COMPETENCIA	10	0	5	0-10
T O T A L	45	80	70	100

LOCALIZACION : El Taller de productos gráficos quedará ubicado en la zona comercial o centro de Piura por las facilidades vistas anteriormente. Cabe destacar que el factor de mayor importancia como es el mercado, ha influido para su localización.

e) ELECCION DEL LUGAR ESPECIFICO :

El centro de Piura o zona comercial está conformado por varias calles y avenidas, siendo las principales y las más importantes según el movimiento comercial y que esté a la vista de los clientes :

- Avenida Grau hasta el ovalo Grau,
- Avenida Sánchez Cerro hasta altura del ovalo Grau,
- Avenida Bolognesi hasta ovalo Bolognesi,
- Avenida Loreto entre Av. Sánchez Cerro y Av. Bolognesi,
- Calle Tacna,
- Calle Libertad,
- Calle Arequipa,
- Calle Cuzco,
- Calle Junín,

Y sus intersecciones con :

- Jirón Ica,
- Jirón Callao,
- Jirón Huancavelica,
- Jirón Ayacucho,
- Jirón Apurímac y
- Jirón Moquegua.

Analizando los diferentes factores que influyen en la localización específica de la planta y de sus oficinas, y teniendo en cuenta sobre todo el mercado y movimiento comercial que se necesita para llegar más efectivamente al cliente, se ha ubicado el local en la Calle Tacna cuadra Nº 3.



Fecha	Nombre	UNIVERSIDAD DE PIURA	
Dibujado	JWL	PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
Revisado		INSTALACIÓN DE UN TALLER DE PRODUCTOS GRÁFICOS	UBICACIÓN DEL TERRENO
		JENNY CABRERA ESPINOSA	NEXO I
			ESCALA
			PLANO
			3

C A P I T U L O I V

I N G E N I E R I A D E L P R O Y E C T O

1.- DISEÑO DEL PROCESO :

El proceso de producción se realiza a pedido, es decir, que cada vez que el cliente haga el pedido de su producto con sus especificaciones de tamaño, cantidad, calidad, etc.- empezará el proceso de producción, teniendo las siguientes fases :

- a) Llegada del cliente a la empresa (o a través del vendedor) que dará sus especificaciones : tipo de producto, cantidad - que necesita, tamaño, tipo de papel que se requiere para el - tipo de producto, y detalles varios (tipo de letra, color, - etc.). El cliente tendrá como asesor al Jefe de Producción - que le dará las pautas en cuanto al montaje o diseño y/o al - texto.

- b) El jefe de producción hará los cálculos necesarios de material, haciendo sus requisiciones de material al comprador o encargado de almacén , quien sacará del almacén de materias primas el material necesario : papel, tintas, placas, solución de agua,- etc.
- c) El operario A encargado de manejar la computadora sacará el texto en papel poliester por la impresora de la computadora,- o según el caso se requerirá el trabajo del dibujante para que elabore el diseño, este trabajo se hará fuera de la empresa - contratando al dibujante cada vez que se necesita.
- d) El mismo operario A, teniendo ya el texto o diseño(según el tipo de producto) pasa por la matricera o quemadora de placas, obteniendo la placa " quemada" con el texto o diseño requerido.
- e) Luego se pasa al área de impresión, el operario B se encargará de colocar el papel, tinta y solución de agua en la máquina impresora Offset e iniciará la impresión propiamente dicha o tiraje a velocidades variables de 3,200 a 6,200 copias por-hora.
- f) Con las hojas necesarias impresas, se procederá al manipulado, en donde se compaginará el papel , se ordenará, se cortara y-se colocará disponible para numerarlo, encolarlo y encintarlo (según el producto).
- g) Finalmente tendremos listo el producto final, que será llevado al almacén de productos terminado para ser llevado por el-vendedor al cliente o en su defecto éste vendrá por él.

ANEXO I : DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCION

2.- ESPECIFICACION DE LOS EQUIPOS : ANEXO II

MAQUINA IMPRESORA OFFSET RICOH MODELO 1010

a) CAPACIDAD QUE TIENEN :

- Capacidad máxima (Año) :

$$6,200 \text{ copias/hora} * 5 \text{ horas/día} * 5 \text{ días/semana} * 48 \text{ semanas} = 7'440,000 \text{ hoj.}$$

$$= 7,440 \text{ millares/año}$$

- Capacidad mínima (Año):

$$3,200 \text{ copias/hora} * 5 \text{ horas/día} * 5 \text{ días/semana} * 48 \text{ semanas} = 3'840,000 \text{ hoj.}$$

$$= 3,840 \text{ millares/año.}$$

b) CAPACIDAD QUE SE VA A TRABAJAR :

$$1^{\text{º}} \text{ año } 20,081 \text{ E.} * 7\% * 2.469 \text{ v/año} = 3,471 \text{ millares/año.}$$

$$2^{\text{º}} \text{ año } 20,382 \text{ E.} * 9\% * 2.469 \text{ v/año} = 4,529 \text{ millares/año.}$$

$$3^{\text{º}} \text{ año } 20,688 \text{ E.} * 10.5\% * 2.469 \text{ v/a} = 5,363 \text{ millares/año.}$$

$$4^{\text{º}} \text{ año } 20,998 \text{ E.} * 10.5\% * 2.469 \text{ v/a.} = 5,444 \text{ millares/año.}$$

$$5^{\text{º}} \text{ año } 21,313 \text{ E.} * 10.5\% * 2.469 \text{ v/a.} = 5,525 \text{ millares/año.}$$

	D I A R I O	H O R A
1º año	14,462.5 copias	2,892.5 copias
2º año	18,870.8 copias	3,774.2 copias
3º año	22,345.8 copias	4,469.2 copias
4º año	22,683.3 copias	4,536.7 copias
5º año	23,020.8 copias	4,604.2 copias

c) CAPACIDAD OCIOSA :

	CAPACIDAD MÁXIMA		CAPACIDAD MINIMA	
	HORA	ANUAL	HORA	ANUAL
1º año	3,307.5	3,969 m.	307.5 c.	369 m.
2º año	2,425.8	2,911 m.	----	----
3º año	1,730.8	2,077 m.	----	----
4º año	1,663.3	1,996 m.	----	----
5º año	1,595.8	1,915 m.	----	----

3.- EDIFICIOS : DISTRIBUCION EN EL TERRENO :

El local que-
será alquilado tiene una dimensión de 100 metros cuadrados : 20 m.
de largo por 5 m. de ancho; contando con las siguientes áreas :

a) Area Administrativa : 40 m² (8 * 5)

b) Area de Almacen : 16 m²

- A. Materias primas 10 m² (5 * 2)

- A. Productos terminados: 6 m² (3 * 2)

c) Area de Montaje : 8 m² (4 * 2)

d) Area de Impresión: 12 m² (6 * 2)

e) Area de Manipulado : 8 m² (4 * 2)

f) Otros: Incluye pasadizos, servicios higiénicos y áreas libres

16 m²

TOTAL : 100 m²

ANEXO III: PLANO DISTRIBUCION EN EL TERRENO

4.- EQUIPOS : DISTRIBUCION EN LOS EDIFICIOS : ANEXO IV

La maquinaria y los muebles y enseres están distribuidos de la siguiente manera en las distintas áreas :

a) AREA ADMINISTRATIVA :

a.1 OFICINA DEL ADMINISTRADOR (SERVICIOS HIGIENICOS)

- 01 escritorio gerencial 1.5 * 0.75 cm.
- 01 sillón gerencial
- 01 escritorio de oficina 1.2 * 0.75 cm.
- 01 silla de oficina
- 02 sillas simples
- 01 armario.

a.2 SECRETARIA :

- 04 escritorios de oficina 1.2 * 0.75 cm.
- 04 sillas de oficina
- 04 sillas simples
- 01 archivador
- 01 máquina de escribir mecánica.
- 01 máquina sumadora.

b) AREA DE ALMACEN :

- 02 anaqueles

c) AREA DE MONTAJE :

- Micro computadora DTK XT DATA 1,000
- Impresora computadora SEIKOSHA SP-2,000
- Máquina para quemar matrices marca RICOH modelo S-1
- 01 silla simple
- 01 mesa de trabajo

d) AREA DE IMPRESION :

- 01 Máquina Impresora Offset marca RICOH modelo 1010
- 01 mesa de trabajo.

e) AREA DE MANIPULADO :

- 01 Guillotina manual CAMPEADOR
- 01 Numeradora LEIBINGER
- 01 mesa de trabajo
- 01 silla simple

ANEXO V : PROFORMAS DE MUEBLES Y ENSERES5.- APROVISIONAMIENTO : ANEXO V

Considerando el tiempo de abastecimiento, tener cantidades mínimas de stock que cubrirán los requerimientos de cada periodo (01 mes). El aprovisionamiento de materias primas se hará en 03 formas

- Con un proveedor de Lima, a través de un distribuidor en Piura para todo tipo de papel. El tiempo de abastecimiento es de 5 días.

- Adquirir con proveedores de la localidad insumos de uso relativamente bajo como tintas, soluciones de agua; pues sus precios no se diferencian mucho con los de Lima. Tiempo de abastecimiento es 01 día.

- En forma mixta adquiriendo tanto de proveedores de Lima u otro lugar como locales, es el caso de las placas.

a) INSUMOS :

a.1 PAPEL :

- Bond 60 gr.
- Bond corriente
- Copia (4 colores)
- Periódico
- Bulki
- Sello de agua
- Graf
- Poliéster
- Cartulina

a.2 TINTA :

- Negra
- Color

a.3 OTROS :

- Solución de agua
- Juego de placas
- Pabilo
- Cola
- ETC.

6.- PRODUCTIVIDAD :

En este tipo de producción, la productividad se puede conseguir a través de la experiencia y la capacitación de los mismos operarios, en el manejo de las máquinas y en la utilización de los insumos.

La máquina impresora Offset está trabajando a una capacidad menor que la capacidad máxima y la velocidad de impresión puede ir aumentando de 3,200 a 6,200 copias/hora a medida que los operarios logren una mejor utilización por medio de la experiencia y el mejoramiento de los métodos de trabajo.

7.- PLANEAMIENTO DE LA MANO DE OBRA, INSUMOS Y EQUIPOS :

Tenemos que establecer un programa de producción, partiendo del número de millares demandados en un período de tiempo, que puede ser de 01 mes o de 01 año .

a) MANO DE OBRA.- El personal necesario en el área de producción repartido en las 03 sub-áreas : Montaje, Impresión y Manipulado.

- MONTAJE : 01 operario (Más dibujante)

- IMPRESION : 01 operario

- MANIPULADO: 01 operario

T O T A L : 03 Operarios que serán supervisados por el jefe de Producción.

b) INSUMOS .- Materia prima necesaria para 01 mes de producto terminado :

	PRECIO/U	PRECIO TOTAL
- 56 millares papel bond 60 gr.	\$ 7.78	\$ 435.68
- 32 millares papel bond corriente	\$ 6.67	\$ 213.44
- 54 millares papel copia	\$ 5.56	\$ 300.24
- 12 millares papel periódico	\$ 5.33	\$ 63.96
- 18 millares papel bulki	\$ 4.44	\$ 79.92
- 17 millares sello de agua	\$ 18.89	\$ 321.13
- 5 latas tinta negra (1 kg.)	\$ 13.71	\$ 68.55
- 3 latas tinta color (1/2 kg.)	\$ 11.78	\$ 35.34
- 2 latas de solución de agua	\$ 7.00	\$ 14.00
- 8 juegos placas electrostáticas	\$ 76.78	\$ 614.24
- 2 juegos placas de metal	\$144.35	\$ 288.70
- 15 resmas de papel graf	\$ 21.11	\$ 316.65
- 15 resmas papel cartulina	\$ 22.67	\$ 340.05
- 50 pliegos papel poliester	\$ 3.33	\$ 166.5
- OTROS		\$ 41.6
	<u>TOTAL</u>	<u>\$ 3,300.-</u>

c) EQUIPOS .- Para cubrir la cantidad demandada de millares se requerirán de los equipos ya especificados, que estarán funcionando según la demanda o los pedidos de los clientes. Si la máquina impresora offset tiene una velocidad máxima de 6,200 copias/hora o 7'440,000 hojas/año, entonces :

6.2 millares --- 60 minutos

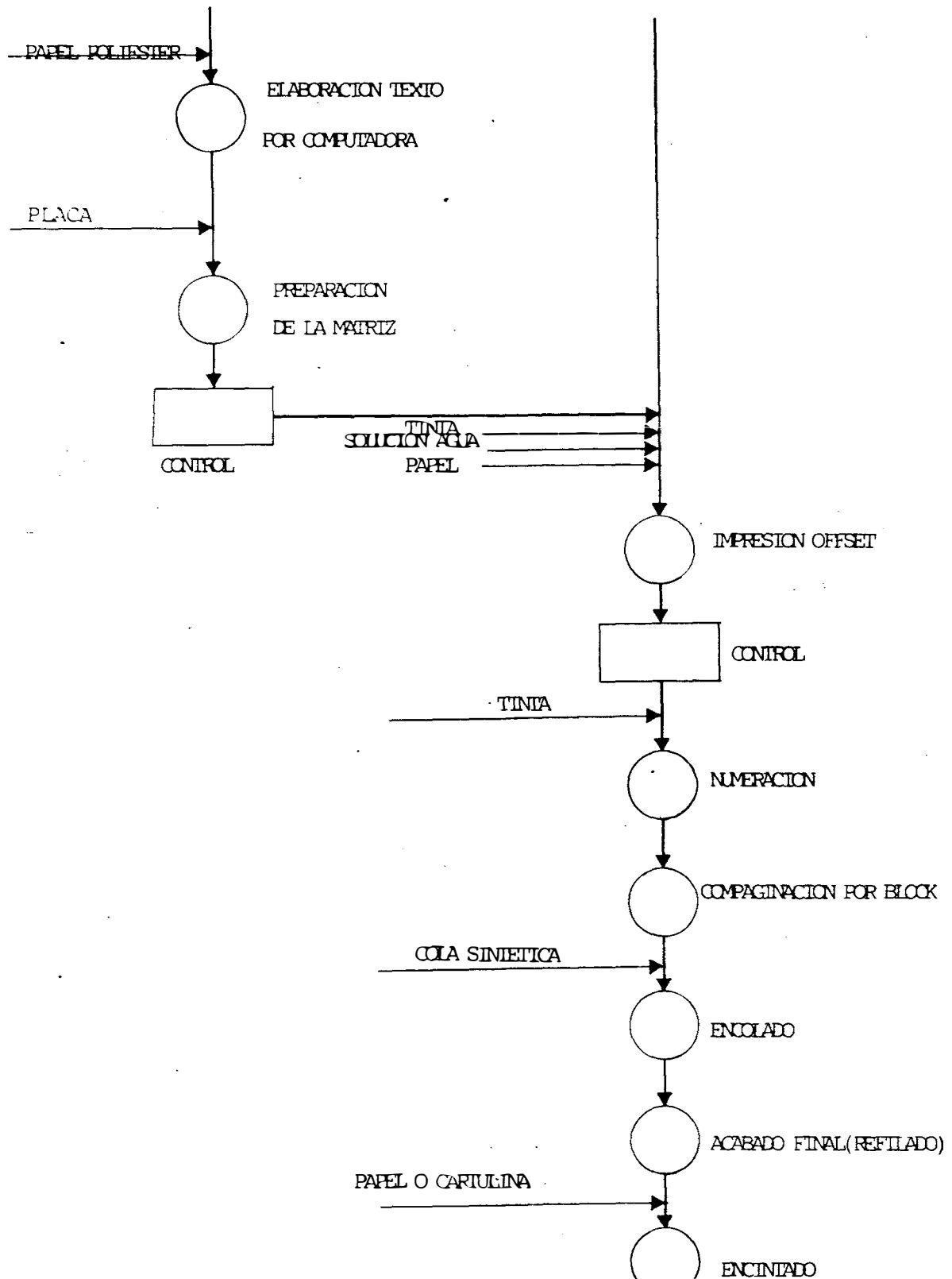
1.0 millar --- X

X = 9.6774 minutos/millar.

Si se trabaja a velocidad mínima de 3,200 copias/hora. Tenemos:

3.2 m X = 18.75 minutos/millar

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO : ANEXO I





Lima, 28 de Setiembre de 1981.

Señorita
Srta. L. L. L.
Sr. L. L. L. - 111-
Lima.

Muy señor(es) nuestro(s):

Nos es grato someter a su consideración nuestro Sistema de Impresión Offset RICOH 1010 y S-1, la manera más económica y simple de impresión profesional para oficinas, colegios, universidades, laboratorios, centros de copiado, etc.

C A R A C T E R I S T I C A S

- 1 Máquina impresora offset marca RICOH, modelo 1010 con las siguientes características:
 - Imprime desde papel periódico (45 gramos) a cartulina (160 gramos).
 - Lavador de mantilla automático.
 - Velocidad variable de 3,200 a 6,200 copias por hora.
 - Conjunto de 7 rodillos entintadores.
 - Area máxima de impresión 24.6 x 34 cm.
 - Mesa alimentadora y receptora para 900 hojas.
 - Contómetro de alimentación de papel automático.
 - Reglas sujetadoras de matrices (con o sin perforaciones).
 - No usa molletones.
 - Peso 75 Kgs.
 - Energía eléctrica: 100 - 240 V., 50Hz - 60Hz.
 - Dimensiones: 60 cm. Ancho, 54 cm. Alto, 42 cm. Fondo.
 - Muy fácil de operar con unos cuantos minutos de práctica.

...//

 **stansa s.a.**
Constituidos 1112 San R.
Calle 1400 2443 Lima
Calle 2045 Pl. S.J.A.N.S.
Tels. 248-4854 y 220-
2249-412201-220-
2249-412201-220-

arequipa

chiclayo

piura

trujillo

- 1 Máquina para preparar matrices para offset, marca RICOH modelo S-1, con las siguientes características:

- Copia de cualquier original, hasta de objetos tridimensionales.
- Muy fácil de operar con unos cuantos minutos de práctica.
- Una matriz se obtiene en sólo 30 segundos.
- Puede usarse como fotocopidora usando papel electrostático.
- Energía eléctrica de 100 a 240 V., 50HZ - 60HZ.
- Peso 40 Kgr.
- Dimensiones: 77 cm. Ancho, 27 cm. Alto, 47 cm. Fondo.

- 1 Máquina para quemar matrices FUSER (horno fundidor).
Complemento de la máquina RICOH S-1.

GARANTIA: 6 meses contra cualquier desperfecto de fábrica después del cual podemos brindarles servicio técnico contando para ello con técnicos especializados y stock de repuestos genuinos.

PRECIO AL CONTADO RICOH 6,300. Impresora

PRECIO AL CONTADO RICOH 3,200. Matricadora.

Incluido IVA

Forma de pago : CONTADO

precio CAG- con Débito : 15 % de descuento.

Cédula 15 días.

En espera de sus gratas órdenes, quedamos de Ud.(s),

Atentamente,

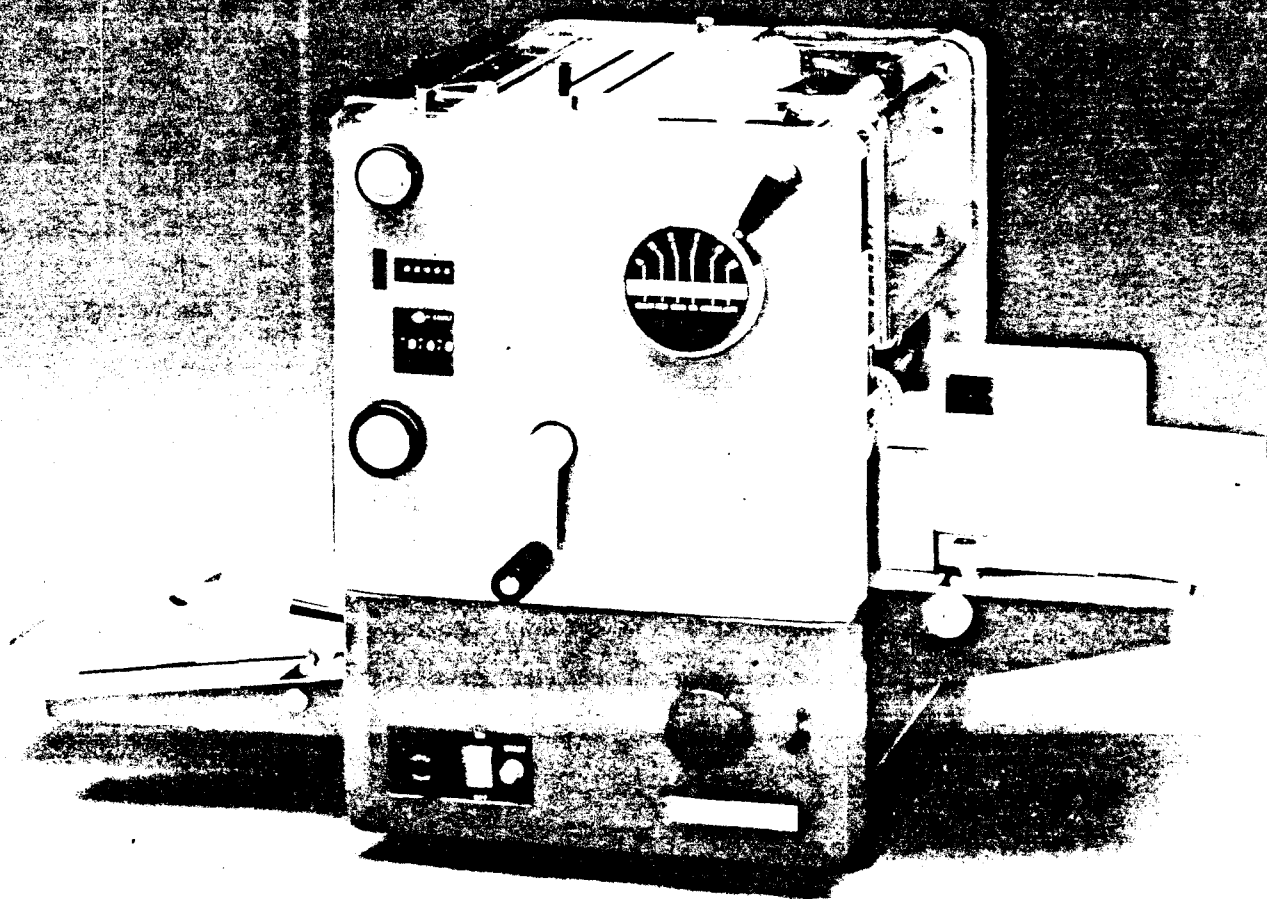
STANSA S.A.

stansa s.c

RICOH

RICOH OFFSET 1010

**La versátil impresora
offset de sobremesa**



RICOH OFFSET 1010

Requiere menos espacio que un escritorio

La offset Ricoh 1010 está considerada como la impresora de calidad profesional más pequeña que se comercializa hoy en día.

Economía y eficiencia de la

detención automática

Ponga en marcha la impresora y déjela trabajar sola. La operación se detendrá cuando el contador prefijado llegue a cero. Esto da libertad al operador para hacer otras tareas y economiza papel.

Facilidad y flexibilidad de ajuste

El ajuste del cilindro de acuerdo al peso del papel y el grosor de la matriz se efectúa rápidamente. La posición de la impresión también puede ajustarse con facilidad, tanto vertical como horizontalmente.

Operación simple

El entintado, la alimentación de papel, la impresión y la limpieza de la mantilla se controlan por medio de una sola palanca. Una mordaza de un sólo golpe engancha instantáneamente cualquier tipo de matriz.

Especificaciones:

Velocidad de impresión

3.200 a 6.200 hojas/hora

Tamaño del papel

Mínimo 90 x 130 mm.

Máximo 290 x 390 mm.

Peso del papel

40 a 153 gr/m²

Area de impresión máxima

246 x 340 mm.

Capacidad de la mesa de alimentación

900 hojas de papel de 51 gr.

Conjunto de rodillos

7 piezas

Método de alimentación del papel

Rodillo de fricción

Energía eléctrica

100 - 240 V. 50 Hz 60 Hz

Dimensiones

60 cm. de ancho, 54 cm. de alto,

42 cm. de fondo

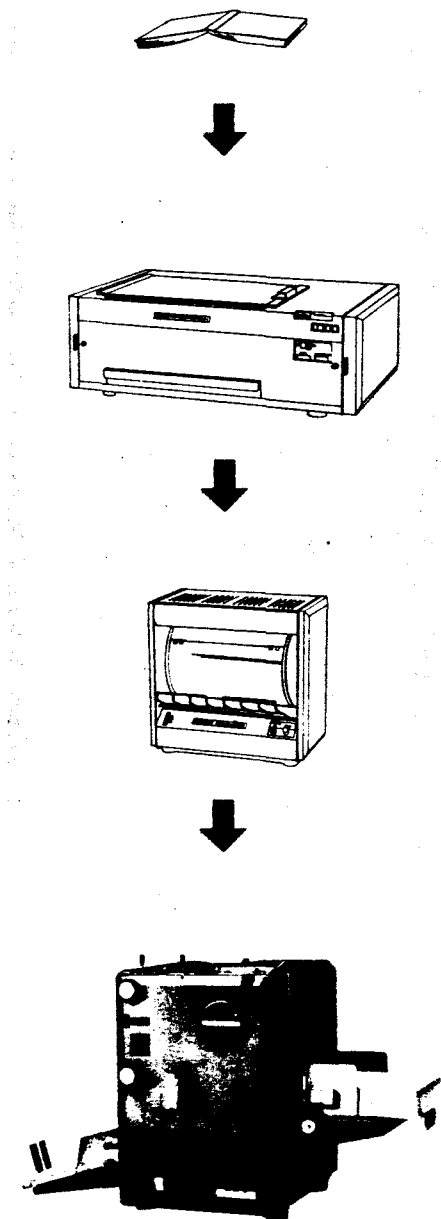
Peso

75 Kg.

Las especificaciones están sujetas a cambios

Amplia graduación de la velocidad de impresión

Para adaptarse al tipo de trabajo y a las preferencias personales, la velocidad de impresión puede ser ajustada desde 3.200 hasta 6.200 hojas por hora. Los resultados son siempre nítidos.



RICOH

RICOH COMPANY, LTD.

15-5 Minami-Aoyama, 1-Chome, Minato-Ku

Tokyo 107, Japan

Tel. Tokyo 479-3111 Cable: RICOHBLDG TOKYO

Telex 242-5415

RICOH ESPAÑA, S.A.

Vitarda 45, Barcelona. 08014 Spain

Para más información, sírvase contactar a



stansa

Conquistadores 1112 San Isidro

dasa

SOCIEDAD ANONIMA

Señor(es) Jenny Cabrera E.

PROFORMA No. _____

Fecha 12-10-90Vence 12-11-90Dirección Av. Moquegua 592-Piura

Condiciones de Pago:

Atención: ContadoContado

Someteremos a vuestra consideración lo siguiente:

Serano

ARTICULO:

1	Guillotina manual de 46 cm. de boca - Campeador -	540'000,000
1	Numeradora Leibinger. de retroceso 6 cifras -	56'250,000
		5'962'50,000
	I.G.V.	83'475,000
		679'725,000

Aceptado

por DASA S.A.



MICROCHIP S.A.

LA CADENA DE COMPUTO MAS GRANDE DEL PAIS

Oficina Principal: Av. Salaverry 2215 - San Isidro - LIMA, telfs. 700685 - 702627
Sucursales : Av. Pizarro 512 - TRUJILLO, telf. 251488
Av. Grau 278 - PIURA, telf. 334677
Av. Luis Gonzales 507 - CHICLAYO, telf. 224081

PROFORMA

Fecha, 11 de 11 de 19 90,
Señor(es) JENNY CABREDA
Dirección Av. BOLOGNESI 811-B Teléf. 32-2689

1/ MICROCOMPUTADORA DTK XT DDTD 1000

• MICROPROCESSOR 8088

• VELOCIDAD 10 MHz

• 640 Kb MEMORIA RAM

• TDRDIO OPTICO HGP

• 02 DISK DRIVE DE 360 Kb de 5 1/4"

• TECLADO ENHANCED (DI TECLAS)

• MONITOR MONOCROMATICO 12"

Precio Unitario \$ 823.

2/ Microcomputadora DTK XT DDTD 1000

• Idem anterior pero con 01 Hard disk de 30 MB

Precio Unitario \$ 1,145.-

3/ IMPRESORA "SEIKO" SP-2000

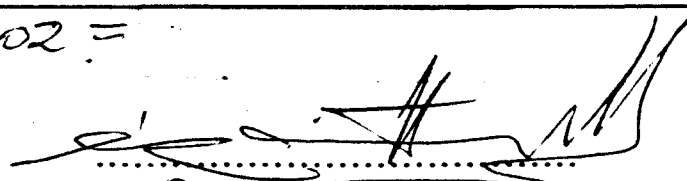
• 80 Columnas.

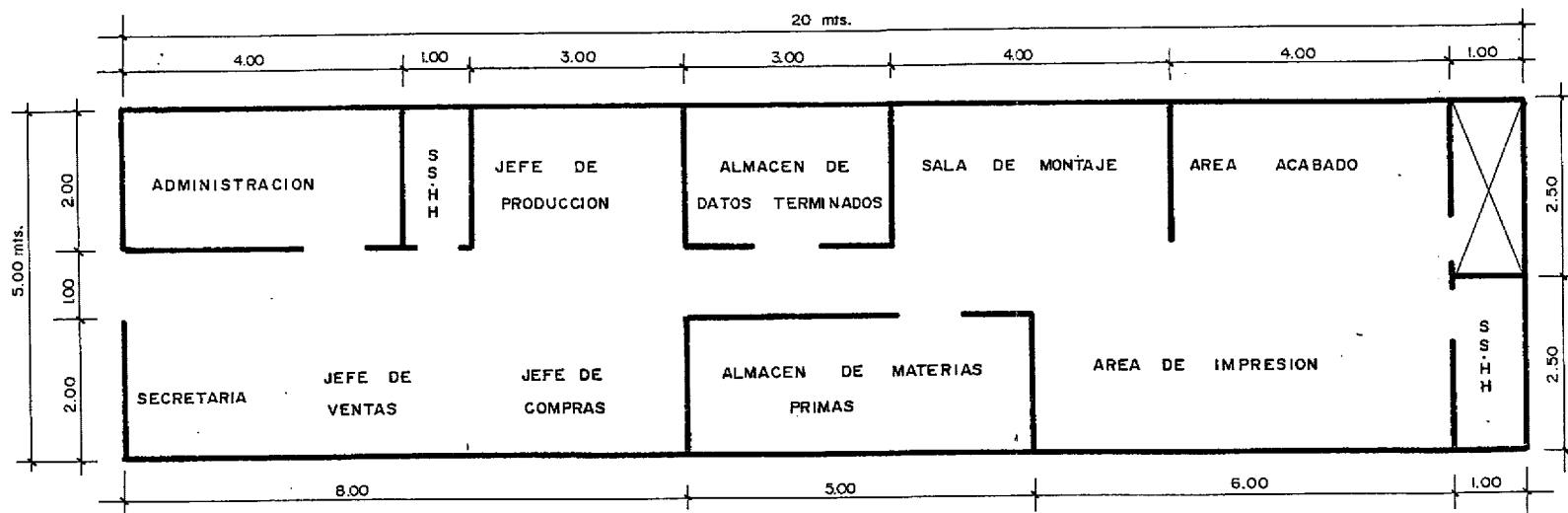
• 196 CPS. \$ 302.-

* Precio ya incluyen IGV.

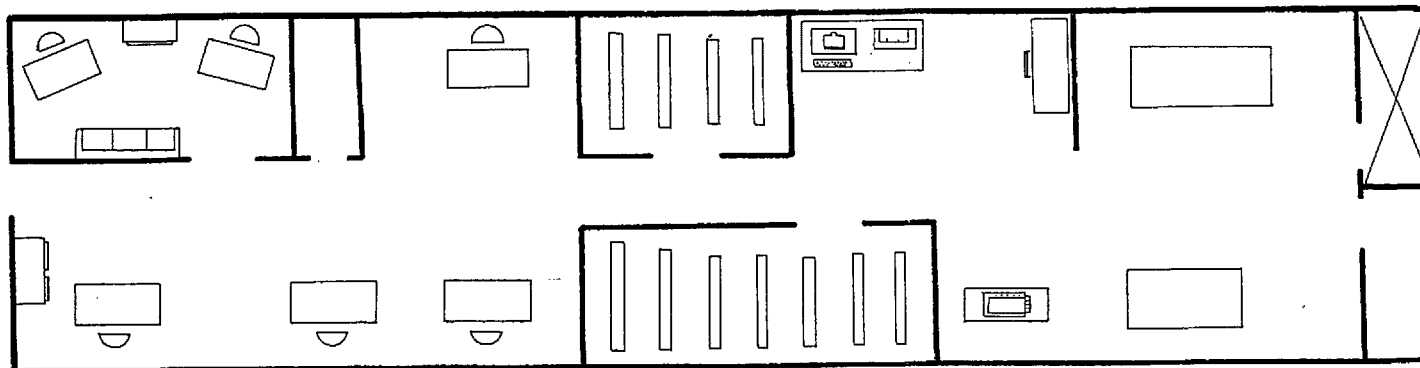
* Garantia 18 meses

* Software gratis.


Vendedor
Ruben Calle



		Fecha	Nombre	UNIVERSIDAD DE PIURA
Dibujado			JAL	
Revisado				
PROGRAMA ACADEMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
INSTALACION DE UN TALLER DE PRODUCTOS GRAFICOS			DISTRIBUCION DEL TERRENO	ESCALA 1:125
JENNY CABRERA ESPINOSA			ANEXO III	PLANO I



	Fecha	Nombre	UNIVERSIDAD DE PIURA		
Dibujado		JAL			
Revisado					
			PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
INSTALACION DE UN TALLER DE PRODUCTOS GRAFICOS			DISTRIBUCION DE MAQUINARIA Y EQUIPO	ESCALA 1:125	
JENNY CABRERA ESPINOSA			ANEXO IV	PLANO 2	

Gestetner S.A.

LOS CEDROS No. 246
SAN ISIDRO

Teléfono 428300 Lima - Perú

PROFORMA N° 29924

MAQUINAS

- OFFSET
- COPIADORAS
- MimeoGRAFOS
- GUILLOTINAS
- ENCUADERNADORAS
- DOBLADORAS
- SUMINISTROS
- TINTAS
- STENCILS
- PAPELES
- PLACAS OFFSET
- SOLUCIONES

SERVICIO
A NIVEL NACIONAL

COPIA

GERENCIA REGIONAL
SUPERVISOR
ARCHIVO VENDEDOR

NOMBRE O RAZON SOCIAL				
DIRECCION				
FECHA		TELEFONO		
Cantidad	Descripción	Modelo	Precio Unitario	Total
01	Cy Plan. Electrostet	8K	26.62	
01	Cy Plan. Metel	8K	67.35	
01	Tute. Nepe 82Kls		22. =	
01	Solu. Fanti FMEC		6.03	
01	Rolledor OCTIS		64. =	
+ IGV 14% =				
SUB TOTAL VALOR DE VENTA				

MAQUINAS T I	DESCRIPCION
SUB TOTAL VALOR DE VENTA	
GASTOS DE FINANCIACION	
TOTAL VALOR DE VENTA	
IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS 11 %	
FLETE	
TOTAL PRECIO DE VENTA	

FORMA DE PAGO					
C. INICIAL Y FLETE	SALDO	N°/L	IMP. C/LETRA	R.F.V.P.	VALIDEZ DE LA OFERTA
					15 días

ATENTAMENTE



¡CALIDAD EN COPIAS!

ACEPTACION

FIRMA

SUCURSALES

LIMA: Jr. Puno F. sq. Carabaya
Teléfono 270192
Pasaje de la República 3058 San Isidro
Teléfono 495349

PIURA: Libertad 675
Teléfono 327714
CHICLAYO: Bata 602
Teléfono 223001
TRUJILLO: D. de Almagro 579
Teléfono 245112

AREQUIPA: La Merced 202 A
Teléfono 212216
CUSCO: Av. Sol 319
Teléfono 226151
HUANCAYO: Jr. Puno 231
Teléfono 232951

ICA: Urb. Santo Domingo F. 37
Tel. 225940
TARAPOTO: Maynas 286 Tel. 2144
IQUITOS: Jr. Próspero 175
Teléfono 231106
HUANUCO: Independencia 1354

SERVITECS Rep. General S.R.L.

A : YENNY CABRERA
DE : SERVITECS SRL
Fecha: 23.10.90

C O T I Z A C I O N

01 Escritorio de 1.20 x 0.75 x 0.75 de 04 gavetas Mod.Secret. I/.	55'550,000.
01 Escritorio de 1.50 x 0.75 x 0.75 de 07 gavetas Mod.Gerente	69'555,000.
01 Sillon Mod.Gerente reclinable base de metal con garruchas	39'800,000.
01 Archivador metálico de 04 gavetas	56'230,000.
01 Mesa de trabajo de 1.50 metalico en formica.	44'000,000.

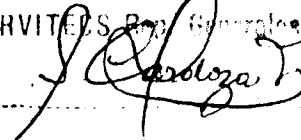
CONDICIONES

FORMA DE PAGO	CONTADO CONTRA ENTREGA
PRECIO NETO	INCLUIDO IMPUESTOS
ENTREGA	INMEDIATA
VALIDEZ DE OFERTA	05 DIAS

Se Sirvase presentar su proforma al acercarse a ser su compra. &

Muchas gracias por su visita.

SERVITECS Rep. General S.R.L.



Rep. Ventas

C A P I T U L O V

I N V E R S I O N E S

1.- ACTIVOS FIJOS TANGIBLES :

A) MAQUINARIA Y EQUIPO :

- Máquina Impresora Offset marca	
RICOH modelo 1010	\$ 6,300.00
- Matricera marca RICOH modelo S-1	\$ 3,200.00
- Microcomputadora DTK XT	\$ 1,145.00
- Impresora computadora SEIKOSHA	\$ 302.00
- Guillotina manual Campeador	\$ 1,368.00
- Numeradora Leibinger	\$ 142.50

- Máquina de escribir mecánica	\$ 155.00
- Máquina sumadora	\$ 128.00
- Motofurgón	<u>\$ 3,200.00</u>
TOTAL (1)	<u>\$ 15,940.50</u>

B) MUEBLES Y ENSERES :

- 01 escritorio modelo gerente 1.5 * 0.75 cm.	\$ 155.00
- 05 escritorios modelo secretaria 1.2 * 0.75 cm	\$ 617.00
- 01 sillón modelo gerente	\$ 88.00
- 05 sillas modelo secretaria	\$ 340.00
- 08 sillas simples	\$ 272.00
- 03 armarios o anaqueles	\$ 390.00
- 01 archivador metálico de 04 gavetas	\$ 125.00
- 03 mesas de trabajo 1.5 m. metálico en formica.	\$ 293.00
- 01 teléfono	\$ 70.00
- 01 botiquín	\$ 30.00
- 01 extinguidor	<u>\$ 40.00</u>
TOTAL (2)	<u>\$ 2,420.00</u>

C) TERRENOS :

- Edificaciones (Arreglo del local, le- vantamiento de paredes, pintura, etc.)	<u>\$ 2,000.00</u>
TOTAL (3)	\$ 2,000.00

2.- ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES :

A) COSTO DEL ESTUDIO DE MERCADO	\$ 900.00
B) GASTOS PREOPERATIVOS (Licencias, permisos, reclutamiento de personal, selección y otros)	<u>\$ 1,100.00</u>
TOTAL (4)	<u>\$ 2,000.00</u>

3.- CAPITAL DE TRABAJO : Será determinado según el tiempo en que demore la empresa en entrar en funcionamiento y de empezar a recibir ingresos por ventas, este capital de trabajo variará en los distintos rubros que los conforman , de la siguiente manera :

A) REMUNERACIONES MAS LEYES SOCIALES (01 mes)	\$ 2,372.62
B) GASTOS VARIOS (AGUA,LUZ Y TELEFONO)(03meses)	\$ 750.00
C) MATERIA PRIMA E INSUMOS (01 mes)	\$ 3,000.00
D) ALQUILER (03 meses)	\$ 450.00
E) PUBLICIDAD (02 meses)	\$ 543.40
F) IMPREVISTOS (01 mes)	<u>\$ 83.98</u>
TOTAL (5)	<u>\$ 7,200.00</u>

4.- I N V E R S I O N T O T A L :

- ACTIVOS FIJOS TANGIBLES 1+ 2 + 3	\$ 20,360.50
- ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES (4)	\$ 2,000.00
- CAPITAL DE TRABAJO (5)	<u>\$ 7,200.00</u>

T O T A L \$ 29,560.50

C A P I T U L O V I

F I N A N C I A M I E N T O

1.- FUENTES :

La inversión total de 29,560.50 \$ será financiado de la siguiente manera :

RECURSOS PROPIOS	32.34%	\$ 9,560.50
RECURSOS TERCEROS	67.66%	<u>\$ 20,000.00</u>
T O T A L		\$ 29,560.50

El monto de préstamo de \$ 20,000.00 se financiará por medio de la línea de crédito en dólares que brinda el Banco Industrial del Perú. Se caracteriza por:

- Línea de crédito con recursos propios del Banco F.R.I. del B.I.D. (Fondo de Reactivación Industrial del BID).

- El monto que financia es hasta el 70% del valor total de la inversión, pero nuestros requerimientos ascienden al 67.66%.
- Es pagadero en 3 años con 1 año de gracia. El 2º año se reembolsa el 40% del principal, y el 3º año se reembolsa el 60% restante.
- T.E.A. = 15% capitalizable trimestralmente.
- $i = 3.556\%$ trimestral.



2.- TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO BANCARIO :

PERIODO	DEUDA INICIAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERESES	PAGO TOTAL	DEUDA FINAL
01	20,000.00	-----	711.20	711.20	20,000.00
02	20,000.00	-----	711.20	711.20	20,000.00
03	20,000.00	-----	711.20	711.20	20,000.00
04	20,000.00	-----	711.20	711.20	20,000.00
05	20,000.00	2,000.00	711.20	2,711.20	18,000.00
06	18,000.00	2,000.00	640.08	2,640.08	16,000.00
07	16,000.00	2,000.00	568.96	2,568.96	14,000.00
08	14,000.00	2,000.00	497.84	2,497.84	12,000.00
09	12,000.00	3,000.00	426.72	3,426.72	9,000.00
10	9,000.00	3,000.00	320.04	3,320.04	6,000.00
11	6,000.00	3,000.00	213.36	3,213.36	3,000.00
12	3,000.00	3,000.00	106.68	3,213.36	-----

3.- CALENDARIO DE LAS INVERSIONES :

ACTIVIDAD / M E S	01	02	03	04	05	06
CONSTITUCION	X					
APORTE DESOCIOS	X					
TRAMITES LEGALES	X	X				
GAST.PREOPERAT.		X	X			
SOLICITUD CREDITO				X		
GAST.ALQUILER					X	X
EDIFICACIONES					X	
COMPRA MAQUINARIA				X	X	
COMPRA MUEB.Y ENSER.					X	
SUELDOS Y SALARIOS						X
IMPREVIST.(SERV 3º)						X
PUBLICIDAD					X	X
COMPRA MATERIA PRIMA						X
FUNCIONAMIENTO						X

C A P I T U L O V I I

P R E S U P U E S T O D E I N G R E S O S Y G A S T O S

1.- ANALISIS DE LOS INGRESOS Y GASTOS :

a) INGRESOS.-

Se ha establecido un precio de venta ponderado para todo tipo de producto gráfico partiendo del precio de venta de 06 productos principales y de su participación en cantidad sobre ventas:

<u>PRODUCTO</u>	<u>PRECIO</u>	<u>PARTICIPACION</u>
FACTURAS	\$ 26.38/millar	35%
TALONARIOS	\$ 22.02/millar	25%
CARTAS	\$ 22.02/millar	15%

PRODUCTO	PRECIO	PARTICIPACION
----------	--------	---------------

SOBRES	\$ 40.66/millar	10%
--------	-----------------	-----

VOLANTES	\$ 25.05/millar	10%
----------	-----------------	-----

ETIQUETAS	\$ 42.96/millar	5%
-----------	-----------------	----

PRECIO PROMEDIO PONDERADO	\$ 26.76/millar
---------------------------	-----------------

AÑOS	PARTICIPACION MERCADO (1)	FRECUENCIA DE COMPRA	CRECIMIENTO DE MERCADO
------	------------------------------	-------------------------	---------------------------

1º	7 %	2.469 vec/año	----
----	-----	---------------	------

2º	9%	2.469 vec/año	1.5%
----	----	---------------	------

3º	10.5%	2.469 vec/año	1.5%
----	-------	---------------	------

4º	10.5%	2.469 vec/año	1.5%
----	-------	---------------	------

5º	10.5%	2.469 vec/año	1.5%
----	-------	---------------	------

AÑOS	VENTAS MILLARES	VENTAS DOLARES
1º	3,471	92,884 (2)
2º	4,529	121,200.-
3º	5,363	143,520.-
4º	5,444	145,673.-
5º	5,525	147,858.-

(1) De un total de 20,081 empresas para el primer año

(2) El primer mes hay descuentos entonces las ventas son menores

Para el primer mes de funcionamiento se van a otorgar descuentos de diverso tipo así como promociones, que se detallan en el plan comercial por lo que las ventas para el primer año ascenderán a \$ 91,503.- dividido de la siguiente manera :

1º mes \$ 6,351.-
 2º al 5º y 7º al 10º \$ 7,734 c/u
 6º, 11º y 12º \$ 7,760.- c/u

b) GASTOS.-

- COSTOS VARIABLES : Se ha determinado que los costos variables que incurriremos son :

MATERIA PRIMA (1)

AÑOS	MENSUAL	ANUAL
1º	\$ 3,600	\$ 39,600
2º	\$ 4,306	\$ 51,671
3º	\$ 5,099	\$ 61,186
4º	\$ 5,176	\$ 62,110
5º	\$ 5,253	\$ 63,034

COMISIONES : Nº vendedores 3

3 % ventas para cada vendedor = 9%

OTROS : Combustible, pago dibujante, etc. = 1%

(1) La materia prima variará en la misma proporción que las ventas.

- COSTOS FIJOS :

	<u>MENSUAL</u>	<u>ANUAL</u>
Sueldos (1)	\$ 2,027.88	\$ 24,334.56
Prestaciones	\$ 344.74	\$ 4,136.88
Gratificaci ones	\$ 506.97(2)	\$ 1,013.94
Honorarios	\$ 53.33	\$ 639.96
Gastos:Agua,luz,tel.	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Alquiler	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Publicidad (3)	\$ 321.80	\$ 3,440.48(4)
Imprevistos	\$ 30.00	\$ 360.00
Utiles oficina	\$ 20.00	\$ 240.00
TOTAL.....	1º año	\$ 38,965.82
	2º/5º año	\$ 42,428.76

(1) CAPITULO ORGANIZACION : ESTRUCTURA SUELDOS

(2) A partir del 2º año= 2,027.88/mes = 4,055.76

(3) Publicidad 1º año CAPITULO ESTUDIO DE MERCADO

(4) Apartir del 2º año = 321.8/mes = 3,861.6

2.- BALANCE DE APERTURA :

<u>A C T I V O</u>		<u>P A S I V O</u>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	
CAJA	\$ 7,200.00	PRESTAMO BANCARIO	\$ 20,000.00
<u>ACTIVO FIJO TANGIBLE</u>			
MAQUINARIA	\$ 15,940.50		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,420.00		
EDIFICACIONES	\$ 2,000.00	<u>P A T R I M O N I O</u>	
<u>ACTIVO FIJO INTANGIBLE</u>			
COSTO ESTUDIO MERCADO	\$ 900.00	CAPITAL	\$ 9,560.50
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 1,100.00		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 29,560.50</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>\$ 29,560.50</u>

3.- PROYECCIONES DE LOS ESTADOS FINANCIEROS :

a) FLUJO DE CAJA DETALLADO MES A MES (1º AÑO) :

	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS	—	6,351.00	7,734.00	7,734.00	7,734.00	7,734.0	7,760.-	7,734.-	7,734.-	7,734.-	7,734.-	7,760.-	7,760
EGRESOS													
MATERIA PRIMA	3,000.-	3,600.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	3,300.-	4,306.-
SUELDOS	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88
PRESTACIONES	344.74	344.74	344.74	344.74	344.73	344.74	344.74	344.74	344.74	344.74	344.74	344.74	344.74
GRATIFICACIONES	—	—	—	—	—	—	506.97	—	—	—	—	—	506.97
HONORARIOS	—	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33	53.33
COMISIONES	—	571.59	696.06	696.06	696.06	696.06	698.40	696.06	696.06	696.06	696.06	698.40	698.40
OTROS (1%)	—	63.51	77.34	77.34	77.34	77.34	77.60	77.34	77.34	77.34	77.34	77.60	77.60
GAST.VARIOS	500.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
ALQUILER	300.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
PUBLICIDAD	543.40	321.80	321.80	214.68	214.68	214.68	321.80	321.80	321.80	214.68	214.68	214.68	321.80
IMPREVISTOS	83.98	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
UTIL.OFICINA	—	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
PAGO INTERES	—	711.20	—	—	711.20	—	—	711.20	—	—	711.20	—	—
TOTAL EGRESOS	6,800.00	8,144.05	7,271.15	7,164.03	7,875.23	7,164.03	7,780.72	7,982.35	7,271.15	7,164.03	7,875.23	7,166.63	8,786.72
FLUJO DE CAJA	(6,800.-)	(1,793.05)	462.85	569.97	(141.23)	569.97	(20.72)	(248.35)	462.85	569.97	(141.23)	593.37	(1,026.72)
CAJA INICIAL	7,200.00	400.00	(1,393.05)	(930.20)	(360.23)	(501.46)	68.51	47.79	(200.56)	262.29	832.26	691.03	1,284.40
CAJA FINAL	400.00	(1,393.05)	(930.20)	(360.23)	(501.46)	68.51	47.79	(200.56)	262.29	832.26	691.03	1,284.40	257.68

b) ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS : (5 AÑOS)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
V E N T A S	91,503.-	121,200.-	143,520.-	145,673.-	147,858.-
<u>COSTOS VARIABLES</u>					
MATERIA PRIMA	39,600.-	51,671.-	61,186.-	62,110.-	63,034.-
COMISIONES(9%)	8,235.27	10,908.-	12,916.80	13,110.57	13,307.22
OTROS (1%)	915.03	1,212.-	1,435.20	1,456.73	1,478.58
UTILIDAD BRUTA	42,752.70	57,409.-	67,982.-	68,995.70	70,038.20
COSTOS FIJOS	42,222.42(1)	42,428.76	42,428.76	42,428.76	42,428.76
FONDO AMORTIZAC.	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88
DEPREC.+ AMORTIZ.	1,975.05	1,975.05	1,975.05	1,975.05	1,975.05
U.A. INTERES	(3,472.65)	10,977.31	21,550.31	22,564.01	23,606.51
INTERESES	2,844.80	2,418.08	1,066.80	----	----
UTILIDAD NETA	(6,317.46)	8,559.23	20,483.51	22,564.01	23,606.51

(1) Incluye capital de trabajo menos existencias, publicidad y 01 mes de alquiler y gastos varios.

c) FLUJO DE CAJA ACUMULADOS (5 AÑOS) :

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	91,503.-	121,200.-	143,520.-	145,673.-	147,858.-
<u>EGRESOS</u>					
MATERIA PRIMA	43,906.-	52,464.-	61,263.-	62,187.-	63,034.-
SUELDOS	26,362.44	24,334.56	24,334.56	24,334.56	24,334.56
PRESTACIONES	4,481.62	4,136.88	4,136.88	4,136.88	4,136.88
GRATIFICACIONES	1,013.94	4,055.76	4,055.76	4,055.76	4,055.76
HONORARIOS	639.96	639.96	639.96	639.96	639.96
COMISIONES	8,235.27	10,908.-	12,916.80	13,110.57	13,307.22
OTROS	915.03	1,212.-	1,435.20	1,456.73	1,478.58
GASTOS VARIOS	3,500.-	3,000.-	3,000.-	3,000.-	3,000.-
ALQUILER	2,100.-	1,800.-	1,800.-	1,800.-	1,800.-
PUBLICIDAD	3,762.28	3,861.60	3,861.60	3,861.60	3,861.60
IMPREVISTOS	443.98	360.-	360.-	360.-	360.-
UTILES OFICINA	240.-	240.-	240.-	240.-	240.-
PAGO INTERES	2,844.80	2,418.08	1,066.80	----	----
PAGO PRINCIPAL	----	8,000.-	12,000.-	----	----
<u>TOTAL EGRESOS</u>	<u>98,445.32</u>	<u>117,430.84</u>	<u>131,110.56</u>	<u>119,183.06</u>	<u>120,248.56</u>
FLUJO DE CAJA	(6,942.32)	3,769.16	12,409.44	26,489.94	27,609.44
CAJA INICIAL	7,200.-	257.68	4,026.84	16,436.28	42,926.22
CAJA FINAL	257.68	4,026.84	16,436.28	42,926.22	70,535.66

d) BALANCE GENERAL AL FINAL DE LOS 5 AÑOS :

BALANCE GENERAL AL FINAL DEL 1º AÑO :

<u>A C T I V O</u>		<u>P A S I V O</u>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	
CAJA	\$ 257.68	PRESTAMO BANCARIO	\$ 20,000.-
EXISTENCIAS	4,306.-	PROVISION PARA BENEFI-	
PAGOS POR ADELANT.	321.80	CIOS SOCIALES	2,027.88
<u>ACTIVO FIJO</u>		<u>P A T R I M O N I O</u>	
TANGIBLE	20,360.5	CAPITAL	9,560.50
INTANGIBLE	2,000.-	UTILIDAD DEL EJERCICIO	(6,317.45)
DEPRECIACION	(1,775.05)		
AMORTIZACION	(200.-)		
TOTAL ACTIVO	\$ <u>25,270.93</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ <u>25,270.93</u>

BALANCE GENERAL AL FINAL DEL 2º AÑO :

<u>A C T I V O</u>		<u>P A S I V O</u>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	
CAJA	\$ 4.026.84	PRESTAMO BANCARIO	\$ 12,000.-
EXISTENCIAS	\$ 5,099.-		
PAGOS POR ADELANT.	\$ 321.80	PROV. BENEFIC. SOC.	\$ 4,055.76
<u>ACTIVO FIJO</u>			
TANGIBLE	\$ 20,360.50		
INTANGIBLE	\$ 2,000.-	<u>P A T R I M O N I O</u>	
DEPRECIACION	(3,550.10)	CAPITAL	\$ 9,560.50
AMORTIZACION	\$ (400.-)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 8,559.23
		UTILIDADES RETENIDAS	\$ (6,317.45)
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 27,858.04</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMON.	<u>\$ 27,858.04</u>

BALANCE GENERAL AL FINAL DEL 3º AÑO :

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO</u>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	
CAJA	\$ 16,436.28		
EXISTENCIAS	\$ 5,176.-	PROV. BENEFICIOS SOCIALES	\$ 6,083.64
PAGOS POR ADELANTADO	\$ 321.80		
<u>ACTIVO FIJO</u>		<u>PATRIMONIO</u>	
TANGIBLE	\$ 20,360.50		
INTANGIBLE	\$ 2,000.-	CAPITAL	\$ 9,560.50
DEPRECIACION	\$ (5,325.15)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 20,483.51
AMORTIZACION	<u>\$ (600.-)</u>	UTILIDADES RETENIDAS	<u>\$ 2,241.78</u>
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 38,369.43</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>\$ 38,369.43</u>

BALANCE GENRAL AL FINAL DEL 4º AÑO :

A C T I V O

ACTIVO CIRCULANTE

CAJA	\$ 42,926.22
EXISTENCIAS	\$ 5,253.00
PAGOS POR ADELANTADO	\$ 321.80

ACTIVO FIJO

TANGIBLE	\$ 20,360.50
INTANGIBLE	\$ 2,000.-
DEPRECIACION	\$ (7,100.20)
AMORTIZACION	<u>\$ (800.-)</u>

TOTAL ACTIVO \$ 62,961.32

P A S I V O

PASIVO CIRCUALNTE

PROV. BENEFIC. SOCIALES \$ 8,111.52

P A T R I M O N I O

CAPITAL	\$ 9,560.50
UTILIDAD DEL EJER CICIO	\$ 22,564.01
UTILIDADES RETENIDAS	\$ 22,725.29

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO \$ 62,961.32

BALANCE GENERAL AL FINAL DEL 5º AÑO

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO</u>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	
CAJA	\$ 70,535.66		
EXISTENCIAS	\$ 5,253.-	PROV. BENEFICIOS SOCIALES	\$ 10,139.40
PAGOS POR ADELANTADO	\$ 321.80		
<u>ACTIVO FIJO</u>		<u>PATRIMONIO</u>	
TANGIBLE	\$ 20,360.50	CAPITAL	\$ 9,560.50
INTANGIBLE	\$ 2,000.-	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 23,606.51
DEPRECIACION	\$ (8,875.25)	UTILIDADES RETENIDAS	\$ 45,289.30
AMORTIZACION	\$ (1,000.-)		
TOTAL ACTIVO	\$ 88,595.71	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 88,595.71

£) CUADRO DE ORIGENES Y APLICACIONES :

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA INICIAL	----	4,200.-	257.68	4,026.84	16,436.28	42,926.22
CAPITAL	9,560.50	----	---	----	----	----
PRESTAMO	20,000.-	----	----	----	----	----
UTILIDAD NETA	----	(6,317.45)	8,559.23	20,483.51	22,564.01	23,606.51
DEPRECIAC+AMORTIZ.	----	1,975.05	1,975.05	1,975.05	1,975.05	1,975.05
BENEFICIOS SOCIAL.	----	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88	2,027.88
<u>TOTAL ORIGENES</u>	<u>29,560.50</u>	<u>1,885.48</u>	<u>12,819.84</u>	<u>28,513.28</u>	<u>43,003.22</u>	<u>70,535.66</u>
A.F. TANGIBLE	20,360.50	----	----	----	----	----
A.F. INTANGIBLE	2,000.-	----	----	----	----	----
PAGO DEUDA	----	----	8,000.-	12,000.-	----	----
MATERIA PRIMA	3,000.-	1,306.-	793.-	77.-	77.-	----
PAGOS POR ADEL.	----	321.80	----	----	----	----
CAJA FINAL	4,200.-	257.68	4,026.84	16,436.28	42,926.22	70,535.66
<u>TOTAL APLICACION</u>	<u>29,560.50</u>	<u>1,885.48</u>	<u>12,819.84</u>	<u>28,513.28</u>	<u>43,003.22</u>	<u>70,535.66</u>

4.- PUNTO DE EQUILIBRIO :

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	MARGEN	PREVISION	M.C.U.
		VARIABLES	CONTRIBUC.	VENTAS	(1)
1º	91,503.-	48,750.30	42,752.70	3,471 m.	13.18
2º	121,200.-	63,791.-	57,409.-	4,529 m.	12.68
3º	143,520.-	75,538.-	67,982.-	5,363 m.	12.68
4º	145,673.-	76,677.30	68,995.70	5,444 m.	12.67
5º	147,858.-	77,819.80	70,038.20	5,525 m.	12.68

a) PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE = $\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{M.C.U.}}$ b) PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO= $\frac{\text{COSTOS FIJOS} - (\text{DEPREC} + \text{AMORT.} + \text{BENEF.})}{\text{MARGEN CONTRIB. UNITARIO}}$

AÑOS	COSTOS	DEPRECIACION	P.E.C.	P.E.F.
	FIJOS	BENEFIC, SOCIAL.		
1º	42,222,42	4,002.93	3,507 m.	3,204 m.
2º	42,428.76	"	3,662 m.	3,346 m.
3º	"	"	3,662 m.	3,346 m.
4º	"	"	3,665 m.	3,349 m.
5º	"	"	3,662 m.	3,346 m.

(1) M.C.U. = MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO

5.- CALCULO DEL COSTO POR DEPRECIACION :

	%	INVERSION	DEPRECIAC ANUAL
MAQUINARIA	10 %	\$15,940.50	\$ 1,594.05
MUEBLES Y ENSERES	5 %	2,420.-	121.-
EDIFICACIONES	3%	2,000.-	60.-
INTANGIBLES	10 %	2,000.-	200.-
T O T A L		\$ 22,360.5	\$ 1,975.05

CAPITULO VIII

EVALUACION FINANCIERA

1.- ANALISIS CUANTITATIVO :

a) RATIOS .-

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AC/PC	0.2218	0.5884	----	----	----
(AC - INV)/PC	0.0263	0.2709	----	----	----
PT/AT	0.8717	0.5763	----	----	----
VTAS/AT	3.62	4.35	3.74	2.31	1.67
UN/AT	(0.2499)	0.3072	0.5339	0.3584	0.26 5

b) CALCULO PORCENTUAL :b.1 FLUJO DE CAJA .-

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<u>EGRESOS</u>					
MATERIA PRIMA	47.98	43.29	42.69	42.69	42.63
SUELDOS+LEY.SOC.	33.71	23.49	19.84	19.55	19.25
GRATIF.+HONORAR.	1.81	3.87	3.27	3.22	3.18
COMISIONES+OTROS	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
GAST.VAR.+ALQUILER	6.12	3.96	3.34	3.30	3.25
PUBLICIDAD	4.11	3.19	2.69	2.65	2.61
UTIL.OFIC+IMPREV.	0.75	0.50	0.42	0.41	0.41
PAGO PRINCIPAL	---	6.60	8.36	---	---
PAGO INTERESES	3.11	2.00	0.74	---	---
FLUJO DE CAJA	7.59 %	3.10 %	8.65 %	18.18%	18.67 %

b.2 ESTADO DE RESULTADOS :

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
V E N T A S	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
COST.VARIABLES	53.28	52.63	52.63	52.63	52.63
UTILIDAD BRUTA	46.72	47.37	47.37	47.37	47.37
COSTOS FIJOS	46.14	35.00	29.56	29.13	28.70
DEPREC+AMORTIZ.	2.16	1.63	1.38	1.36	1.34
FONDO INDEMNIZ.	2.22	1.67	1.41	1.39	1.37
U.A.INTERESES	(3.80)	9.06	15.02	16.88	17.33
INTERESES	3.11	2.00	0.74	---	---
UTILIDAD NETA	(6.90)	7.06	14.27	15.49	15.97

c) VALOR ACTUAL NETO: V A NFONDOS GENERADOS

AÑOS	UTIL.NETA	DEPREC+AMORTIZ.	PAGO DEUDA	INTERESES
1º	(6,317.45)	1,975.05	-----	2,844.80
2º	8,559.23	"	8,000	2,418.08
3º	20,483.51	"	12,000.-	1,066.80
4º	22,564.01	"	-----	-----
5º	23,606.51	"	-----	-----

VALOR DE RESCATE= 12,485.25

CAPITAL DE TRABAJO = 7,200.-

T R E M A = 20 % adecuada para el tipo y tamaño de la empresa.

$$\begin{aligned}
 \text{VAN (20\%)} &= -4,342.4 (1+0.2)^{-1} + 10,534.28 (1+0.2)^{-2} + 22,458.56 \\
 &\quad (1+0.2)^{-3} + 24,539.06 (1+0.2)^{-4} + 45,266.81 (1+0.2)^{-5} \\
 &\quad - 29,560.5 = + 17,158.91
 \end{aligned}$$

VAN POSITIVO.

d) CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO :d.1 TIR FINANCIERA :

$$\text{F.G.} = \text{UN} + \text{DEP} + \text{AMORT.} + \text{VALOR RESC. A.FIJO} + \text{CAP. TRAB.}$$

- INVERSION TOTAL

$$\begin{aligned}
 i &= -4,342.4 (1+i)^{-1} + 10,534.28 (1+i)^{-2} + 22,458.56 (1+i)^{-3} + \\
 &\quad 24,539.06 (1+i)^{-4} + 45,266.81 (1+i)^{-5} - 29,560.5 =
 \end{aligned}$$

$$i = \underline{34.55 \%}$$

d.2 TIR ECONOMICA :

$$\begin{aligned} \text{F.G.} &= \text{UN} + \text{DEP} + \text{AMORT} + \text{INTERES} + \text{V.R. AF} + \text{CAP. TRAB.} \\ &- \text{INVERSION TOTAL.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} i &= -1,497.6 (1+i)^{-1} + 12,952.36 (1+i)^{-2} + 23,525.36 (1+i)^{-3} + \\ &24,539.06 (1+i)^{-4} + 45,266.81 (1+i)^{-5} - 29,560.5 = \end{aligned}$$

$$\underline{i = 39.15 \%}$$

d.3 TIR PERSONAL :

$$\begin{aligned} \text{F.G.} &= \text{UN} + \text{DEP} + \text{AMORT} - \text{PAGO DEUDA} + \text{VR AF} + \text{CAP. TRAB.} \\ &- \text{INVERSION PROPIA} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} i &= -4,342.4 (1+i)^{-1} + 2,534.28 (1+i)^{-2} + 10,458.56 (1+i)^{-3} + \\ &24,539.06 (1+i)^{-4} + 45,266.81 (1+i)^{-5} - 9,560.5 = \end{aligned}$$

$$\underline{i = 57.63 \%}$$

e) SENSIBILIDAD : VARIACIONES EN LA UTILIDAD

	VALOR CENTRAL PPTADO	5%	10%	15%	20 %
PRECIO VENTA	\$ 26.76/millar	\$4,644.-	\$9,288	\$13,933	\$18,577
VOLUMEN VTAS	3,471 millares	2,258.-	4,575	6,862.-	9,150.-

2.- ANALISIS CUALITATIVO :

a) RATIOS. - En el análisis de ratios financieros, podemos apreciar que la empresa no tiene deuda, ni a corto ni a largo plazo, salvo el préstamo bancario para la inversión, es decir la empresa trabaja con recursos propios y no de terceros.

b) ANALISIS PORCENTUAL. -

b.1 FLUJO DE CAJA : Considerando los ingresos como 100%, tenemos que los costos variables se mantienen en una relación relativamente constante, en cambio la proporción de los costos fijos va disminuyendo en relación a las ventas, debido al aumento de éstas, y en general la cuenta de caja va a ir aumentando, va haber mayor liquidez, mayor cantidad de dinero para utilizarlo en nuevas reparaciones e inversiones.

b.2 ESTADO DE RESULTADOS : Las ventas representan el 100% y en relación a éstas, vemos que los costos variables se mantienen constantes : materia prima = 42.63 %, comisiones+otros = 10 %

Menos en el 1º año ya que las ventas son con descuentos, entonces son menores y los costos variables son iguales.

Caso contrario los costos fijos van disminuyendo por el mismo aumento de las ventas.

En general las utilidades van aumentando proporcionalmente año a año en relación a las ventas.

c) V.A.N. Y T.I.R. : Colocando una TREMA de 20%, debido a que el negocio es pequeño; el VAN sale positivo entonces el ne-

gocio es financieramente atractivo para los inversionistas.

Con el cálculo de los 3 tipos de TIR comprobamos lo dicho anteriormente pues dichas TIR son mayores que la TREMA en promedio más de 20 puntos porcentuales.

d) PUNTO DE EQUILIBRIO .- El cálculo del punto de equilibrio, tanto contable como financiero, a lo largo de los 5 años y comparándolo con la previsión de ventas, observamos que la empresa va poder abarcar un mercado por encima del punto de equilibrio, por ejemplo en el año 1 la previsión de ventas son 3,471 millares y el punto de equilibrio está entre 3,204 y 3,507 millares, una diferencia de 264 y 36 millares que la empresa abarca y puede comenzar ha alcanzar utilidades antes de intereses.

e) SENSIBILIDAD .- El análisis de sensibilidad realizado con 2 rubros principales : Precio de venta y volumen de ventas. Nos indica que el precio de venta es el rubro que más afecta las utilidades de la empresa; con un aumento o una disminución de 5%, las utilidades para lo 2 rubros aumentan o disminuyen en : 4,644 para el precio de venta, y 2,288 para el volumen de ventas.

C A P I T U L O I X

O R G A N I Z A C I O N

1.- TIPO DE EMPRESA :

a) RAZONES Y OBJETIVOS GENERALES.- El tipo de empresa que se va a establecer será Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada SCPLtda., debido a que se trata de una empresa mediana, siendo suficiente una organización más sencilla con una administración que le permita actuar con mayor agilidad.

b) REQUISITOS NECESARIOS .-

b.1 REQUISITOS PROPIOS DEL TIPO DE EMPRESA : (1)

- Empresas de mediano o pequeño capital.
- Los socios son responsables sólo por el monto de sus --

(1) VER ANEXO I

aportes.

- El número de socios es de 2 a 20.
- El capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles que no podrán ser incorporados en títulos valores, ni denominarse acciones.
- Al constituirse la sociedad el capital debe estar pagado en no menos del 25% de cada participación y depositado en institución de crédito a nombre de la sociedad.
- La condición de socio no es transmisible.
- Las características especiales que reviste el capital en estas sociedades y la vinculación personal de los socios con el ente colectivo determinan que se concedan derechos preferenciales en favor de los socios, como en los casos de aumento de capital, donde cada socio tendrá derecho a asumir una parte proporcional a su participación, en vista de que las participaciones sirven de medida del derecho de los socios.

b.2 REQUISITOS PARA LA OBTENCION DE LA AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO :

- ##### b.2.1 Superintendencia Nacional de Administracion Tributaria (SUNAT) para la obtención de la Libreta Tributaria:
- Formulario Adhoc y Escritura de constitución.
 - Copia simple de la libreta electoral y libreta tributaria del representante legal.

b.2.2 Ministerio de Economía, Finanzas y Comercio para la inscrip

ción en el registro comercial :

- Formulario registro comercial (original y copia) que se obtiene en el Banco de la Nación.
- Libreta tributaria de la empresa.
- Libreta electoral y tributaria del representante legal.
- Copia de la escritura pública.

b.2.3 Notaría pública para la suscripción de la minuta de constitución de la empresa, elevarla a escritura pública e inscribirla en los registros públicos- sociedades mercantiles:

- Pago derecho notaria pública.
- Pago al fondo Mutual de Abogados (Banco de la Nación).
- Pago de la tasa de registros públicos y derecho de presentación.

b.2.4 Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e Integración - para la inscripción en el registro industrial :

- Solicitar formulario mesa de partes.
- Llenar con los planos de ubicación, libreta tributaria, escritura de constitución, elevada a registro público, escritura de propiedad.

b.2.5 Poder Judicial para la legalización de los libros contables de la empresa ante secretaria de Juzgado.

b.2.6 Ministerio de trabajo para :

- * Inscripción en el Registro Nacional del centro de trabajo :
- Solicitud formulario Adhoc
- Copia de la escritura de constitución de la empresa inscrita en los registros públicos.

- Libreta tributaria de la empresa.
- Libreta electoral y tributaria del representante legal.
- * Autorización de funcionamiento del centro de trabajo :
 - Solicitud dirigida al Director General de trabajo indicando Nº de libreta tributaria de la empresa y la ubicación del establecimiento.
- * Visación de libros laborales :
 - Testimonio de constitución de la empresa.
 - Libros de sueldos y salarios, de contratos, etc.

b.2.7 Instituto Peruano de Seguridad Social para la inscripción patronal :

- Formulario Ad-hoc del IPSS (original y copia).
- Certificado domiciliario de la empresa.
- Copia simple de la escritura pública de constitución.
- Autorización de la apertura de la empresa.
- Libreta tributaria de la empresa.
- Libreta electoral y libreta tributaria del representante legal.
- Libros de sueldos y salarios visados por el ministerio de Trabajo.

b.2.8 Concejo Municipal para la licencia de funcionamiento :

- Solicitud valorada de trámite de conformidad de uso local.
- Constancia de inscripción en el registro comercial (copia fotostática legalizada).
- Constancia de inscripción en el registro Nacional de Trabajo (copia legalizada).

- Carnet de salud del propietario o conductor del negocio
permiso sanitario en el Hospital Regional (saneamiento -
ambiental).
- Ultimo recibo de alquiler del local comercial.
- Pago de derecho del trámite administrativo.
- Copia de pago de impuesto a la licencia de funcionamiento o Declaración Jurada de la misma.
- Copia legalizada de la escritura de constitución de la sociedad.
- Certificado de zonificación.

2.- DISEÑO DE LA ORGANIZACION :

- a) OBJETIVOS Y ESTRUCTURA .- Se ha escogido una organización lí-
neal y funcional, tenemos una clara línea de mando jerárquico que
desciende desde el Gerente General hasta el personal encargado -
de la preparación de materiales a utilizar, quedando definidas -
con precisión dentro de esta cadena las funciones de cada cual
y a la vez una red de líneas de control y de autoridad entreteji-
das, entrecruzadas e interrelacionadas, que se interfecundan re-
cíprocamente, La organización líneal se da en toda empresa grá-
fica, pero ella sola no basta para hacer que se desarrolle el ne-
gocio con eficacia. Cada director tiene una función específica
que desempeñar (administración, ventas, producción), algunas de
estas funciones pueden realizarse por completo dentro de su --
respectivo departamento, pero en otro caso necesitará intervenir
en más de un departamento para cumplir íntegramente, entonces -
mantiene una relación funcional directa con otros muchos departa

mentos pero sin controlarlos.

El personal está conformado por :

- 01 Gerente General (Socio).
- 01 Administrador (Socio).
- 01 Jefe de Producción.
- 01 Jefe de Ventas.
- 01 Comprador.
- 01 Secretaria.
- 02 Vendedores.
- 03 Operarios.
- 01 Asesor Contable.

TOTAL PERSONAL : 12 personas

b) ANALISIS DE PUESTOS.- Incluyendo la Descripción de puestos y la Especificación de puestos.

1) a) TITULO : GERENTE GENERAL

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Nadie.

d) SUPERVISA A : Todos.

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Responsable del cumplimiento de los objetivos y funciones generales, de dirigir y coordinar y controlar el funcionamiento de todos sus subordinados.

f) FUNCIONES :

- Representar a la empresa en las negociaciones.
- Evaluar los resultados obtenidos en el presente y las

previsiones para el futuro.

- Establecer la línea de acción que debe seguir la empresa según los objetivos a que quiere llegar, traducidos en programas de trabajo.
- Consultar con sus subordinados acerca de determinados asuntos delegando responsabilidades.
- Controlar las actividades de la empresa.
- Decidir y aprobar los nombramientos de personal.
- Recomendar los aumentos de salarios y sueldos del personal subordinado.
- Informar en forma oral o escrita todo cambio que se realice para el funcionamiento de la empresa.
- Mantener comunicación entre los departamentos para mayor coordinación.

g) REQUISITOS :

- EDAD : No menor de 28 años.
- EXPERIENCIA : Mínima 03 años.
- CARACTERISTICAS PERSONALES : Capacidad de mando, capacidad de organización, habilidad social, dinamismo, visión de negocio, sentido de responsabilidad, vocación y dedicación plena al puesto.
- CONOCIMIENTOS : Dirección y administración de empresas medianas.

2) a) TITULO : DIRECTOR DE PRODUCCION

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE :Gerente General.

d) SUPERVISA A : Operarios

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Planea, organiza, dirige, coordina y controla las actividades productivas de la planta..

f) FUNCIONES :

- Participar en la realización de políticas de producción.
- Establecer el programa de producción de la empresa en - concordancia con la política del gerente y/o de los socios.
- Calcular las necesidades de mano de obra, materiales y - equipo y asegurarse de que estén cubiertas.
- Coordinar y participar en las 3 actividades del departamento de producción : Montaje, Fabricación y Acabado.
- Tomar decisiones respecto a la renovación de planta y - recomendaciones sobre la renovación y mantenimiento de - equipos.
- Establecer medidas correctivas respecto a problemas productivos, en coordinación con los socios.
- Dar cuenta al Gerente general de los planes, actividades y resultados de la producción, cuando éste lo solicita.
- Aprobar programas de producción y las órdenes de trabajo a los operarios, además de delegar funciones sobre necesidades de materiales o suministros.
- Planear y controlar la producción : Emitir órdenes de trabajo, control avance y emitir material.
- Coordinar y dirigir las acciones de los operarios.
- Verificar la calidad del producto en cada etapa de -

producción y el adecuado flujo de materiales.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 28 años.
- TITULO : Ingeniero Industrial.
- CONOCIMIENTOS : Artes Gráficas
- EXPERIENCIA : En imprentas del sistema Offset mínimo 03 años.
- CARACTERISTICAS PERSONALES : Sentido de responsabilidad, dotes de mando y planificación.

3) A) TITULO : DIRECTOR DE VENTAS

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Gerente General

d) SUPERVISA A : Vendedores

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Controlar y planificar todas actividades comerciales referentes a investigación de mercados, productos, precios, distribución, ventas y otros aspectos administrativos inherentes a su cargo.

f) FUNCIONES :

- Planear, organizar y controlar las operaciones de venta.
- Participar en la formulación de políticas de venta.
- Evaluar el potencial del mercado.
- Coordinar con el gerente y con el administrador, para establecer listas de precios, los porcentajes de descuento y los plazos de entrega.
- Fijar presupuestos de gastos de promoción.

- Organizar programas de ventas, incentivos a compañías especiales.
- Decidir sobre asuntos de ventas.
- Organizar y controlar los estudios de mercado.
- Estudiar y analizar los movimientos de la competencia.
- Coordinar con el departamento de producción cuando se realice un pedido.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 26 años
- TITULO : Vendedor o especialista en Marketing.
- CONOCIMIENTOS : Políticas y sistemas de comercialización.
- EXPERIENCIA MINIMA : 02 años
- CARACTERISTICAS PERSONALES : Sociabililidad, creatividad, visión de los negocios y dinamismo.

4) a) TITULO : ADMINISTRADOR

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Gerente General

d) SUPERVISA A : Contador y comprador.

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Programa, organiza, dirige y controla las actividades de la empresa.

f) FUNCIONES :

- Coordinar con el contador la programación del presupuesto.
- Solicitar la obtención de recursos financieros necesarios para el funcionamiento de la empresa.

- Ejecutar o supervisar el control del trámite documental.
- Confeccionar y aprobar el calendario de pagos.
- Formular mensualmente estudios del activo fijo de la empresa.
- Coordinar con el jefe de ventas el programa de publicidad.
- Administrar los recursos humanos, materiales y financieros.
- Controlar el uso y el mantenimiento de la planta física, mobiliario y equipos.
- Controlar el cumplimiento de las funciones del personal administrativo.
- Informar a la gerencia general sobre los requerimientos financieros.
- Participar en el proceso de selección y evaluación del personal.
- Recomendar sobre sueldos, despidos, contrataciones, transferencias y ascensos del personal empleado y obrero, y establecer políticas de salarios.
- Coordinar con el comprador y encargado del almacén, el aprovisionamiento de los insumos necesarios en un período de tiempo.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 28 años
- TITULO : Licenciado en Administración de Empresas.
- CONOCIMIENTOS : Formación sobre finanzas, comerciali

zación y producción relacionado con el negocio.

- EXPERIENCIA : Mínima 03 años.

5) a) TITULO : VENDEDOR

b) Nº OCUPANTES : 02

c) DEPENDE DE : Jefe de Ventas

d) SUPERVISA A : Nadie

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Responsable de hacer el contacto entre el cliente y la empresa, tomar nota de los pedidos y visitar periódicamente a los clientes.

f) FUNCIONES :

- Llevar la publicidad de la empresa.
- Visitar periódicamente a los clientes establecidos.
- Visitar nuevos clientes, dándoles a conocer el producto así como la importancia del servicio de la nueva empresa.
- Realizar el contrato con el cliente.
- Tomar nota de los pedidos con las especificaciones requeridas.
- Cobrar a los clientes a su debido tiempo.
- Elaborar las cotizaciones y proformas.
- Entregar los pedidos en el plazo fijado.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 20 años.
- INSTRUCCION : Vendedor
- CONOCIMIENTOS : Marketing
- EXPERIENCIA : Mínima 01 año.

- CARACTERISTICAS PERSONALES : Sociabilidad, dinamismo, conocimiento del área y de las empresas del área, idoneidad lexicográfica, excelente presencia, facilidad de palabra y convencimiento, ecuanimidad en el trato con el cliente, vigor físico por caminar la mayor parte del tiempo.

6) a) TITULO : COMPRADOR

B) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Administrador

d) SUPERVISA A : Nadie

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Responsable de la compra de materiales, equipos y repuestos, asegurando la exactitud de sus requisitos y especificaciones.

f) FUNCIONES :

- Asegurar la exactitud de los requisitos y especificaciones que deben tenerse en cuenta en los pedidos, coordinando por escrito con el solicitante.
- Obtener y comparar cotizaciones, utilidad y precio de los artículos.
- Preparar alternativas para la elección de la compra , la cual remite al solicitante.
- Obtener información acerca de compras anteriores, proveedores de equipo, repuestos, materiales, maquinarias y demás artículos que requiere la empresa para sus obligaciones.
- Codificar los artículos comprados, según codificación de la empresa, recomendando la adopción y/o modificación

ción de códigos.

- Controlar las gestiones de compra en todas sus etapas hasta la llegada de los pedidos al almacén o depósito.
- Registrar en el archivo de proveedores las compras que se hacen.
- Especificar los materiales más usados.
- Poseer la lista de abastecedores y de precios.
- Concertar contratos de compras y descuentos.
- Emitir órdenes de compra.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 23 años
- TITULO : No necesario
- CONOCIMIENTOS : Del mercado y del producto.
- EXPERIENCIA : Mínimo 02 años
- CARACTERÍSTICAS PERSONALES : Sociabilidad, tacto para tratar a la gente, sentido de responsabilidad y dinamismo.

7) a) TITULO : SECRETARIA

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Gerente General

d) SUPERVISA A : Nadie

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Responsable de los deberes generales de secretariado y de realizar labores específicas - que le indique el gerente o el administrador.

f) FUNCIONES :

- Recibir dictados y realizar correspondencia.
- Típear los documentos que se necesitan.
- Preparar agendas, establecer comunicados y recepcionar visitas.
- Llevar y custodiar registros y documentos de administración o de gerencia con discreción y reserva.
- Distribuir internamente los documentos.
- Cuidar el orden y la presentación del equipo, material y suministros de la oficina.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 21 años
- TITULO : Secretaria Ejecutiva
- CONOCIMIENTOS : Taquigrafía, mecanografía, archivo, redacción y otros
- CARACTERISTICAS PERSONALES : Buena presencia, trato agradable y disponibilidad en el trabajo.
- EXPERIENCIA : Mínima 01 año.

8) a) TITULO : OPERARIO A

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Jefe de Producción

d) SUPERVISA A : Nadie

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Responsable del manejo de las máquinas y accesorios de la etapa de preparación del proceso de producción.

f) FUNCIONES :

- Preparar la forma por medio de la composición fotográfica u otros.
- Confeccionar la forma por medio de la insolación de los elementos.
- Elaborar el dibujo o bosquejo de diagramación (trabajo hecho por un dibujante contratado.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 20 años.
- TITULO : No necesario
- CONOCIMIENTOS : De dibujo y diagramación
- EXPERIENCIA : Mínimo 02 años
- CARACTERISTICAS PERSONALES : Sentido de responsabilidad por el manejo de las máquinas, fijando atención en la utilización de los equipos y en la realización del trabajo.

9) a) TITULO : OPERARIO B

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Jefe de Producción

d) SUPERVISA A : Nadie

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Responsable del manejo de las máquinas y accesorios de la etapa de fabricación del proceso de producción.

f) FUNCIONES :

- Fijar la forma sobre la máquina de imprimir (nivelar)

- Regular la toma de tinta de los rodillos.
- Marcar, conducir y recepcionar el papel.
- Hacer funcionar la máquina.
- Examinar el pliego del impreso.
- Mojar la plancha.
- Añadir tinta en el tintero.
- Echar agua en los rodillos mojadores.
- Lavar el caucho.
- Regular el marcador.
- Limpiar el reverso de la forma, igual que del cilindro que ha de soportar.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 20 años
- TITULO : No es necesario
- EXPERIENCIA : Mínimo 03 años
- CARACTERISTICAS PERSONALES : Gran sentido de responsabilidad por el manejo de las máquinas, cuidando por el peligro de las mismas, fijar atención en el manejo y utilización de los equipos.

10) a) TITULO : OPERARIO C

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Jefe de Producción

d) SUPERVISA A : Nadie

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Responsable del manejo de las máquinas en el acabado del proceso de producción.

f) FUNCIONES :

- Colocar e igualar las hojas impresas.

- Cortar el papel con la guillotina
- Numerar las hojas
- Intercalar, desintercalar, dorar, barnizar y plastificar como operaciones anexas a la impresión (no es necesario que se hagan todas a la vez.)
- Encuadernar, plegar, alzar, coser o cubrir como operaciones particulares del manipulado o acabado.
- Mantener limpias las instalaciones al final de la jornada.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 20 años
- TITULO : No es necesario
- EXPERIENCIA : Mínimo 02 años
- CARACTERISTICAS PERSONALES : Responsabilidad y cuidado por el manejo de las máquinas.

11) a) TITULO : ASESOR CONTABLE

b) Nº OCUPANTES : 01

c) DEPENDE DE : Administrador

d) SUPERVISA A : Nadie

e) OBJETIVO DEL PUESTO : Planea, organiza y controla las operaciones del sistema integral de contabilidad, balances, estados y sus análisis.

f) FUNCIONES :

- Planear, organizar y controlar todas las operaciones financieras de la organización y participar en la elaboración de la política financiera.

- Determinar y analizar la situación financiera de la -
empresa.
- Valorar los ingresos y gastos de acuerdo al programa de
actividades de organización.
- Consultar con el Jefe de Producción y con el Administrado
dor acerca de los aspectos financieros de los programas
de producción
- Informar al administrador sobre asuntos de presupuesto
y otros problemas financieros.
- Elaborar libro de caja
- Llenar los libros diario y mayor
- Formular estados financieros, analizar y presentar in-
formes y gráficos financieros.
- Formular y analizar costos.
- Pagar al personal previa formulación de los documentos
correspondientes.
- Recibir, revisar y procesar los documentos contables y
efectuar los asientos correspondientes en los libros y
registros auxiliares, a fin de controlar las operacio-
nes financieras de la empresa.
- Recepcionar documentos de contabilidad.
- Revisar y procesar de acuerdo al plan de cuentas de la
empresa los documentos recibidos.
- Efectuar cargos o abonos en libros auxiliares o libro
diario.
- Preparar datos y ajustes.
- Controlar los documentos para su trámite y los archiva.

- Conciliar saldos de los libros auxiliares con el mayor.
- Elaborar informes sobre el vencimiento y obligaciones.
- Informar sobre préstamos al personal.

g) REQUISITOS :

- EDAD : Mínimo 25 años
- TITULO : Contador colegiado
- CONOCIMIENTOS : El manejo y empleo de documentos contables y de libros de contabilidad así como del sistema contable vigente.
- EXPERIENCIA : Mínima 01 año.

(1)

3.- OBTENCION, FORMACION Y MANTENIMIENTO DE PERSONAL :

a) RECLUTAMIENTO Y CONTRATACION .- El reclutamiento es un conjunto de procedimientos que tienden a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización.

a.1 FUENTES :

- Contacto con la Universidad de Piura, facultades de Administración, Información e Ingeniería.
- Contacto con SENATI de Lima para personal especializado en artes gráficas.
- Contacto con otras personas del ramo o del mercado laboral.
- Contacto con Academias, Cenecapes e Institutos.

a.2 MEDIOS :

- Anuncios en periódicos para solicitar personal como se--

cretaria, comprador y contador.

- Avisos en la portería.
- Cartas a Universidades e Institutos en Piura y Lima.

a.3 SELECCION : Elegir al hombre adecuado en el puesto adecuado. Se seguirá un proceso de selección general para todos los trabajadores, con algunas variantes según el puesto. Una vez que los candidatos respondan al reclutamiento se procederá a :

- Llenar una hoja de solicitud con datos generales, de -- instrucción , familiares, de experiencia y otros relacionados a sus aspiraciones económicas de trabajo.
- Realización de una entrevista preliminar para concretar la información dada en la hoja de solicitud, se llevará a cabo al día siguiente del llenado de la hoja de solicitud.
- Se harán pruebas de aptitud, ejecución.
- Verificar las referencias dadas por el candidato a la vez que se realizan las pruebas, así se selecciona al personal más idóneo, según los pasos anteriores.
- Entrevista final de empleo, para ponerse de acuerdo con el nuevo trabajador en cuanto al tipo de trabajo que va a desempeñar, horarios, remuneraciones, etc.
- Examen médico : se solicitará un certificado médico para todos los trabajadores y a los que manejan las máquinas (área de producción) se le hará un breve examen médico para detectar si han padecido anteriormente alguna enfermedad o si están propensos para adquirirla.

a.4 PROCESO DE CONTRATACION :

- Para el personal administrativo se celebrará el contrato de trabajo por tiempo indeterminado por las mismas características del puesto y para estimular al propio trabajador, además que se confía en una buena selección. Este contrato tendrá el período de prueba de 3 meses dado por ley, para ir evaluando el desempeño del trabajador.
- Para el personal de planta o que interviene directamente en el proceso de producción se celebrará un contrato a plazo fijo, es decir, por tiempo determinado.

En este proceso se complementarán los datos de la hoja de solicitud del candidato para pasar a ser empleado u obrero y lograr obtener su expediente de trabajo (fotografías, llenado de formas, etc.).

a.5 INDUCCION U ORIENTACION : Darle al trabajador las condiciones que se quieren llevar a cabo en el trabajo de la nueva empresa, las políticas generales de personal, qué es lo que espera la empresa del trabajador y qué puede esperar éste de la empresa, qué reglas generales existen y de qué beneficios se pueden disfrutar.

b) CAPACITACION- PROCEDIMIENTOS .- El entrenamiento es toda clase de enseñanza que se da con fines de preparar a los trabajadores y empleados, convirtiendo sus aptitudes innatas en capacidades para un puesto u oficio.

Comprende 3 aspectos :

- CAPACITACION : Es teórico, con una amplitud mayor y para trabajos calificados.

- ADIESTRAMIENTO : Es práctico y para un puesto concreto, necesario en toda clase de trabajos e indispensables aún suponiendo capacitación previa.
- FORMACION : Para crear o desarrollar en el obrero o empleado hábitos morales, sociales de trabajo para que sea sereno, leal, ordenado y decidido.

En nuestra empresa por ser pequeña, la capacitación y el entrenamiento se le dará principalmente al personal operativo respecto a las actividades desarrolladas directamente con el producto, el manejo de las máquinas, reglas de seguridad, uso de materiales, pues los conocimientos técnicos principales ya los poseen pues hay que tomar en consideración que ese personal operativo posee un nivel de conocimientos adecuados a lo que se estableció en el proceso de selección de personal.

Entonces ese entrenamiento tanto al personal operativo, como al personal administrativo será básico , referido a la importancia del trabajo que se va a desempeñar, a las políticas de la empresa, a los procedimientos de personal y a la filosofía general de la empresa.

- c) REMUNERACION .- Como el principal objetivo de toda empresa es satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo un producto de calidad requerida por el cliente, debe poseer una mano de obra calificada que elabore el producto con dichas características de calidad y por lo tanto esa mano de obra tiene que estar bien remunerada de acuerdo a normas justas

así también en lo que se refiere a personal administrativo una remuneración justa que los incentive a trabajar y que sientan que su trabajo es valorado, de ahí la importancia de establecer desde un principio una estructura de sueldos y la política de remuneraciones.

c.1 POLITICA DE SUELDOS :

- Los sueldos deben ser un reflejo del equilibrio entre las posibilidades de la empresa y las necesidades del trabajador.
- Los sueldos deberán ser comparables a los sueldos del mercado.
- Pagar al personal de acuerdo al puesto asignado.
- Asignar puestos al personal donde puedan dar su máxima contribución.
- Los sueldos tendrán relación directa con la responsabilidad que trae consigo el desempeño de su cargo.
- Los factores a considerar para la determinación de las remuneraciones son : el puesto, la eficiencia en el puesto, las necesidades del trabajador y las posibilidades de la empresa.
- Los aumentos se darán de acuerdo a los méritos (eficiencia, responsabilidad, etc) no siendo el porcentaje mayor al 20 %.
- En cuanto a las prestaciones, como se trata de una empresa pequeña, con pocos trabajadores, se darán las prestaciones más importantes (en dinero o en especie) :
 - * Para mejorar el ambiente de trabajo- comodidades sanitarias, armarios, guardarropas.

- * Como complemento de su salario - gratificaciones anuales para Navidad y Fiestas Patrias.
- * Para la salud del trabajador y su familia- Primeros auxilios.
- * Para la alimentación del trabajador y su familia - aparatos de café, refrescos, etc.
- * Seguridad en sus ingresos- sistema de jubilaciones.
- * Para problemas familiares- orientación y consejo en materias psicológicas, jurídicas, etc.
- * Para la cultura- cursos pagados por la empresa.
- * Para descanso y recreación- vacaciones, reuniones sociales, permisos, días de descanso, etc.
- * Mantener al personal informado sobre las políticas de sueldos de la empresa.
- * Prestaciones legales : Instituto Peruano de Seguridad social, Sistema Nacional de Pensiones y Fondo Nacional de Vivienda.

c.2 ESTRUCTURA DE SUELDOS : PROCEDIMIENTOS .-

Todo puesto deberá tener su propio análisis, es decir, su descripción y especificación de puestos; para luego establecer con el total de puestos el número de categorías, por ser la empresa de tamaño pequeño y con pocos puestos, se establecerán 3 categorías :

- 1ª Categoría : DIRECTIVA
- 2ª Categoría : ADMINISTRATIVA
- 3ª Categoría : OPERATIVA

A cada categoría le corresponde un rango de sueldos, es decir, un máximo y un mínimo así como su punto medio, entonces considerando la estructura actual de remuneraciones tendremos para el inicio que cada categoría tendrá la siguiente estructura :

1ª DIRECTIVA

MAXIMO 9 R.M.V. (1)

MEDIO 8 R.M.V.

MINIMO 7 R.M.V.

2ª ADMINISTRATIVO

MAXIMO 6 R.M.V.

MEDIO 5 R.M.V.

MINIMO 4 R.M.V.

3ª OPERATIVA

MAXIMO 3 R.M.V.

MEDIO 2 R.M.V.

MINIMO 1 R.M.V.

Los factores que influyen en la amplitud de los intervalos son : los tipos de aumentos según los méritos, la antigüedad y el desempeño del trabajador; cantidad de los aumentos que no deberá ser mayor a 20% cada vez; y la frecuencia de los aumentos , generalmente cada año dependiendo de la situación económica del mercado.

c.3 SUELDOS A PAGAR .-

PUESTO	SUELDO		CATEGORIA
	R.M.V.	\$	
GERENTE	8	444.48	1ª

P U E S T O	S U E L D O		CATEGORIA
	R.M.V.	\$	
ADMINISTRADOR	7	388.92	1ª
JEFE PRODUCCION	4	222.24	2ª
JEFE DE VENTAS	4	222.24	2ª
COMPRADOR	4	222.24	2ª
SECRETARIA	2	111.11	3ª
VENDEDORES (2)	1.5	83.33 c/u	3ª
OPERARIOS (3)	1.5	83.33 c/u	3ª
CONTADOR (32 hrs.)	0.03/hr	53.33	3ª

c.4 INCENTIVOS Y PRESTACIONES .-

Las prestaciones representan cosas o facilidades que el empleador otorga a sus trabajadores en adicional al salario estipulado; tenemos servicios de bienestar social, prestaciones sociales, beneficios adicionales, programas para empleados o trabajadores y ayudas sociales o financieras.

Las prestaciones tienen como objetivos :

- Mejoramiento del mismo trabajador
- Mejoramiento de su trabajo
- Mejoramiento de su remuneración
- Mejoramiento de la relación empleado-empleador
- Mejoramiento del medio social.

Las prestaciones más importantes a otorgar han sido detalladas en la política de sueldos de la empresa; las prestaciones legales son :

	EMPLEADOR	TRABAJADOR
I.P.S.S.	6%	3%
S.N.P.	6%	3%
FONAVI	5%	1%

Los incentivos serán otorgados según la eficiencia del trabajador en el puesto de trabajo, teniendo en cuenta :

- Sugerencias que el trabajador presente.
- Asistencia y puntualidad.
- Antigüedad
- Cooperación y comportamiento

Dichos incentivos se verán reflejados en los ascensos y las promociones :

- Por aumentos de sueldos
- Por antigüedad
- Por capacidad

A N E X O I

LEY GENERAL DE SOCIEDADES (DECRETO SUPREMO Nº 003-85-JUS)

LIBRO PRIMERO : SECCION QUINTA

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Esta sociedad es aquella en que el capital está dividido en - participaciones iguales, acumulables e indivisibles, las que no pueden ser incorporadas en titulos valores ni denominarse acciones.

Los socios no pueden ser más de 20 y no responden, personalmente por las obligaciones sociales. Debe contar con una razón social a la que se añadirá "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o su abreviatura "S.R.Ltda".

El capital social está integrado por las aportaciones de los socios y al constituirse la sociedad, el capital debe estar pagado en no menos del 25% de cada participación y depositado en una institución de crédito a nombre de la sociedad.

La administración de la sociedad se encargará a uno o más

CONCLUSIONES :

Al finalizar el estudio de la factibilidad de la Instalación de un Taller de productos gráficos, se llegaron a las siguientes conclusiones, teniendo en cuenta los objetivos descritos en la introducción :

- Se ha identificado una demanda potencial de productos gráficos, es decir aquellas empresas que solicitan sus productos a imprentas fuera de la localidad de Piura y Paita; y también una demanda insatisfecha compuesta por aquellas imprentas que no satisfacen por completo sus necesidades de productos gráficos, y que podrían solicitar nuestros productos.

- Se ha definido en el estudio la localización más acertada según el tipo de negocio, así como el tamaño de la planta, los requerimientos de mano de obra, equipos e insumos suficientes para satisfacer la demanda establecida a lo largo de los primeros 5 años ; se ha definido también las necesidades de financiamiento tanto de recursos propios como de terceros, logrando equilibrar ambos para poder al final de cada período obtener utilidades, así vemos también que se ha logrado establecer el número de personal necesario y suficiente. Con el estudio financiero se logra determinar el monto de las utilidades, identificando las variables más significativas en el estudio de costos e ingresos, para así poder manejarlas si fuera necesario. Finalmente nos damos cuenta que el negocio es financieramente atractivo para los inversionistas, con una probabilidad de éxito si se lleva a cabo, logrando de antemano poder manejar todas las variables estudiadas a lo largo de los capítulos.

gerentes, socios o no, quienes representarán en todos los asuntos relativos a su objeto.

Para aumentar o reducir el capital social, prorrogar la duración de la sociedad, acordar su transformación, fusión o disolución será necesario que el acuerdo se adopte de conformidad con lo que esta ley dispone en el artículo 134.

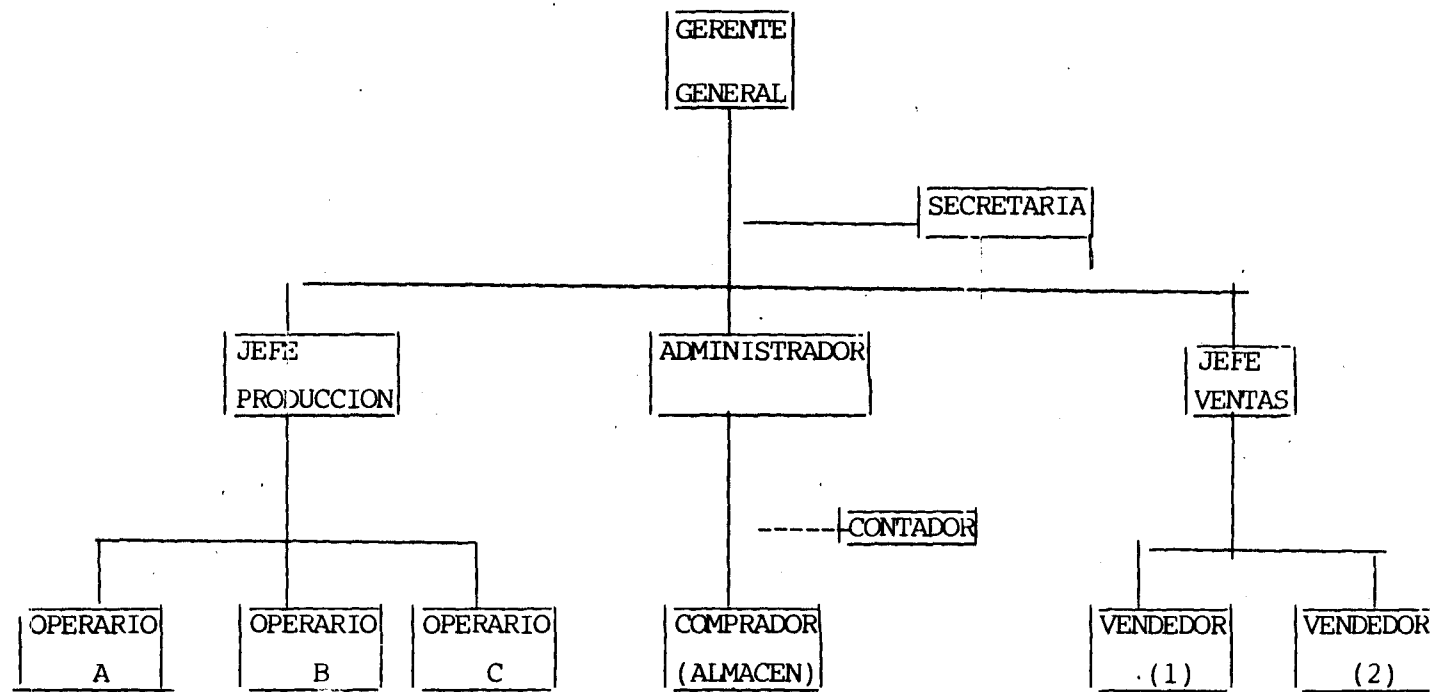
En cuanto a la participación social, el artículo 286 prescribe que los socios podrán expresar su voluntad de compra de la participación o participaciones sociales dentro de los 30 días siguientes a la notificación y si son los que desean adquirirlas se distribuirá entre todos ellos a prorrata de sus respectivas partes sociales. La adquisición de alguna participación social por sucesión hereditaria confiere al heredero o legatario del fallecido la condición de socio.

Respecto al balance y a la distribución de utilidades se prescribe que los gerentes administradores están obligados, en el plazo máximo de 80 días, contados a partir del cierre del ejercicio social, el balance con la cuenta de ganancias y pérdidas y la propuesta de distribución de utilidades.

Por último la exclusión y la separación de los socios se rige por las disposiciones de las sociedades colectivas y anónimas, respectivamente, en cuanto sean aplicables.

ANEXO II

ORGANIGRAMA



B I B L I O G R A F I A

BUFFA ELWOOD, ADMINISTRACION DE OPERACIONES, MEXICO, EDITORIAL LIMUSA
1,981.

CHRUDEN HERBERT Y ARTHUR SHERMAN, ADMINISTRACION DE PERSONAL, MEXICO,
CECSA, 1,987.

KOTLER PHILIP, MERCADOTECNIA, MEXICO, PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA,
1,986.

LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES

MC CARTHY JEROME, COMERCIALIZACION, BUENOS AIRES ARGENTINA, EL ATENEO,
1,972.

NIGRO FELIX, ADMINISTRACION DE PERSONAL, MADRID ESPAÑA, PUBLICACIONES
DEL CENTRO DE FORMACION Y PERFECCIONAMIENTO DE FUNCIONARIOS, 1,966.

PIGORS PAUL Y CHARLES MYERS, ADMINISTRACION DE PERSONAL UN PUNTO DE
VISTA Y UN METODO, MEXICO, 1,984.

REYES PONCE AGUSTIN, ADMINISTRACION DE PERSONAL, MEXICO, LIMUSA, 1,983.

TAGLIACARNE GUILLERMO, TECNICA Y PRACTICA DE LA INVESTIGACION DE MERCA
DO, BARCELONA ESPAÑA, ARIEL, 1,973.

APUNTES DE CLASE.

UNIVERSIDAD DE PIURA
BIBLIOTECA