



**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE LATACUNGA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA COMERCIAL**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E
IMPLEMENTACIÓN DE UNA IMPRENTA EN LA CIUDAD DE
SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

REALIZADO POR:

COINTA ALEXANDRA SANTAMARÍA LÓPEZ

DIRECTORA:

ING. XIMENA LÓPEZ

CODIRECTOR:

ING. GALO VÁSQUEZ

LATACUNGA, NOVIEMBRE DEL 2005

CERTIFICADO

En nuestra condición de Director y Codirector de Tesis, certificamos que la señorita: Cointa Alexandra Santamaría López, ha desarrollado el proyecto de Grado titulado: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA IMPRENTA EN LA CIUDAD DE SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”, aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos para que la mencionada alumna, reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente

Ing. Ximena López
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Galo Vásquez
CODIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD EXPRESA

Quien suscribe Cointa Alexandra Santamaría López, portador de la Cedula de Identidad No. 050266599-5 libre y voluntariamente declaro que el presente tema de investigación sobre: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA IMPRENTA EN LA CIUDAD DE SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”, es original, auténtico y personal.

En tal virtud declaro que el contenido y para los efectos legales y académicos que se desprenden de la presente tesis, es y será de mi exclusiva responsabilidad legal y académica.

Para respetar el derecho intelectual del autor de la información secundaria utilizada a manera de bibliografía se muestra el documento como pie de página.

La restante información recabada en el documento es soporte intelectual, principalmente adquirido en el transcurso de mi carrera universitaria.

Atentamente

Cointa Alexandra Santamaría López

C.I. 050266599-5

AUTORA

Existen algunas personas que piensan que la vida pasa desapercibida mientras que otras necesitan cada minuto con necesidad y ansias de volverlo a vivir, pero para todo esto es necesario comprender que se tiene diferentes etapas y épocas que son indispensables aprender a vivirlas a plenitud, por que son épocas que nunca mas regresarán, y hoy al darme cuenta el tiempo ha pasado, y que me ha permitido adquirir conocimientos y vivencias diarias comprendí que las necesidades de las personas son múltiples y diversas y es por esa razón que cada persona se esfuerza por ser mejor cada día.

Cada persona debe cumplir un reto en la vida que es el de superarse como persona, siendo profesionales, para servir de mejor manera a la sociedad, pero para todo esto es necesario ver que todas las personas tienen capacidades, virtudes y destrezas con derechos por ser mejor, muy pocos de ellos lo aprovechan, lo único que hace falta es poner en práctica las enseñanzas inculcadas desde una temprana edad para que los sueños e ilusiones trazadas puedan ser realidad en un período de tiempo no muy lejano.

La etapa estudiantil es una de las mejores que se debe aprovechar día a día por que son épocas que pasan y no se vuelven a repetir jamás, hay que aprovechar cada hora, minuto, segundo de cada día que vendrá por que son recuerdos que como personas muy pocas tenemos la oportunidad de vivirlo y saber como son las cosas a partir de este nuevo peldaño que se termina de ascender con esfuerzo y sacrificio personal.

Al culminar una etapa más de la vida estudiantil se comprende que este estamos rodeados de varios obstáculos que deben ser vencidos para que este sueño pueda ser cumplido, obteniendo como respuesta a todo esto, la satisfacción de haber logrado una meta propuesta.

C.A.S.L.

AGRADECIMIENTO

Ha transcurrido el tiempo sin sentirlo es como que ayer hubiera ingresado a estas aulas que hoy las dejo pero me voy con un agradecimiento profundo en primer lugar a Dios por la vida y la salud brindada.

A la Escuela Politécnica del Ejército sede Latacunga, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas, por haberme acogido en sus salones de clase y brindarme la oportunidad de formarme como profesional.

A los distinguidos maestros y guías, forjadores de una juventud estudiosa y progresista, formadores de hombres y mujeres que serán útiles a la Patria y a la sociedad en la que nos desenvolvemos constantemente, que con sus conocimientos y enseñanzas nos permiten progresar, en especial a mis directores la Ingeniera Ximena López y el Ingeniero Galo Vásquez personas que han impartido sus iniciativas y paciencia compartida que con sus sabios consejos permiten salir adelante, por que sin la ayuda de ellos no hubiera sido posible terminar con éxito el presente trabajo.

A mis padres, que me apoyaron para cumplir mis objetivos siendo un pilar fundamental en mi vida, por que la mejor herencia de ellos me dejan es la educación y en recompensa de ello ofrezco este trabajo como muestra de gratitud.

A mis hermanos que son una guía para seguir adelante los cuales siempre les agradeceré por estar junto a mi en cada circunstancia de mi vida.

Un profundo y sincero agradecimiento al Licenciado David Arcos por la ayuda brindada a mi persona para la realización de este proyecto y hacer realidad esta tesis.

Quiero agradecer a mis compañeros estudiantes que llevamos de esta institución los mejores o los peores recuerdos, que compartimos los mejores años de nuestra juventud, a la que algún día recordaremos con tristeza o alegría en un sueño que fuimos estudiantes que luchamos por salir adelante día a día.

La confianza, la paciencia y la alegría de cada una de las personas que estuvieron cerca de mi en este trayecto estudiantil fue muy importante la cual les agradezco de todo corazón ya que sin ellos no hubiese sido posible la culminación de mi carrera.

C.A.S.L.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a las personas que estuvieron a mi lado cuando mas les necesite, brindándome su ayuda y apoyo incondicional en los momentos tristes y alegres de mi vida.

A mis padres José Amable y Cohinta por la motivación constante en cada momento de mi vida, haciéndome notar que cada tropezón es una muestra de que la vida sigue y tenemos que poner fuerzas para seguir adelante y no dejarnos vencer a los obstáculos que se nos presente en el camino.

A mis hermanos Patricio, Mercedes y Franklín por la confianza depositada en mi persona, para que este sueño se pudiera hacer realidad, dándome ejemplos para vencer a los retos que se nos presente en el camino con la constancia y la dedicación puesta en cada una de las actividades a realizar y con esta lucha poder seguir adelante.

A mi cuñada Consuelo por su apoyo incondicional que siempre me ha brindado en los momento que mas le necesite.

A mis sobrinos que con sus travesuras y sonrisas angelicales llenaron mi vida de alegría dándome la fuerza para seguir adelante.

La vida debe estar formada de su propio accionar, tropiezos caídas e incluso heridas, debemos tener barreras, obstáculos y retos, para que no sea una vida vacía, y poder alcanzar una meta a base de esfuerzos y sacrificios.

Vivir de los sueños e ilusiones son tan solo pensamientos, pero si lo unimos con esfuerzos y sacrificios para alcanzar un sueño, eso es vivir de verdad por hacer realidad un sueño.

Cuando todo este sueño se hace realidad, es cuando se puede decir misión cumplida.

C.A.S.L.

INTRODUCCIÓN

La evaluación de este proyecto analiza la factibilidad para la creación e implementación de una imprenta en la ciudad de Salcedo provincia de Cotopaxi tomando en consideración el presente estudio que consta de siete capítulos como se indicarán a continuación:

- En el primer capítulo trata sobre temas generales los cuales abarca la introducción, objetivos del proyecto, justificación del proyecto, es decir por que se va a realizar el proyecto y que técnicas se van a utilizar, y una reseña histórica de las imprentas localizadas en la ciudad de Salcedo.
- En el segundo capítulo consta del estudio de mercado comprendido por varios puntos como análisis de fuentes de información sean estas primarias y secundarias, como se va a segmentar el mercado, análisis de la demanda, análisis de la oferta y análisis de la demanda insatisfecha.
- En el tercer capítulo se encuentra el estudio técnico la misma que permite definir que tamaño de la planta se va a utilizar, en dónde se va a localizar, la ingeniería del proyecto, que recursos se va a necesitar y como va a estar distribuida la planta.
- En el cuarto capítulo la propuesta administrativa el cual permitirá conocer la misión, visión, la filosofía empresarial, como será la comunicación dentro de la empresa, como estará organizada la empresa y cuales son las funciones de cada uno de los puestos que tendrá la empresa.
- En el quinto capítulo se encuentra el estudio financiero que consiste en un análisis de todos los pasos que se realizaron en el estudio técnico determinando la inversión que se realizará en activo fijo tangible e intangible, costos de mano de obra, costos de insumos y materia prima, gastos indirectos, las respectivas depreciaciones que se realizará a los activos fijos tangibles, posteriormente se encontrará el financiamiento que realizará la empresa contando con capital propio y de las instituciones financieras, los costos en que incurrirá el negocio sean estos directos, fijos

y variables, el precio de venta al que se pondrá de venta los servicios que ofrecerá la empresa, posteriormente encontraremos los estudios financieros tales como el estado de resultados, flujo de efectivo, capital de trabajo y el balance de situación proyectado.

- En el sexto capítulo se encuentra la evaluación financiera empezando con un análisis financiero de la empresa realizado por los índices financieros, se realiza el punto de equilibrio, flujo de efectivo proyectado, evaluación financiera determinada por la rentabilidad económica bajo criterios definidos como valor actual neto, y la tasa interna de retorno, tiempo en que se recuperará el capital con el método PAYBACK, y finalmente el análisis de sensibilidad económica.
- En el séptimo capítulo encontraremos las conclusiones y recomendaciones generales del proyecto realizados de cada uno de sus capítulos realizados en el presente estudio.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1 GENERALIDADES	18
1.1 INTRODUCCIÓN.....	18
1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	19
1.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	19
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	20
1.4 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS IMPRENTAS EN SALCEDO - ECUADOR.	21
CAPÍTULO II	27
2 ESTUDIO DE MERCADO	27
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	27
2.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	27
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	27
2.2 ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN.....	28
2.2.1 FUENTES SECUNDARIAS	28
2.2.2 FUENTES PRIMARIAS	36
2.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	37
2.3.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN.....	38
2.3.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN.....	38
2.4 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	40
2.4.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	41
2.4.2 PRUEBA PILOTO.....	41
2.4.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	45
2.4.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
2.5 ANÁLISIS DE DEMANDA.....	55
2.5.1 DEMANDA HISTÓRICA	55
2.5.2 DEMANDA ACTUAL.....	55
2.5.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	59
2.5.4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	60
2.5.5 PERFIL DEL MERCADO OBJETIVO	62

2.6	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	62
2.6.1	OFERTA HISTÓRICA.....	62
2.6.2	ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL.....	63
2.6.3	FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA.....	68
2.6.4	OFERTA EXTERNA	69
2.6.5	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	70
2.6.6	PROYECCIONES DE LA OFERTA	70
2.7	ANÁLISIS DE DEMANDA INSATISFECHA.....	71
CAPÍTULO III.....		73
3	ESTUDIO TÉCNICO.....	73
3.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	73
3.1.1	OBJETIVO GENERAL.....	73
3.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	73
3.2	TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA	73
3.2.1	CAPACIDAD INSTALADA ÓPTIMA DE LA PLANTA	75
3.3	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	76
3.3.1	MACROLOCALIZACIÓN	77
3.3.2	MICROLOCALIZACIÓN	79
3.4	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	80
3.4.1	DEFINICIÓN DEL SERVICIO	80
3.4.2	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	85
3.5	ESTIMACIÓN DE RECURSOS	87
3.5.1	SELECCIÓN DE MAQUINARIA	87
3.5.2	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	90
3.5.3	MANO DE OBRA REQUERIDA.....	92
3.5.4	INSUMOS Y MATERIA PRIMA	93
3.6	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	100
CAPÍTULO IV		102
4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	102
4.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	102
4.1.1	OBJETIVO GENERAL.....	102
4.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	102

4.2	MISIÓN.....	102
4.3	VISIÓN.....	103
4.4	FILOSOFÍA.....	103
4.4.1	PRINCIPIOS.....	103
4.4.2	VALORES.....	104
4.4.3	POLÍTICAS.....	105
4.4.4	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	105
4.4.5	COMUNICACIÓN.....	109
4.5	LA ORGANIZACIÓN.....	111
4.5.1	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	111
4.5.2	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	112
4.5.2.1	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	112
4.5.2.2	ORGÁNICO FUNCIONAL.....	114
4.5.2.3	ORGANIGRAMA POSICIONAL O DE PUESTOS.....	116
4.6	ORGÁNICO FUNCIONAL.....	117
	CAPITULO V.....	126
5	ESTUDIO FINANCIERO.....	126
5.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	126
5.1.1	OBJETIVO GENERAL.....	126
5.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	126
5.2	PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	126
5.2.1	INVERSIÓN ACTIVO FIJO.....	127
5.2.1.1	ACTIVO FIJO TANGIBLE.....	128
5.2.1.2	ACTIVO FIJO INTANGIBLE.....	131
5.2.2	COSTO DE MANO DE OBRA.....	132
5.2.3	COSTO DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA.....	134
5.2.4	GASTOS INDIRECTOS.....	135
5.2.5	DEPRECIACIONES.....	138
5.3	FINANCIAMIENTO.....	140
5.3.1	CAPITAL SOCIAL.....	140
5.3.2	FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	141
5.4	ANÁLISIS DE COSTOS.....	143

5.4.1	COSTOS FIJOS	143
5.4.2	COSTOS VARIABLES.....	144
5.5	PRECIO DE VENTA	144
5.5.1	INGRESOS.....	144
5.6	ESTADOS FINANCIEROS	146
5.6.1	POLÍTICA FINANCIERA.....	146
5.6.2	ESTADO DE RESULTADOS.....	148
5.6.3	FLUJO DE EFECTIVO	149
5.6.4	CAPITAL DE TRABAJO	150
5.6.5	BALANCE DE SITUACIÓN PROYECTADO	151
CAPÍTULO VI		154
6. EVALUACIÓN FINANCIERA		154
6.1	ANÁLISIS FINANCIERO.....	154
6.1.1	ÍNDICES FINANCIEROS.....	154
6.2	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	156
6.3	FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.....	157
6.4	EVALUACIÓN FINANCIERA	158
6.4.1	VALOR ACTUAL NETO	158
6.4.2	TASA INTERNA DE RETORNO.....	159
6.5	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PAYBACK)	159
6.6	RELACIÓN BENEFICIO – COSTO.....	161
6.7	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA	162
CAPÍTULO VII		164
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		164
7.1	CONCLUSIONES	164
7.2	RECOMENDACIONES.....	165
ANEXOS		
BIBLIOGRAFIA		

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 2.1	POBLACIÓN DEL CANTÓN SALCEDO.....	29
TABLA 2.2	DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDADES DEL CANTÓN SALCEDO	29
TABLA 2.3	DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ACUERDO AL NIVEL DE EDUCACIÓN DE 5 AÑOS Y MAS DEL CANTÓN SALCEDO.....	30
TABLA 2.4	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA OCUPACIONAL DEL CANTÓN SALCEDO	30
TABLA 2.5	INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL CANTÓN SALCEDO	32
TABLA 2.6	INSTITUCIONES PRIVADAS DEL CANTÓN SALCEDO	32
TABLA 2.7	INSTITUCIONES MIXTAS DEL CANTÓN SALCEDO.....	33
TABLA 2.8	INSTITUCIÓN AUTÓNOMA DEL CANTÓN SALCEDO	33
TABLA 2.9	INSTITUCIONES FINANCIERAS DEL CANTÓN SALCEDO	34
TABLA 2.10	INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL CANTÓN SALCEDO	34
TABLA 2.11	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE DEL CANTÓN SALCEDO	35
TABLA 2.12	CENTROS COMERCIALES DEL CANTÓN SALCEDO	35
TABLA 2.13	CÁLCULO DE LA POBLACIÓN.....	41
TABLA 2.14	UTILIZA USTED EL SERVICIO DE IMPRENTA?.....	42
TABLA 2.15	CUÁL IMPRENTA UTILIZA DE PREFERENCIA PARA REALIZAR SUS TRABAJOS?	43
TABLA 2.16	CÁLCULO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA	45
TABLA 2.17	UTILIZA USTED EL SERVICIO DE IMPRENTA?.....	47
TABLA 2.18	CUÁL IMPRENTA UTILIZA DE PREFERENCIA PARA REALIZAR SUS TRABAJOS?	48
TABLA 2.19	CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED EL SERVICIO DE IMPRENTA AL AÑO	49
TABLA 2.20	QUÉ EXPECTATIVAS LE HA FALLADO SU IMPRENTA?.....	50
TABLA 2.21	EL PRECIO QUE USTED HA CANCELADO LE CONSIDERA	51
TABLA 2.22	ESTA USTED DE ACUERDO QUE EXISTA OTRA IMPRENTA EN SALCEDO QUE OFREZCA ENTREGAR EN EL MENOR TIEMPO Y CON NUEVA TECNOLOGÍA?.....	52

TABLA 2.23 QUE TIPO DE SERVICIO LE GUSTARÍA QUE OFREZCA LA IMPRENTA	53
TABLA 2.24 CUÁL SERIA SU COMENTARIO O RECOMENDACIÓN QUE USTED DARÍA	54
TABLA 2.25 QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA UTILIZA USTED.....	55
TABLA 2.26 QUÉ CANTIDAD USTED MANDA A IMPRIMIR CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS	57
TABLA 2.27 EL PRECIO QUE UD. HA CANCELADO POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA	58
TABLA 2.28 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	61
TABLA 2.29 QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA OFRECE USTED	63
TABLA 2.30 QUÉ CANTIDAD IMPRIME CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS.....	65
TABLA 2.31 EL PRECIO QUE COBRA POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA.....	67
TABLA 2.32 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	70
TABLA 2.33 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	72
TABLA 3.1 CAPACIDAD INSTALADA	76
TABLA 3.2 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN	80
TABLA 3.3 SERVICIO A OFERTAR	84
TABLA 3.4 MAQUINARIA NECESARIA	89
TABLA 3.5 MANTENIMIENTO DE LA MAQUINARIA.....	92
TABLA 3.6 NECESIDAD DE MANO DE OBRA	93
TABLA 3.7 INSUMOS Y MATERIA PRIMA REQUERIDA	94
TABLA 3.8 EQUIPO DE OFICINA	95
TABLA 3.9 MUEBLES DE OFICINA	97
TABLA 3.10 ENSERES MENORES.....	99
TABLA 5.1 COSTO DE TERRENO.....	128
TABLA 5.2 COSTO DE EDIFICIO.....	128
TABLA 5.3 COSTO DE MAQUINARIA	129
TABLA 5.4 COSTO DE EQUIPO DE OFICINA.....	129
TABLA 5.5 COSTO DE MUEBLES DE OFICINA.....	130
TABLA 5.6 COSTO DE ENSERES MENORES	130

TABLA 5.7 GASTOS PREOPERACIONALES	131
TABLA 5.8 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	131
TABLA 5.9 COSTO Y FINANCIAMIENTO	132
TABLA 5.10 COSTO DE MANO DE OBRA	133
TABLA 5.11 INSUMOS Y MATERIA PRIMA.....	134
TABLA 5.12 GASTOS INDIRECTOS.....	137
TABLA 5.13 PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN Y VIDA UTIL DE LOS ACTIVOS	138
TABLA 5.14 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS.....	139
TABLA 5.15 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	143
TABLA 5.16 PRECIO PROMEDIO.....	145
TABLA 5.17 VENTAS ANUALES.....	146
TABLA 5.18 POLÍTICA FINANCIERA.....	147
TABLA 5.19 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	149
TABLA 5.20 FLUJO DE EFECTIVO.....	150
TABLA 5.21 CAPITAL DE TRABAJO	151
TABLA 5.22 BALANCE DE SITUACIÓN PROYECTADO.....	153
TABLA 6.1 ÍNDICES FINANCIEROS.....	155
TABLA 6.2 PUNTO DE EQUILIBRIO	157
TABLA 6.3 FLUJO DE EFECTIVO.....	157
TABLA 6.4 VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO	158
TABLA 6.5 PERÍODO DE RECUPERACIÓN BASE FLUJO DE EFECTIVO	160
TABLA 6.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN CON BASE EN LAS UTILIDADES ..	161
TABLA 6.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 2.1	GRÁFICO DE PASTEL	42
GRÁFICO No. 2.2	GRÁFICO DE BARRAS	43
GRÁFICO No. 2.3	GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE UTILIZACIÓN.....	47
GRÁFICO No. 2.4	GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE PREFERENCIA	48
GRÁFICO No. 2.5	GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE FRECUENCIA.....	49
GRÁFICO No. 2.6	GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE EXPECTATIVAS.....	50
GRÁFICO No. 2.7	GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE PRECIO	51
GRÁFICO No. 2.8	GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE VARIEDAD.....	52
GRÁFICO No. 2.9	GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE SERVICIO.....	53
GRÁFICO No. 2.10	GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE RECOMENDACIÓN.....	54
GRÁFICO No. 2.11	QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA UTILIZA USTED	56
GRÁFICO No. 2.12	QUÉ CANTIDAD USTED MANDA A IMPRIMIR CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS	57
GRÁFICO No. 2.13	EL PRECIO QUE UD. HA CANCELADO POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA	59
GRÁFICO No. 2.14	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	61
GRÁFICO No. 2.15	QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA OFRECE USTED.....	64
GRÁFICO No. 2.16	QUÉ CANTIDAD IMPRIME CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS	66
GRÁFICO No. 2.17	EL PRECIO QUE COBRA POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA.....	68
GRÁFICO No. 2.18	PROYECCIONES DE LA OFERTA.....	71
GRÁFICO No. 2.19	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	72
GRÁFICO No. 3.1	MAPA DE ECUADOR	78
GRÁFICO No. 3.2	LOCALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI EL CANTÓN SALCEDO.....	78
GRÁFICO No. 4.1	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	113
GRÁFICO No. 4.2	ORGANIGRAMA FUNCIONAL (PARTE I)	114
	ORGANIGRAMA FUNCIONAL (PARTE II).....	115
GRÁFICO No. 4.3	ORGANIGRAMA POCISIONAL.....	116

CAPÍTULO I

1 GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

La dolarización ha sido la fuente motivadora para que nuestro país cambie en busca de mejores días.

Hoy en día el papel de las empresas no solo es generar productos y servicios, sino también ubicarse en un perfil competitivo en el mercado nacional e internacional ya que estamos inmersos en la globalización.

Las empresas de mayor competitividad y rentabilidad en el mercado son aquellas que ofrecen productos y servicios con seguridad, calidad y sobre todo buscan la completa satisfacción de las necesidades del cliente.

En Ecuador nos centraremos en la provincia de Cotopaxi que se caracteriza por ser productora y comercializadora de productos y servicios, la cual ha crecido constantemente en diversos campos como: la educación, la tecnología, la comercialización de recursos adoptando factores competitivos para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Dentro de la provincia de Cotopaxi se encuentra ubicado el cantón Salcedo, sitio en el cual se va a desarrollar el presente proyecto, cuyo objetivo principal es determinar la factibilidad de crear y operar eficientemente una imprenta en la ciudad de Salcedo, identificando las necesidades de la colectividad.

La imprenta brindará servicios que aplacará las necesidades de la comunidad insatisfecha de esta ciudad.

La historia de las imprentas va evolucionando en diferentes épocas y en distintos lugares del mundo, que por su propia naturaleza es la mejor documentada de todas las historias.

Históricamente, la mayor parte de las obras impresas se han elaborado con métodos mecánicos. Sin embargo, las técnicas de impresión modernas son utilizadas para reproducir textos o imágenes, como: la imprenta, la litografía, la tipografía, la flexografía, el grabado y la serigrafía. Todas estas técnicas utilizan mecanismos sencillos que consisten en aplicar sustancias colorantes a un soporte, ya sea de papel o plástico, para realizar múltiples reproducciones que cada vez se basan más en los procesos de tipo fotomecánico y químico.

Las imprentas en Salcedo son pocas y pequeñas, las cuales no abastecen los requerimientos de los consumidores que por el crecimiento y las exigencias de la sociedad y la no-existencia de servicios requeridos por la colectividad, muchas personas han tenido que salir en busca de empresas que satisfagan de mejor manera sus necesidades de impresión a Ambato y Latacunga.

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación e implementación de una imprenta en la ciudad de Salcedo provincia de Cotopaxi generando fuentes de trabajo para la comunidad y entregando un servicio y producto de calidad.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un estudio de mercado a fin de conocer la oferta, demanda y de ella la demanda insatisfecha, con el fin de determinar si existe la necesidad de implantación de la empresa.

- Desarrollar un estudio técnico, para definir el tamaño, entorno, la ingeniería del servicio y procesos.
- Determinar la estructura de la empresa, al mismo tiempo apoyarse en planeamientos, coordinación y supervisión de las funciones administrativas y de apoyo, necesarias para el adecuado funcionamiento de la Institución.
- Realizar un estudio financiero obteniendo costos y gastos que serán destinados a la inversión en diferentes recursos señalando e identificando las fuentes de financiamiento
- Determinar la evaluación financiera, con el fin de conocer los resultados que tendrá el proyecto considerando el valor del dinero en el tiempo y por medio de los mismos decidir sobre la implementación del proyecto.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La principal motivación para llevar a cabo este proyecto es ofrecer al consumidor una variedad de servicios de imprenta que satisfagan las expectativas del mismo en diferentes sectores de nuestra ciudad y provincia ya que por motivos de inexistencia de estos servicios en nuestra ciudad deben salir a otros lugares.

Este proyecto tiene la finalidad de ser aplicado por que en la actualidad existen proyectos de tesis que son dejados en el archivo de una biblioteca por las situaciones económicas difíciles de llevar. A su vez el servicio que se pretende ofrecer va ha ser diferenciado por que muchas personas en nuestro medio buscan algo novedoso que llame la atención de los consumidores.

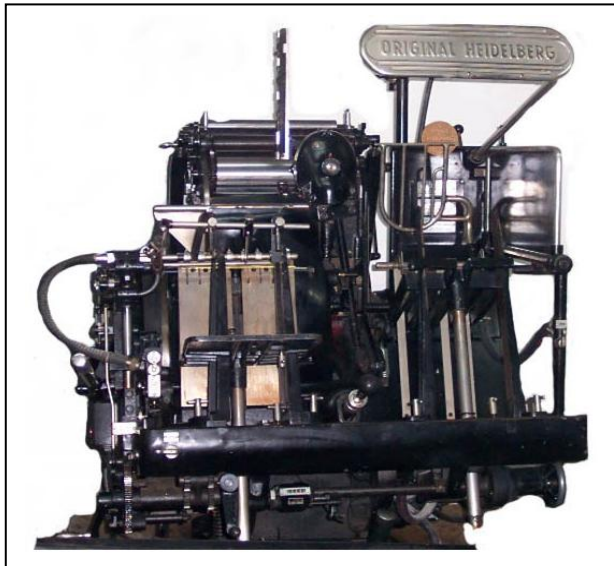
En este sentido las técnicas de comercialización, que se utilizarán para que el servicio pueda ser ofertado en un mercado tanto local nacional e internacional, serán: el trato que sé el de al cliente, publicidad ya sea a través de hojas volantes, televisión, radio, Internet, o visitas personales que se lo realizaría de puerta a puerta, ya que mediante la utilización de estas técnicas se logrará atraer la

atención del cliente y a la vez ofrecer un servicio diferenciado que satisfaga las necesidades de los consumidores.

1.4 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS IMPRENTAS EN SALCEDO - ECUADOR

En la ciudad de Salcedo existen imprentas que se detallarán a continuación:

- Imprenta Tovar Es la primera imprenta que existió en la ciudad de Salcedo, desde el año 1978 siendo fundadora la Familia Tovar, esta imprenta nace con la idea de ingresar al mercado con trabajos diferenciados empezó con la siguiente maquinaria:



- o HEIDELBERG tipo gráfica automática, en la actualidad aun la conservan, sus funciones son: numerar, imprimir, grafar (realizar doblados en cartulina como por ejemplo en tarjetas) y perforar.

- o Guillotina manual, se utiliza para cortar una resma de hojas variando su tamaño desde el personal hasta indefinido, dependiendo de las necesidades que se requiera, además se utiliza para cortar recto o refilar (igualar las hojas a una misma medida).



- Perforadora
- Fuentes de diferentes tipos para realizar las impresiones en cintas

Hace dos años realizaron las siguientes compras:



- OFFSET CHIEF 17, realiza impresiones en un solo tamaños de papel como es el extra oficio en diferentes tipos de papeles, se pueden realizar mezclas de uno, dos y hasta tres colores, hay que recalcar que esta maquina no es indicada para realizar trabajos a full color (cuatro colores) por que no tiene un buen registro en la mezcla de sus colores.
- Computadora, permite que sus trabajos se realicen de manera digitalizada.

Además de realizar trabajos de imprenta se dedica a la venta de figuras de resina y cerámica, se podría mencionar que su producción no es extensa por que se ha ido deteriorando con el tiempo y a la vez perdiendo clientela.

Los contratos que lo realiza son todos al contado.

La imprenta Tovar actualmente abarca el 1.3% de la población existente en Salcedo ya que por motivos de dedicarse a otras actividades a perdido la mayoría de su clientela.

- Imprenta Velastegui, se divide en dos locales cada uno posee su maquinaria.

Nace en el año de 1984 siendo su fundador la Familia Velastegui al inicio fue creado como un centro de ayuda estudiantil que se llamaba CAE se enfocaba hacer trabajos de publicidad empezó a funcionar con la siguiente maquina que la mantuvieron por 5 años:

- Tipográfica manual marca HONER, se utiliza para la impresión de planchas pequeñas como carátulas, tesis de grado, cintas y recuerdos pequeños.
- Caja de Chibalete antigua que son de metal y de madera, se las utiliza para archivar cajas de tipografía (tipo de letra como son: recta, cursiva, blanco (letra delgada), negro(re-enmarcar la letra)), estas varían su tamaño pudiendo ser: 6, 8, 12, 18, 36, 42; normalmente las cajas de chibaletes abastecen a 15 cajas.
- Maquina CHANDLER semi-automática que aun la conservan, es utilizada para realizar trabajos de tipografía, numerado grafado, perforado, y mayormente es utilizada para troquelar (dar forma a los fillos de las tarjetas en relieve ya sean redondas rectas o cuadradas)

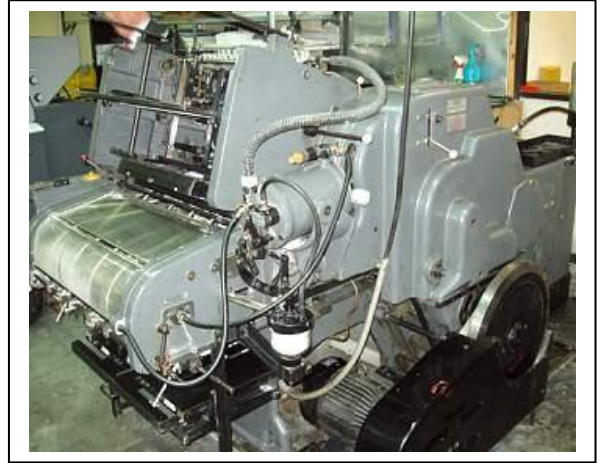


- Guillotina manual es utilizada para cortar una resma de hojas de manera manual.

- Enbrocadora es de tipo manual, se utiliza para perforar a diferente dimensión las hojas pudiendo ser desde 2 mm hasta 0.5 cm

Remodelaron su maquinaria y obtuvieron:

- OFFSET CHIEF 15 – 22, imprime en diferentes tipos de papeles, se realiza mezclas de uno, dos y hasta tres colores, utilizándola además para realizar trabajos a full color (cuatro colores).
- KORD HEIDERBER, realiza trabajos a full color en diferentes tamaños de papel.



- Guillotina eléctrica, es utilizada para cortar hojas de manera rápida.

- Computadora que trabaja los negativos y placas para realizar la digitalización de fotografías

En la actualidad es transcritora de textos y editora de periódicos tales como:

- Salcedo Libre (Salcedo)
- San Miguel (Salcedo)
- Prensa Libre (Latacunga)
- Noticia (Latacunga)

Esta imprenta utiliza la técnica de la tipografía y es la que busca de alguna manera satisfacer las necesidades de los consumidores.

Actualmente abarca el 40.00% del mercado existente en Salcedo es decir que la imprenta Velastegui tiene una gran acogida por el mercado, por brindar una variedad de servicios a la colectividad y además por ser la que posee mayor variedad al ofrecer sus servicios a los consumidores.

- Imprenta Salcedo es creada en enero del 2005.

Cuenta con la siguiente maquinaria:



- OFFSET CHIEF 17, es utilizada para imprimir textos a uno, dos y hasta tres colores.

- Guillotina eléctrica se utiliza para cortar en proporciones diferentes hojas de manera eléctrica lo cual se realiza de manera más rápida que la guillotina manual.



- Caja de Chibalete, es utilizada para archivar las cajas de diferentes tipos de letras que varían de acuerdo a su tamaño.
- Computador

La imprenta Salcedo abarca el 2.5% de la población existente en el medio, por ser nueva y no muy conocida brinda sus servicios a los clientes para que lo vayan conociendo a medida que ofrece sus servicios y además pueda satisfacer las necesidades existentes

Como conclusión se puede decir que en la actualidad la imprenta Tovar se ha quedado al margen de las actividades que realiza la imprenta por dedicarse a otras actividades, mientras que la imprenta Velastegui tiene tendencia a acaparar con el mercado y hacer monopolio en la rama de la imprenta en el cantón Salcedo, por que además de editar periódicos, brinda estos servicios a la provincia; trata de abastecer de mejor manera con estos servicios teniendo acogida con relación a los clientes y además la tecnología se podría decir que poco a poco se están actualizando para satisfacer de mejor manera las expectativas de los consumidores.

La imprenta Salcedo por ser nueva y no muy conocida no cubre con las necesidades que tiene el mercado, con los trabajos que actualmente ofrece a la comunidad sé esta dando a conocer y a la vez esta ganando mercado.

CAPÍTULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar la demanda, oferta y demanda potencial insatisfecha existente para el servicio de imprenta en la ciudad de Salcedo, para posteriormente proceder a proyectarla para el año 2005, con el fin de determinar si existe la necesidad de implantación de la empresa.

2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las fuentes de información para determinar que datos son los que se van a analizar
- Realizar una segmentación de mercado adecuada para saber a que segmentos nos vamos a enfocar en este proyecto
- Calcular y proyectar la demanda existente de las imprentas en la ciudad de Salcedo
- Calcular y proyectar la oferta existente de las imprentas en la ciudad de Salcedo
- Calcular y proyectar la demanda potencial insatisfecha en la ciudad de Salcedo ofreciendo a toda la colectividad para así cubrir las necesidades y expectativas de los clientes.

2.2 ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información serán utilizadas para determinar las necesidades específicas existentes en el mercado de la ciudad de Salcedo y así definir los problemas y a la vez buscar alternativas de solución y por medio de estos conocer cual es su oferta y demanda existente en el medio.

2.2.1 FUENTES SECUNDARIAS

“Las fuentes secundarias son aquellas que reúnen información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras”¹.

“Los datos secundarios proporcionan un buen punto de partida para la investigación y a menudo ayudan a definir los problemas y los objetivos de la investigación”².

Las fuentes secundarias nos permitirán conocer como está distribuida la población de la ciudad de Salcedo, las fuentes son:

- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS INEC:** El cual se obtendrá información de cómo esta distribuida la población del cantón Salcedo según datos proporcionados en el Censo de Población y Vivienda realizados en el 2001, en la cual indicaremos a continuación:

¹ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

² Philip Kloter, Gary Armstrong. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

TABLA 2.1
POBLACIÓN DEL CANTÓN SALCEDO

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
POBLACION	24405	26899	51304
URBANA	4635	5218	9853
RURAL	19770	21681	41451

FUENTE: INEC, Censo de Población y vivienda del año 2001, datos definitivos
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Mediante esta tabla se puede divisar la población que existe en el cantón Salcedo tanto en la zona urbana como rural la cual será utilizada para el proceso de segmentación el cual permitirá identificar las zonas a las que se va ha dirigir con este trabajo.

TABLA 2.2
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDADES DEL CANTÓN SALCEDO

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
POBLACION	24405	26899	51304
URBANA	4635	5218	9853
NINOS	1007	1055	
JOVENES	1016	1066	
ADULTOS	2612	3097	
RURAL	19770	21681	41451
NINOS	4971	4860	
JOVENES	4770	4917	
ADULTOS	10029	11904	

FUENTE: INEC, Censo de Población y vivienda del año 2001, datos definitivos
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la tabla indicada anteriormente se puede divisar como esta formada la población existente en el mismo el cual permitirá saber cuales son los posibles usuarios que requerirán de nuestro servicio dependiendo de la zona en que se encuentren los mismos.

TABLA 2.3
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ACUERDO AL NIVEL DE EDUCACIÓN
DE 5 AÑOS Y MAS DEL CANTÓN SALCEDO

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
POBLACIÓN	21577	24187	45764
URBANA	4190	4761	8951
PRIMARIO	1923	2029	
SECUNDARIO	1206	1459	
SUPERIOR	629	636	
POST GRADO	5	7	
NINGUNO	87	273	
NO DECLARADA	340	357	
RURAL	17387	19426	36813
PRIMARIO	11395	11414	
SECUNDARIO	2273	2282	
SUPERIOR	405	446	
POST GRADO	1	1	
NINGUNO	1615	3648	
NO DECLARADA	1698	1635	

FUENTE: INEC, Censo de Población y vivienda del año 2001, datos definitivos
 ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la tabla expuesta anteriormente se identificara las personas que utilizan del servicio según el grado de educación que posean las personas y de las zonas en las que se encuentren los posibles usuarios.

TABLA 2.4
POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA OCUPACIONAL DEL CANTÓN
SALCEDO

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
POBLACIÓN	13271	7850	21121
URBANA	2264	1556	3820
ESTUDIANTES	38	62	
AMAS DE CASA	139	88	
PROFESIONALES	361	328	
VENDEDORES	344	474	
ARTESANOS	956	150	
NO DECLARADA	426	454	
RURAL	11007	6294	17301
ESTUDIANTES	28	35	
AMAS DE CASA	3730	2572	
PROFESIONALES	254	223	
VENDEDORES	279	408	
ARTESANOS	2906	343	
NO DECLARADA	3810	2713	

FUENTE: INEC, Censo de Población y vivienda del año 2001, datos definitivos
 ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la tabla expuesta anteriormente permitirá conocer cual es la ocupación de las personas es decir saber a que actividades comerciales se dedican las personas, tomando en cuenta para que sea segmentado el mercado de la mejor manera posible.

- MUNICIPIO DE SALCEDO: En el cual utilizaremos la información para identificar los sectores sean urbanos o rurales que pertenezcan al cantón Salcedo, (Ver el Anexo N°. 1).
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: De la cual obtendremos información acerca de las compañías que se encuentran en la ciudad de Salcedo, indicando a continuación:

EMPRESAS DE SALCEDO 2005

A continuación se detalla las empresas existentes en el Cantón Salcedo como son:

- Instituciones Públicas con la tabla No. 2.5
- Instituciones Privadas con la tabla No. 2.6
- Instituciones Mixtas con la tabla No. 2.7
- Institución Autónoma con la tabla No. 2.8
- Instituciones Financieras con la tabla No. 2.9
- Instituciones Educativas con la tabla No. 2.10
- Cooperativas de Transporte con la tabla No. 2.11
- Centros Comerciales con la tabla No. 2.12

TABLA 2.5
INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
ANDINATEL S.A.	24 DE MAYO Y ANA PAREDES
CORREOS DEL ECUADOR	SUCRE
CODERECO	PANAMERICANA NORTE
DESTACAMENTO DE POLICIA	GARCÍA MORENO Y VICENTE
HACIENDA UNIVERSIDAD RUMIPAMBA	LEON
CENTRAL	PANAMERICANA NORTE
HONORABLE CORTE SUPREMA DE JUSTICIA	BOLÍVAR Y BELISARIO QUEVEDO
HOSPITAL CENTRO DE SALUD	PANAMERICANA NORTE

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

TABLA 2.6
INSTITUCIONES PRIVADAS DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
AGRÍCOLA EL RECREO S.A. AGRIRECREO	BARRIO CHIPOALO
AGRO INDUSTRIAL EXPORTADORA LICIPLEX S.A.	HDA. SANTA ANA DE BELLAVISTA
AVÍCOLA ARGENTINA ARGEAV CIA. LTDA	CAMINO A CUSUBAMBA
BALANCEADOS MARILU	PANAMERICANA SUR VIA A SALCEDO
BELLAVISTA FLOWERS	
BLOOMING ROSE FARM ROSBLOOM CIA. LTDA.	HACIENDA NAGSICHE
CANTERBURY RESEARCH S.A.	RUMIPAMBA CENTRAL
CENTRO AGRÍCOLA CANTONAL	VICENTE LEON
CEPALROSES CIA. LTDA.	BARRIO SALACHE
CLÍNICA SALCEDO	GARCIA MORENO Y ROCAFUERTE
CLÍNICA SAN MIGUEL	SUCRE
COMISARIATO FECOS	LUIS A MARTINEZ Y SUCRE
COMPAÑIA NACIONAL DE GAS CONGAS C. A.	PANAMERICANA
COMPLEJO TURÍSTICO EL SURILLAL	YANAYACU
CUERPO DE BOMBEROS	SUCRE Y MARIO MOGOLLON
ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A.	EL RECREO
EL RANCHITO CIA. LTDA. PASTEURIZADORA	PANAMERICANA NORTE
E.Q.R. S.A.	HACIENDA SAN JOSE PAN. NORTE
FINCA NEVADO NARANJO ECUADOR	MULALILLO
FLOREGAS CIA. LTDA	BARRIO LA ARGENTINA
FLORES DE VERANO EGASFLOR CIA. LTDA.	KM.1 CAMINO A CUSUBAMBA
FLORÍCOLA LA HERRADURA FLOHERRA S.A.	PANZALEO
FUNERARIA ROJAS CIA. LTDA	CALLE BOLIVAR
FRULOR	SANTA INES MULALILLO
GASOLINERA FIGUEROA	BALISARIO QUEVEDO Y RICARDO GARCES

GASOLINERA LOS MOLLES	PANAMERICANA SUR
GASOLINERA NORTE	PANAMERICANA NORTE
GASOLINERA DEL SINDICATO DE CHOFERES	PANAMERICANA NORTE
GASOLINERA SAN MIGUEL	BARRIO CHIPOALO
GUARDERIA ORI	PANAMERICANA NORTE
HACIENDA LA ARGENTINA	VIA NAGSICHE
HOTEL LA CASONA	BOLÍVAR Y SUCRE
HOTEL LAS VEGAS	SUCRE Y JUAN LEON MERA
HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS	PANAMERICANA SUR
LA CASA DEL MARQUEZ RESTAURANT	GARCÍA MORENO Y QUITO
LA FINCA LTDA	SALACHE PARRQ ALFARO
NARANJO ROSES ECUADOR S.A.	SALACHE KM. 4 1/2
NEVADO ECUADOR	MULALILLO
PANAMERICANA VIAL S.A. PANAVIAL	PANAMERICANA SUR
PARADERO SALCEDO	SECTOR RUMIPAMBA
PARADERO YAMBO	ANTONIO JOSE HOLGUÍN
PARADISE OSTRICH FARM	TIGUALO
RADIO AVENTURA	PADRE SALCEDO Y 24 DE MAYO
RADIO SAN MIGUEL	SUCRE
RADIO NUEVOS EXITOS	GARCÍA MORENO
SANA SANA C. A.	GARCÍA MORENO
SERVICIO AGRÍCOLA ILLINIZA CIA. LTDA	VICENTE LEON Y 9 DE OCTUBRE
SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES	PANAMERICANA NORTE
VEHÍCULOS SALCEDO	AV. JAIME MATA YEROVI Y JAIME MOGOLLÓN

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

TABLA 2.7

INSTITUCIONES MIXTAS DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
EMPRESA ELECTRICA PROVINCIAL COTOPAXI S.A.	24 DE MAYO Y PADRE SALCEDO
LIGA DEPORTIVA DEL CANTON SALCEDO	GUAYAQUIL Y ROCAFUERTE

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

TABLA 2.8

INSTITUCIÓN AUTÓNOMA DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
MUNICIPIO	BOLIVAR Y SUCRE

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

TABLA 2.9
INSTITUCIONES FINANCIERAS DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
BANCO DEL PICHINCHA C. A.	24 DE MAYO Y ANA PAREDES
COOP. AHORRO Y CRÉDITO FRAY MANUEL SALCEDO LTDA	24 DE MAYO Y RICARDO GACES
COOP. AHORRO Y CRÉDITO KULLKI WASI LTDA	SUCRE Y ANA PAREDES
COOP. AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA	SUCRE Y 9 DE OCTUBRE
COOP. AHORRO Y CRÉDITO 9 DE OCTUBRE LTDA	9 DE OCTUBRE Y 24 DE MAYO
MUTUALISTA PICHINCHA	GARCÍA MORENO Y ROCAFUERTE

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

TABLA 2.10
INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
ESCUELAS	
ALEJANDRO DÁVALOS CALLE	BARRIO SAN MARCOS
CENTRO EDUCATIVO BILINGÜE MARIA DE JESUS BAQUERO	BOLÍVAR Y JULIO HIDALGO
CENTRO DE FORMACIÓN INTEGRAL BILINGÜE LICEO OXFORD	RUMIPAMBA DE LAS ROSAS
CENTRO EDUCATIVO INTEGRAL SALCEDO CEIS	PANAMERICANA SUR
CRISTOBAL COLÓN	SUCRE
DR. CAMILO GALLEGOS	VICENTE MALDONADO Y BELISARIO Q.
DR. CRISTOBAL SALGADO	PANAM KM. 2.5
GENERAL EMILIO MARIA TERAN	MULLIQUINDIL
GENERAL MIGUEL RIVADENEIRA	MULLIQUINDIL
GONZÁLES ZUARES	PADRE SALCEDO
JOSE MEJÍA	PANZALEO
JUAN MONTALVO	BELLAVISTA
LUIS A MARTÍNEZ	BELLAVISTA
LUIS CORDERO	ANCHILIVÍ
MADISON HIGH SCHOOL	GARCÍA MORENO
ROSA ZARATE	SUCRE Y GUAYAQUIL
SAN FRANCISCO DE ASIS	SUCRE
COLEGIOS	
CENTRO ARTESANAL SALCEDO	MEJÍA
CENTRO DE FORMACION INTEGRAL BILINGÜE LICEO OXFORD	RUMIPAMBA DE LAS ROSAS
MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	BELISARIO QUEVEDO
NACIONAL EXPERIMENTAL "SALCEDO"	MEJÍA
PASTORA ITURRALDE	RUMIPAMBA DE LAS ROSAS
SAN FRANCISCO DE ASIS	SUCRE

FUENTE: MUNICIPIO DE SALCEDO
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

TABLA 2.11
COOPERATIVAS DE TRANSPORTE DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
TAXI	
SALCEDO TENA	GARCÍA MORENO Y SUCRE
CAMIONETAS	
COOP. GUAPANTE	JUAN LEÓN MERA Y OLMEDO
COOP. MERCADO CENTRAL	24 DE MAYO Y ANA PAREDES
COOP. MULALILLO	BOLIVAR Y OLMEDO
COOP. MULLIQUINDIL	RICARDO GARCÉS Y SUCRE
COOP. NUEVOS HORIZANTES	ANA PAREDES Y SUCRE
COOP. PATAÍN	PADRE SALCEDO Y SUCRE
COOP. SALCEDENITA	PADRE SALCEDO Y SUCRE
COOP. SANTA ANA	GONZÁLES SUAREZ Y SUCRE
COOP. SANTA LUCIA	ANA PAREDES Y 24 DE MAYO
COOP. 19 DE SEPTIEMBRE	GARCÍA MORENO Y SUCRE
CIA DE CARGA ZONA DEL CANAL SERVICANAL C. A.	COMUNA QUILAJALO
CIA DE TRANSPORTES SAN LUIS LUISSAN CIA. LTDA.	SECTOR MULALILLO (REF)
TRANSGOLIAT S.A.	BOLÍVAR
TRANSPORTE SAN ANTONIO DE CUSUBAMBA C. A.	VIA SALCEDO- AMBATO
BUSES	
COOP. SALCEDO	BELISARIO Q. Y GONZALES SUAREZ
COOP. SAN MIGUEL	BELISARIO Q. Y GONZALES SUAREZ
COOP. PRIMAVERA	BELISARIO Q. Y GONZALES SUAREZ
COOP. GUAPANTE	ROCAFUERTE Y JUAN LEON MERA
COOP. TUISA	
TRANSCPEDA CIA. LTDA	BARRIO LA TEBAIDA
TRANSESTUR CIA. LTDA.	BELISARIO QUEVEDO
TRANSMUL C.A.	MEJIA Y BOLÍVAR
CAMIONES TRANSPORTE EXTRAPESADO	
CIA SUBREGIONAL CONSUTREX S.A.	GONZALES SUAREZ Y VICENTE LEON
CIA "VACA FERNÁNDEZ" Y ASOCIADOS S.A.	SUCRE Y BOLIVAR
CIA RUTAS SALCEDENSES S.A.	VICENTE MALDONADO Y SUCRE
CIA DE VOLQUETAS FONSECA RAMÍREZ Y ASOCIADOS S.A.	GARCÍA MORENO Y OLMEDO
LINCOLN TRANSPORT S.A.	9 DE OCTUBRE

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

TABLA 2.12
CENTROS COMERCIALES DEL CANTÓN SALCEDO

NOMBRE	UBICACIÓN
---------------	------------------

CASA MARIA	SUCRE Y BOLÍVAR
CHIVIS	SUCRE

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

2.2.2 FUENTES PRIMARIAS

“Las fuentes primarias están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo”³.

Para el presente proyecto como fuentes primarias se ha tomado en consideración a las empresas existentes del Cantón Salcedo entre las cuales son:

- Instituciones Públicas
- Instituciones Privadas
- Instituciones Mixtas
- Institución Autónoma
- Instituciones Financieras
- Instituciones Educativas
- Cooperativas de Transporte
- Centros Comerciales

“Los investigadores deben tener cuidado cuando se recopilen datos primarios, con el fin de asegurarse que sean pertinentes, exactos, actuales e imparciales”⁴.

De las fuentes primarias se obtendrá información por medio de tres formas como son:

- La observación directa: Este método se aplica acudiendo donde se encuentra el usuario y observando cómo es su comportamiento, sus intenciones es decir se utilizar para obtener datos que las personas no quieren o no pueden proporcionar.

³ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

⁴ Philip Kloter, Gary Armstrong. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

- La encuesta: por medio de este método tiene la ventaja de ser flexible y se utiliza para obtener varias clases de información, en la cual las preguntas se realizan de manera directa a los interesados por medio de un cuestionario
- La entrevista: se puede utilizar de diferentes maneras ya sea por teléfono que consiste en llamadas a una muestra de participación para realizarles varias preguntas personales que se pueden realizar en el hogar, en centros comerciales, o en la calle siempre y cuando la entrevista se realice frente a frente con los participantes de la encuesta y por correo que se realiza mediante el uso de paneles de correo enviando cuestionarios a participantes potenciales.

2.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“Es el proceso de dividir un mercado compuesto de varios tipos de clientes, productos y necesidades agrupando varias formas de dar servicios con diferentes características y conductas, en grupos distintos de consumidores, basados en variables geográficas, económicas, demográficas, psicograficas y conductuales, que podrían requerir mezclas separadas de productos o servicios determinando cuales segmentos ofrecen mejores oportunidades para lograr los objetivos de la compañía”⁵.

Al realizar la segmentación de mercado se puede analizar una parte del mercado total verificando los productos o servicios que utilizan, para satisfacer las necesidades que demanda el mercado. En la segmentación existe un riesgo que consiste en que el que oferta el servicio de imprenta tiene la posibilidad de que tenga gran acogida por un mercado pero si disminuye el mercado potencial, el oferente del servicio puede tener graves problemas por que debe analizar las causas por las que se disminuye la acogida del mercado hacia nuestro servicio.

⁵ Philip Kloter, Gary Armstrong. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA pag 50

2.3.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

Las principales variables que se utiliza para la segmentación del mercado con las que se puede encontrar mejores formas de ver la estructura del mercado son las siguientes:

- Variables Geográficas: Divide al mercado en diferentes unidades geográficas como: tamaño de la ciudad y su densidad.
- Variables Demográficas: Divide al mercado en grupos de acuerdo a variables como: Ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación y actividad.
- Variables Conductuales: Divide a los compradores en grupos basándose en sus conocimientos actitudes o respuestas a un servicio como: ocasiones en que se usa, beneficios que reciben, posición del usuario, estudio de lealtad, actitud hacia el producto.

2.3.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN

Para realizar una buena segmentación de mercado de consumidores se analizara las variables mencionadas anteriormente, las cuales se identificaran de mayor a menor importancia:

Variables Geográfica:

- Tamaño de la Ciudad
- Densidad

Variables Demográficas:

- Ciclo de vida familiar

- Ingresos
- Ocupación
- Actividad

Variables Conductuales:

- Ocasiones en que se usa
- Beneficios que reciben
- Posición del usuario
- Estudio de lealtad
- Actitud hacia el producto.

Hemos analizado cada una de las variables por lo cual se puede decir que son importantes por que permite conocer factores que se indicará a continuación:

Tamaño de la Ciudad y Densidad de la población.- Determinarán en el presente trabajo que población se va a estudiar distribuyéndolas en zonas urbanas o rurales de las cuales solo se analizaran las zonas urbanas siendo la población total de 9853 habitantes dato tomado de la Tabla 2.1.

Ciclo de vida familiar.- es utilizado para identificar las etapas por las cuales se utilizará el producto entre los cuales esta niños, jóvenes, adultos siendo la que es mas tomado en cuenta los adultos que representa a 5709 personas, este dato es tomado de la Tabla 2.2.

Ingresos.- Se considerara a la población económicamente activa de la Tabla 2.4 que representa 3820 personas.

Ocupación.- Sirve para identificar al grupo de personas que utilizan nuestro servicio sean estudiantes, amas de casa, profesionales, vendedores y artesanos.

Actividad.- Se utilizará para identificar el área en la que se va a incursionar el proyecto sean Instituciones Educativas, Cooperativas de Transporte, Instituciones Públicas, instituciones Privadas, Centros Comerciales y Instituciones Financieras.

Ocasiones en que se usa el servicio.- Para identificar en que ocasiones se utiliza el servicio y de esa manera clasificar temporadas altas y bajas.

Beneficios que reciben.- Permitirá identificar las cualidades que posee la competencia al cautivar al cliente y de esa manera apoderarse como característica mínima de partida.

Posición del usuario.- Depende si el cliente visita el local por primera vez o si ya es cliente frecuente.

Estudio de lealtad.- Depende de sí los clientes solo utilizan el servicio o si son clientes frecuentes.

Actitud hacia el producto.- Permitirá saber si la empresa trabaja entorno al cliente y si transfiere esta actitud positiva.

2.4 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Elemento

Directivos de las Empresas del Cantón Salcedo

Unidad Muestral

- Instituciones Públicas
- Instituciones Privadas
- Instituciones Mixtas
- Institución Autónoma
- Instituciones Financieras
- Instituciones Educativas
- Cooperativas de Transporte
- Centros Comerciales

Extensión

Población Urbana de Salcedo

En base a la definición de la población se calcula de la siguiente manera:

TABLA 2.13
CÁLCULO DE LA POBLACIÓN

NOMBRE	NUMERO
INSTITUCIONES PÚBLICAS	7
INSTITUCIONES PRIVADAS	49
INSTITUCIONES MIXTAS	2
INSTITUCIONES AUTÓNOMAS	1
INSTITUCIONES FINANCIERAS	6
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	22
COOPERATIVAS DE TRANSPORTE	28
CENTROS COMERCIALES	2
TOTAL	117

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

2.4.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA

El cálculo de la muestra es tomado para una población finita que define al número de instituciones que son consideradas necesarias para este estudio.

Para poder aplicar el tamaño de la muestra es necesario aplicar una prueba piloto.

2.4.2 PRUEBA PILOTO

Se procederá a realizar una prueba piloto con 30 encuestas las cuales nos permitirá identificar p y q es decir la probabilidad de que ocurra o no dicho evento, para dicho estudio se utilizará el formato de encuesta que consta en el ANEXO No. 2, y el registro de datos realizada en el programa SPSS versión 10

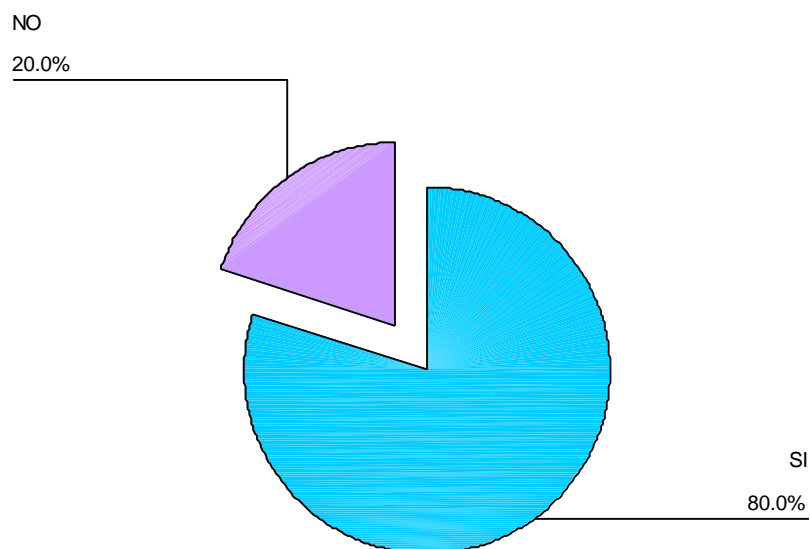
Académica se encuentra en el ANEXO No. 3 el que permitirá manejar esta información para diferentes perfiles de criterios.

- **PREGUNTA No. 1**

TABLA 2.14
UTILIZA USTED EL SERVICIO DE IMPRENTA?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	24	80.0	80.0	80.0
NO	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.1
GRÁFICO DE PASTEL



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

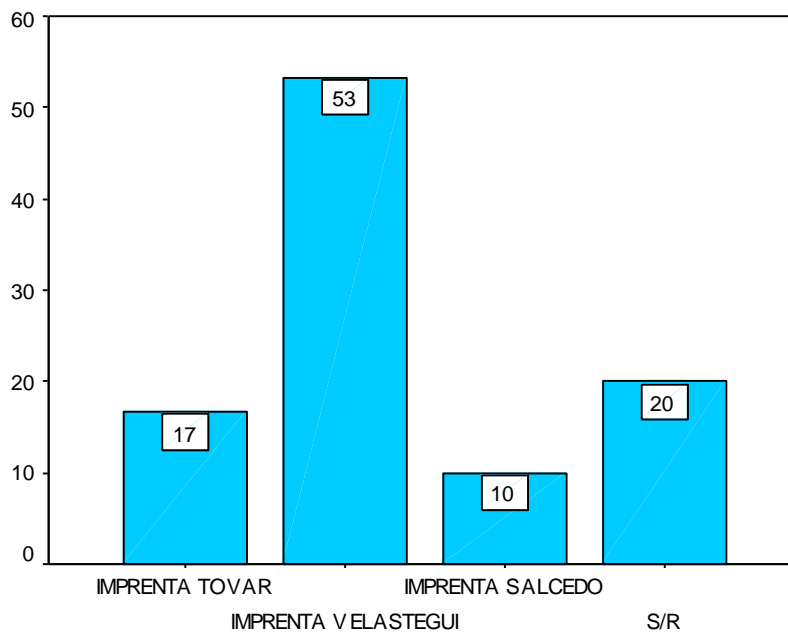
Como se puede apreciar en la tabla y en el gráfico expuestos anteriormente se puede mencionar que la mayor parte de la población encuestada si utiliza el servicio de imprenta.

- **PREGUNTA No. 2**

TABLA 2.15
CUÁL IMPRENTA UTILIZA DE PREFERENCIA PARA REALIZAR SUS TRABAJOS?

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulativo
IMPRENTA TOVAR	5	16.7	16.7	16.7
IMPRENTA VELASTEGUI	16	53.3	53.3	70.0
IMPRENTA SALCEDO	3	10.0	10.0	80.0
S/R	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.2
GRÁFICO DE BARRAS



CUAL IMPRENTA UTILIZA DE PREFERENCIA

FUENTE: Encuestas

En la grafica y en la tabla expuestas anteriormente indica que Imprenta Velastegui es la que posee mayor acogida por las personas radicadas en la ciudad de Salcedo por ofrecer una variedad en los servicios de imprenta.

Para determinar la muestra se realizó un aprueba piloto a fin de determinar p y q es decir la probabilidad de que ocurra o no dicho evento.

Con la prueba piloto realizada se ha podido determinar varios puntos que se mencionará a continuación:

- Grado de que ocurra o no el evento que en este caso equivale a $p = 80\%$ y $q = 20\%$
- El segmento de mercado se va a enfocar dicho estudio que en este caso esta enfocado a empresas que existen en el cantón.
- Saber que acogida poseerá el servicio en un tiempo determinado
- Saber cuales son las necesidades que posee en la actualidad las personas que requieren del servicio.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad

N = Población

p = Porción de que ocurra

q = Porción de no ocurrencia

e = Margen de Error

Datos:

Z = 1.96

N = 117

$$p = 80\%$$

$$q = 20\%$$

$$e = 5\%$$

$$n = ?$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 117 * 0.80 * 0.20}{(0.05)^2 * (117 - 1) + (1.96)^2 * 0.80 * 0.20}$$

$$n = \frac{71.91}{0.29 + 0.61}$$

$$n = \frac{71.91}{0.90}$$

$$n = 79.9 \approx 80 \text{ Instituciones}$$

2.4.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

En el ANEXO No. 4 se muestra el cuestionario de encuesta que esta formado por 8 preguntas las cuales permitirán saber si es factible o no la aplicación del proyecto.

Las encuestas que se realicen serán a las personas que estén a cargo de las instituciones sin que exista la adulteración en las respuestas dadas.

2.4.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las instituciones han sido seleccionadas aleatoriamente para este estudio tal como se muestra en la tabla que se indica a continuación:

TABLA 2.16
CÁLCULO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

NOMBRE	N	PORCENTAJE	n
INSTITUCIONES PUBLICAS	7	5.98	5
INSTITUCIONES PRIVADAS	49	41.88	34
INSTITUCIONES MIXTAS	2	1.71	1
INSTITUCIONES AUTONOMAS	1	0.85	1

INSTITUCIONES FINANCIERAS	6	5.13	4
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	22	18.80	15
COOPERATIVAS DE TRANSPORTE	28	23.93	19
CENTROS COMERCIALES	2	1.71	1
TOTAL	117	100.00	80

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Para tener un mejor entendimiento se ha tomado la opción de utilizar el programa SPSS versión 10 Académica que permite la tabulación de las encuestas, mediante la elaboración de tablas y los gráficos presentados posteriormente permite un mejor entendimiento de la información procesada que se indicara posteriormente.

En el ANEXO No. 5 se muestra el registro de los datos que se ha obtenido de las encuestas realizadas en el programa SPSS.

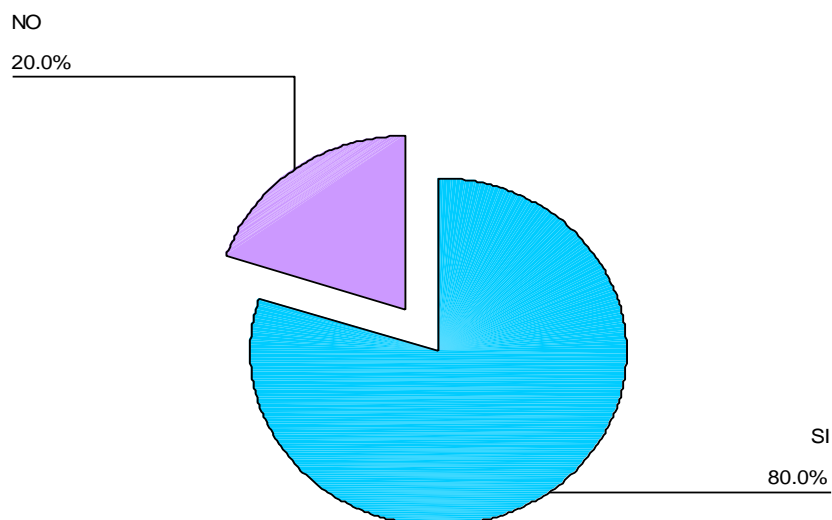
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS POR PREGUNTA

- PREGUNTA No. 1

TABLA 2.17
UTILIZA USTED EL SERVICIO DE IMPRENTA?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	64	80.0	80.0	80.0
NO	16	20.0	20.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.3
GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE UTILIZACIÓN



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

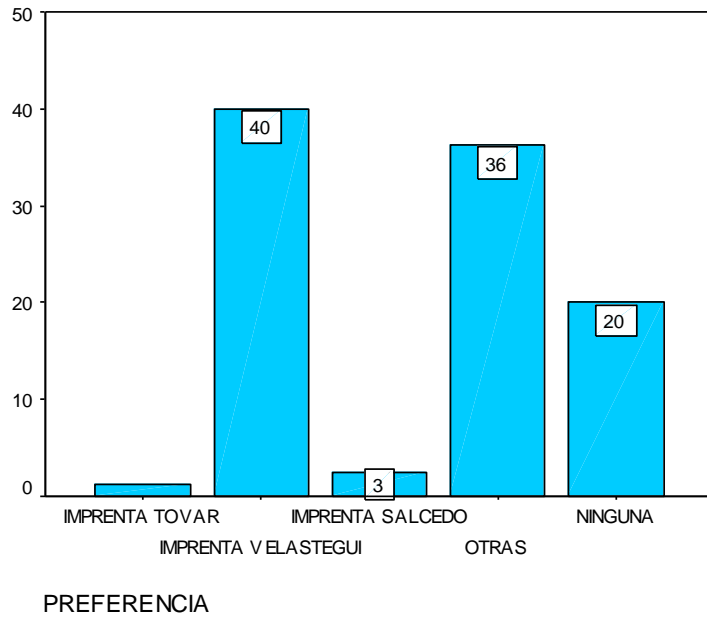
Como se puede observar en la tabla y en el gráfico expuestos anteriormente se puede decir que la mayoría de empresas si utilizan el servicio de imprenta debido a las necesidades que son ofertadas por los clientes.

- **PREGUNTA No. 2**

TABLA 2.18
CUÁL IMPRENTA UTILIZA DE PREFERENCIA PARA REALIZAR SUS TRABAJOS?

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
IMPRESA TOVAR	1	1.3	1.3	1.3
IMPRESA VELASTEGUI	32	40.0	40.0	41.3
IMPRESA SALCEDO	2	2.5	2.5	43.8
OTRAS	29	36.3	36.3	80.0
NINGUNA	16	20.0	20.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.4
GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE PREFERENCIA



FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

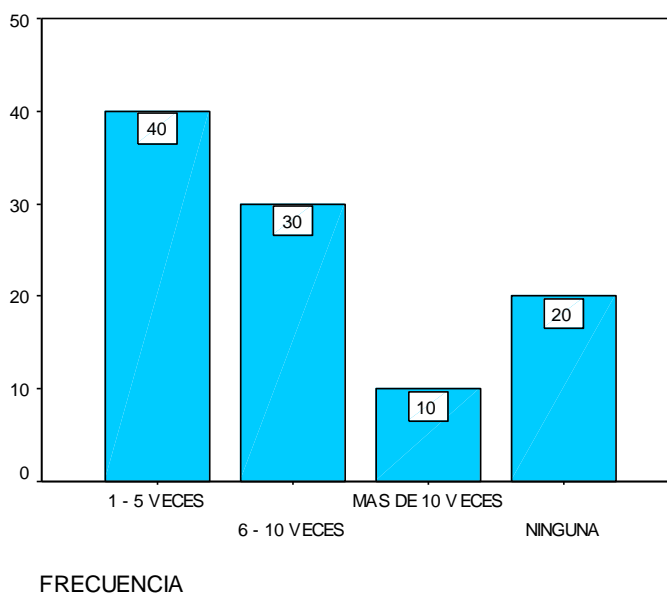
De acuerdo a las encuestas realizadas se puede mencionar que la imprenta que más acogida tiene por los clientes es la Imprenta Velastegui ya que los servicios que brinda son dependiendo de las exigencias de los clientes.

- **PREGUNTA No. 3**

TABLA 2.19
CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED EL SERVICIO DE IMPRENTA AL AÑO

Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
1 - 5 VECES	32	40.0	40.0	40.0
6 - 10 VECES	24	30.0	30.0	70.0
MAS DE 10 VECES	8	10.0	10.0	80.8
NINGUNA	16	20.0	20.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.5
GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE FRECUENCIA



FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

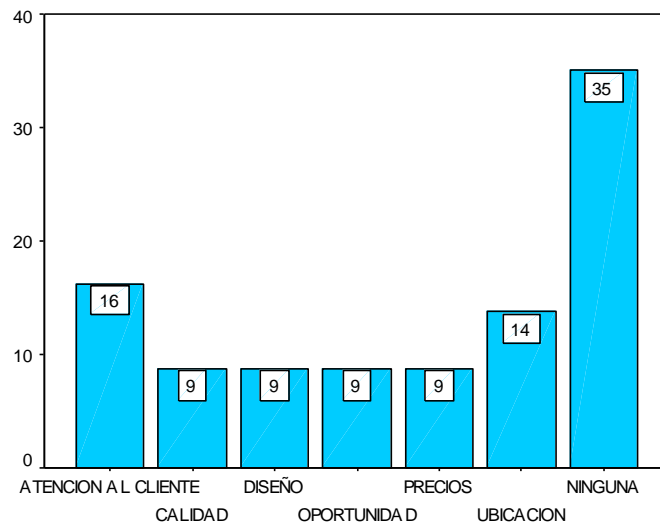
Las empresas que con mayor frecuencia utilizan el servicio de imprenta según los datos presentados son de una a cinco veces al año de acuerdo a las encuestas realizadas su respectiva tabulación en la tabla y gráfico presentados anteriormente.

- **PREGUNTA No. 4**

TABLA 2.20
QUÉ EXPECTATIVAS LE HA FALLADO SU IMPRENTA?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
ATENCION AL CLIENTE	13	16.3	16.3	16.3
CALIDAD	7	8.8	8.8	25.0
DISEÑO	7	8.8	8.8	33.8
OPORTUNIDAD	7	8.8	8.8	42.5
PRECIOS	7	8.8	8.8	51.3
UBICACION	11	13.8	13.8	65.0
NINGUNA	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.6
GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE EXPECTATIVAS



FALLOS

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

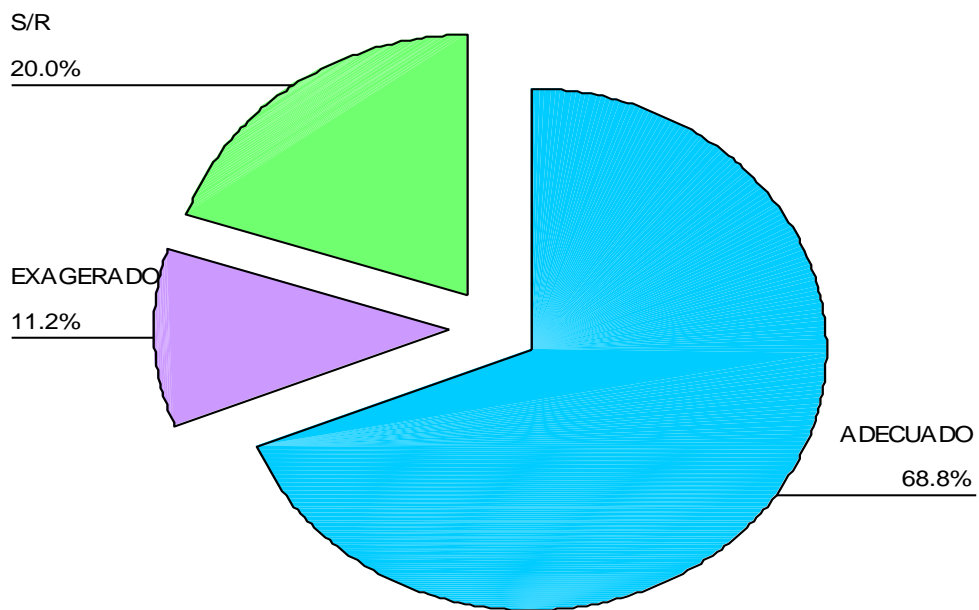
Las empresas a las que se les realiza las encuestas mencionan que en mayor proporcionan en las imprentas que han realizado sus trabajos no posee ninguna falencia en los mismos.

- **PREGUNTA No. 5**

TABLA 2.21
EL PRECIO QUE USTED HA CANCELADO LE CONSIDERA

Precio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
ADECUADO	55	68.8	68.8	68.8
EXAGERADO	9	11.3	12.3	80.0
S/R	16	20.0	20.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.7
GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE PRECIO



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

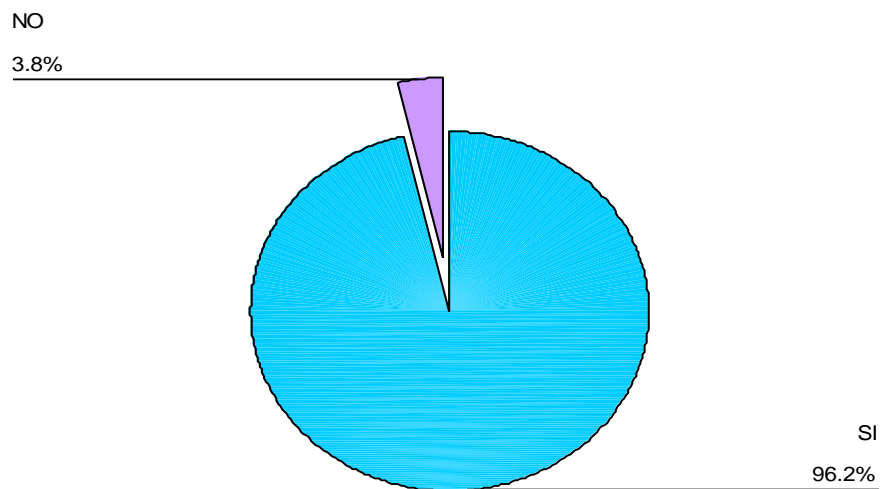
La mayoría de la población en sus respuestas dadas mencionan que están de acuerdo al precio que cancelan cuando realizan sus trabajos ya que los precios son estables y no tienen mucha variación en los mismos.

- **PREGUNTA No. 6**

TABLA 2.22
ESTA USTED DE ACUERDO QUE EXISTA OTRA IMPRENTA EN SALCEDO
QUE OFREZCA ENTREGAR EN EL MENOR TIEMPO Y CON NUEVA
TECNOLOGÍA?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	77	96.2	96.2	96.2
NO	3	3.8	3.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.8
GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE VARIEDAD



FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

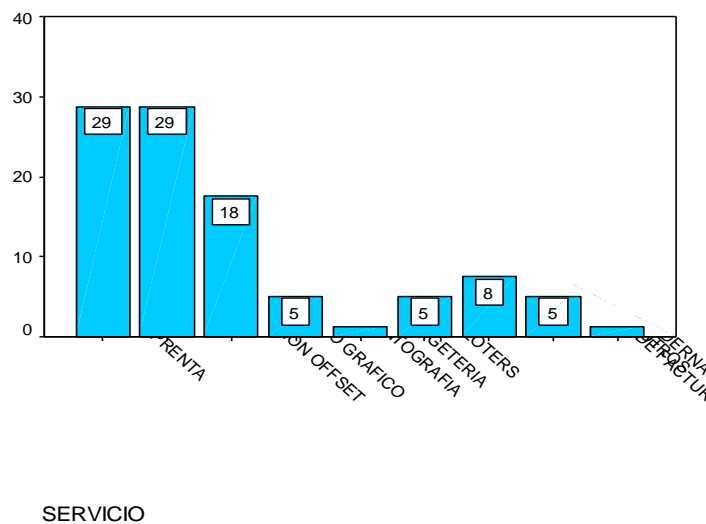
La población a la que se le ha realizado las encuestas han mencionado que la población si esta de acuerdo que exista otra imprenta en Salcedo para que exista mayor competencia y servicio de calidad.

- **PREGUNTA No. 7**

TABLA 2.23
QUE TIPO DE SERVICIO LE GUSTARÍA QUE OFREZCA LA IMPRENTA

Servicio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
IMPRESION OFFSET	23	28.8	28.8	28.8
IMPRESION OFFSET	23	28.8	28.8	57.5
DISEÑO GRAFICO	14	17.5	17.5	75.0
GIGANTOGRAFIA	4	5.0	5.0	80.0
TARGETERIA	1	1.3	1.3	81.3
PLOTTERS	4	5.0	5.0	86.3
SERVICIO DE FACTURACION	6	7.5	7.5	93.8
ENCUADERNACION	4	5.0	5.0	98.8
OTROS	1	1.3	1.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.9
GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE SERVICIO



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

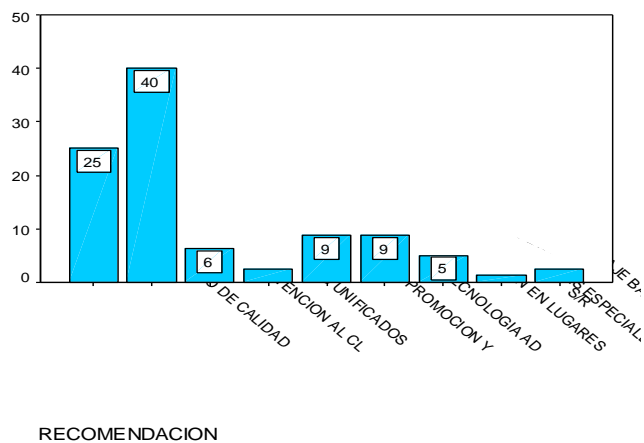
El servicio que requieren las personas que se ofrezca en mayor proporción es el servicio de imprenta dependiendo de las necesidades que posean las mismas para con esto ofrecer un servicio de calidad.

- PREGUNTA No. 8

TABLA 2.24
CUÁL SERIA SU COMENTARIO O RECOMENDACIÓN QUE USTED DARÍA

Recomendación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SERVICIO DE CALIDAD	20	25.0	25.0	25.0
MEJOR ATENCION AL CLIENTE	32	40.0	40.0	65.0
PRECIOS UNIFICADOS	5	6.3	6.3	71.3
REALICEN PROMOCION Y PUBLICIDAD	2	2.5	2.5	73.8
EXISTA TECNOLOGIA ADECUADA	7	8.8	8.8	82.5
UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS	7	8.8	8.8	91.3
PERSONAS ESPECIALES EN EL TEMA	4	5.0	5.0	96.3
TRABAJE BAJO PRINC. EMPRESARIALES	1	1.3	1.3	97.5
S/R	2	2.5	2.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

GRÁFICO No. 2.10
GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE RECOMENDACIÓN



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

En la tabla y gráfica expuestas anteriormente se puede decir que la población recomienda que exista mejor atención al cliente basándose en principios que estén acorde a las necesidades de los clientes.

2.5 ANÁLISIS DE DEMANDA

2.5.1 DEMANDA HISTÓRICA

La rama de la imprenta no posee suficiente información acerca de la frecuencia en la demanda de las imprentas existentes en el medio, y por no existir datos históricos se ha procedido a realizar un análisis de fuentes primarias de los consumidores y de las características que poseen los mismos.

2.5.2 DEMANDA ACTUAL

El cálculo de la demanda se lo realizará a través de un cuestionario aplicado a la muestra representativa de 80 Instituciones, que permitirá determinar la preferencia del servicio que se pretende ofrecer a los consumidores.

Para obtener el cálculo de la demanda actual en el presente proyecto es necesario determinar cuáles son sus requerimientos de trabajos de imprenta, esto se demuestra en las siguientes tablas:

TABLA 2.25

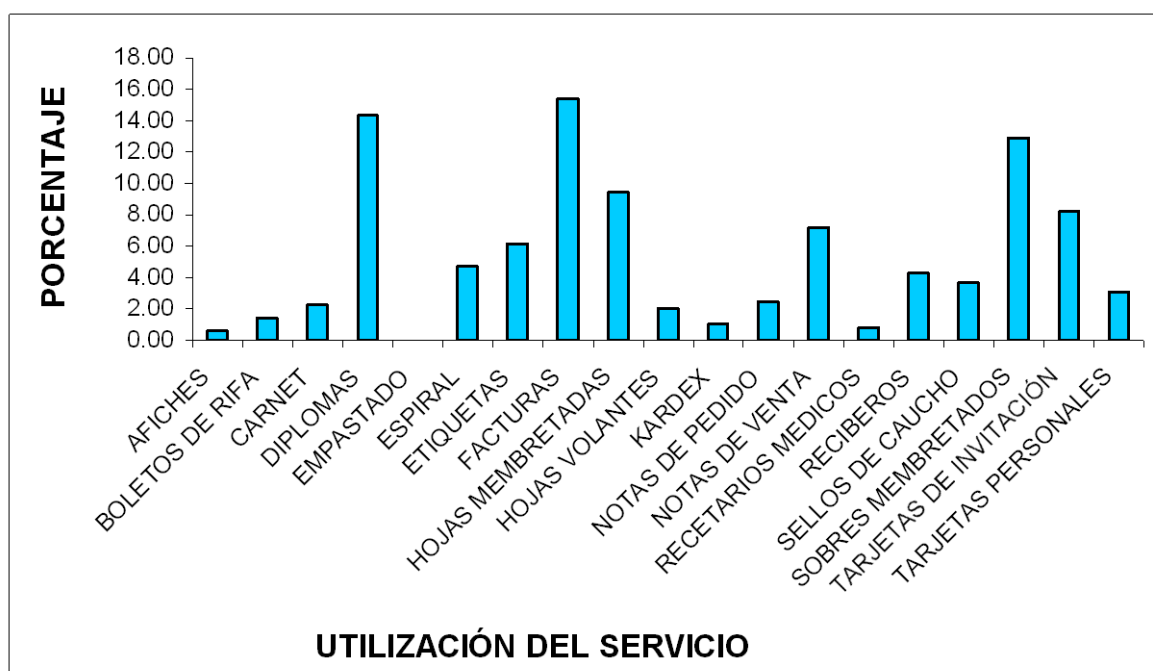
QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA UTILIZA USTED

SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AFICHES	3	0.61
BOLETOS DE RIFA	7	1.43
CARNET	11	2.25
DIPLOMAS	70	14.34
EMPASTADO	0	0.00
ESPIRAL	23	4.71
ETIQUETAS	30	6.15
FACTURAS	75	15.37
HOJAS MEMBRETADAS	46	9.43
HOJAS VOLANTES	10	2.05
KARDEX	5	1.02
NOTAS DE PEDIDO	12	2.46
NOTAS DE VENTA	35	7.17

RECETARIOS MÉDICOS	4	0.82
RECIBEROS	21	4.30
SELLOS DE CAUCHO	18	3.69
SOBRES MEMBRETADOS	63	12.91
TARJETAS DE INVITACIÓN	40	8.20
TARJETAS PERSONALES	15	3.07
TOTAL	488	100.00

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.11 QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA UTILIZA USTED



FUENTE: TABLA 2.25
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la tabla y la gráfica expuesta anteriormente se puede decir que los clientes requieren los servicios expuestos pero los que más utilizan son: el servicio de facturas, diplomas, sobres membretados, hojas membretadas, tarjetas de invitación, notas de venta y etiquetas de las instituciones encuestadas.

TABLA 2.26

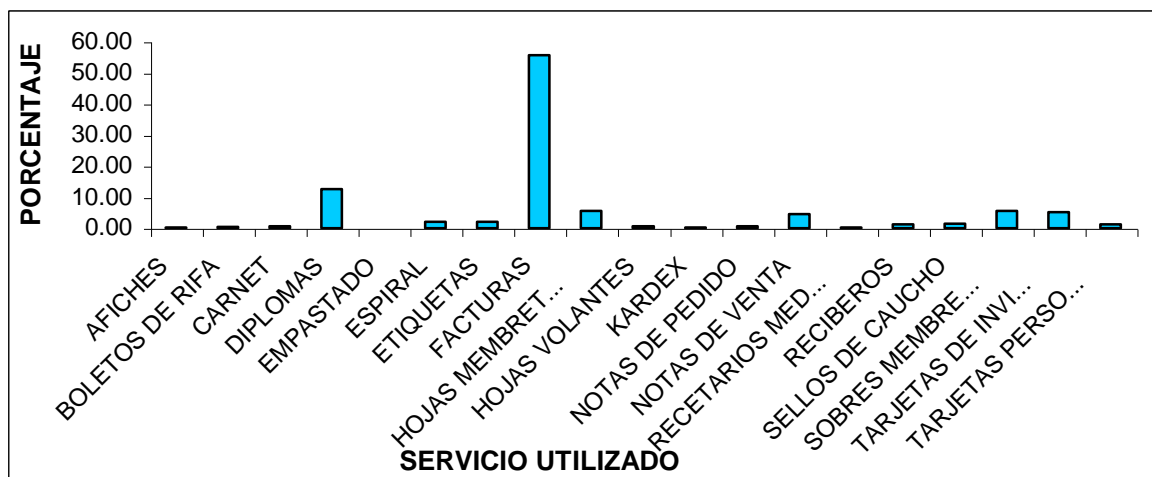
QUÉ CANTIDAD USTED MANDA A IMPRIMIR CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS

SERVICIO A OFRECER	MEDIDA DE UTILIZACION	FRECUENCIA	PRECIO	FRECUENCIA EN DOLARES	PORCENTAJE
AFICHES	UNIDAD	26	\$ 4.50	\$ 117.00	0.22
BOLETOS DE RIFA	BLOKS	275	\$ 1.00	\$ 275.00	0.51
CARNET	CIEN	68	\$ 5.00	\$ 340.00	0.63
DIPLOMAS	UNIDAD	1368	\$ 5.00	\$ 6,840.00	12.65
EMPASTADO	UNIDAD	0	\$ 7.00	\$ -	0.00
ESPIRAL	UNIDAD	215	\$ 5.00	\$ 1,075.00	1.99
ETIQUETAS	CIEN	185	\$ 6.00	\$ 1,110.00	2.05
FACTURAS	BLOKS	3341	\$ 9.00	\$ 30,069.00	55.61
HOJAS MEMBRETADAS	CIEN	376	\$ 8.00	\$ 3,008.00	5.56
HOJAS VOLANTES	CIEN	64	\$ 5.00	\$ 320.00	0.59
KARDEX	CIEN	19	\$ 8.00	\$ 152.00	0.28
NOTAS DE PEDIDO	BLOKS	43	\$ 9.00	\$ 387.00	0.72
NOTAS DE VENTA	BLOKS	271	\$ 9.00	\$ 2,439.00	4.51
RECETARIOS MÉDICOS	BLOKS	41	\$ 3.50	\$ 143.50	0.27
RECIBEROS	BLOKS	217	\$ 3.00	\$ 651.00	1.20
SELLOS DE CAUCHO	UNIDAD	245	\$ 3.00	\$ 735.00	1.36
SOBRES MEMBRETADOS	CIEN	378	\$ 8.00	\$ 3,024.00	5.59
TARJETAS DE INVITACIÓN	DOCENA	306	\$ 9.00	\$ 2,754.00	5.09
TARJETAS PERSONALES	CIEN	106	\$ 6.00	\$ 636.00	1.18
TOTAL		7544	\$ 114.00	\$ 54,075.50	100.00

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.12

QUÉ CANTIDAD USTED MANDA A IMPRIMIR CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS



FUENTE: TABLA 2.26
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la tabla y la gráfica expuesta se puede decir que las instituciones requieren más el servicio de facturación, diplomas y sobres membretados por la cantidad que es utilizada para realizar tramites de diferente índole.

De este cuadro también podemos deducir la demanda actual que tiene el servicio de imprenta que al ofrecer servicios muy variados, es mejor cuantificarlo en valores monetarios por esta razón observamos que la demanda actual es de \$54,075.50.

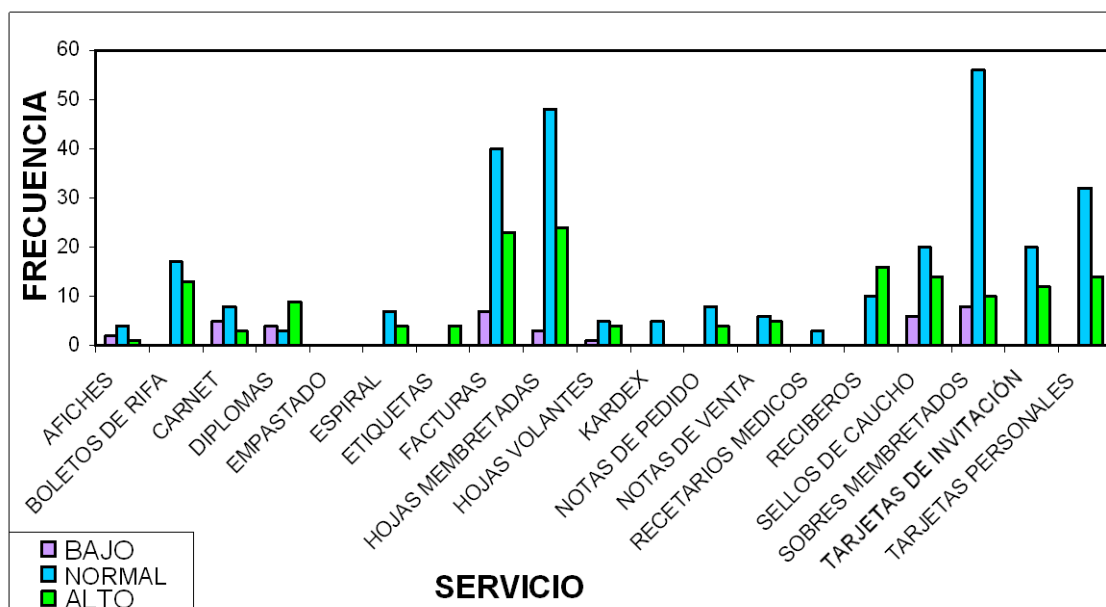
TABLA 2.27
EL PRECIO QUE UD. HA CANCELADO POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA

SERVICIO	BAJO	NORMAL	ALTO	SUMATORIA
AFICHES	2	4	1	7
BOLETOS DE RIFA	0	17	13	30
CARNET	5	8	3	16
DIPLOMAS	4	3	9	16
EMPASTADO	0	0	0	0
ESPIRAL	0	7	4	11
ETIQUETAS	0	0	4	4
FACTURAS	7	40	23	70
HOJAS MEMBRETADAS	3	48	24	75
HOJAS VOLANTES	1	5	4	10
KARDEX	0	5	0	5
NOTAS DE PEDIDO	0	8	4	12
NOTAS DE VENTA	0	6	5	11
RECETARIOS MÉDICOS	0	3	0	3
RECIBEROS	0	10	16	26
SELLOS DE CAUCHO	6	20	14	40
SOBRES MEMBRETADOS	8	56	10	74
TARJETAS DE INVITACION	0	20	12	32
TARJETAS PERSONALES	0	32	14	46
SUMATORIA	36	292	160	

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.13

EL PRECIO QUE UD. HA CANCELADO POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA



FUENTE: TABLA 2.27
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Según la tabla y gráfica expuestas se puede decir que en el servicio de imprenta los precios son normales seguido por los altos, los consumidores buscan otras alternativas para requerir del servicio de imprenta en otras provincias vecinas a la nuestra.

2.5.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Las instituciones requieren de varios servicios como se detalla en la TABLA 2.26 que son representadas en diferentes medidas como se observa en la segunda columna de la misma tabla, dependiendo de las necesidades de los consumidores se obtiene la frecuencia que es multiplicada por el precio en dólares correspondiente a cada servicio, uniendo todas estas cantidades tenemos la demanda total anual que es de \$54075.50 como se observa en la quinta columna.

La demanda se la determina ya que los servicios de imprenta son muy variados y se dificulta cuantificarla por cada uno de ellos, por lo tanto la manera mas adecuada de cuantificarla es en unidades monetarias es decir en dólares.

2.5.4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Las instituciones que han sido utilizadas para el presente estudio, no experimentarán un crecimiento significativo los próximos 5 años en la Ciudad de Salcedo, debido a las condiciones económicas, sociales, políticas y legales del país y del cantón, que no permiten tener una estabilidad y un crecimiento constante al realizar sus transacciones comerciales y especial por las condiciones.

Por lo que la cantidad demandada no varia ni variará, es que no ha existido un incremento en los próximos años, es por ellos que la demanda del año 2005 se considera en dólares es decir en valores monetarios y por tal razón es conveniente utilizar la inflación para proyectar la demanda de las instituciones dependiendo de las necesidades que posean.

Se aplicará la inflación del 2% como tasa fija para el presente estudio, por que no se sabe las variaciones que tendrá el país con respecto a la inflación, tomado en consideración que la inflación actual se encuentra en una tasa del 1.8% pero no se sabe si al finalizar el año esta tasa suba o baje o se estabilice con el mismo porcentaje, por lo cual se espera que las condiciones económicas no varíen para los próximos 5 años para lograr un incremento en la producción, dependiendo de las necesidades del consumidor.

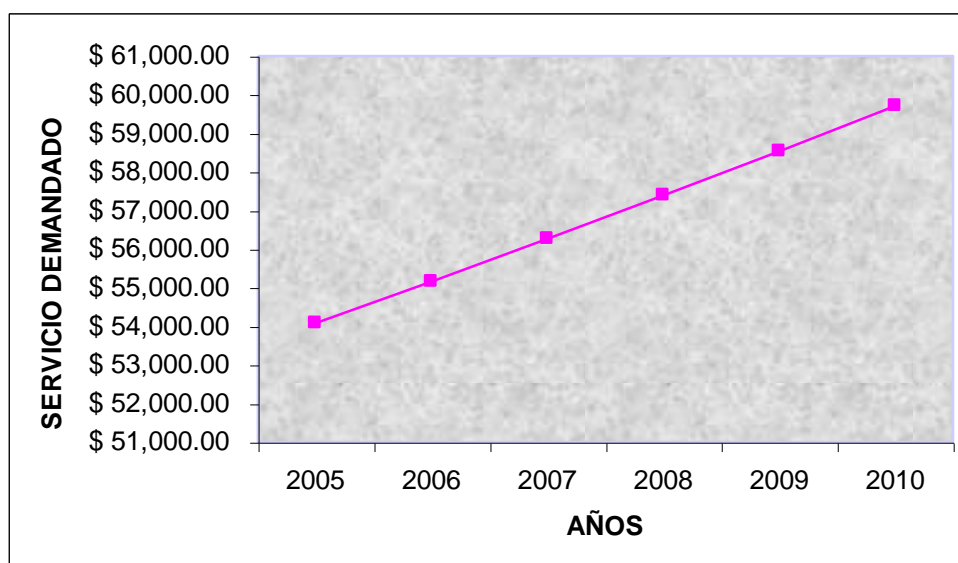
Para realizar la proyección de la demanda se considerará el valor total de los servicios demandados por los consumidores, este dato que es tomado de la TABLA No. 2.26, de la quinta columna considerado como valor actual a \$54,075.50, para posteriormente realizar las proyecciones hasta el año 2010.

TABLA 2.28
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	INFLACION PROYECTADA	SERVICIO DEMANDADO
2005	2.00	\$ 54,075.50
2006	2.00	\$ 55,157.01
2007	2.00	\$ 56,260.15
2008	2.00	\$ 57,385.35
2009	2.00	\$ 58,533.06
2010	2.00	\$ 59,703.72

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.14
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA



FUENTE: TABLA No. 2.28
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la gráfica expuesta anteriormente se menciona que la demanda expresada en unidades monetarias crece proporcionalmente justificando la inversión que se realizará en el futuro.

2.5.5 PERFIL DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo para este análisis es la ciudad de Salcedo y se utilizarán variables que han sido dadas a conocer en el proceso de segmentación de mercado, basadas en variables demográficas distribuidas en diferentes actividades la que nos permitirán conocer cuáles son las instituciones que actualmente utilizan el servicio de imprenta entre las cuales se encuentran:

- Instituciones Públicas
- Instituciones Privadas
- Instituciones Mixtas
- Institución Autónoma
- Instituciones Financieras
- Instituciones Educativas
- Cooperativas de Transporte
- Centros Comerciales

Todas ellas han sido tomadas en forma aleatoria la mayor parte de las preguntas realizadas son sus preguntas afirmativas mencionando que sí utilizan el servicio de imprenta.

2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.6.1 OFERTA HISTÓRICA

En la rama de la imprenta no existe datos históricos debido a que no han sido recogidos en espacios considerables de tiempo, lo que no permite tener variables que muestre como ha sido su comportamiento en el pasado.

2.6.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL

“La oferta son las posibles alternativas que siempre correlacionan con las diferentes cantidades ofrecidas con distintos niveles de precios vigentes en el mercado”⁶

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores están dispuestos a poner en el mercado a un precio determinado”⁷

En la ciudad de Salcedo existen Tres imprentas que brindan sus servicio a la colectividad en diferentes proporciones como se ha indicado anteriormente entre las cuales está:

- Imprenta Salcedo
- Imprenta Tovar
- Imprenta Velastegui

Para el cálculo de la oferta actual se procede a realizar las respectivas investigaciones adicionales, estableciendo las ventas directas de la competencia representadas en las siguientes tablas:

TABLA 2.29
QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA OFRECE USTED

SI = X
NO = BLANCO

SERVICIO A OFRECER	IMPRENTAS OFRECEN			SUMATORIA
	SALCEDO	TOVAR	VELASTEGUI	
AFICHES			X	1
BOLETOS DE RIFA	X	X	X	3
CARNET	X		X	2
DIPLOMAS	X		X	2
EMPASTADO	X		X	2

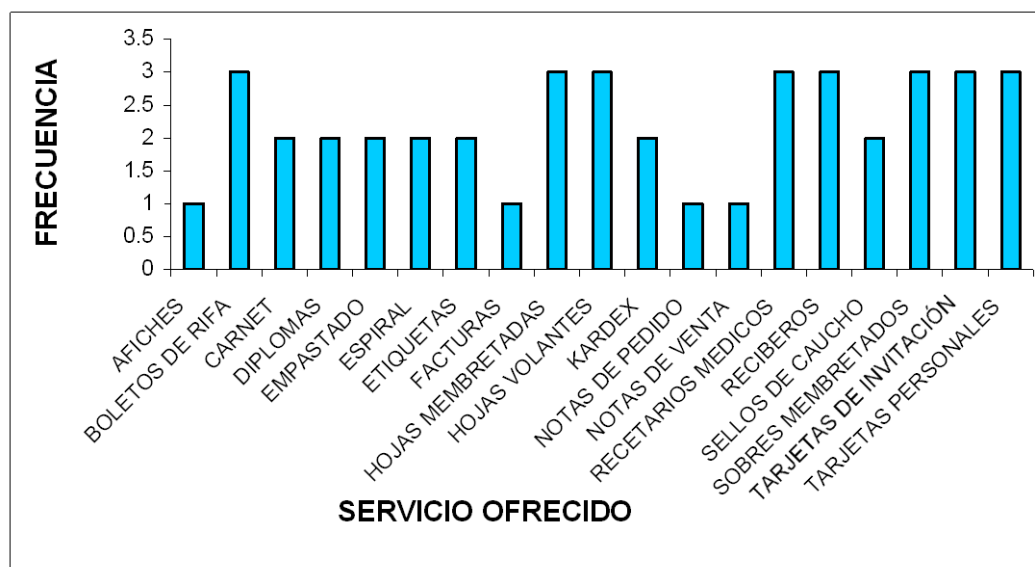
⁶ Econ. Bolívar Costales Gavilanes. DISEÑO ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

⁷ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

ESPIRAL		x	x	2
ETIQUETAS		x	x	2
FACTURAS			x	1
HOJAS MEMBRETADAS	x	x	x	3
HOJAS VOLANTES	x	x	x	3
KARDEX	x		x	2
NOTAS DE PEDIDO			x	1
NOTAS DE VENTA			x	1
RECETARIOS MÉDICOS	x	x	x	3
RECIBEROS	x	x	x	3
SELLOS DE CAUCHO	x	x		2
SOBRES MEMBRETADOS	x	x	x	3
TARJETAS DE INVITACIÓN	x	x	x	3
TARJETAS PERSONALES	x	x	x	3
SUMATORIA	13	11	18	

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.15
QUÉ SERVICIOS DE IMPRENTA OFRECE USTED



FUENTE: TABLA No. 2.29
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

En la tabla y gráfico expuestos se puede decir que las imprentas ofrecen la mayoría de los servicios excepto la Imprenta Tovar que por dedicarse a otras actividades no oferta los servicios requeridos por los clientes.

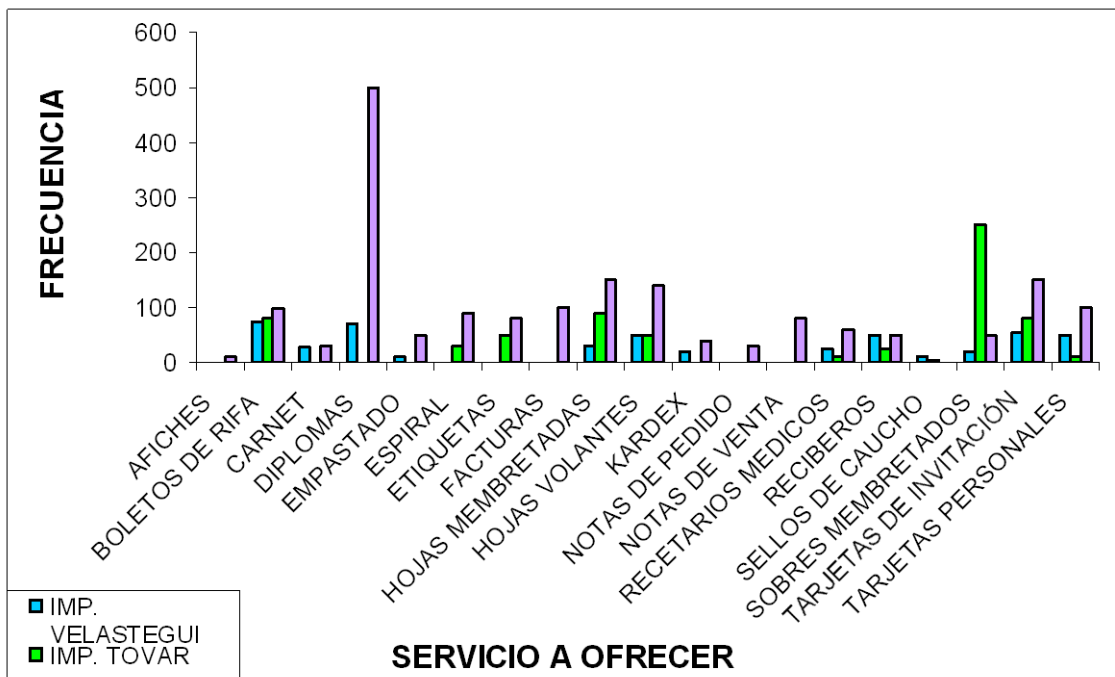
TABLA 2.30

QUÉ CANTIDAD IMPRIME CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES MENCIONADOS

SERVICIO A OFRECER	MEDIDA DE UTILIZACION	IMPRESIONES OFRECEN AL AÑO				PRECIO	FRECUENCIA EN DOLARES	PORCENTAJE
		SALCEDO	TOVAR	VELASTEGUI	FRECUENCIA			
AFICHES	UNIDAD	0	0	10	10	\$ 4.50	\$ 45.00	0.25
BOLETOS DE RIFA	BLOKS	75	80	98	253	\$ 1.00	\$ 253.00	1.42
CARNET	CIEN	28	0	30	58	\$ 5.00	\$ 290.00	1.63
DIPLOMAS	UNIDAD	70	0	500	570	\$ 5.00	\$ 2,850.00	16.01
EMPASTADO	UNIDAD	10	0	50	60	\$ 7.00	\$ 420.00	2.36
ESPIRAL	UNIDAD	0	30	90	120	\$ 5.00	\$ 600.00	3.37
ETIQUETAS	CIEN	0	50	80	130	\$ 6.00	\$ 780.00	4.38
FACTURAS	BLOKS	0	0	100	100	\$ 9.00	\$ 900.00	5.05
HOJAS MEMBRETADAS	CIEN	30	90	150	270	\$ 8.00	\$ 2,160.00	12.13
HOJAS VOLANTES	CIEN	50	50	140	240	\$ 5.00	\$ 1,200.00	6.74
KARDEX	CIEN	20	0	40	60	\$ 8.00	\$ 480.00	2.70
NOTAS DE PEDIDO	BLOKS	0	0	30	30	\$ 9.00	\$ 270.00	1.52
NOTAS DE VENTA	BLOKS	0	0	80	80	\$ 9.00	\$ 720.00	4.04
RECETARIOS MÉDICOS	BLOKS	25	10	60	95	\$ 3.50	\$ 332.50	1.87
RECIBEROS	BLOKS	50	25	50	125	\$ 3.00	\$ 375.00	2.11
SELLOS DE CAUCHO	UNIDAD	10	5	0	15	\$ 3.00	\$ 45.00	0.25
SOBRES MEMBRETADOS	CIEN	20	250	50	320	\$ 8.00	\$ 2,560.00	14.38
TARJETAS DE INVITACIÓN	DOCENA	55	80	150	285	\$ 9.00	\$ 2,565.00	14.41
TARJETAS PERSONALES	CIEN	50	10	100	160	\$ 6.00	\$ 960.00	5.39
TOTAL		493	680	1808			\$ 17,805.50	100.00

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.16
QUÉ CANTIDAD IMPRIME CADA UNO DE LOS SERVICIOS ANTES
MENCIONADOS



FUENTE: TABLA No. 2.30
 ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la tabla y gráfica expuesto anteriormente se puede decir que los servicios que son mas ofertados son los diplomas, sobres membretados hojas membretadas y Hojas volantes y tarjetas de invitación que son mayormente requeridos por las instituciones.

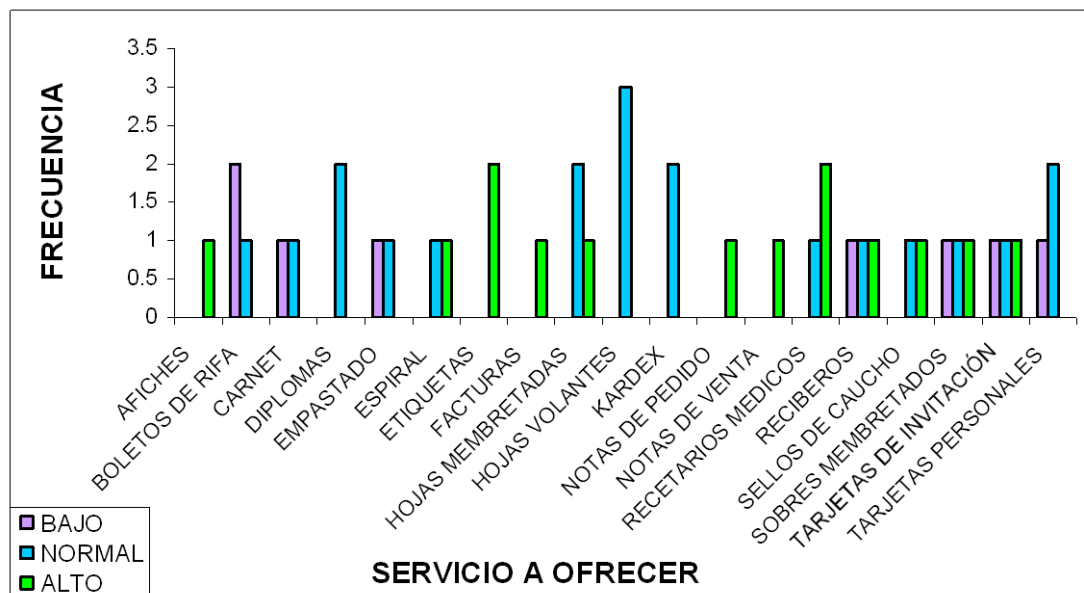
Al igual que en el caso de la demanda, la oferta se la cuantificará en dólares y en este caso la oferta actual es de \$17805.50.

TABLA 2.31
EL PRECIO QUE COBRA POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA

SERVICIO	SALCEDO			TOVAR			VELASTEGUI			SUMATORIA		
	BAJO	NORMAL	ALTO	BAJO	NORMAL	ALTO	BAJO	NORMAL	ALTO	BAJO	NORMAL	ALTO
AFICHES									x	0	0	1
BOLETOS DE RIFA	x			x				x		2	1	0
CARNET	x							x		1	1	0
DIPLOMAS		x						x		0	2	0
EMPASTADO	x							x		1	1	0
ESPIRAL					x				x	0	1	1
ETIQUETAS						x			x	0	0	2
FACTURAS									x	0	0	1
HOJAS MEMBRETADAS	x					x		x		0	2	1
HOJAS VOLANTES		x			x			x		0	3	0
KARDEX		x						x		0	2	0
NOTAS DE PEDIDO									x	0	0	1
NOTAS DE VENTA									x	0	0	1
RECETARIOS MÉDICOS		x				x			x	0	1	2
RECIBEROS	x					x		x		1	1	1
SELLOS DE CAUCHO		x				x				0	1	1
SOBRES MEMBRETADOS	x				x				x	1	1	1
TARJETAS DE INVITACIÓN	x				x				x	1	1	1
TARJETAS PERSONALES	x				x			x		1	2	0
SUMATORIA	8	5	0	1	5	5	0	9	9			

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.17
EL PRECIO QUE COBRA POR ESTE SERVICIO LE CONSIDERA



FUENTE: TABLA No. 2.31
 ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Según la tabla y las gráfica expuestas se puede decir que los precios de los servicios de imprenta son normales la mayor parte de ellos tiene una variación con los precios altos y bajo.

2.6.3 FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA

Existen varios factores que afectan a la oferta entre los cuales podemos mencionar los siguientes:

- Distancia de la empresa para solicitar un trabajo.- Varias de las empresas requerirán los servicios de imprenta que se encuentren cerca de los puntos de trabajo para que la empresa no tenga dificultades como por ejemplo el transporte, etc.
- Mala ubicación.- Para que la empresa pueda tener acogida por los consumidores deberá estar ubicada en lugares estratégicos en relación a

las empresas y a la comunidad lo cual no permitirá tener dificultades para que los usuarios requieran del servicio.

- Mala presentación del local.- La presentación del local es un punto principal para llamar la atención del cliente, el cual en su primera visita decidirá si es un lugar apropiado para encargar sus trabajos o no, por lo que, es necesario que la empresa desde una inicio muestre buena presencia de su local como de sus servicios ante los clientes.
- Mala atención por parte del personal que esta a cargo de la empresa.- Es necesario que la empresa tenga personal calificado para atender a los clientes, caso contrario los clientes no regresarían a requerir los servicios por la atención que den las personas que estén a cargo de recibir a los clientes.

Todos estos puntos mencionados es necesario que sean tomados en consideración al implementar una empresa ya que es necesario conocer en que mercado se va aplicar la empresa y cuales son nuestros posibles clientes.

2.6.4 OFERTA EXTERNA

En la oferta externa se considerara las posibles imprentas localizadas en otras plazas como son Latacunga y Ambato a cuyos clientes se les considera mercado potencial para nuestra empresa ya que la industria local no satisface completamente sus requerimientos.

Las imprentas de otras plazas, satisface en gran proporción las necesidades de los consumidores afectando en gran parte a las imprentas existentes en el cantón Salcedo.

2.6.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Las imprentas ofrecen varios servicios como se detalla en la TABLA 2.30 representadas en diferentes medidas según la segunda columna de la misma tabla, dependiendo de las necesidades de los consumidores se obtiene la frecuencia que es multiplicada por el precio en dólares correspondiente a cada servicio, uniendo todas estas cantidades tenemos la demanda total anual que es de \$ 17805.50 como se observa en la octava columna de la tabla antes mencionada.

2.6.6 PROYECCIONES DE LA OFERTA

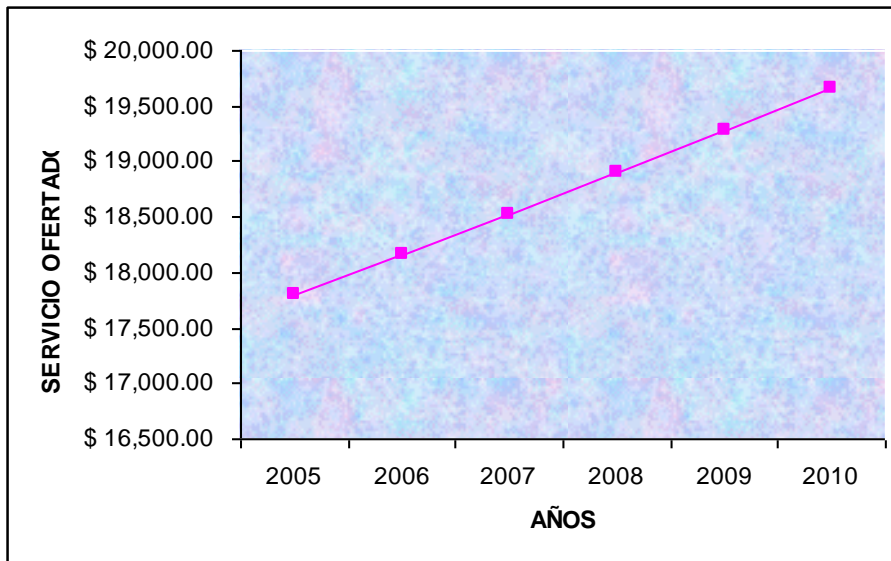
Para determinar la proyección de la oferta se tomará en consideración el valor total de los servicios ofrecidos por las imprentas, dato que es tomado de la TABLA No. 2.30, de la octava columna considerado como valor actual a \$ 17805.50, para posteriormente realizar las proyecciones hasta el año 2010.

TABLA 2.32
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	INFLACIÓN PROYECTADA	SERVICIO OFERTADO
2005	2.00	\$ 17,805.50
2006	2.00	\$ 18,161.61
2007	2.00	\$ 18,524.84
2008	2.00	\$ 18,895.34
2009	2.00	\$ 19,273.25
2010	2.00	\$ 19,658.71

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

GRÁFICO No. 2.18
PROYECCIONES DE LA OFERTA



FUENTE: TABLA No. 2.33
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

2.7 ANÁLISIS DE DEMANDA INSATISFECHA

“Es la cantidad de bienes o servicios que el mercado consumirá en el futuro sobre la cual se determina que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las mismas condiciones de años anteriores”⁸

La proyección de la demanda potencial insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada como se indica en la siguiente tabla:

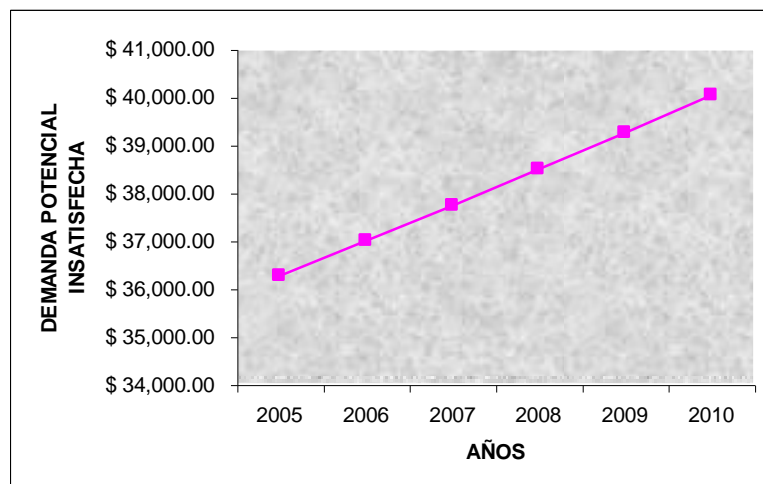
⁸ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

TABLA 2.33
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2005	\$ 54,075.50	\$ 17,805.50	\$ 36,270.00
2006	\$ 55,157.01	\$ 18,161.61	\$ 36,995.40
2007	\$ 56,260.15	\$ 18,524.84	\$ 37,735.31
2008	\$ 57,385.35	\$ 18,895.34	\$ 38,490.01
2009	\$ 58,533.06	\$ 19,273.25	\$ 39,259.81
2010	\$ 59,703.72	\$ 19,658.71	\$ 40,045.01

FUENTE: TABLA 2.28 Y 2.32
ELABORADO POR: COINTA ALEXANDRA SANTAMARÍA LÓPEZ

GRÁFICO No. 2.19
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA



FUENTE: TABLA 2.33
ELABORADO POR: COINTA ALEXANDRA SANTAMARÍA LÓPEZ

Según la tabla y gráfica indicada anteriormente se puede decir que si existe una demanda potencial insatisfecha debido a que las cantidades demandadas son mayores a las ofertadas.

Con la tabla expuesta se dice que la demanda potencial insatisfecha es de \$ 36,270.00 y la demanda potencial proyectada es de \$ 54,075.50 para el año 2005 por lo tanto se puede decir que la captación del mercado es de 67.07%.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar y determinar el tamaño óptimo de la planta, la localización óptima, los equipos, las instalaciones requeridos para brindar un buen servicio de imprenta.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el tamaño en el que se va a ubicar la imprenta.
- Determinar la capacidad instalada que requerirá la organización, con la ayuda de la demanda potencial insatisfecha.
- Identificar el lugar donde se va a ubicar e instalar la imprenta.
- Realizar un estudio para determinar los recursos a utilizar en la imprenta para ofrecer un mejor servicio.
- Diseñar como se va a utilizar el establecimiento con la finalidad de distribuir mejor el espacio físico.

3.2 TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA

“El tamaño óptimo de la planta es su capacidad instalada expresándose en unidades de producción por año”.⁹

El tamaño de la planta permite determinar la capacidad de la planta conociendo:

⁹ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

- La maquinaria que se va a emplear.
- La mano de obra que se utilice dependiendo del dinero disponible que se posea a ser empleado
- Los turnos de trabajo a ser aplicado por horas laborales dependiendo del trabajo que se realice
- La capacidad que posee la maquinaria que es el que requiere mayor inversión, caso contrario se disminuiría la optimización del proceso ocasionando con esto una menor rentabilidad económica.

Existen factores que ayudarán a reducir los procesos para cumplir con las exigencias de los clientes en la entrega oportuna de los trabajos tales como:

- Capacidad para cubrir la demanda de la población analizada cubriendo las necesidades encontrando la población insatisfecha y buscando la manera de cómo satisfacer sus requerimientos
- Ubicación adecuada de la maquinaria y equipos con empleo de la tecnología depende en mayor grado de la maquinaria con la tecnología y el recurso humano siendo los principales recursos para que la organización este situada en sitios estratégicos para dar mayor satisfacción a los clientes.
- Ubicación adecuada de los suministros e insumos mediante una buena adquisición de los insumos siempre y cuando sean de calidad por que los materiales adquiridos dependerán del servicio que se brinde
- Capacidad de financiamiento para invertir en el proyecto analizando el dinero con el que contaremos para la inversión de maquinaria, insumos, mano de obra y del edificio en el cual se va a implementar para ver si el porcentaje que tenemos destinado es suficiente o es necesario financiarse con otras entidades bancarias para que el periodo de recuperación del dinero invertido sea corto.
- Organización de la planta productiva y la mano de obra contratada mediante una adecuada organización dependiendo de los puestos de los empleados a los que han sido contratados, de las capacidades y de las habilidades que tengan los mismos.

Para este caso se utilizará mano de obra capacitada que se encuentra ubicada en el Cantón Salcedo la cual es clasificada en diferentes rangos y niveles académicos, es necesario indicar que existe mucha mano de obra disponible en las diferentes categorías.

El resultado final del trabajo realizado será orientado buscando la satisfacción de los clientes siempre y cuando se optimice de mejor manera las operaciones realizadas en la imprenta.

3.2.1 CAPACIDAD INSTALADA ÓPTIMA DE LA PLANTA

La instalación de la empresa con la que se pretende incursionar en el mercado, requerirá de varios servicios los cuales permitirán adicionar valor Agregado convirtiéndola así en una imprenta competitiva, estos servicios son:

- Servicios que satisfagan de mejor manera su necesidad fijándose en varios factores tales como:

La estabilidad que posean los precios de los servicios dependerá en gran parte en la calidad que posea el producto al ser ofrecido al consumidor.

La Promoción de nuevos servicios entre los cuales se destacan los de mayor importancia como por ejemplo: el servicio, la calidad, la atención y comodidad que se brinde a sus clientes, de manera que los demandantes de dicho servicio puedan conocer los requerimientos que tendrían las imprentas al ofertar el servicio antes mencionado.

- Disponibilidad del capital, analizando cual es el capital que debe invertir para la ejecución de dicho proyecto distribuyéndole de la mejor manera posible, con la finalidad que el proyecto no tenga mucho endeudamiento en instituciones financieras.

- Tecnología, el servicio de imprenta requerirá de servicio tecnológico en su totalidad ya que la realización de sus trabajos no pueden ser hechos de manera manual por que se utilizaría tiempo en exceso lo que provocaría una perdida al ejecutar los trabajos.

La implantación del servicio de imprenta para determinar la capacidad instalada se realizará de la siguiente manera:

Tomamos de la TABLA 2.33 la demanda actual que es de \$ 36270.00 para el año 2005 de la cual se realizará un estimativo diciendo que se satisfecerá el 100% de las necesidades de los clientes que al momento se encuentran insatisfechos de lo cual se obtiene \$ 36270.00 siendo la cantidad a satisfacer durante el año.

TABLA 3.1
CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	SATISFACCION	CAPACIDAD INSTALADA
2005	\$ 36,270.00	100%	\$ 36,270.00

FUENTE: TABLA 2.33
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

3.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

“La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”¹⁰.

“Esta Relacionada íntimamente con la distribución, comercialización y venta de productos o servicios”¹¹

¹⁰ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

¹¹ Econ. Bolívar Costales Gavilanes. DISEÑO ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

La localización consiste en elegir un sitio o una región que favorezca la rentabilidad de las operaciones, existen criterios que son tomados en cuenta para la localización como son:

- Medios y costos de transporte.- Dependiendo de los costos que van a influir al transferir las materias primas al lugar de destino para ser procesados en productos finales buscando estar cerca del mercado del consumidor.
- Insumos o servicios.- La materia prima a utilizar para el servicio de Imprenta es fácil de transportar ya que son productos que requieren de cuidado por ser el papel el principal instrumento para la realización de cualquier índole
- Estructura Física.- En la cual se utilizan los servicios básicos para la realización de los trabajos de imprenta tal como energía eléctrica y los medios de comunicación.
- Disponibilidad de mano de obra.- En el sector en el que se pretende implementar la imprenta se dispone de mano de obra calificada el cual permitirá que los servicios que se preste este de acuerdo a las exigencias del consumidor.

Para este caso utilizaremos los criterios mencionados anteriormente con los cuales se caracterizara la imprenta que se pretende implantar.

3.3.1 MACROLOCALIZACIÓN

La imprenta se localizará en la provincia de Cotopaxi situada en el centro del país que integran la región Sierra, específicamente en el Cantón Salcedo, siendo el principal eje de comunicación de norte a sur, formado por la carretera Panamericana y el ferrocarril como se indica en los siguientes gráficos.

GRÁFICO No. 3.1 MAPA DE ECUADOR



GRÁFICO No. 3.2 LOCALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI EL CANTÓN SALCEDO



3.3.2 MICROLOCALIZACIÓN

La imprenta se ubicará específicamente en el Barrio La Palmira, en la calle Belisario Quevedo entre Ricardo Garcés y Luis A Martínez como se evidencia en la planimetría del ANEXO N° 6 dentro de las ventajas se puede mencionar las siguientes.

- La cercanía que existen a centros educativos de instrucción primaria y secundaria de donde se pretende implementar el proyecto.
- Esta ubicado en un sector comercial en la que pueden acceder cualquier persona sin dificultad alguna.
- Esta rodeado por lugares comerciales que se encuentran cercanos a la ubicación de la imprenta.
- Posee todos los servicios básicos necesarios en el sector antes mencionado.
- Tiene líneas de acceso por diferentes sectores lo que no impide tener obstáculos para llegar a la imprenta

Se realizará la aplicación de la matriz de localización empleando puntuaciones a las ventajas mencionadas anteriormente de la siguiente manera:

1 = MALO

2 = ACEPTABLE

3 = EXCELENTE

TABLA 3.2
MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

UBICACIÓN POR BARRIOS	VALORACION				
	DISTANCIA	ACCESO	DISP. SERVICIOS	TOTAL	IMPORTANCIA
LA PALMIRA	3	3	3	9	I
AMERICA	3	2	3	8	II
ECONOMICO	2	3	2	7	III
SAN ANTONIO	3	2	1	6	IV
RUMIPAMBA DE LAS ROSAS	1	2	1	4	V

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

En la sexta columna se identifica en orden los usuarios que tendrá la empresa tomando en consideración la distancia, accesos para el ingreso a la ciudad y la disponibilidad de servicios, lo que permitirá tener un idea de la cercanía que tendrá con los usuarios.

3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Abarca los aspectos relacionados con el proceso productivo, equipos, maquinarias, energía a utilizar, mantenimiento, reposición, edificios, cálculos de la inversión requerida para facilitar las estimaciones de los costos de producción.

Requiere tener conocimiento de actividades técnicas exigentes relacionadas con la infraestructura física y organizativa, el equipo, planta dimensiones de la maquinaria, capacidad, selección del sistema de energía, mantenimiento, reparación, módulos, materias primas.

3.4.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

Los servicios que ofrecerá en la rama de la imprenta son variados dependiendo de los requerimientos de los consumidores, serán diferenciados por el tamaño

requerido, calidad y la cantidad en la cual se mencionará los servicios necesarios para poner en marcha el proyecto con sus diferentes características.

- AFICHES.- Trabajos en Papel Cuché de 200 Gr., a uno o varios colores, se refila a una misma medida y el tamaño va a gusto del cliente pudiendo ser de (44 cm * 64 cm) y de A3.
- BOLETOS DE RIFA.- Trabajos en Papel Bond a un color se realiza la perforación para posteriormente ser encuadernado en bloks de 100 o 50 hojas cada uno, el tamaño es de 20 Cm * 8cm.
- CARNET.- Trabajos en cartulina Bristol en diferentes colores como son: Celeste rosado amarillo Verde y blanco, se realiza al tamaño de 6.5cm * 9.5 cm.
- DIPLOMAS.- Trabajos en cartulina plegable de 0.12 Gr. o 0.14 Gr., Hilo el tamaño para este trabajo es extra oficio, Se utilizará más la cartulina Bristol blanca o si es requerida por los consumidores de otros colores se lo hará, se añadirá imágenes si es requerida por los consumidores.
- DÍPTICOS.- Trabajos en Papel Cuché, se refila a una misma medida y el tamaño es A4, las impresiones son a dos lados, a un solo color.
- EMPASTADOS.- Trabajos en papel percalina de colores Azul, Verde, Negro, Rojo, Vino o café, dependiendo de las necesidades de los clientes, las letras se realizan con color dorado y posteriormente forrados con plástico, serán encuadernados con cartón, los empastados son de hojas tamaño A4.
- ESPIRALES.- Trabajos con pastas plastificadas o de cartón a colores, el grosor del trabajo será de acuerdo a las hojas establecidas por el cliente El tamaño es de Hojas A4 o de las necesidades de los clientes.
- ETIQUETAS.- Se realizará trabajos en papel Plegable a varios tamaños como es 7 cm * 10 cm y 9.5 cm * 11 cm, cada trabajo contendrá recomendaciones que los clientes requerirán que sean realizados ya sea en la imagen o en sus terminados

- FACTURAS.-Trabajos en papel Bond con una o dos copias o en papel químico con copias a diferentes tamaños como son: A4 o INEN, Medio Oficio y Cuarto de oficio.
- HOJAS MEMBRETADAS.- Trabajo en Hojas de papel Bond Blanco de 75Gr. O papel Kimberly o Prestigue a uno o varios colores, su tamaño es A4.
- HOJAS VOLANTES.- Trabajos en Papel Cuche o periódico a diferentes colores tales como: Blanco Rosado Celeste, Verde y Amarillo, el trabajo se realizará a varios tamaños como son: A4, medio oficio y cuarto de oficio.
- KARDEX.- Trabajos en cartulina bristol a colores a dos tamaños como son: INEN y medio oficio.
- NOTAS DE PEDIDO.- Trabajos en papel Bond con una o dos copias o en papel químico con copias a diferentes tamaños como son: Medio Oficio y Cuarto de oficio.
- NOTAS DE VENTA.- Trabajos en Papel periódico, se realizará a varios tamaños como son: medio oficio y cuarto de oficio.
- RECETARIOS MÉDICOS.- Trabajos en Papel Bond, se realizará a varios tamaños como son: A4 o INEN y medio oficio.
- RECIBEROS.- Se realizará los trabajos en papel Bond a un solo tamaño como es: 21*10 cm.
- SELLOS DE CAUCHO.- Sellos manuales y automáticos:
 - Sellos manuales se realizará a diferentes tamaños desde 1 cm que puede contener una letra, hasta de 8 cm * 12 cm, para este tipo e sellos es necesario tener almohadilla aparte.
 - Sellos automáticos.- se realizará a diferentes tamaños desde 1 cm que puede contener una letra, de 2.7 cm * 1 cm y de 4cm * 5 cm, para este tipo e sellos tienen almohadilla adjunta viene con colores: Rojo Azul y Negra Estos sellos son renovados cada 2000 o 3000 hojas.
- SOBRES MEMBRETADOS.- Trabajos en Papel Bond, se realizará a un solo color y el tamaños es oficio.

- TARJETAS DE INVITACIÓN.- Trabajos en Cartulina a colores, Kimberly, Prestigue, a diferentes tamaños pudiendo ser desde cuarto de oficio hasta tamaño INEN o A4, cada trabajo contendrá recomendaciones que los clientes requerirán que sean realizados ya sea en la imagen o en sus terminados.
- TARJETAS PERSONALES.- Trabajos en Cartulina, Plegable Kimberly, Prestigue, Hilo Y Marfil-Lisa a un solo tamaños como es 9.5 cm * 5.5 cm, cada trabajo contendrá recomendaciones que los clientes requerirán que sean realizados ya sea en la imagen o en sus terminados
- TRÍPTICOS.- Trabajos en Papel Cuché, se refila a una misma medida y el tamaño es A4, las impresiones son a tres lados, a un solo color.

Detallaremos cada uno de los servicios que se ofertará en la siguiente tabla que se indicará a continuación:

TABLA 3.3
SERVICIO A OFERTAR

SERVICIO	TIPO DE PAPEL												TAMAÑO						
	Bond	Cartulina Colores	Copia Colores	Cuché	Hilo	Kimberly	Percalina	Periódico Colores	Plastificado	Plegable	Prestigie	Químico Blanco	Químico Colores	Oficio			A4	A3	Varios
														1	¼	½			
AFICHES				X													X	X	
CARNET	X																	X	
BOLETOS DE RIFA		X																X	
DIPLOMAS		X			X				X							X			
DÍPTICOS				X												X			
EMPASTADO						X		X								X			
ESPIRAL								X								X		X	
ETIQUETAS									X									X	
FACTURAS	X		X								X	X	X	X	X	X		X	
HOJAS MEMBRETADAS	X					X				X					X	X			
HOJAS VOLANTES				X			X							X	X	X			
KARDEX		X													X	X			
NOTAS DE PEDIDO	X		X								X	X	X	X	X	X			
NOTAS DE VENTA							X							X	X			X	
RECETARIOS MÉDICOS	X																	X	
RECIBEROS	X																	X	
SELLOS DE CAUCHO																		X	
SOBRES MEMBRETADOS	X												X					X	
TARJETAS DE INVITACIÓN		X			X	X			X	X				X	X			X	
TARJETAS PERSONALES		X			X	X			X	X								X	
TRÍPTICOS				X												X			

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

3.4.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio de imprenta que se ofrecerá a los usuarios será siguiendo una secuencia de pasos que se indicara a continuación:

Para adquirirla materia prima se realizara un pedido por medio del teléfono el cual se le indicara al proveedor que es lo que requiere la empresa para la realización de las actividades de imprenta.

Al realizar el pedido de la materia prima el proveedor dará facilidades a la empresa dependiendo de las garantías de sus clientes de dos maneras así:

- Al contado con los depósitos respectivos en una cuenta corriente de un Banco indicando cual es la cantidad a ser depositada, el proveedor tendrá que revisar si ya ha realizado el deposito el dinero en la cuenta.
- A crédito dando la facilidad al cliente para que el deposito de la cantidad indicada por el proveedor sea realizada en un plazo máximo de una o dos semanas.

El proveedor envía la materia prima solicitada por el cliente con su respectiva factura la misma que indica cual es la cantidad pedida el tipo de materia prima requerida y el valor correspondiente a lo solicitado.

Una vez llegada la mercancía a la empresa se procederá a almacenar y a registrar en bodegas dependiendo del tipo que posea cada una de ellas.

De que exista pedidos de los clientes se ira utilizando la materia prima dependiendo de las necesidades que posean la empresa.

Al cliente se le indicaría las posibles alternativas que la empresa puede dar o de lo contrario se la daría ideas de cómo se le podría efectuar el trabajo dependiendo de cuales son los requerimientos que posean con el único objetivo de que el cliente esta satisfecho con el trabajo que se le brinde.

Si el cliente esta de acuerdo con las muestras existentes o ideas dadas se procede a realizar una orden de trabajo realizada en computadora en la cual se indica diferentes puntos requeridos dependiendo de las necesidades de los clientes tales como:

- La calidad
- El color
- La numeración
- La perforación

Después de la orden de trabajo se imprime una muestra para ser corregida por el cliente como por el dueño de la imprenta.

- Se realiza una revisión para ultimar detalles entre el dueño de la imprenta y el diseñador grafico en la cual se procederá a corregir errores de impresión o faltas ortográficas
- Se indica el trabajo al cliente el cual dará su aprobación o su rechazo al trabajo
- Si el trabajo tiene la aprobación del cliente se realiza una factura en la que se acuerda lo siguiente:
 - La cantidad que requiere el cliente
 - El precio que se cobrara por el trabajo realizado
 - El tiempo en el que se entregara
- Si el trabajo no es aprobado por el cliente se cancela todos los servicios propuestos anteriormente.
 - Posteriormente se imprime de la computadora los negativos o placas metálicas si el trabajo es a full color y si es a un solo color se realiza una foto mecánica en placas de poliéster.
 - Se realiza la impresión o reproducción de ejemplares requeridos por el cliente.

o Si el cliente lo requiere se realiza la numeración de hojas la perforación y encuadernación de los trabajos.

- Se realiza un refileado a todos los trabajos lo cual permitirá que el trabajo tenga un buen terminado y una buena presentación.

En el Anexo No. 7 se muestra el diagrama de flujos en la cual se indicara el proceso para la prestación del servicio a los clientes.

3.5 ESTIMACIÓN DE RECURSOS

El mantenimiento sanitario de las instalaciones se realizara todos los días el mismo que permitirá que la empresa posea una imagen acogedora y con presencia invitando al usuario a conocernos.

3.5.1 SELECCIÓN DE MAQUINARIA

Para la selección de la maquinaria se tomará en cuenta los requerimientos de la empresa dependiendo del servicio que se desee ofertar a los usuarios, entre los cuales se menciona una serie de factores que deben ser tomados muy en cuenta para la obtención de los mismos:

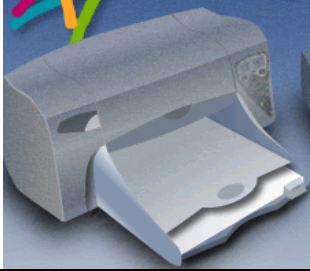




- Proveedor.- Es utilizado para obtener cotizaciones de la maquinaria y saber cual conviene a la empresa dependiendo de las características que posea dicha maquinaria.
- Precio.- Es utilizado para saber que porcentaje es el que se va a destinar a la adquisición de la maquinaria
- Dimensiones.- Son utilizadas para ver como se va a ubicar la maquinaria dependiendo de la distribución que posea la planta.

- Capacidad.- Es necesario determinar la maquinaria que se va a adquirir dependiendo de las funciones que tenga y de la capacidad para producir de manera que no exista tiempos muertos.
- Flexibilidad.- Se refiere a que varios de los equipos a adquirir pueden ser utilizados no solo para realizar trabajos en grandes cantidades sino también en procesos unitarios.
- Mano de obra necesaria.- Es necesario para determinar el personal que requerirá la empresa para que trabaje en la imprenta la misma que deberá ser capacitada dependiendo de las necesidades que posea la misma.
- Costo de mantenimiento.- Es necesario para determinar en que tiempo requerirá la maquinaria un chequeo el mismo que indicara como esta en su estado de funcionamiento.
- Consumo de energía eléctrica.- Es utilizada para determinar el consumo de energía que posee la maquinaria.
- Infraestructura necesaria.- Es utilizada dependiendo de las necesidades de la planta que se va a utilizar.
- Costo de fletes.- Es dependiendo de la cantidad que se va a transportar para la realización o entrega de la maquinaria.
- Costo de instalación y puesta en marcha.- Es necesario para conocer cuanto nos va acostar el equipo desde que sale de los proveedores hasta que llega a la planta de producción.
- Existencia de refacciones en el país.- Es necesario conocer si la maquinaria a adquirir necesita de repuestos que no existen en el país y es necesario recurrir a otros recursos como salir a otros países para arreglarlo con el objetivo de que no se detenga la producción.

La maquinaria que se requerirá para tener una buena presentación a la imprenta se podrá observar en la siguiente tabla:

TABLA 3.4
MAQUINARIA NECESARIA

DESCRIPCIÓN	IMAGEN	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Heiderber Tipo Grafica		1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Heiderber GTO 46		1	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Multilith 1250		1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Computadora de Diseño grafico		2	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00

Impresora Láser Tipo Grafica		1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Scanner		1	\$ 150.00	\$ 150.00
Perforadora Citoborma 280B		1	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
Guillotina Wohlenberg 115 MCS-2 TV		1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Copiadora		1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Caja de chivalets 5 tipos de letras		1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
TOTAL EN DOLARES			\$ 42,650.00	\$ 43,850.00

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

3.5.2 MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA

La maquinaria que se utiliza para realizar trabajos de imprenta es completamente nueva y muy especializada, requiere de un mantenimiento adecuado para cada una de ellas como por ejemplo:

- Heidelberg Tipográfica.- Requerirá de un mantenimiento rutinario el cual permitirá tener un cuidado especial en cada una de sus partes, es necesario que esta maquina posea un mantenimiento semestral para que pueda tener un buen funcionamiento.
- Heidelberg GTO 46.- Requerirá de un mantenimiento rutinario el cual permitirá que la maquinaria sea revisada cada una de sus piezas, es necesario que esta maquina posea un mantenimiento semestral para que pueda tener un buen funcionamiento.
- Guillotina.- Requerirá de dos clases de mantenimiento: *el mantenimiento rutinario* el cual necesitara de un cuidado especial en las partes que posea la maquinaria, *el mantenimiento correctivo* que permitirá darle un cambio a las piezas que están adheridas de la maquina antes de que la falla aparezca en la maquina; esta maquina es necesario que esta maquina posea un mantenimiento semestral para que pueda tener un buen funcionamiento.
- Multilith 1250.- Requerirá de un mantenimiento rutinario, es necesario que esta maquina posea un mantenimiento semestral para que pueda tener un buen funcionamiento.

Dentro de la imprenta existirá una área de mantenimiento de la maquinaria la cual permitirá realizar un proceso el que indicara si la maquinaria tiene la garantía para realizar un buen funcionamiento y seguir realizando sus operaciones de imprenta o es necesario detenerla para realizar cambios en la maquinaria.

En caso de que la maquinaria estuviera en descomposición los técnicos se demoran una semana en repararla para que se encuentre en perfecto estado.

En la tabla que se muestra a continuación se indica los precios que son cobrados por realizar el servicio de mantenimiento a cada maquinaria:

TABLA 3.5

MANTENIMIENTO DE LA MAQUINARIA

MAQUINARIA NECESARIA	PRECIO
Heidelberg Tipo Grafica	\$ 60.00
Heidelberg GTO 46	\$ 150.00
Guillotina Wohlenberg 115 MCS-2 TV	\$ 80.00
Multilith 1250	\$ 70.00
TOTAL EN DOLARES	\$ 360.00

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

3.5.3 MANO DE OBRA REQUERIDA

Para el cálculo de la mano de obra necesaria es apropiado la contratación de empleados que se desempeñaran en las siguientes áreas que enumeraremos a continuación:

- o Directivo
- o Apoyo
- o Imprenta
- o Mantenimiento

Las actividades del personal que será requerido para utilizar los puestos antes mencionados se detallará de la siguiente manera:

- o Personal Directivo.- Se encargará de dirigir de manera eficiente las actividades relacionadas con la administración para cumplir con los objetivos y funciones de la empresa.
- o Personal de Apoyo.- Se encargará de dar ayudas en cuanto a Sistemas Contables que ayudarán a que la empresa se encuentre al día en las diferentes planillas contables y también en los Programas vigentes en el mercado a fin de que la empresa no se encuentre atrasada en tecnología.
- o Personal de Imprenta.- Se encargará de la parte técnica es decir se encargara de diseñar los formatos o levantar los textos en computadora, y de realizar las reproducciones del trabajo requerido después de que el

personal del área de computo ya haya sacado los respectivos ejemplares, además revisar que el trabajo este sin fallas o imperfectos al ser entregado a los clientes.

o Personal de Mantenimiento será el encargado de realizar los chequeos preventivos a la maquinaria lo cual no permitirá que exista desperfectos o fallas al realizar sus trabajos.

De lo citado se procederá a realizar una tabla la misma que indicara cual es el personal necesario para que la empresa tenga un buen funcionamiento y a la vez de un servicio a los clientes.

TABLA 3.6
NECESIDAD DE MANO DE OBRA

CARGOS NECESARIOS POR AREA	EMPLEADOS NECESARIOS POR CARGO	SUELDOS	TOTAL
DIRECTIVO			
Gerente General	1	\$ 300.00	\$ 300.00
APOYO			
Secretaria / Contador	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Publicidad	1	\$ 200.00	\$ 200.00
IMPRESA			
Jefe de Imprenta	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Diseñador Grafico	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Prensista / Encuadernador / Guillotiner	1	\$ 150.00	\$ 150.00
MANTENIMIENTO			
Técnico Industrial	1	\$ 220.00	\$ 220.00
Limpieza	1	\$ 120.00	\$ 120.00
TOTAL	8	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

3.5.4 INSUMOS Y MATERIA PRIMA

La materia prima que se requerirá para brindar el servicio de imprenta a los clientes serán:

TABLA 3.7





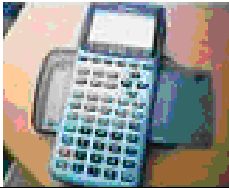

INSUMOS Y MATERIA PRIMA REQUERIDA

DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO	TOTAL	
				MENSUAL	ANUAL
PAPEL					
Bond	Resma de 65*90	9	\$ 9.60	\$ 86.40	\$ 1,036.80
Cartulina Bristol	Pliegos	12	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Cartulina colores	Pliegos	9	\$ 13.00	\$ 117.00	\$ 1,404.00
Copia colores	Resma de 65*90	8	\$ 13.00	\$ 104.00	\$ 1,248.00
Cuché	Resma de 65*90	9	\$ 14.00	\$ 126.00	\$ 1,512.00
Hilo	Resma de 65*90	6	\$ 13.00	\$ 78.00	\$ 936.00
Kimberly	Resma de 65*90	5	\$ 14.50	\$ 72.50	\$ 870.00
Percalina	Metros	9	\$ 4.50	\$ 40.50	\$ 486.00
Periódico	Metros	5	\$ 6.50	\$ 32.50	\$ 390.00
Plastificado	Metros	9	\$ 3.00	\$ 27.00	\$ 324.00
Plegable	Pliegos	8	\$ 7.00	\$ 56.00	\$ 672.00
Prestigue	Pliegos	8	\$ 8.50	\$ 68.00	\$ 816.00
Químico	Resma de 65*90	9	\$ 11.80	\$ 106.20	\$ 1,274.40
Químico colores	Resma de 65*90	7	\$ 10.00	\$ 70.00	\$ 840.00
TINTA TIPOGRÁFICA					
Negra	Kilos	2.5	\$ 9.00	\$ 22.50	\$ 270.00
Roja	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
Azul	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
Amarilla	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
PLACAS EN CAJA					
Metálicas	Unidad	5	\$ 11.00	\$ 55.00	\$ 660.00
Poliéster	Unidad	9	\$ 1.50	\$ 13.50	\$ 162.00
TOTAL				\$ 1,263.50	\$ 15,162.00

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Es indispensable contar con equipo de oficina que se ha identificado en la siguiente tabla así:

TABLA 3.8
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	IMAGEN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Computadora Normal		2	\$ 700.00	\$ 1,400.00
Impresora Normal		1	\$ 150.00	\$ 150.00
Grabadora		1	\$ 180.00	\$ 180.00
Teléfono		2	\$ 25.00	\$ 50.00
Calculadora		1	\$ 7.20	\$ 7.20
Fax	 <small>Sharp Electronics Corporation</small>	1	\$ 180.00	\$ 180.00

Engrapadora personal		1	\$ 1.80	\$ 1.80
Perforadora Personal		1	\$ 2.50	\$ 2.50
Suministros de oficina			\$ 100.00	\$ 100.00
Alarma		1	\$ 300.00	\$ 300.00
TOTAL			\$ 1,646.50	\$ 2,371.50

ELABORADO POR: COINTA ALEXANDRA SANTAMARÍA LÓPEZ

Los muebles de oficina que son requeridos para una correcta operación se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 3.9
MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	IMAGEN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Sillón Gerente		1	\$ 180.00	\$ 180.00
Silla Secretaria		1	\$ 100.00	\$ 100.00
Sillones de espera		2	\$ 260.00	\$ 320.00
Butaca de espera		2	\$ 120.00	\$ 240.00
Sala de reunión		1	\$ 370.00	\$ 370.00


Mostrador recepción		1	\$ 580.00	\$ 580.00
Mesa de computador		4	\$ 160.00	\$ 640.00
Mesa central		1	\$ 80.00	\$ 80.00
Archivador		3	\$ 120.00	\$ 360.00
Librero		1	\$ 250.00	\$ 250.00
TOTAL			\$ 2,220.00	\$ 3,120.00

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Se agrupa en Enseres menores los decorados para que la empresa pueda tener una buena presentación ante el cliente como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 3.10
ENSERES MENORES

DESCRIPCIÓN	IMAGEN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Cuadros		5	\$ 50.00	\$ 250.00
Alfombra		2	\$ 120.00	\$ 240.00
Basurero		3	\$ 5.00	\$ 15.00
Lámpara		2	\$ 15.00	\$ 30.00

Reloj de pared		1	\$ 12.00	\$ 12.00
Floreros		2	\$ 7.00	\$ 14.00
Planta		3	\$ 20.00	\$ 60.00
TOTAL			\$ 229.00	\$ 621.00

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

3.6 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

En el plano que se indica en el ANEXO No. 8 se enfoca la distribución del espacio físico dividida en distribución de oficinas, instalación de maquinaria y ubicación del personal que serán utilizadas para la implementación de la imprenta de tal manera que facilite no perder tiempo al realizar los trabajos de la misma.

La elaboración del plano permitirá establecer varios puntos tomados en consideración así:

- Se aprovechara de mejor manera el terreno donde se construirá la imprenta.
- Las instalaciones podrán ser distribuidas y organizadas de acuerdo a las exigencias que posea la organización.

- Se lograra que los trabajadores se sientan seguros y tranquilos al realizar sus actividades evitando con esto accidentes y malos entendidos entre ellos.

Para poseer una organización funcional como antes lo citamos se dividirá de la siguiente manera:

- o Recepción
- o Oficina
- o Área de computo
- o Taller
 - o Bodega de materia prima
 - o Encuadernación
 - o Imprenta
 - o Revisión de trabajos y requisiciones
- o Área de sesiones
- o Área de mantenimiento
- o Baño
- o Área de recreación

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1.1 OBJETIVO GENERAL

Tener una adecuada organización de la empresa para cumplir sus objetivos, misión y visión mediante una adecuada coordinación y supervisión de las funciones administrativas.

4.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la misión, visión, filosofía y objetivos estratégicos de la compañía
- Establecer valores corporativos y estrategias empresariales claras que ayude a que sea una imprenta de primera
- Poseer una estructura administrativa que permita cumplir las metas de la empresa.
- Definir el organigrama estructural, funcional y posicional

4.2 MISIÓN

Proveer al mercado local y provincial servicios de imprenta exclusivos de alta calidad y variedad respaldados en el servicios personalizado y especializado con procesos óptimos, materia prima de calidad y talento humano competente que genere una organización sólida y rentable para alcanzar la satisfacción de los clientes y la rentabilidad de la empresa.

4.3 VISIÓN

Ser el referente de la industria de la imprenta local y provincial.

4.4 FILOSOFÍA

Para tener un adecuado adelanto y desarrollo en el rango de la imprenta es necesario tener lo siguiente:

4.4.1 PRINCIPIOS

- Ofrecer un servicio personalizado mediante la utilización de tecnología adecuada para la comercialización de los servicios solicitados.
- Elaborar con calidad, eficiencia y rentabilidad los trabajos contratados por los clientes.
- Editar, imprimir y comercializar servicios requeridos por los consumidores.
- Organizar y administrar copias de documentos elaborados en la imprenta como respaldo de los trabajos realizados.
- Garantizar que los servicios demandados por los consumidores sean de calidad.
- Desempeñar los compromisos contraídos entre la empresa y los clientes de manera que exista responsabilidad al desempeñar las actividades solicitadas.
- Saber liderar a las personas que se encuentren dentro de la empresa para que lleven al cumplimiento de los objetivos planeados
- Atender las expectativas y deseos que los clientes tienen respecto a los servicios requeridos

4.4.2 VALORES

El punto de referencia para obtener lo mejor de los esfuerzos son los valores, los cuales permitirán ofrecer servicios de calidad teniendo el compromiso de dar responsabilidad en la entrega de trabajos a nuestros clientes haciendo cumplir la misión y objetivos de la empresa.

Los valores que se dan a conocer a continuación incentivarán e irradiarán su imagen en el servicio a los miembros de la empresa.

- **RESPECTO**

Es la base principal de toda relación que se debe mantener dentro y fuera de la empresa

- **RESPONSABILIDAD**

Asumiendo el compromiso de rechazar las actitudes conformistas verificando que los trabajos sean realizados sin fallas pues la auto evaluación esta implícita.

- **PUNTUALIDAD**

Considerar y respetar el tiempo propio y de las demás personas para minimizar perdidas en la producción.

- **HONESTIDAD**

En el ámbito laboral es necesario tener honestidad mediante la oferta de precios justos en productos con calidad.

- **DISCIPLINA**

Acotando las políticas, procesos, reglamentos y división de trabajo permitirá practicar con efectividad.

- **COMUNICACION**

Utilizando una comunicación adecuada la asignación y cumplimiento de tareas proporcionará resultados efectivos.

- **CALIDAD**

Como principio básico de la empresa se debe buscar niveles de calidad y competitividad al ofrecer el servicio de imprenta.

- **MEJORA CONTINUA**

Conociendo las fuerzas y debilidades a través de la voz de nuestros clientes permitirá actuar incursionando la mejora continua.

4.4.3 POLÍTICAS

- Satisfacer los requisitos de los clientes, ofreciendo servicios con calidad y oportunidad.
- Generar beneficios para la empresa y la ciudadanía con la actualización de equipos.
- Contar con personal capacitado en el manejo de la maquinaria y equipos.
- Ofrecer capacitaciones constantes a los empleados de acuerdo al desarrollo de la tecnología.
- Dar un trato personalizado a los clientes

4.4.4 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Los objetivos y estrategias que ayudarán a lograr los objetivos propuestos por la empresa son las siguientes:

GERENCIA GENERAL

- **OBJETIVOS**

Lograr que la empresa a través de sus empleados cumpla con la misión y objetivos estratégicos, con el propósito de que cada actividad permita la consecución de las metas trazadas por la empresa.

Tener una buena estrategia administrativa de la imprenta para convertirla en una empresa líder a nivel local y provincial siguiendo las metas propuestas por la empresa.

Permitir que los miembros de la empresa participen en las actividades para que tengan la aceptación por los demás miembros de la organización, dando así oportunidades que la empresa tenga un crecimiento por la capacidad y desempeño de cada uno de sus miembros sean estos jefes o empleados.

- **ESTRATEGIAS**

Capacitar a los empleados para tener un adecuado desarrollo de la misión y objetivos de la empresa.

Diseñar una estructura organizacional moderna acorde a las necesidades de los clientes.

Tener comunicación con cada uno de los miembros de la empresa acogiendo opiniones, comentarios y sugerencias acerca de su manejo.

CONTABILIDAD / SECRETARÍA

- **OBJETIVOS**

Determinar y presupuestar los estados financieros a la área administrativa indicando la situación actual de la empresa.

Administrar el archivo de la empresa lo cual facilite tener respuestas prontas a lo solicitado por sus superiores.

- **ESTRATEGIAS**

Llevar el registro de ingresos y gastos que tiene la empresa con la finalidad de saber como se encuentra financieramente la empresa.

Tener la documentación actual de la empresa para dar respuestas oportunas.

PUBLICIDAD

- **OBJETIVO**

Elaborar planes publicitarios de la empresa dando a conocer los servicios que se ofrece, marcando una diferencia frente a la competencia.

- **ESTRATEGIA**

Organizar campañas publicitarias que llamen la atención de los clientes indicando cuales son los servicios que ofrece la empresa.

IMPRESA

- **OBJETIVO**

Proporcionar los recursos necesarios a la empresa para tener un funcionamiento adecuado en sus actividades sin retardos, asegurando responsabilidad al realizar los trabajos solicitados por los clientes.

- **ESTRATEGIA**

Facilitar recursos necesarios en la empresa para garantizar una adecuada disposición de los elementos necesarios para su normal funcionamiento.

DISEÑO GRÁFICO

- **OBJETIVO**

Diseñar imágenes requeridas por sus superiores las cuales vayan a ser solicitadas de acuerdo a las expectativas y necesidades de los clientes para coadyuvar en la misión de la imprenta.

- **ESTRATEGIA**

Tener una galería innovadora de opciones que permitan al cliente escoger modelos con detalles específicos de acuerdo a la ocasión y a las necesidades que posean.

PRODUCCIÓN

- **OBJETIVO**

organizar la producción para que pueda realizar los trabajos en toda su capacidad sin existir fatigo en la distribución de área y tareas de producción.

- **ESTRATEGIA**

Organizar la producción con la finalidad de impedir tener problemas a futuro.

MANTENIMIENTO

- **OBJETIVOS**

Dar un mantenimiento rutinario y correctivo a la maquinaria existente si fuere el caso con la finalidad de obtener un trabajo sin fallas.

Proporcionar un mantenimiento adecuado al espacio físico con la finalidad de que no exista inconvenientes al realizar los trabajos, proporcionando al cliente una buena imagen de la empresa.

- **ESTRATEGIAS**

Establecer un calendario de mantenimiento a fin de evitar daños o paralización de la misma en tiempo productivo.

Organizar el mantenimiento de infraestructura sin causar cohesiones en las tareas rutinarias.

4.4.5 COMUNICACIÓN

Mediante la comunicación entre los miembros de la empresa se logra cumplir los objetivos planificados, lo cual permite a la empresa que día a día vaya creciendo para brindar servicios eficaces y eficientes.

La comunicación entre los miembros de la organización permite tener un mayor aprovechamiento de la principal fuerza en la empresa que es, "el Hombre" mediante el trato con amabilidad y respeto de los mismos.

Los seres humanos son los que hacen que una organización triunfe o fracase y por tanto el objetivo principal es tener una comunicación total y fluida entre el personal, por ende en las unidades de trabajo de la empresa.

Las acciones de comunicación aisladas, perjudican a la empresa mas de lo que pueden aportarle, lo cual terminará, restándole credibilidad frente a sus clientes, sobre todo.

La comunicación es utilizada en las empresas no solo para transmitir ordenes, obtener información sino también es utilizada para expresar sentimientos y mociones y lo principal para motivar a las personas que se encuentran dentro de la empresa, como lo detallaremos a continuación cada una de ellas.

- Transmisión de órdenes.- Se dará de nivel superior a inferior estas pueden ser dadas a través de políticas y procedimientos o de decisiones tomadas, que deben ser conocidas y cumplidas por los empleados.
- Obtener información.- Se obtendrá la información de los niveles superiores que son dirigidas a los inferiores, es necesario recalcar que si existe buena comunicación dentro de la empresa, tendrá buenas alternativas para crecer, pero si por el contrario no existe la comunicación la empresa se encontrará en mal estado por lo que decaerá poco a poco en sus labores.
- Expresar sentimientos y emociones.- Los Empleados con la comunicación pueden expresar sus estados de ánimo que tienen dentro y fuera de la empresa.
- Motivación.- Con la comunicación se les puede motivar a los empleados de diferentes maneras así:
 - Eliminado brechas presentadas dentro de la actividad.
 - Dando apoyo en tareas complejas para su solución recalcando la satisfacción de los resultados adquiridos en una tarea encomendada.

Toda comunicación que se realice en la empresa de nivel superior a inferior, entre jefes y subordinados se lo realizará utilizando las siguientes formas:

- Cara a cara
- Memos si existe algún reclamo se lo realizará un comunicado por escrito.

- Periódicos murales si el comunicado es para todo el personal.

La comunicación que se realice en la empresa de nivel inferior a superior, entre subordinados y jefes se lo realizará utilizando las siguientes formas:

- Cara a cara
- Oficios o Informes.
- Sistema de quejas o sugerencias.

4.5 LA ORGANIZACIÓN

4.5.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La organización administrativa es la estructura de cómo alcanzar los objetivos de la empresa dependiendo de cómo se haya planificado.

Para que la empresa tenga una buena organización dependerá de elementos humanos materiales y financieros con la única finalidad de alcanzar los objetivos propuestos en la empresa como se observará en los organigramas.

La organización administrativa se lo representa mediante organigramas que son representaciones gráficas de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio; los organigramas representan:

- Unidad de mando en la empresa
- Niveles jerárquicos de la empresa
- Relación existente entre unidades
- Líneas de comunicación

4.5.2 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La empresa para tener una buena administración estará formada de la siguiente manera:

NIVEL DIRECTIVO

Gerencia General

NIVEL DE APOYO

- Contabilidad
- Publicidad

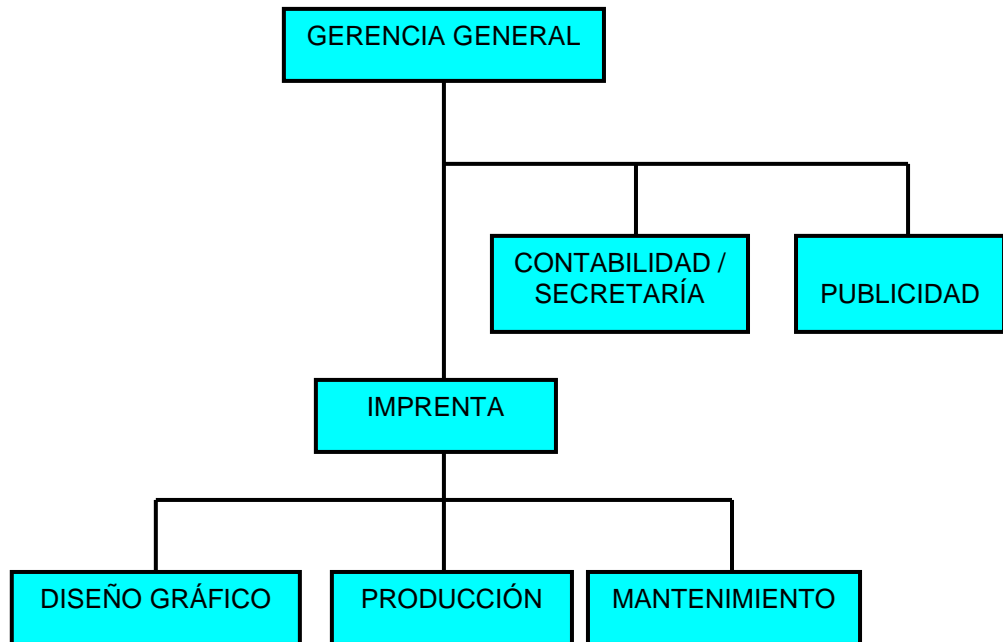
NIVEL OPERATIVO

- Imprenta
 - Diseño grafico
 - Producción
 - Mantenimiento

4.5.2.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El esquema de la empresa que se muestra a continuación señala la distribución administrativa por áreas de gestión de la siguiente manera:

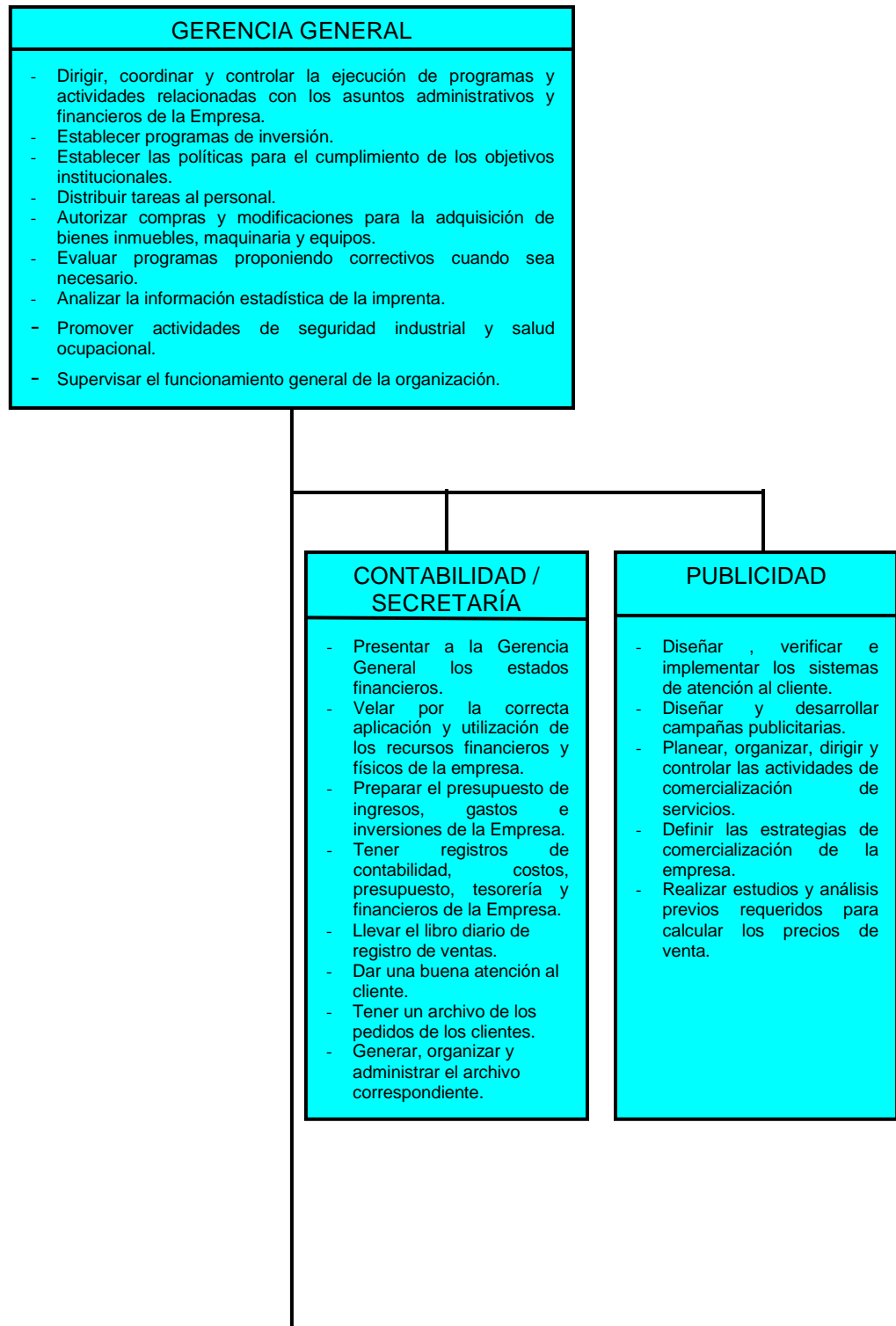
GRÁFICO No. 4.1
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



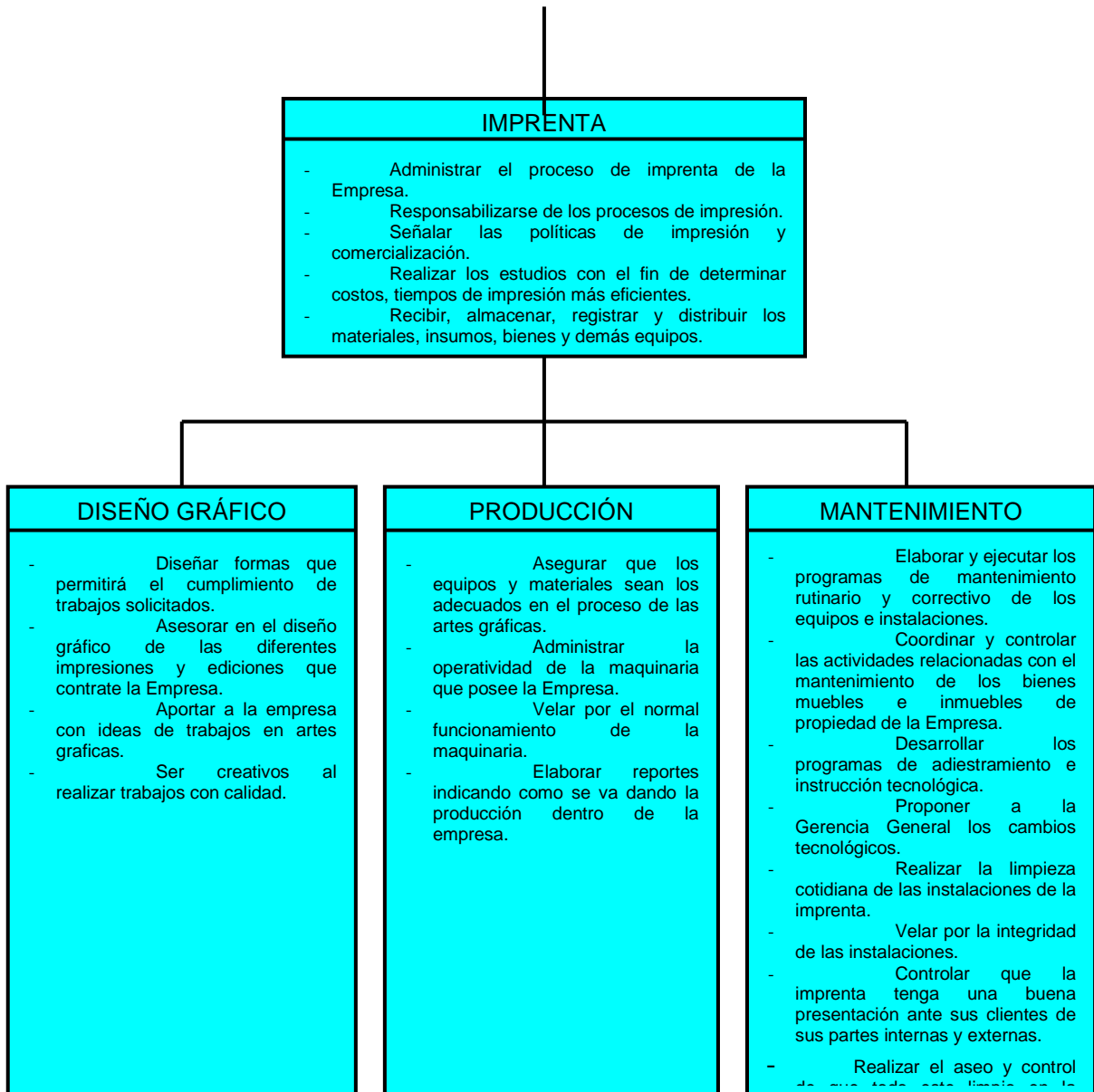
FUENTE: TABLA 3.5
ELABORADO POR: COINTA ALEXANDRA SANTAMARÍA LÓPEZ

4.5.2.2 ORGÁNICO FUNCIONAL

GRÁFICO No. 4.2
ORGANIGRAMA FUNCIONAL (PARTE I)



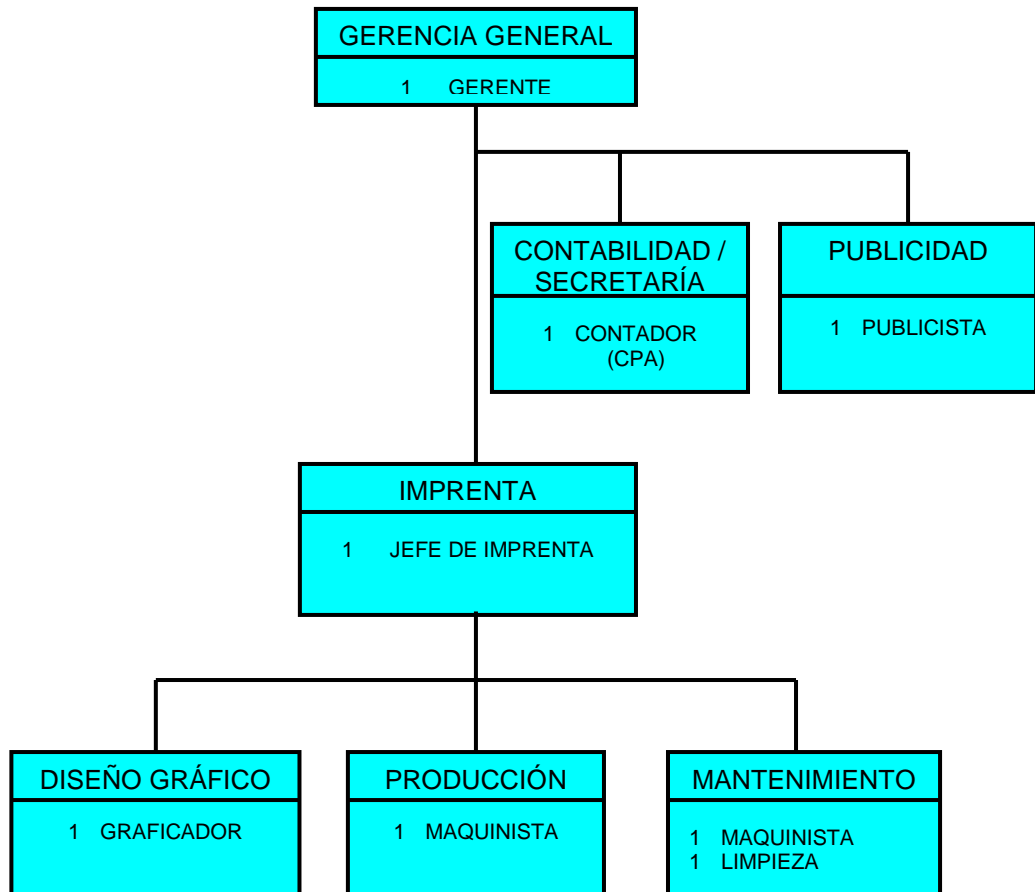
ORGANIGRAMA FUNCIONAL (PARTE II)



ELABORADO POR: COINTA ALEXANDRA SANTAMARÍA LÓPEZ

4.5.2.3 ORGANIGRAMA POSICIONAL O DE PUESTOS

GRÁFICO No. 4.3
ORGANIGRAMA POSICIONAL



FUENTE: TABLA 3.5
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

4.6 ORGÁNICO FUNCIONAL

GERENCIA GENERAL

Reporta a : Jefe superior es decir el dueño de la empresa

Supervisa a : Todas las áreas que estén dentro de la empresa

Son funciones del Gerente General:

1. Dirigir, coordinar y controlar la ejecución de programas y actividades relacionadas con los asuntos administrativos y financieros de la Empresa.
2. Establecer programas de inversión que se realizarán para el cumplimiento de los objetivos y funciones de la empresa.
3. Establecer las políticas que se requieran para el cumplimiento de los objetivos institucionales.
4. Distribuir tareas al personal de acuerdo a la estructura y necesidades de la empresa.
5. Autorizar compras y modificaciones para la adquisición de bienes inmuebles, maquinaria y equipos que se requieran para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
6. Evaluar programas proponiendo correctivos cuando sea necesario.
7. Analizar la información estadística de la imprenta.
8. Promover actividades de seguridad industrial y salud ocupacional para mejorar las condiciones y el ambiente laboral de los empleados de la Empresa.
9. Supervisar el funcionamiento general de la organización.

La persona encargada de este puesto tendrá el siguiente perfil

Título : Ingeniero Comercial o Administrador de empresas

Experiencia : 2- 3 años dirigiendo empresas

Habilidades o destrezas : Dominio del idioma Ingles

Manejo de paquetes computacionales

Capacidad de liderazgo

Relaciones Internas : Todas las áreas de la empresa

Relaciones Externas : Gerentes de otras empresas

Edad : 25-30 años

Sexo : Masculino - Femenino

CONTABILIDAD / SECRETARÍA

Reporta a : Gerente General de la empresa

Son funciones del departamento de contabilidad y secretaria las siguientes:

1. Presentar a la Gerencia General los estados financieros
2. Velar por la correcta aplicación y utilización de los recursos financieros y físicos de la empresa.
3. Preparar el presupuesto de ingresos, gastos e inversiones de la Empresa.
4. Tener registros de contabilidad, costos, presupuesto, tesorería y financieros de la Empresa.
5. Llevar el libro diario de registro de ventas.
6. Dar una buena atención al cliente.
7. Tener un archivo de los pedidos de los clientes.
8. Generar, organizar y administrar el archivo correspondiente.

La persona encargada de este puesto tendrá el siguiente perfil

Título : Contador Público Autorizado con conocimientos en secretariado

Experiencia : 2-3 años llevando la contabilidad

Habilidades o destrezas : Conocimientos en Contabilidad

Manejo de paquetes computacionales

Capacidad para trabajar en grupo

Relaciones Internas : Gerencia General

Edad : 25 - 30 años

Sexo : Femenino

PUBLICIDAD

Reporta a : Gerente General de la empresa

Son funciones de Publicidad las siguientes:

1. Diseñar , verificar e implementar los sistemas de atención al cliente, antes de la venta, durante el proceso de producción o prestación del servicio y en la posventa del mismo.
2. Diseñar y desarrollar campañas publicitarias, promocionando los servicio que ofrece la imprenta.
3. Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de comercialización de servicios.
4. Definir las estrategias de comercialización de la empresa.
5. Realizar estudios y análisis previos requeridos para calcular los precios de venta de los trabajos a ser contratados y determinar la viabilidad comercial o de producción de los mismos.

La persona encargada de este puesto tendrá el siguiente perfil

Título : Tecnólogo en Marketing

Experiencia : 2-3 años trabajando en cadenas publicitarias

Habilidades o destrezas : Dominio del Idioma Ingles

Conocimiento en programas publicitarios

Trabajo en Grupo

Relaciones Internas : Gerencia General

Diseño Grafico

Edad : 20 – 25 años

Sexo : Masculino - Femenino

IMPRESA

Reporta a : Gerente General de la empresa

Supervisa a : Las áreas que estén dentro de la imprenta como por ejemplo:

Diseño gráfico

Maquinaria

Mantenimiento

Son funciones del departamento de Imprenta las siguientes.

1. Administrar el proceso de imprenta de la Empresa.
2. Responsabilizarse de los procesos de impresión, tanto del aprovechamiento del personal del área, como de la adecuada y eficiente utilización de equipos, materiales.
3. Señalar las políticas de impresión y comercialización, buscando el eficiente uso de los recursos materiales y humanos.
4. Realizar los estudios con el fin de determinar costos, tiempos de impresión más eficientes para garantizar la competitividad, productividad y rentabilidad de los diferentes procesos de impresión.

5. Recibir, almacenar, registrar y distribuir los materiales, insumos, bienes y demás equipos que le sean entregados por el Almacén General, empleados y requeridos para el proceso de la Empresa.
6. Administrar la bodega de propiedad de la Empresa.
7. Elaborar el plan de compras de los bienes de consumo para el funcionamiento interno de la Empresa.

La persona encargada de este puesto tendrá el siguiente perfil

Título : Tecnólogo en Diseño Gráfico

Experiencia : 3 Años llevando controles en impresión

Habilidades o destrezas : Conocimiento en paquetes computacionales

Manejo de Registros Contables (Kardex)

Relaciones Internas : Gerencia General

Maquinaria

Edad : 20 – 30 años

Sexo : Masculino - Femenino

DISEÑO GRÁFICO

Reporta a : Jefe de Imprenta de la empresa

Supervisa a : La área de diseño gráfico y maquinaria

Son funciones del departamento de Diseño Gráfico las siguientes.

1. Diseñar formas que permitirá el cumplimiento de trabajos solicitados cumpliendo con las expectativas del cliente.
2. Asesorar en el diseño gráfico de las diferentes impresiones y ediciones que contrate la Empresa.

3. Aportar a la empresa con ideas de trabajos en artes gráficas para que la empresa tenga mas opciones para indicar a sus clientes
4. Ser creativos al realizar trabajos con calidad dándole un terminado especial a cada uno de ellos.

Titulo : Tecnólogo En Diseño Gráfico

Experiencia : 3 años como diseñador

Habilidades o destrezas : Conocimiento en Diseño Gráfico

Manejo de Paquetes Computacionales

Trabajo en equipo

Relaciones Internas : Gerencia General

Publicidad

Producción

Edad : 23 – 30 años

Sexo : Masculino - Femenino

PRODUCCIÓN

Reporta a : Jefe de imprenta de la empresa

Supervisa a : Área de Producción

Son funciones del departamento de producción las siguientes.

1. Asegurar que los equipos y materiales sean los adecuados en el proceso de las artes gráficas.
2. Administrar la operatividad de la maquinaria que posee la Empresa, garantizando la adecuada un buen funcionamiento.

3. Velar por el normal funcionamiento de la maquinaria.
4. Elaborar reportes indicando como se va dando la producción dentro de la empresa, si existe algún inconveniente o falla en la maquinaria.

La persona encargada de este puesto tendrá el siguiente perfil

Título : Técnico Industrial

Experiencia : 3 años en manejo de maquinas

Habilidades o destrezas : Conocimiento en maquinas

Trabajo en equipo

Relaciones Internas : Gerencia General

Producción

Diseño Gráfico

Edad : 20 – 30 años

Sexo : Masculino

MANTENIMIENTO

Reporta a : Jefe de impresión y Gerente General de la empresa

Supervisa a : Área de mantenimiento de maquinaria y de limpieza

Son funciones del área de mantenimiento las siguientes:

1. Elaborar y ejecutar los programas de mantenimiento rutinario y correctivo de los equipos e instalaciones para garantizar el buen estado de operación y disponibilidad del tiempo necesario para cumplir con las ordenes de producción.

2. Coordinar y controlar las actividades relacionadas con el mantenimiento de los bienes muebles e inmuebles de propiedad de la Empresa y con la prestación de los servicios generales para su normal funcionamiento.
3. Desarrollar los programas de adiestramiento e instrucción tecnológica para la operación y manejo de los equipos y maquinaria instalados.
4. Proponer a la Gerencia General los cambios tecnológicos que sea necesario efectuar al proceso productivo.

La persona encargada de este puesto tendrá el siguiente perfil

Titulo : Técnico Industrial

Experiencia : 3 años en mantenimiento de maquinaria

Habilidades o destrezas : Control de máquinas

Manejo de control en máquinas

Relaciones Internas : Gerencia General

Producción

Maquinaria

Edad : 28 años

Sexo : Masculino

LIMPIEZA

Reporta a : Gerente General de la empresa

Son funciones del personal de limpieza, las siguientes:

1. Realizar la limpieza cotidiana de las instalaciones de la imprenta.
2. Velar por la integridad de las instalaciones.

3. Controlar que la imprenta tenga una buena presentación ante sus clientes de sus partes internas y externas.
4. Realizar el aseo y control de que todo este limpio en la empresa.

La persona encargada de este puesto tendrá el siguiente perfil

Título : No es indispensable

Experiencia : 2 años realizando limpieza en otras empresas

Habilidades o destrezas : Limpieza del espacio físico

Rapidez

Relaciones Internas : Todas las áreas de la empresa

Edad : 20 - 30 años

Sexo : Masculino - Femenino

CAPITULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

5.1.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto analizando el costo total de la planta que permita la elaboración de los estados financieros y afirmen la factibilidad del mismo.

5.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el presupuesto de las inversiones que realizara la imprenta con el fin de saber que capital va a ser empleado.
- Analizar las posibles fuentes de financiamiento que requerirá la empresa para ponerla en marcha el proyecto
- Realizar un estudio de costos los cuales permitirá saber que es lo que requerirá la empresa tanto en materia prima, mano de obra.
- Analizar el precio de venta al que será puesto en el mercado los diferentes servicios que ofertara la imprenta.
- Elaborar los estados financieros que permitan evaluar como será la situación de la empresa en el transcurso del tiempo.

5.2 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Las inversiones son el conjunto de rubros que la empresa tiene que desembolsar para iniciar una actividad productiva y administrativa y deben ser expresadas a través de un presupuesto en donde se contemple los rubros necesarios para iniciar las actividades, entre los cuales se considere activos fijos tangibles e

intangibles necesarios para iniciar las operaciones de las empresas como por ejemplo; instalaciones, maquinaria, mano de obra, materia prima, etc.

Las inversiones deben ser recuperadas a corto, mediano y largo plazo a través del precio fijado a los bienes o servicios ofrecidos a los consumidores.

5.2.1 INVERSIÓN ACTIVO FIJO

Se llama activo fijo por que la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a las actividades de la empresa.

Para que un bien sea considerado como activo fijo debe cumplir con los siguientes requisitos:

- No estar dispuestos a la venta
- Tener un costo representativo
- Ser de propiedad de la empresa
- Poseer una vida útil de por lo menos un año

Existen dos tipos de activos fijos:

- Los activos fijos tangibles.- son propiedad de la empresa que comprende un conjunto de bienes que se pueden ver y tocar, no son objeto de transacciones corrientes por parte de la empresa, son cosas materiales que ocupan espacio y tienen un valor de acuerdo con sus propiedades físicas, se adquieren por una sola vez y se los utiliza durante la vida útil del proyecto que involucra toda la operación productiva incluyendo todos los activos, existen dos clases de activos fijos tangibles que son:
 - Activos fijos depreciables.- esta constituido por aquel grupo de activos que a causa de un deterioro natural pierden su valor en el tiempo tales como maquinaria, edificio, muebles, computadoras, vehículos.
 - Activos fijos no depreciables.- Son aquellos que no están sujetos a una depreciación es decir no sufren un desgaste o un agotamiento como por ejemplo los terrenos que son propiedades a ser destinadas a ser empleadas en las actividades y operaciones normales de la empresa.

- Los activos fijos intangibles.- Son el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, son activos que no tienen ninguna forma física pero que tiene un valor a causa de los derechos o privilegios que confiere a su dueño.

La imprenta requerirá de varios activos fijos tangible e intangibles como se detalla a continuación:

5.2.1.1 ACTIVO FIJO TANGIBLE

- Terreno.- La imprenta dispondrá de dicho terreno que se destinará a la construcción del establecimiento empleando un total de 424.40 m², valorado en \$120 cada metro dando un total de \$50,928.00, como se observa en la siguiente tabla:

**TABLA 5.1
COSTO DE TERRENO**

CONCEPTO DE LA INVERSIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALORACIÓN	TOTAL INVERSIÓN
Terreno	m ²	424.4	\$ 120.00	\$ 50,928.00

FUENTE: Investigación de campo
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

- Edificio.- En el plano que se muestra en el Anexo No. 8 se puede apreciar las áreas en construcción entre las cuales intervienen:
 - Área de administración
 - Área de apoyo
 - Área de producción

Todo esto suma 150 m² valorado en \$200 el m² construido, ascendiendo a una cantidad \$ 60,000.00, como se observa en la siguiente tabla:

**TABLA 5.2
COSTO DE EDIFICIO**

CONCEPTO DE LA INVERSIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALORACIÓN	INVERSIÓN * PLANTA	INVERSIÓN TOTAL
Edificio	m ²	150	\$ 200.00	\$ 30,000.00	\$ 60,000.00

FUENTE: Investigación de campo
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

- Maquinaria.- La imprenta será creada para brindar servicios y requiere de maquinaria importante como: Heidelberg Tipo Grafica, Heidelberg GTO 46, Multilith 1250, Computadora de Diseño grafico, Impresora Láser Tipo Grafica, Scanner, Perforadora Citoborma 280B, Guillotina Wohlenberg 115 MCS-2 TV, Copiadora, Caja de chibalete 5 tipos de letras, los cuales suman la cantidad de \$ 43,850.00 como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 5.3
COSTO DE MAQUINARIA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Heidelberg Tipo Grafica	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Heidelberg GTO 46	1	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Multilith 1250	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Computadora de Diseño grafico	2	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00
Impresora Láser Tipo Grafica	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Scanner	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Perforadora Citoborma 280B	1	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
Guillotina Wohlenberg 115 MCS-2 TV	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Copiadora	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Caja de chibalete 5 tipos de letras	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Total		\$ 42,650.00	\$ 43,850.00

FUENTE: TABLA 3.4
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

- Equipo de oficina.- Forma parte el equipo necesario para un mejor funcionamiento de la empresa tales como: computadora normal, impresora normal, grabadora, teléfono, calculadora, fax, engrapadora personal, perforadora personal, suministros de oficina, alarma, los cuales suman la cantidad de \$ 2,371.50.

TABLA 5.4
COSTO DE EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Computadora Normal	2	\$ 700.00	\$ 1,400.00
Impresora Normal	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Grabadora	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Teléfono	2	\$ 25.00	\$ 50.00

Calculadora	1	\$ 7.20	\$ 7.20
Fax	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Engrapadora personal	1	\$ 1.80	\$ 1.80
Perforadora Personal	1	\$ 2.50	\$ 2.50
Suministros de oficina		\$ 100.00	\$ 100.00
Alarma	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Total		\$ 1,646.50	\$ 2,371.50

FUENTE: TABLA 3.8
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

- Muebles de oficina.- Rubro en el que se consideran los siguientes: sillón gerente, silla secretaria, sillones de espera, butaca de espera, sala de reunión, mostrador recepción, mesa de computador, mesa central, archivador, librero, los cuales suman la cantidad de \$ 3,120.00.

TABLA 5.5
COSTO DE MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Sillón Gerente	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Silla Secretaria	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Sillones de espera	2	\$ 260.00	\$ 320.00
Butaca de espera	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Sala de reunión	1	\$ 370.00	\$ 370.00
Mostrador recepción	1	\$ 580.00	\$ 580.00
Mesa de computador	4	\$ 160.00	\$ 640.00
Mesa central	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Archivador	3	\$ 120.00	\$ 360.00
Librero		\$ 250.00	\$ 250.00
Total		\$ 2,220.00	\$ 3,120.00

FUENTE: TABLA 3.9
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

- Enseres menores.- Rubro en el que incluyen: cuadros, alfombra, basurero, lámpara, reloj de pared, floreros, planta, sumando la cantidad de \$ 621.00.

TABLA 5.6
COSTO DE ENSERES MENORES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Cuadros	5	\$ 50.00	\$ 250.00
Alfombra	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Basurero	3	\$ 5.00	\$ 15.00
Lámpara	2	\$ 15.00	\$ 30.00

Reloj de pared	1	\$ 12.00	\$ 12.00
Floreros	2	\$ 7.00	\$ 14.00
Planta	3	\$ 20.00	\$ 60.00
Total		\$ 229.00	\$ 621.00

FUENTE: TABLA 3.10
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.2.1.2 ACTIVO FIJO INTANGIBLE

- Gastos preoperacionales.- Incluyen los costos de la elaboración el proyecto rubros valorados en \$ 1,300.00 como se indica en la siguiente tabla:

TABLA 5.7
GASTOS PREOPERACIONALES

GASTOS DE PREOPERACION	VALOR
Proyecto de Factibilidad	\$ 800.00
Elaboración de Planos	\$ 500.00
Total	\$ 1,300.00

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Los activos fijos tangibles e intangibles detallados anteriormente permite obtener una información global la cual asciende a \$162,190.50 como se puede observar en la siguiente tabla:

TABLA 5.8
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO DE LA INVERSION	TOTAL INVERSION
Terreno	\$ 50,928.00
Edificio	\$ 60,000.00
Gastos Preoperacionales	\$ 1,300.00
Maquinaria	\$ 43,850.00
Equipo de Oficina	\$ 2,371.50
Muebles de Oficina	\$ 3,120.00
Enseres Menores	\$ 621.00
Total	\$ 162,190.50

FUENTE: TABLA 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

En la siguiente tabla se detalla los costos que incurrirá la empresa, se observa se necesita de \$162,190.50 en activos fijos, el capital propio es lo que la empresa aportara a través de su dueño es del 40% del total de lo que se pretende invertir, además la imprenta tendrá que financiarse un préstamo que equivale al 60% lo

cual sumado con el capital propio cubre el 100% para la puesta en marcha del proyecto, todo esto nos indica que al inicio de sus labores empresariales si posee capital propio

TABLA 5.9
COSTO Y FINANCIAMIENTO

	U.S.D.	%
ACTIVOS FIJOS	162,190.50	98%
CAPITAL DE TRABAJO	3,018.94	2%
COSTO TOTAL	165,209.44	100%
CAPITAL PROPIO	67,000.00	40%
DEUDA LARGO PLAZO	100,213.71	60%
FINANCIAMIENTO TOTAL	167,213.71	100%

FUENTE: TABLA 5.8, 5.20
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.2.2 COSTO DE MANO DE OBRA

Las necesidades que posee la imprenta respecto a mano de obra indica los costos que percibirá el personal, para este caso lo dividiremos en mano de obra directa e indirecta así:

- Mano de obra directa.- Son las personas que intervienen directamente en el proceso de producción entre los cuales tenemos:
 - Imprenta
 - Diseñador gráfico
 - Producción
 - Mantenimiento
- Mano de obra indirecta.- intervienen las personas que estando en el proceso de producción no son los obreros como por ejemplo:
 - Gerente general
 - Contador
 - Publicista

Se obtiene los sueldos de cada uno de los empleados de la siguiente manera:

TABLA 5.10
COSTO DE MANO DE OBRA

O R D	FUNCIÓN	NUM. EMP.	NUM. DIAS TRABAJ.	INGRESOS				EGRESOS	UTILIDAD	TOTAL	MANO	SUELDOS	SUELDOS	
				SALARIO UNIFICADO	APORTE AL IESS	13o SUELDO	14o SUELDO							TOTAL INGRESOS
1	Gerente General	1	30	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 25.00	\$ 12.50	\$ 337.50	\$ 28.05	\$ 309.45	\$ 309.45	\$ 309.45	\$ 309.45	
2	Secretaria / Contadora	1	30	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 16.67	\$ 12.50	\$ 229.17	\$ 18.70	\$ 210.47	\$ 210.47	\$ 210.47	\$ 210.47	
3	Publicista	1	30	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 16.67	\$ 12.50	\$ 229.17	\$ 18.70	\$ 210.47	\$ 210.47	\$ 210.47	\$210.47	
4	Jefe de Imprenta	1	30	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 20.83	\$ 12.50	\$ 283.33	\$ 23.38	\$ 259.96	\$ 259.96	\$ 259.96	\$ 259.96	
5	Diseñador Gráfico	1	30	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 15.00	\$ 12.50	\$ 207.50	\$ 16.83	\$ 190.67	\$ 190.67	\$ 190.67	\$190.67	
6	Prensista / Encuadernador / Guillotiner	1	30	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 175.00	\$ 14.03	\$ 160.98	\$ 160.98	\$ 160.98	\$160.98	
7	Técnico Industrial	1	30	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 18.33	\$ 12.50	\$ 250.83	\$ 20.57	\$ 230.26	\$ 230.26	\$ 230.26	\$ 230.26	
8	Limpieza	1	30	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 140.00	\$ 11.22	\$ 128.78	\$ 128.78	\$ 128.78	\$ 128.78	
SUMAS		8		\$1,620.00	\$1,620.00	\$135.00	\$ 97.50	\$1,852.50	\$151.47	\$1,701.03	\$1,701.03	\$1,701.03	\$ 1,138.92	\$562.11

FUENTE: TABLA 3.6
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.2.3 COSTO DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA

Los rubros que intervendrán son de diferente tipo, los cuales ayudarán para que los trabajos que realice la imprenta sean utilizando recursos indispensables como por ejemplo papelería en diferentes tipos, tintas en diferentes colores, placas en metal y en poliéster como se detalla a continuación:

TABLA 5.11
INSUMOS Y MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO	TOTAL	
				MENSUAL	ANUAL
PAPEL					
Bond	Resma de 65*90	9	\$ 9.60	\$ 86.40	\$ 1,036.80
Cartulina bristol	Pliegos	12	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Cartulina colores	Pliegos	9	\$ 13.00	\$ 117.00	\$ 1,404.00
Copia colores	Resma de 65*90	8	\$ 13.00	\$ 104.00	\$ 1,248.00
Cuché	Resma de 65*90	9	\$ 14.00	\$ 126.00	\$ 1,512.00
Hilo	Resma de 65*90	6	\$ 13.00	\$ 78.00	\$ 936.00
Kimberly	Resma de 65*90	5	\$ 14.50	\$ 72.50	\$ 870.00
Percalina	Metros	9	\$ 4.50	\$ 40.50	\$ 486.00
Periodico	Metros	5	\$ 6.50	\$ 32.50	\$ 390.00
Plastificado	Metros	9	\$ 3.00	\$ 27.00	\$ 324.00
Plegable	Pliegos	8	\$ 7.00	\$ 56.00	\$ 672.00
Prestigue	Pliegos	8	\$ 8.50	\$ 68.00	\$ 816.00
Químico	Resma de 65*90	9	\$ 11.80	\$ 106.20	\$ 1,274.40
Quimico colores	Resma de 65*90	7	\$ 10.00	\$ 70.00	\$ 840.00
TINTA TIPOGRÁFICA					
Negra	Kilos	2.5	\$ 9.00	\$ 22.50	\$ 270.00
Roja	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
Azul	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
Amarilla	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
PLACAS EN CAJA					
Metálicas	Unidad	5	\$ 11.00	\$ 55.00	\$ 660.00
Poliéster	Unidad	9	\$ 1.50	\$ 13.50	\$ 162.00
TOTAL				\$ 1,263.50	\$ 15,162.00

FUENTE: TABLA 3.7
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.2.4 GASTOS INDIRECTOS

Los gastos indirectos intervienen de manera obligatoria al brindar el servicio y se originan en cualquier departamento.

Existen dos tipos de gastos entre los cuales se mencionan los gastos administrativos y gastos de ventas:

- Administrativo
 - Los sueldos del área de administración como gerente Secretaria / Contador, Jefe de Imprenta, Técnico Industrial y Limpieza con sus respectivas aportaciones.
 - Suministros de oficina
 - Servicios básicos
- Venta
 - Los sueldos del personal de Ventas como publicistas, Diseñador Gráfico, Prensista / Encuadernador / Guillotinerero.
 - Publicidad y propaganda
 - Mantenimiento de maquinaria

Los gastos indirectos que se presentan a continuación permite tener una idea de cuanto se podrá gastar, se realizara los pagos de mantenimiento de maquinaria, de suministros de oficina, de servicios básicos y de la publicidad y propaganda dependiendo de la producción y de las necesidades que vaya teniendo la imprenta en el transcurso de la realización de sus actividades.

Los gastos de servicios básicos y los de publicidad y propaganda se realizará un estimativo de cuanto se podrá gastar en el año por que no se puede tener una cantidad fija por que los precios se pueden incrementar o disminuir dependiendo de las temporadas.

TABLA 5.12
GASTOS INDIRECTOS

CONCEPTOS	F = FIJO V = VARIABLE	GASTOS ADM.	AÑOS					GASTOS VTAS.	AÑOS						
			0	1	2	3	4		5	0	1	2	3	4	5
Sueldo Administración	F	1,138.92	1,138.92	1,161.70	1,184.93	1,208.63	1,232.80	1,257.46							
Suministros de Oficina	F	100.00	100.00	102.00	104.04	106.12	108.24	110.41							
Servicios Básicos	F	800.00	800.00	816.00	832.32	848.97	865.95	883.26							
TOTAL FIJOS		2,038.92	2,038.92	2,079.70	2,121.29	2,163.72	2,206.99	2,251.13							
Sueldo Ventas	V								562.11	562.11	573.354	584.821	596.517	608.448	620.617
Publicidad y propaganda	V								120.00	120.00	122.4	124.848	127.345	129.892	132.49
Mantenimiento Maquinaria	V								60.00	60.00	61.2	62.424	63.6725	64.9459	66.2448
TOTAL VARIABLES									742.11	742.11	756.95	772.09	787.53	803.29	819.35
TOTAL FIJO Y VARIABLE		2,038.92	2,038.92	2,079.70	2,121.29	2,163.72	2,206.99	2,251.13	742.11	742.11	756.95	772.09	787.53	803.29	819.35
TOTAL ANUAL FIJO VARIABLE		24,467.02	24,467.02	24,956.36	25,455.49	25,964.60	26,483.89	27,013.57	8,905.34	8,905.34	9,083.45	9,265.12	9,450.42	9,639.43	9,832.21

FUENTE: TABLA 3.5, 3.6, 3.8, 5.10
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.2.5 DEPRECIACIONES

“Es el proceso por el cual un activo disminuye su valor y utilidad con el uso y el tiempo, es decir es la pérdida de valor no recuperada con el mantenimiento que sufren los activos fijos tangibles debido al desgaste de los bienes ocasionados por el uso normal o extraordinario durante los periodos que presten servicios participando en la producción, causando con esto la inutilidad y obligando a la empresa a ser reemplazado por otro activo.”¹²

Los activos fijos tangibles se deprecian por el método de acuerdo a la Ley ya que es la ley quien establece los porcentajes que podrán deducir las depreciaciones; este porcentaje varia de acuerdo a la naturaleza y duración de los bienes, como se observa en la siguiente tabla:

TABLA 5.13
PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN Y VIDA UTIL DE LOS ACTIVOS

ACTIVO FIJO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL
Bienes raíces	5%	20
Instalaciones	10%	10
Maquinaria, Equipo y Muebles	10%	10
Vehículo, Equipos de transporte	20%	5
Computadoras	33%	3

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Los activos fijos tangibles se deprecian considerando el valor de rescate del 10% del costo inicial.

Con este método se supondrá que la depreciación anual es la misma para toda la vida útil del activo, reservando con esto valores iguales a cada año, de modo que al terminar la vida útil del activo se tenga un fondo de reserva que sumando al valor residual del bien alcance su reposición, aplicando la siguiente formula:

¹² Lincoyán Potus Govinden. MATEMÁTICAS FINANCIERAS

$Depreciación = (Valor Original - Valor Residual) * \% Depreciación$

$$Depreciación Edificio = \frac{60,000 - (60,000 * 0.1)}{20}$$

$$Depreciación Edificio = \frac{60,000 - 6000}{20}$$

$$Depreciación Edificio = \frac{54,000}{20}$$

$$Depreciación Edificio = 2,700$$

Las tablas de depreciación de los activos fijos se muestran a continuación:

TABLA 5.14
DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS

CONCEPTO DE LA INVERSIÓN	TOTAL INVERSIÓN	% DEP.	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN
TERRENO E INSTAL.				
Terreno	50,928.00	0%	-	-
Edificio	60,000.00	5%	6,000.00	2,700.00
SUMA	110,928.000		6,000.00	2,700.00
MAQUINARIA Y EQUIPO				
Heidelberg Tipo Grafica	5,000.00	10%	500.00	450.00
Heidelberg GTO 46	20,000.00	10%	2,000.00	1,800.00
Multilith 1250	3,000.00	10%	300.00	270.00
Computadora de Diseño grafico	2,400.00	33%	240.00	712.80
Impresora Láser Tipo Grafica	1,000.00	33%	100.00	297.00
Scanner	150.00	33%	15.00	44.55
Perforadora Citoborma 280B	2,800.00	10%	280.00	252.00
Guillotina Wohlenberg 115 MCS-2 TV	5,000.00	10%	500.00	450.00
Copiadora	2,500.00	33%	250.00	742.50
Caja de chibalete 5 tipos de letras	2,000.00	10%	200.00	180.00
SUMA	43,850.000		4,385.00	5,198.85
EQUIPO DE OFICINA				
Computadora Normal	1,400.00	33%	140.00	415.80
Impresora Normal	150.00	33%	15.00	44.55
Grabadora	180.00	10%	18.00	16.20
Teléfono	50.00	10%	5.00	4.50
Calculadora	7.20	10%	0.72	0.65
Fax	180.00	10%	18.00	16.20
Engrapadora personal	1.80	10%	0.18	0.16
Perforadora Personal	2.50	10%	0.25	0.23
Suministros de oficina	100.00	10%	10.00	9.00
Alarma	300.00	10%	30.00	27.00

SUMA	2,371.500		237.15	534.29
MUEBLES Y ENSERES				
Sillón Gerente	180.00	10%	18.00	16.20
Silla Secretaria	100.00	10%	10.00	9.00
Sillones de espera	320.00	10%	32.00	28.80
Butaca de espera	240.00	10%	24.00	21.60
Sala de reunión	370.00	10%	37.00	33.30
Mostrador recepción	580.00	10%	58.00	52.20
Mesa de computador	640.00	10%	64.00	57.60
Mesa central	80.00	10%	8.00	7.20
Archivador	360.00	10%	36.00	32.40
Librero	250.00	10%	25.00	22.50
SUMA	3,120.000		312.00	280.80
ENSERES MENORES				
SUMA	621.000	0%	62.10	-
TOTAL	160,890.500		10,996.25	8,713.94

CONCEPTO DE LA INVERSIÓN	TOTAL INVERSIÓN	% AMORT.	GASTOS PROD.	GASTOS ADM.
GASTOS PREOPERACION				
Proyecto de Factibilidad	800.00	20%	80.00	144.00
Elaboracion de Planos	500.00	20%	50.00	90.00
SUMA	1,300.00		130.00	234.00

TOTAL ACTIVOS	162,190.50
----------------------	-------------------

FUENTE: TABLA 5.8
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.3 FINANCIAMIENTO

El financiamiento va de la mano de las inversiones, en estos casos es necesario acceder a una línea de crédito ofertada por las instituciones del sistema financiero.

El financiamiento es el factor limitante para la ejecución de alternativas de inversión rentables, que por falta de recursos financieros no puede llevarse a cabo.

5.3.1 CAPITAL SOCIAL

“El capital social o patrimonio son el conjunto de bienes y derechos que componen el activo de una propiedad, es un capital aportado por los accionistas para construir el patrimonio social que les otorga sus derechos sociales. Tanto en

su ampliación como en su reducción deben cumplir ciertos requisitos formales de publicidad para garantía de los posibles acreedores.”¹³

El capital social de una empresa se refiere a la estructura legal que se encuentran en las empresas medianas y grandes expresadas en acciones.

También se encuentran las reservas que forman parte del patrimonio de la empresa se obtienen del aporte voluntario de los socios para cubrir gastos inesperados que se producen en la empresa, además se puede obtener las reservas de lo que los socios dejan a la empresa de manera obligatoria para seguir aumentando su capital.

5.3.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para la realización del proyecto es necesario utilizar las fuentes de financiamiento internas y externas.

“Internas: Se genera con la participación de los propios beneficiarios del proyecto, mediante las reservas de capital y las provenientes de desgaste de activos o de las depreciaciones.

Externas: Se obtiene a base del uso de mercado de capitales mediante la negociación de valores representados por acciones que concede una participación en la propiedad de la empresa o del crédito bancario, proveniente de la banca comercial.”¹⁴

La empresa al ser formada debe tener Activo que es la riqueza de una empresa y los pasivo son las deudas que pesan sobre sus bienes, se debe considerar el período de vida útil del proyecto y el grado de depreciación de sus activos.

La composición de sus activos y pasivos en una empresa son diferentes.

¹³ J.M. Rosenberg DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

¹⁴ Econ. Bolívar Costales Gavilanes. DISEÑO ELABORACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS

Los activos de una empresa son la fábrica y maquinaria, sus existencias inventariadas de materias primas y productos semi-terminados es decir, aquellos que todavía están inmersos en el proceso de producción y los bienes finales pendientes de distribución, las deudas pendientes de cobro de bienes vendidos pero no cobrados, o el cobro de intereses por activos financieros.

Los pasivos son las obligaciones que tendrá dicha empresa como los pagos a proveedores y otras obligaciones financieras como es el pago de impuestos, cuando haya emitido deudas para lograr más capital es decir, los depósitos que tienen los bancos, adquiere obligaciones para pagar a los propietarios de cuentas corrientes y otros depósitos bancarios.

La amortización es la operación mediante el cual se va reduciendo el valor de las inmobilizaciones que se van depreciando con el paso del tiempo, la finalidad de la amortización es constituir una provisión con vistas a la renovación del mismo.

“Se toma en consideración la amortización de los activos fijos que constituye el reembolso de una deuda, al perder sus cualidades en el proceso productivo, por desgaste o por obsolescencia técnica.”¹⁵

El financiamiento para el proyecto se lo realizará en una institución financiera la cual se a tomado en consideración al Banco del Pichincha a través de un préstamo bancario con una tasa de interés activa en el mercado financiero del 12.05% anual y una comisión bancaria del 2% del crédito por cinco años plazo a cancelar la deuda.

Por lo tanto se representa la siguiente tabla de amortización con pagos iguales así:

Inversión	:	165,209.44		
Aporte Dueño	:	67,000.00	≈	40%
Saldo Amortizar	:	100,213.71	≈	60%
Tasa Anual	:	12.05%		
Plazo	:	5 años		

¹⁵ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999

TABLA 5.15
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
CRÉDITO AL INICIO	100,213.71	100,213.71	80,170.97	60,128.23	40,085.48	20,042.74
PAGO CAPITAL	0.00	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74
CRÉDITO AL FINAL	100,213.71	80,170.97	60,128.23	40,085.48	20,042.74	0.00
CRÉDITO PROMEDIO	100,213.71	90,192.34	70,149.60	50,106.86	30,064.11	10,021.37
PAGO INTERESES	0.00	12,075.75	9,660.60	7,245.45	4,830.30	2,415.15
PAGO COMISIÓN	2,004.27	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS FINANCIEROS	2,004.27	12,075.75	9,660.60	7,245.45	4,830.30	2,415.15

FUENTE: TABLA 5.8, 5.17, 5.21
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Con la tabla expuesta anteriormente se puede mencionar que la empresa deberá recurrir a un préstamo de \$100,213.71 con una comisión de \$2,004.27.

La imprenta tendrá un crédito que se amortizara a un plazo máximo de cinco años cumpliendo un pago de capital de \$20,042.74 que generan intereses de \$12,075.75 para el primer año, los que irán descendiendo gradualmente hasta culminar el pago total de la deuda.

5.4 ANÁLISIS DE COSTOS

5.4.1 COSTOS FIJOS

Los costos fijos son aquellos que no cambian con el nivel de ventas que tiene la empresa, no sufren alteración alguna en el proceso productivo, son iguales para producir uno o varios artículos, están en función de las variaciones o niveles de producción.

Los costos fijos identificados para brindar el servicio de imprenta a los consumidores están relacionados con los Sueldo Administrativos, Suministros de Oficina y Servicios Básicos como se puede observar en la tabla 5.12

5.4.2 COSTOS VARIABLES

Los costos variables son aquellos que dependen de los volúmenes de ventas como la materia prima y la mano de obra directa de lo cuales podemos mencionar que interviene la Sueldos de vendedores, Publicidad y propaganda, y Mantenimiento Maquinaria como se observa en la tabla 5.12 con el nombre de costos variables.

5.5 PRECIO DE VENTA

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.¹⁶

El precio es parte del ingreso que se dedica para la obtención de los beneficios esperados, cuando se fijan precios se debe tener presente al consumidor y sus percepciones de costo-beneficio. El precio es la forma a través del cual se cubre los costos de la mercancía vendida, le queda un remanente para absorber otros gastos y contribuir a las actividades de otros negocios.

El precio tiene una gran incidencia en las ventas totales de la compañía, puesto que de acuerdo con el nivel que se fijen, variarán las unidades vendidas y por lo tanto las ventas totales.

5.5.1 INGRESOS

Los ingresos de la imprenta depende en gran parte de las ventas que realice durante cierto periodo de tiempo, es por eso, que para determinar los ingresos tendrá presente la demanda que es tomada del estudio de mercado específicamente de la tabla 2.26.

¹⁶ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Para obtener el volumen de ventas la imprenta se utiliza el valor de la demanda de mercado multiplicado por el porcentaje de usuarios frecuentes, dato que es tomado de las encuestas realizadas a los usuarios en la pregunta N°. 3.

Para obtener el precio de venta se utilizan el total de los precios de todos los servicios que se van a ofrecer divididos para todos los servicios como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 5.16
PRECIO PROMEDIO

SERVICIO A OFRECER	MEDIDA	PRECIO
AFICHES	UNIDAD	\$ 4.50
BOLETOS DE RIFA	BLOKS	\$ 1.00
CARNET	CIEN	\$ 5.00
DIPLOMAS	UNIDAD	\$ 5.00
EMPASTADO	UNIDAD	\$ 7.00
ESPIRAL	UNIDAD	\$ 5.00
ETIQUETAS	CIEN	\$ 6.00
FACTURAS	BLOKS	\$ 9.00
HOJAS MEMBRETADAS	CIEN	\$ 8.00
HOJAS VOLANTES	CIEN	\$ 5.00
KARDEX	CIEN	\$ 8.00
NOTAS DE PEDIDO	BLOKS	\$ 9.00
NOTAS DE VENTA	BLOKS	\$ 9.00
RECETARIOS MÉDICOS	BLOKS	\$ 3.50
RECIBEROS	BLOKS	\$ 3.00
SELLOS DE CAUCHO	UNIDAD	\$ 3.00
SOBRES MEMBRETADOS	CIEN	\$ 8.00
TARJETAS DE INVITACIÓN	DOCENA	\$ 9.00
TARJETAS PERSONALES	CIEN	\$ 6.00
TOTAL		\$ 114.00
PRECIO PROMEDIO	(114/19)	\$ 6.00

FUENTE: TABLA 2.26
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

Después de haber detallado como obtiene los ingresos se puede evidenciar las ventas que tiene con su respectivo crecimiento año a año como se indica en la siguiente tabla:

TABLA 5.17
VENTAS ANUALES

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
DEMANDA MERCADO	54,075.50	55,157.01	56,260.15	57,385.35	58,533.06	59,703.72
VOLUMEN DE VENTAS	21,630.20	22,062.80	22,504.06	22,954.14	23,413.22	23,881.49
% PARTICIPACIÓN MERCADO	40.00%	40.00%	40.00%	40.00%	40.00%	40.00%
PRECIO USD		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
VENTAS (USD)		132,376.82	135,024.36	137,724.85	140,479.34	143,288.93

FUENTE: TABLA 2.26, 2.19, 5.17
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.6 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son los documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación real.

Los estados financieros que se utilizará para la elaboración del presente proyecto son los que se irán detallando posteriormente.

5.6.1 POLÍTICA FINANCIERA

La política financiera permite con la información ser de ayuda para la realización de los estados financieros y estimar con el paso de los años como va funcionando la imprenta, dentro de la información que posee se encuentra:

- El precio promedio de las ventas es de \$ 6.00 por los servicios ofertados.
- La venta de los servicios de imprenta se ira incrementando en un 2% anualmente.
- Los porcentajes dependerán de la ley vigente es decir el 25% para el impuesto a la renta y el 15% para la participación de los trabajadores.
- Los días de cartera serán a un solo día ya que en los trabajos de imprenta no se puede dar a crédito
- Los días productivos al mes serán de 20 días.
- Los días transcurridos significa los días en que se realizará el cierre de caja esto obviamente depende de los días que se trabaje es decir cada 20 días se realizará en cierre de caja mensual

- Los días de financiamiento de efectivo se refiere a los prestamos que se realizará a las instituciones financieras en forma de sobregiros.
- Los días de los proveedores depende en gran parte de los convenios que se realice, es decir que para este caso la imprenta solicitará un plazo máximo de 30 días para la cancelación de las facturas por los insumos.
- La inversión que realizará es de \$67,000.00
- La capacidad mensual ha sido obtenida del total de máquinas que se va a disponer y es de \$43,850 como se observa en la tabla 5.3 dividida para los 12 meses que tiene el año nos da como resultado \$3,654.16 mensuales.
- La capacidad anual se obtiene de la capacidad de las maquinas obtenidas en el párrafo anterior y multiplicados por los 12 meses es decir ($\$3,654.15 \times 12$) es igual a \$43,850.
- La tasa de interés obtenida del Banco del Pichincha es del 12.05%
- La comisión que cobran los bancos es del 2%
- La amortización del crédito otorgado por el Banco es de 5 años tiempo que transcurre hasta la culminación del presente proyecto.

Todas Las observaciones realizadas anteriormente se lo puede evidenciar en la siguiente tabla:

TABLA 5.18
POLÍTICA FINANCIERA

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
PRECIO PROMEDIO	0.0000	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
UNIDADES VENDIDAS	21,630.20	22,062.80	22,504.06	22,954.14	23,413.22	23,881.49
IMPUESTO A LA RENTA	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
PARTICIPACION TRABAJADORES	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
% COMISIÓN SOBRE VENTAS	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
DÍAS DE CARTERA	1	1	1	1	1	1
INV. PROD. TERM.	1	1	1	1	1	1
DÍAS PAPEL	20	20	20	20	20	20
DÍAS TINTA TIPOGRÁFICA	20	20	20	20	20	20
DÍAS PLACAS	20	20	20	20	20	20
DÍAS TRANSCURRIDOS	20	20	20	20	20	20
DÍAS FIN. EFECTIVO	15	15	15	15	15	15
DÍAS PROVEEDORES	30	30	30	30	30	30
INVERSIÓN SOCIOS	67,000.0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VALOR ACCIÓN (DOLARES)						

NUM. ACCIONES	1					
POLÍTICA DE DIVIDENDOS	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
CAPAC. MENSUAL	3654.16	3654.16	3654.16	3654.16	3654.16	3654.16
CAPAC. ANUAL	43,850	43850	43850	43850	43850	43850
CAPAC. ANUAL TOTAL	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850
TASA INTERÉS REAL	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%
COMISIÓN BANCARIA	2.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
CAPAC. ANUAL	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850
AMORTIZACIÓN CRÉDITO ORIG	5	5	5	5	5	5

FUENTE: TABLA 5.16, 5.17
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.6.2 ESTADO DE RESULTADOS

Es el estado mediante el cual se presenta los resultados obtenidos a partir del desarrollo de la actividad de la empresa, reflejando todos los Ingresos y Gastos incurridos por la entidad durante el periodo, con el objetivo de conocer si la entidad ha obtenido Beneficio o Pérdida por la gestión realizada; es decir, es un documento complementario donde se expresa en forma detallada y ordenada como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable.

“Los ingresos reflejan las cantidades obtenidas por la venta de los bienes o servicios producidos por la empresa.

Los gastos reflejan todas aquellas transacciones que hacen posible que la empresa desarrolle su actividad.”¹⁷

El Estado de resultado muestra que se obtendrá una utilidad de \$34,762.82 para el primer año tomando en consideración que el año 0 en el que se desarrollará el presente proyecto tiene una pérdida de \$2,004.30 por los gastos que se incurre para la realización del proyecto, como se puede observar en la siguiente tabla:

¹⁷Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999

TABLA 5.19
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS EN UNIDADES	21,630.2	22,062.8	22,504.1	22,954.1	23,413.2	23,881.5
PRECIO (MILES USD)	0.0	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
VENTAS NETAS	0.0	132,376.82	135,024.36	137,724.85	140,479.34	143,288.93
GASTOS DE ADM.	0.0	24,467.02	24,467.02	24,467.02	24,467.02	24,467.02
GASTOS VENTA	0.0	8,905.34	8,905.34	8,905.34	8,905.34	8,905.34
DEPRECIACIÓN	0.0	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94
AMORTIZACIÓN	0.0	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00
GASTOS DE OPERACIÓN	0.0	42,320.30	42,320.30	42,320.30	42,320.30	42,320.30
UTILIDAD DE OPERACIÓN	0.0	90,056.5	92,704.1	95,404.6	98,159.0	100,968.6
GASTOS FINANCIEROS	2,004.3	32,118.5	29,703.3	27,288.2	24,873.0	22,457.9
INTERES PRÉSTAMO	2,004.3	12,075.8	9,660.6	7,245.5	4,830.3	2,415.2
CAPITAL PRÉSTAMO	0.0	20,042.7	20,042.7	20,042.7	20,042.7	20,042.7
UTIL. ANTES ISR PTU	(2,004.3)	57,938.03	63,000.72	68,116.36	73,286.01	78,510.74
ISR EJERCICIO	0.0	14,484.51	15,750.18	17,029.09	18,321.50	19,627.69
PTU TRABAJADORES	0.0	8,690.71	9,450.11	10,217.45	10,992.90	11,776.61
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.82	37,800.43	40,869.82	43,971.60	47,106.45

FUENTE: TABLA 5.12, 5.15, 5.18
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.6.3 FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de efectivo es también conocido como el estado de orígenes y aplicaciones ayuda a entender los flujos de efectivo operativos de inversión y de financiamiento.

Los estados de flujo resume las fuentes (orígenes) y los usos (aplicaciones) de los fondos durante un período específico.

En la siguiente tabla se puede observar la respectiva distribución tanto en orígenes como en aplicaciones, como en los orígenes que suma la cantidad de \$165,209.44 que incluye utilidad neta, depreciación, amortización y financiamiento que se posee tanto del dueño como de la institución financiera, impuesto a la renta, participación de trabajadores, y el financiamiento de los proveedores con respecto a los insumos.

En el caso de las aplicaciones de los fondos asciende a la suma de \$162,190.50, incluyendo lo que se invertirá para poner en funcionamiento la imprenta.

La diferencia entre los orígenes y las aplicaciones nos genera un saldo final de caja de \$ 3,018.94

En la tabla que se muestra a continuación se observa las necesidades con respecto al efectivo en la ejecución del presente proyecto.

TABLA 5.20
FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
ORIGENES DE FONDOS:						
UTILIDAD NETA	(2,004.27)	34,762.82	37,800.43	40,869.82	43,971.60	47,106.45
+DEPRECIACIÓN	0.00	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94
+AMORTIZACIÓN	0.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00
SUBTOTAL	(2,004.27)	43,710.76	46,748.37	49,817.75	52,919.54	56,054.38
OTROS ORIGENES:						
CAPITAL SOCIAL	67,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CREDITOS BANCARIOS	100,213.71	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ISR POR PAGAR	0.00	14,484.51	15,750.18	17,029.09	18,321.50	19,627.69
PTU POR PAGAR	0.00	8,690.71	9,450.11	10,217.45	10,992.90	11,776.61
SUBTOTAL	167,213.71	23,175.21	25,200.29	27,246.54	29,314.40	31,404.30
TOTAL ORIGENES	165,209.44	66,885.97	71,948.66	77,064.29	82,233.94	87,458.68
APLICACION FONDOS:						
COMPRA ACTIVOS	160,890.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS PREOPERACIONALES	1,300.00					
PAGO CREDITOS	0.00	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74
ISR ANTERIOR	0.00	0.00	14,484.51	15,750.18	17,029.09	18,321.50
PAGO PTU	0.00	0.00	8,690.71	9,450.11	10,217.45	10,992.90
SUB TOTAL:	162,190.50	20,042.74	43,217.96	45,243.03	47,289.29	49,357.14
DIVIDENDOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL APLICACIONES	162,190.50	20,042.74	43,217.96	45,243.03	47,289.29	49,357.14
SUPERAVIT (DEFICIT)	3,018.94	46,843.23	28,730.70	31,821.26	34,944.66	38,101.53
SALDO INICIAL CAJA	0.00	3,018.94	49,862.16	78,592.86	110,414.13	145,358.78
SALDO FINAL CAJA	3,018.94	49,862.16	78,592.86	110,414.13	145,358.78	183,460.32

FUENTE: TABLA 5.7, 5.15, 5.18, 5.19, 5.21
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.6.4 CAPITAL DE TRABAJO

“El capital de trabajo es el tiempo que transcurre desde el momento en que se introduce la materia prima y la mano de obra en el proceso productivo, hasta el momento en que se cobra el efectivo por la venta del producto terminado que

contiene esos insumos de producción. El ciclo operativo es la suma de la edad promedio del inventario y el periodo promedio de cobro.”¹⁸

El capital de trabajo requerido para la operación del negocio es equivalente al total de gastos administrativos y de ventas que se generan en el año de ejecución del proyecto dividido para los 12 meses.

TABLA 5.21
CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
(GASTOS ADM, VTAS)/12	2,781.03	2,836.65	2,893.38	2,951.25	3,010.28	3,070.48
CAPITAL DE TRABAJO	2,781.03	2,836.65	2,893.38	2,951.25	3,010.28	3,070.48
CAMBIOS CAP. TRAB.	2,781.03	55.62	56.73	57.87	59.03	60.21

FUENTE: TABLA 5.12
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

5.6.5 BALANCE DE SITUACIÓN PROYECTADO

Es un documento contable que nos muestra una visión general del Patrimonio de la empresa informando en una fecha determinada la situación financiera, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital; es decir proporciona información sobre los activos, pasivos y patrimonio en una fecha determinada.

- En el balance, aparecerán los activos de la empresa, ordenados de menor a mayor liquidez, pasivos de la empresa, ordenados de menor a mayor exigibilidad y el patrimonio refleja lo que queda de la empresa tras compensarse activos y pasivos.

Los activos se pueden dividir en activo circulante y fijo.

¹⁸ Gitman Lawrence ADMINISTRACIÓN FINANCIERA EFECTIVO Y VALORES NEGOCIABLES

- El activo circulante viene determinado por aquellos activos que pueden hacerse líquidos (convertirse en dinero) con relativa rapidez (menos de un año).
- El activo fijo está constituido por los activos físicos de la empresa terrenos, edificios, maquinaria, vehículos, equipos informáticos y mobiliario, también se incluyen las propiedades que tiene la empresa en otras y activos intangibles como las patentes y las marcas registradas.

Los pasivos son las obligaciones de la empresa hacia terceros, como pueden ser los acreedores y los empleados.

- El pasivo a corto plazo viene determinado por lo que hay que pagar en un periodo inferior al año.
- El pasivo a largo plazo está constituido por las deudas con plazo de vencimiento superior al año.

“El capital social de la empresa refleja la inversión de los propietarios para adquirir los activos de la organización”¹⁹

En el balance de situación proyectado se puede observar que la suma de los activos asciende a \$203,104.73 para el primer año incluidos activos circulantes con \$49,862.16 y activos fijos tanto tangibles e intangibles con \$153,242.57.

Los pasivos ascienden a la cantidad de \$103,346.18 incluidos pasivos a corto y a largo plazo.

El patrimonio asciende a \$99,758.55 incluye capital social, reserva legal, utilidad acumulada y utilidad del ejercicio.

La suma entre el pasivo y el patrimonio dan la cantidad de \$203,104.73 es necesario que sea igual al activo como se puede observar en la siguiente tabla:

¹⁹Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999.

TABLA 5.22
BALANCE DE SITUACIÓN PROYECTADO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
ACTIVO						
ACTIVO CIRCULANTE						
CAJA Y BANCOS	3,018.94	49,862.16	78,592.86	110,414.13	145,358.78	183,460.32
TOTAL A. CIRCULANTE	3,018.94	49,862.16	78,592.86	110,414.13	145,358.78	183,460.32
ACTIVO FIJO TANGIBLE:						
TERRENO	50,928.00	50,928.00	50,928.00	50,928.00	50,928.00	50,928.00
CONSTRUCCIONES	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	43,850.00	43,850.00	43,850.00	43,850.00	43,850.00	43,850.00
EQUIPO DE OFICINA	2,371.50	2,371.50	2,371.50	2,371.50	2,371.50	2,371.50
MUEBLES Y ENSERES	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00	3,120.00
ENSERES MENORES	621.00	621.00	621.00	621.00	621.00	621.00
SUBTOTAL	160,890.50	160,890.50	160,890.50	160,890.50	160,890.50	160,890.50
DEPREC. ACUM.	0.00	(8,713.94)	(17,427.87)	(26,141.81)	(34,855.74)	(43,569.68)
TOTAL ACTIVO FIJO TANG.	160,890.50	152,176.57	143,462.63	134,748.70	126,034.76	117,320.83
ACTIVO FIJO INTANGIBLE:						
GASTOS PREOPERACIONALES	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00
SUBTOTAL	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00
AMORTIZACIÓN. ACUM.	0.00	(234.00)	(468.00)	(702.00)	(936.00)	(1,170.00)
TOTAL ACTIVO FIJO INTANG.	1,300.00	1,066.00	832.00	598.00	364.00	130.00
TOTAL ACT. FIJO TANG E INTANG.	162,190.50	153,242.57	144,294.63	135,346.70	126,398.76	117,450.83
TOTAL ACTIVO	165,209.44	203,104.73	222,887.49	245,760.82	271,757.54	300,911.14
PASIVO						
PASIVO CORTO PLAZO						
CRÉDITOS BANCARIOS	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74	0.00
PTU POR PAGAR	0.00	8,690.71	9,450.11	10,217.45	10,992.90	11,776.61
IMPUESTO LA RENTA	0.00	14,484.51	15,750.18	17,029.09	18,321.50	19,627.69
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO.	20,042.74	43,217.96	45,243.03	47,289.29	49,357.14	31,404.30
PASIVO LARGO PLAZO						
CRÉDITOS LARGO PLAZO	80,170.97	60,128.23	40,085.48	20,042.74	0.00	0.00
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	80,170.97	60,128.23	40,085.48	20,042.74	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	100,213.71	103,346.18	85,328.52	67,332.03	49,357.14	31,404.30
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	67,000.00	67,000.00	67,000.00	67,000.00	67,000.00	67,000.00
RESERVA LEGAL	0.00	0.00	163,792.73	352,794.89	557,143.97	777,001.99
UTILIDAD ACUMULADA	0.00	(2,004.27)	(131,034.19)	(282,235.92)	(445,715.18)	(621,601.59)
UTIL. DEL EJERCICIO	(2,004.27)	34,762.82	37,800.43	40,869.82	43,971.60	47,106.45
TOTAL PATRIMONIO	64,995.73	99,758.55	137,558.98	178,428.79	222,400.40	269,506.84
PASIVO + PATRIMONIO	165,209.44	203,104.73	222,887.49	245,760.82	271,757.54	300,911.14
DIFERENCIA ACT-PAS-CAP	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
% DE RESERVA:	5.00					
ACUMULACIÓN DE UTILIDADES	(2,004.27)	32,758.55	70,558.98	111,428.79	155,400.40	202,506.84
ACUML. DE DIVID.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

FUENTE: TABLA 5.8, 5.15, 5.18, 5.19, 5.20
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

CAPÍTULO VI

6. EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1 ANÁLISIS FINANCIERO

La evaluación financiera permite obtener una idea clara de la factibilidad que tendrá dicho proyecto con los estudios realizados anteriormente, es así que la empresa para empezar a funcionar debe tener una apropiada localización y un adecuado tamaño de la planta que vamos a poner a funcionar como imprenta, conociendo los pasos que se utilizará para la realización de los trabajos requeridos, los costos necesarios que incurrirá la empresa para dar el servicio ya sea en maquinaria, materia prima y mano de obra, calculando la inversión que realizara la empresa para que dicho proyecto sea puesto en marcha, tomando en cuenta de que como dueños ya se conoce las utilidades que posee la empresa por que este proyecto ha sido estudiado con un alcance a cinco años que es la vida útil del presente proyecto.

La evaluación de la factibilidad del presente proyecto se realiza por varios métodos los cuales permitirán comprobar la rentabilidad económica del proyecto.

6.1.1 ÍNDICES FINANCIEROS

Los índices financieros son indicadores de la economía que muestran las expectativas de los mercados de la economía.²⁰

Con el empleo de las razones financieras se puede conocer de mejor manera el desempeño y la posición de la empresa en un momento dado.

A continuación se detalla cada uno de los índices financieros que han sido utilizadas para el presente proyecto con su respectiva interpretación:

²⁰ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999.

- Índice circulante (Activo Circulante / Pasivo Circulante).- Indica la solvencia que tiene la imprenta a corto plazo indicando a que grado se puede cubrir las deudas que son a corto plazo con los activos que se convierten en efectivo a corto plazo, como se puede observar en la tabla 6.1 la empresa tiene 1.15 lo que significa que la imprenta si puede cubrir con las obligaciones a corto plazo.
- Capital de trabajo (Activo Circulante - Pasivo Circulante).- Indica que la imprenta tiene buenos márgenes de utilidad para ampliar sus obligaciones a corto plazo, la imprenta dispone de \$6,644.21 como se observa en la tabla 6.1.
- Endeudamiento interno (Patrimonio Total / Activo total).- Este índice indica en que proporción el dueño de la imprenta tiene derecho sobre los activos, en este caso el dueño de la imprenta tiene en patrimonio 0.49 centavos de dólar por cada dólar en activos totales.
- Endeudamiento externo (Pasivo Total / Activo total).- Indica el nivel de endeudamiento que tiene la imprenta con respecto a sus activos, por cada dólar en activos la imprenta tendrá una deuda de 0.51 centavos
- Margen de utilidad (Utilidad Neta / Ventas Netas).- Indica cuanto la empresa obtendrá de utilidad por las ventas netas, Por cada dólar que la imprenta vende se tendrá 0.26 centavos de utilidad
- Rendimiento sobre patrimonio (Utilidad Neta / Patrimonio Total).- Indica la ganancia que tendrá la empresa frente al patrimonio, Por cada dólar en patrimonio la imprenta tendrá 0.35 centavos de utilidad neta

TABLA 6.1
ÍNDICES FINANCIEROS

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
LIQUIDES						
ACTIVO CIRCULANTE / PASIVO CIRCULANTE		1.15	1.74	2.33	2.95	5.84
ACTIVO CIRCULANTE - PASIVO CIRCULANTE		6,644.21	33,349.83	63,124.84	96,001.64	152,056.02

ENDEUDAMIENTO						
PATRIMONIO TOTAL / ACTIVO TOTAL		0.49	0.62	0.73	0.82	0.90
PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL		0.51	0.38	0.27	0.18	0.10
RENTABILIDAD						
UTILIDAD NETA / VENTAS NETAS		0.26	0.28	0.30	0.31	0.33
UTILIDAD NETA / PATRIMONIO TOTAL		0.35	0.27	0.23	0.20	0.17

FUENTE: TABLA 5.19, 5.22
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

6.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos los costos variables y los beneficios.

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables, es muy útil por que permite calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en perdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

Para calcular el punto de equilibrio se realiza la siguiente formula.

$$\text{Ingresos} = \text{Costos Totales}$$

$$P * Q = CF + CV$$

Donde:

P = Precio de Venta

Q = Cantidad

CF = Costos Fijos

CV= Costos Variables”²¹

En la tabla que se muestra a continuación se puede observar que a un precio promedio como se he establecido para este estudio de \$6.00 existirá un punto de equilibrio de \$66,467.41 para el primer año y en unidades de 11,077.90.

Las ventas con respecto al punto de equilibrio representan el 50.2% para el primer año que se obtiene de la división entre punto de equilibrio en dólares para las ventas netas, como se puede observar en la siguiente tabla:

²¹ Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

TABLA 6.2
PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS EN UNIDADES		22,062.80	22,504.06	22,954.14	23,413.22	23,881.49
PRECIO DE VENTA		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
VENTAS NETAS		132,376.82	135,024.36	137,724.85	140,479.34	143,288.93
GASTOS VARIABLES		756.95	772.09	787.53	803.29	819.35
TOTAL VARIABLES		756.95	772.09	787.53	803.29	819.35
CONTRIBUCIÓN		131,619.87	134,252.27	136,937.31	139,676.06	142,469.58
COSTOS Y GASTOS FIJOS		66,087.34	65,738.86	65,412.39	65,108.37	64,827.26
UTILIDAD NETA		65,532.53	68,513.41	71,524.92	74,567.69	77,642.32
VERIF. UTILIDAD NETA		30,769.71	30,712.98	30,655.11	30,596.08	30,535.88
PUNTO DE EQUILIBRIO EN USD.		66,467.41	66,116.93	65,788.58	65,482.81	65,200.08
PRECIO DE VTA.		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		11,077.90	11,019.49	10,964.76	10,913.80	10,866.68
CAPACIDAD INSTALADA EN UNIDADES		43,849.92	43,849.92	43,849.92	43,849.92	43,849.92
P.E.\$/VTAS		50.2%	49.0%	47.8%	46.6%	45.5%
P.E. U'S/CAP. INST.		25.3%	25.1%	25.0%	24.9%	24.8%
VENTAS/CAP. INST.		50.3%	51.3%	52.3%	53.4%	54.5%

FUENTE: TABLA 5.12, 5.17, 5.18
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

6.3 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

Estudia y analiza la necesidad de pronosticar con referencia a sus fuentes y usos en un periodo futuro específicos de una empresa con objeto de controlar las inversiones a corto y a largo plazo de una entidad económica.

TABLA 6.3
FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
+DEPRECIACIONES	0.0	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9
+AMORTIZACIONES	0.0	234.0	234.0	234.0	234.0	234.0
+GASTOS FINANCIEROS	2,004.3	12,075.8	9,660.6	7,245.5	4,830.3	2,415.2
-INCREM. ACT. FIJO	160,890.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
-INCREM. O VARIAC. CAP. TRAB.	2,781.0	55.6	56.7	57.9	59.0	60.2
SUB TOTAL	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	58,409.3
RECUPER. ACT. FIJO						117,320.8
RECUPER. C. TRABAJO						3,070.5
FLUJO NETO	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	178,800.6

FUENTE: TABLA 5.15, 5.19, 5.21, 5.22
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.4.1 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual es la suma de valores positivos (ingresos) y de valores negativos (costos) que se producen en diferentes momentos, dado que el valor del dinero varía con el tiempo, considerando tanto la tasa de descuento como los intereses respectivos, si el resultado es mayor que cero significará que el proyecto es conveniente, si es menor que cero no es conveniente.

En la tabla que se muestra a continuación se puede observar que la imprenta recupera sus activos en el quinto año con \$117,320.8, junto con su capital de trabajo de \$3,070.5 lo que nos da un flujo neto de \$178,800.6.

Para el presente estudio se ha considerado distintas tasas de descuento para descontar los flujos de fondos, para este estudio es la tasa del 12.05% anual como costo de oportunidad, este porcentaje es tomado de la tasa de interés actual, obteniendo el valor actual de \$109,298.8.

TABLA 6.4
VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
+DEPRECIACIONES	0.0	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9
+AMORTIZACIONES	0.0	234.0	234.0	234.0	234.0	234.0
+GASTOS FINANCIEROS	2,004.3	12,075.8	9,660.6	7,245.5	4,830.3	2,415.2
-INCREM. ACT. FIJO	160,890.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
-INCREM .O VARIAC. CAP. TRAB.	2,781.0	55.6	56.7	57.9	59.0	60.2
SUB TOTAL	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	58,409.3
RECUPER. ACT. FIJO						117,320.8
RECUPER. C. TRABAJO						3,070.5
FLUJO NETO	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	178,800.6
VALOR ACTUAL NETO						VAN
CON TASA DEL	5.00%					177,319.3
CON TASA DEL	10.00%					126,818.7
CON TASA DEL	12.05%					109,298.8
CON TASA DEL	15.00%					86,762.9

CON TASA DEL	20.00%					54,571.1
CON TASA DEL	30.00%					6,845.2
CON TASA DEL	40.00%					(26,075.5)
CON TASA DEL	50.00%					(49,640.2)
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						31.81%

FUENTE: TABLA 5.15, 5.19, 5.21, 5.22
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

6.4.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad²².

Refleja el conjunto de pagos que la empresa debe realizar a fin de cubrir con la inversión corresponde a la determinación de la tasa de interés que lleva a cero el valor actual neto del proyecto. Si la tasa resultante es mayor que los intereses pagados por el dinero invertido el proyecto es conveniente, caso contrario no es conveniente.

En la tabla 6.3 nos podemos dar cuenta que la tasa interna de retorno es igual a 31.81% la misma que al ser mayor al costo de oportunidad del 12.05% que ha sido tomado en cuenta según las instituciones financieras la ejecución de este proyecto es factible.

6.5 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PAYBACK)

Este método también denominado payback, consiste en la determinación del tiempo necesario para que los flujos de caja netos positivos sean iguales al capital invertido, determinando el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial.

El método payback prefieren aplicar la mayoría de las empresas, debido a que lo importante para una empresa(en un principio) es la recuperación de la inversión.

²² Baca Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

El payback, por utilizar solamente los flujos de caja netos positivos, se basa en la liquidez que pueda generar el proyecto y no realmente en la rentabilidad del mismo.

En la tabla 6.5 se muestra la recuperación de capital con respecto a los flujos de efectivo en la que se puede observar que la recuperación total de la inversión será en 1.54 años.

1.54 años es igual a 1 año, 6 meses, 14 días.

$$0.54 \text{ años} * \frac{12 \text{ meses}}{1 \text{ año}} = 6.48 \text{ meses}$$

$$0.48 \text{ meses} * \frac{30 \text{ días}}{1 \text{ mes}} = 14.4 \text{ días} \approx 14 \text{ días}$$

TABLA 6.5
PERÍODO DE RECUPERACIÓN BASE FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
+ DEPRECIACIONES	0.0	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9
+ AMORTIZACIONES	0.0	234.0	234.0	234.0	234.0	234.0
FLUJO DEL AÑO	(2,004.3)	43,710.8	46,748.4	49,817.8	52,919.5	56,054.4
FLUJO ACUMULADO	(2,004.3)	41,706.5	88,454.8	138,272.6	191,192.1	247,246.5
- INV. SOCIOS	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0
CAPITAL POR RECUPERAR	69,004.3	25,293.5	(21,454.8)	(71,272.6)	(124,192.1)	(180,246.5)
AÑOS X TRANSCURRIR	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0
RECUPERACION (AÑOS)			1.54	1.54	1.54	1.54

FUENTE: TABLA 5.20
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

En la tabla 6.6 se muestra la recuperación de la inversión con respecto a las utilidades de la empresa en la que se puede observar que la recuperación total de la inversión será en 1.91 años.

1.91 años es igual a 1 año, 10 meses, 18 días.

$$0.91 \text{ años} * \frac{12 \text{ meses}}{1 \text{ año}} = 10.92 \text{ meses}$$

$$0.92 \text{ meses} * \frac{30 \text{ días}}{1 \text{ mes}} = 27.6 \text{ días} \approx 28 \text{ días}$$

TABLA 6.6
PERÍODO DE RECUPERACIÓN CON BASE EN LAS UTILIDADES

CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
UTILS. ACUMULADAS	(2,004.3)	32,758.5	70,559.0	111,428.8	155,400.4	202,506.8
-INVERSION SOCIOS	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0
CAP X RECUPERAR	69,004.3	34,241.5	(3,559.0)	(44,428.8)	(88,400.4)	(135,506.8)
AÑOS X TRANSCURRIR	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
RECUPERACION (AÑOS)			1.91	1.91	1.91	1.91

FUENTE: TABLA 5.18, 5.19
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

6.6 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

La relación beneficio – costo indica la rentabilidad promedio que genera el proyecto por cada dólar que interviene en la ejecución y funcionamiento del mismo²³.

El análisis de la relación B / C toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

B / C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

B / C = 1 implica que los ingresos son iguales a los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

B / C < 1 implica que los ingresos son menores a los egresos entonces el proyecto no es aconsejable.

²³ Gallardo Cervantes Juan. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

CÁLCULO RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

$$B/C = \frac{\sum \text{Flujo de Fondos}}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{\sum(\text{Flujo Año1} + \text{Flujo Año2} + \text{Flujo Año3} + \text{Flujo Año4} + \text{Flujo Año5})}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{\sum(\text{Flujo Año1} + \text{Flujo Año2} + \text{Flujo Año3} + \text{Flujo Año4} + \text{Flujo Año5})}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{\sum(55,730.9 + 56,352.2 + 57,005.3 + 57,690.8 + 178,800.6)}{221,401.76}$$

$$B/C = \frac{405,579.80}{165,209.44}$$

$$B/C = \$ 2.45$$

La relación B / C indica que por cada dólar invertido la empresa recibe \$2.45.

6.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

Es el procedimiento en el cual se puede determinar cuanto afecta la tasa interna de retorno ante cambio en determinadas variables del proyecto.

En la siguiente tabla se observa la factibilidad del proyecto de la creación de una imprenta en la ciudad de Salcedo, considerando:

El costo de oportunidad es del 12.05%.

La tasa interna de retorno es del 31.81% que es superior al costo de oportunidad lo que significa que el proyecto si es favorable

El valor actual neto es positivo con \$109,298.82 en consecuencia la aplicación del proyecto es favorable

Se espera una recuperación del capital en 1.91 años (1 año, 10 meses, 18 días).

La relación Beneficio costo es de \$2.45, como este factor es superior a 1 el proyecto es factible.

TABLA 6.7
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
TASA INTERES	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%
MONTO CRÉDITO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL SOCIAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL INVERSIÓN	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VENTAS EN UNIDADES	21,630.20	22,062.80	22,504.06	22,954.14	23,413.22	23,881.49
PRECIO (DOLARES)	0.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
VENTAS NETAS	0.00	132,376.82	135,024.36	137,724.85	140,479.34	143,288.93
UTILIDAD NETA	-2,004.27	34,762.82	37,800.43	40,869.82	43,971.60	47,106.45
DIVIDENDOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SALDO FINAL CAJA	3,018.94	49,862.16	78,592.86	110,414.13	145,358.78	183,460.32
CAPITAL CONTABLE	64,995.73	99,758.55	137,558.98	178,428.79	222,400.40	269,506.84
AC/PCP		1.15	1.74	2.33	2.95	5.84
PT/AT		0.51	0.38	0.27	0.18	0.10
UN/VN		0.26	0.28	0.30	0.31	0.33
UN/CC		0.35	0.27	0.23	0.20	0.17
VENTAS S/CAP. INST.		50.3%	51.3%	52.3%	53.4%	54.5%
VAL. ACCION (MILES DOLARES)	64,995.73	99,758.55	137,558.98	178,428.79	222,400.40	269,506.84
RECUPERACIÓN (AÑOS)	0.00		1.91	1.91	1.91	1.91
PUNTO EQUILIBRIO EN UNIDADES		11,077.90	11,019.49	10,964.76	10,913.80	10,866.68
FLUJO NETO	-163,671.53	55,730.89	56,352.24	57,005.33	57,690.81	178,800.63
VALOR PRESENTE NETO						
CON TASA DEL	5.00%				5.00%	177,319.35
CON TASA DEL	10.00%				10.00%	126,818.69
CON TASA DEL	12.05%				12.05%	109,298.82
CON TASA DEL	15.00%				15.00%	86,762.86
CON TASA DEL	20.00%				20.00%	54,571.11
CON TASA DEL	30.00%				30.00%	6,845.17
CON TASA DEL	40.00%				40.00%	-26,075.49
CON TASA DEL	50.00%				50.00%	-49,640.22
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						31.81%

FUENTE: TABLA 5.18, 5.19, 5.20, 5.22, 6.1, 6.2, 6.5, 6.6
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

CAPÍTULO VII

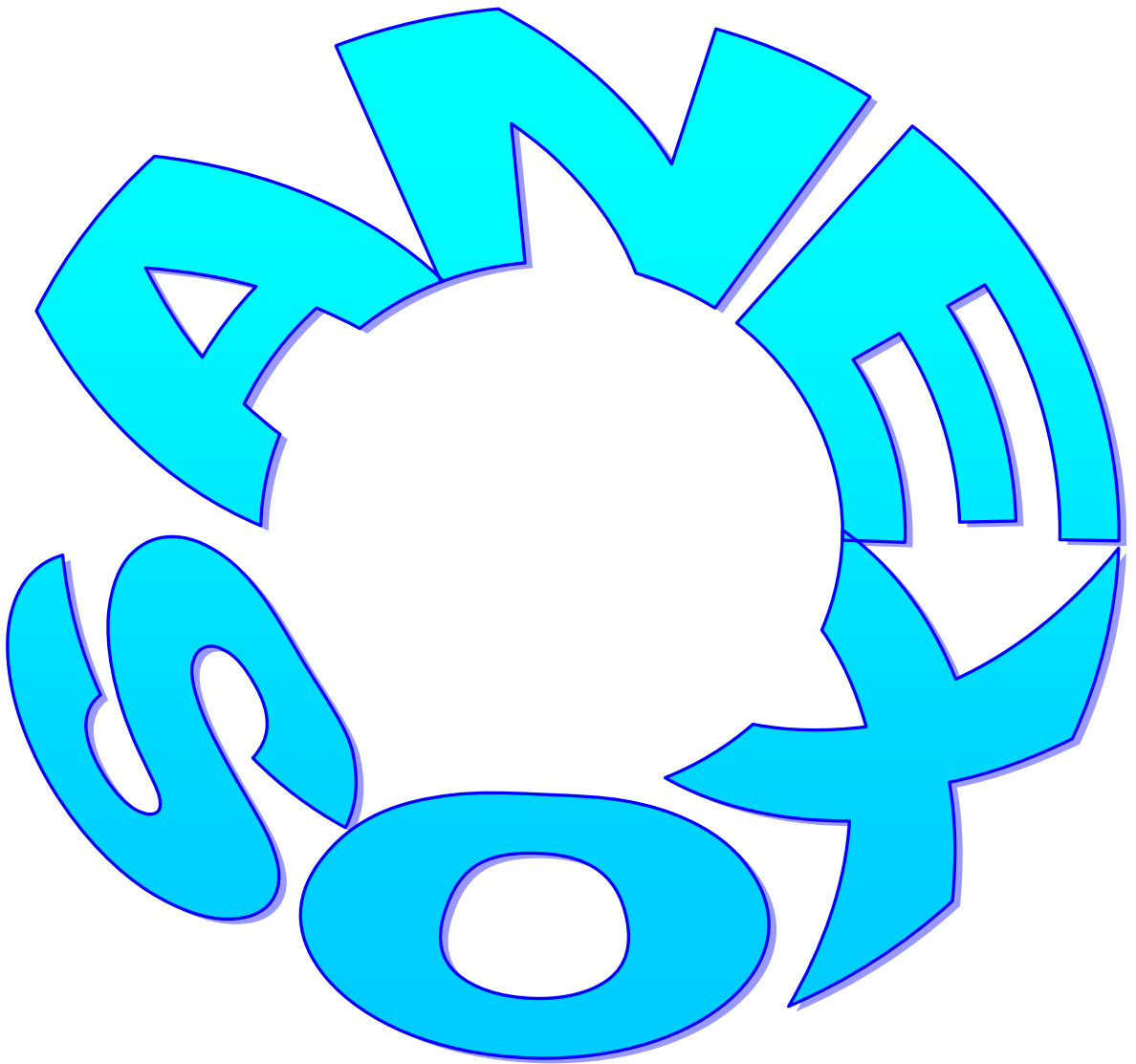
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- Mediante los datos obtenidos en la Superintendencia de compañías se ha podido determinar que existen 117 empresas.
- La prueba piloto realizada a 30 empresas al azar se permitió determinar que las personas utilizan el servicio de imprenta en un 80%.
- Las 80 empresas evidenciaron que respecto a los servicios de imprenta acuden a ciudades cercanas por la calidad de trabajos realizados.
- Las 3 imprentas existentes en Salcedo no cubren con las expectativas de los usuarios del servicio
- Se determinó que la demanda insatisfecha en el servicio de imprenta es de \$36,270.00.
- La ciudad de Salcedo requiere contar con una imprenta con una organización e infraestructura capaz de satisfacer la demanda insatisfecha en la ciudad.
- La inversión que se debe realizar para la instalación de una imprenta con las características que el cliente requiere es de \$165,209.44.
- La organización de la imprenta debe romper con esquemas tradicionales y construirse en post de la satisfacción del cliente.
- La evaluación financiera define que el proyecto es factible de implantarse en la ciudad de Salcedo.

7.2 RECOMENDACIONES

- Poner en marcha el proyecto de creación de la imprenta con las caracterización que el cliente requiere en la localidad de acceso al mismo.
- Crear entorno a la imprenta un plan de publicidad que permita conocer todos los usuarios potenciales lo que se oferta.



ANEXO N.º 1

PLANO DE LA CIUDAD DE SAN MIGUEL DE SALCEDO

ANEXO N.º 2

CUESTIONARIO DE PRUEBA PILOTO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene por finalidad conocer cuáles son las necesidades de los clientes respecto a las imprentas que existen en la ciudad de Salcedo, con la cual pedimos su colaboración para llenar lo siguiente:

1. Utiliza usted el servicio de imprenta?

Si

No

2. Cuál imprenta utiliza de preferencia para realizar sus trabajos?

Imprenta Tovar

Imprenta Velastegui

Imprenta Salcedo

ANEXO N.º 3

REGISTRO DE DATOS DE PRUEBA PILOTO

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure
1	Encuesta	Numeric	8	0		None	None	8	Right	Scale
2	Utilización	String	8	0	UTILIZA USTED SERVICIO DE IMPRENTA	{1, SI} {2, NO}	None	8	Left	Nominal
3	Preferencia	String	8	0	CUAL IMPRENTA UTILIZA DE PREFERENCIA PARA REALIZAR SUS TRABAJOS	{1, IMPRENTA TOVAR} {2, IMPRENTA VELASTEGUI} {3, IMPRENTA SALCEDO} {4, S/R}	None	19	Left	Nominal

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

REGISTRO DE DATOS DE PRUEBA PILOTO

	Encuesta	Utilización	Preferencia
1	1	SI	IMPRESA VELASTEGUI
2	2	SI	IMPRESA VELASTEGUI
3	3	SI	IMPRESA VELASTEGUI
4	4	SI	IMPRESA TOVAR
5	5	NO	S/R
6	6	NO	S/R
7	7	SI	IMPRESA VELASTEGUI
8	8	SI	IMPRESA SALCEDO
9	9	SI	IMPRESA VELASTEGUI
10	10	SI	IMPRESA VELASTEGUI
11	11	NO	S/R
12	12	SI	IMPRESA VELASTEGUI
13	13	SI	IMPRESA TOVAR
14	14	SI	IMPRESA VELASTEGUI
15	15	SI	IMPRESA TOVAR
16	16	SI	IMPRESA VELASTEGUI
17	17	SI	IMPRESA SALCEDO
18	18	NO	S/R
19	19	SI	IMPRESA SALCEDO
20	20	SI	IMPRESA VELASTEGUI
21	21	SI	IMPRESA TOVAR
22	22	SI	IMPRESA VELASTEGUI
23	23	NO	S/R
24	24	NO	S/R
25	25	SI	IMPRESA VELASTEGUI
26	26	SI	IMPRESA VELASTEGUI
27	27	SI	IMPRESA VELASTEGUI
28	28	SI	IMPRESA TOVAR
29	29	SI	IMPRESA VELASTEGUI
30	30	SI	IMPRESA VELASTEGUI

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

ANEXO N.º 4

CUESTIONARIO DEFINITIVO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de conocer su apreciación al servicio ofertado por la imprenta de su preferencia, sin embargo considerando su quehacer empresarial y conocedores de su alto espíritu de colaboración solicitamos comedidamente que se brinde el tiempo correspondiente para registrar la información que es muy importante para el análisis de la industria localizada en Salcedo para este servicio.

Fecha:

Institución:

1. Utiliza usted el servicio de imprenta?

Si

No

2. Cuál imprenta utiliza de preferencia para realizar sus trabajos?

Imprenta Tovar

Otras

Imprenta Velastegui

Ninguna

Imprenta Salcedo

3. Con qué frecuencia utiliza usted los servicios de imprenta al año?

1 – 5 veces

Mas de 10 veces

5 – 10 veces

Ninguna

4. Qué expectativas le ha fallado su imprenta?

Atención al cliente

Precios

Calidad

Ubicación

Diseño

Ninguna

Oportunidad

5. El precio que usted ha cancelado le considera:

Adecuado

S/R

Exagerado

6. Esta usted de acuerdo que exista otra imprenta en Salcedo que ofrezca entregar en el menor tiempo y con nueva tecnología?

Si

No

7. Qué tipo de servicio le gustaría que ofrezca la imprenta:

Imprenta

Tarjetearía

Impresión OFFSET

Ploters

Diseño gráfico

Servicio de facturación

Gigantografía

Encuadernación

Otros _____

8.Cuál sería su comentario o recomendación que usted daría:

ANEXO N° 5

REGISTRO DE DATOS DE ENCUESTAS

Pág. 1 de 2

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure
1	Encuesta	String	8	0		None	None	8	Left	Nominal
2	Utilización	String	8	0	UTILIZACION	{1, SI} {2, NO}	None	8	Left	Nominal
3	Preferencia	String	8	0	PREFERENCIA	{1, IMPRENTA TOVAR} {2, IMPRENTA VELASTEGUI} {3, IMPRENTA SALCEDO} {4, OTRAS} {5, NINGUNA}	None	19	Left	Nominal
4	Frecuencia	String	8	0	FRECUENCIA	{1, 1 - 5 VECES} {2, 6 - 10 VECES} {3, MAS DE 10 VECES} {4, NINGUNA}	None	15	Left	Nominal
5	Fallos	String	8	0	FALLOS	{1, ATENCIÓN AL CLIENTE} {2, CALIDAD} {3, DISEÑO} {4, OPORTUNIDAD} {5, PRECIOS} {6, UBICACIÓN} {7, NINGUNA}	None	18	Left	Nominal
6	Precio	String	8	0	PRECIO	{1, ADECUADO} {2, EXAGERADO} {3, S/R}	None	11	Left	Nominal
7	Variedad	String	8	0	VARIEDAD	{1, SI} {2, NO}	None	7	Left	Nominal

REGISTRO DE DATOS DE ENCUESTAS

Pág. 2 de 2

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure
8	Servicio	String	8	0	SERVICIO	{1, IMPRENTA} {2, IMPRESIÓN OFFSET} {3, DISEÑO GRÁFICO} {4, GIGANTOGRAFÍA} {5, TARGETERÍA} {6, PLOTTERS} {7, SERVICIO DE FACTURACIÓN} {8, ENCUADERNACIÓN} {9, OTROS}	None	21	Left	Nominal
9	Recomendación	String	8	0	RECOMENDACION	{1, SERVICIO DE CALIDAD} {2, MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE} {3, PRECIOS UNIFICADOS} {4, REALICEN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD} {5, EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA} {6, UBICACIÓN EN LUGARES ESTRATEGICOS} {7, PERSONAS ESPECIALES EN EL TEMA} {8, TRABAJE BAJO PRINCIPIOS EMPRESARIALES} {9, S/R}	None	31	Left	Nominal

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

REGISTRO DE DATOS DE ENCUESTAS

Pág. 1 de 3

Encuesta	Utilizacion	Preferencia	Frecuencia	Fallos	Precio	Variedad	SERVICIO	Recomendación
1	1 SI	OTRAS	1 - 5 VECES	PRECIOS	EXAGERADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	SERVICIO DE CALIDAD
2	2 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
3	3 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	IMPRESA	EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA
4	4 NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	ENCUADERNACIÓN	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
5	5 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	PRECIOS UNIFICADOS
6	6 SI	OTRAS	6 - 10 VECES	PRECIOS	EXAGERADO	SI	IMPRESA	UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS
7	7 NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	PRECIOS UNIFICADOS
8	8 SI	OTRAS	MAS DE 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	GIGANTOGRAFÍA	EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA
9	9 NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	ENCUADERNACIÓN	PRECIOS UNIFICADOS
10	10 SI	OTRAS	6 - 10 VECES	CALIDAD	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
11	11 SI	IMPRESA VELASTEGUI	6 - 10 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	PLOTTERS	REALICEN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
12	12 SI	OTRAS	MAS DE 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	PERSONAS ESPECIALES EN EL TEMA
13	13 SI	OTRAS	1 - 5 VECES	OPORTUNIDAD	ADECUADO	SI	GIGANTOGRAFÍA	SERVICIO DE CALIDAD
14	14 SI	OTRAS	1 - 5 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	IMPRESA	UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS
15	15 SI	IMPRESA SALCEDO	6 - 10 VECES	NINGUNA	ADECUADO	NO	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
16	16 NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESA	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
17	17 SI	IMPRESA VELASTEGUI	MAS DE 10 VECES	PRECIOS	EXAGERADO	SI	IMPRESION OFFSET	PRECIOS UNIFICADOS
18	18 SI	IMPRESA VELASTEGUI	6 - 10 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS
19	19 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
20	20 NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
21	21 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	SERVICIO DE FACTURACIÓN	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
22	22 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	GIGANTOGRAFÍA	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
23	23 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	SERVICIO DE FACTURACIÓN	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
24	24 NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
25	25 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	OPORTUNIDAD	ADECUADO	SI	IMPRESA	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
26	26 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	DISEÑO	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
27	27 SI	IMPRESA TOVAR	1 - 5 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	NO	IMPRESION OFFSET	EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA
28	28 SI	OTRAS	6 - 10 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	IMPRESA	SERVICIO DE CALIDAD
29	29 NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	DISEÑO GRÁFICO	UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS
30	30 SI	IMPRESA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	IMPRESA	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE

REGISTRO DE DATOS DE ENCUESTAS

Encuesta	Utilización	Preferencia	Frecuencia	Fallos	Precio	Variedad	SERVICIO	Recomendación	
31	31	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	6 - 10 VECES	DISEÑO	EXAGERADO	SI	SERVICIO DE FACTURACIÓN	PERSONAS ESPECIALES EN EL TEMA
32	32	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
33	33	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	SERVICIO DE FACTURACIÓN	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
34	34	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA
35	35	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	PRECIOS	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
36	36	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	CALIDAD	EXAGERADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	SERVICIO DE CALIDAD
37	37	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	PLOTTERS	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
38	38	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	OPORTUNIDAD	ADECUADO	SI	TARGETERÍA	SERVICIO DE CALIDAD
39	39	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	CALIDAD	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	REALICEN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
40	40	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	OPORTUNIDAD	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
41	41	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	6 - 10 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
42	42	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRENTA	EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA
43	43	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	IMPRENTA	SERVICIO DE CALIDAD
44	44	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	ENCUADERNACIÓN	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
45	45	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	SERVICIO DE FACTURACIÓN	EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA
46	46	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	OPORTUNIDAD	ADECUADO	SI	IMPRENTA	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
47	47	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	EXAGERADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
48	48	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	6 - 10 VECES	PRECIOS	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	S/R
49	49	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
50	50	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	CALIDAD	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	SERVICIO DE CALIDAD
51	51	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRENTA	SERVICIO DE CALIDAD
52	52	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	NINGUNA	ADECUADO	SI	IMPRENTA	SERVICIO DE CALIDAD
53	53	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	CALIDAD	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
54	54	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	CALIDAD	ADECUADO	SI	PLOTTERS	SERVICIO DE CALIDAD
55	55	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	1 - 5 VECES	DISEÑO	ADECUADO	SI	IMPRENTA	PERSONAS ESPECIALES EN EL TEMA
56	56	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	PLOTTERS	EXISTA TECNOLOGÍA ADECUADA
57	57	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	OTROS	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
58	58	SI	OTRAS	MAS DE 10 VECES	PRECIOS	EXAGERADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS
59	59	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	EXAGERADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
60	60	SI	IMPRENTA VELASTEGUI	MAS DE 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE

REGISTRO DE DATOS DE ENCUESTAS

	Encuesta	Utilizacion	Preferencia	Frecuencia	Fallos	Precio	Variedad	SERVICIO	Recomendación
61	61	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
62	62	SI	IMPRESION OFFSET	1 - 5 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	GIGANTOGRAFÍA	UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS
63	63	SI	IMPRESION OFFSET	1 - 5 VECES	DISEÑO	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
64	64	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
65	65	SI	IMPRESION OFFSET	MAS DE 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
66	66	SI	IMPRESION OFFSET	6 - 10 VECES	DISEÑO	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
67	67	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
68	68	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	OPORTUNIDAD	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
69	69	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	OPORTUNIDAD	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
70	70	SI	IMPRESION OFFSET	MAS DE 10 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
71	71	SI	IMPRESION OFFSET	6 - 10 VECES	DISEÑO	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	PERSONAS ESPECIALES EN EL TEMA
72	72	SI	IMPRESION OFFSET	6 - 10 VECES	PRECIOS	ADECUADO	SI	DISEÑO GRÁFICO	SERVICIO DE CALIDAD
73	73	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	SERVICIO DE FACTURACIÓN	PRECIOS UNIFICADOS
74	74	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	DISEÑO	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
75	75	SI	OTRAS	6 - 10 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	TRABAJE BAJO PRINCIPIOS EMPRESARIALES
76	76	SI	IMPRESION OFFSET	6 - 10 VECES	NINGUNA	ADECUADO	NO	ENCUADERNACIÓN	S/R
77	77	SI	OTRAS	MAS DE 10 VECES	UBICACIÓN	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE
78	78	NO	NINGUNA	NINGUNA	NINGUNA	S/R	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD
79	79	SI	IMPRESION OFFSET	1 - 5 VECES	CALIDAD	ADECUADO	SI	IMPRESION OFFSET	UBICACION EN LUGARES ESTRATEGICOS
80	80	SI	OTRAS	1 - 5 VECES	ATENCIÓN AL CLIENTE	EXAGERADO	SI	IMPRESION OFFSET	SERVICIO DE CALIDAD

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López

ANEXO N.º 6

MICROLOCALIZACION

ANEXO N.º 7

FLUJOGRAMA DESCRIPTIVO DEL SERVICIO

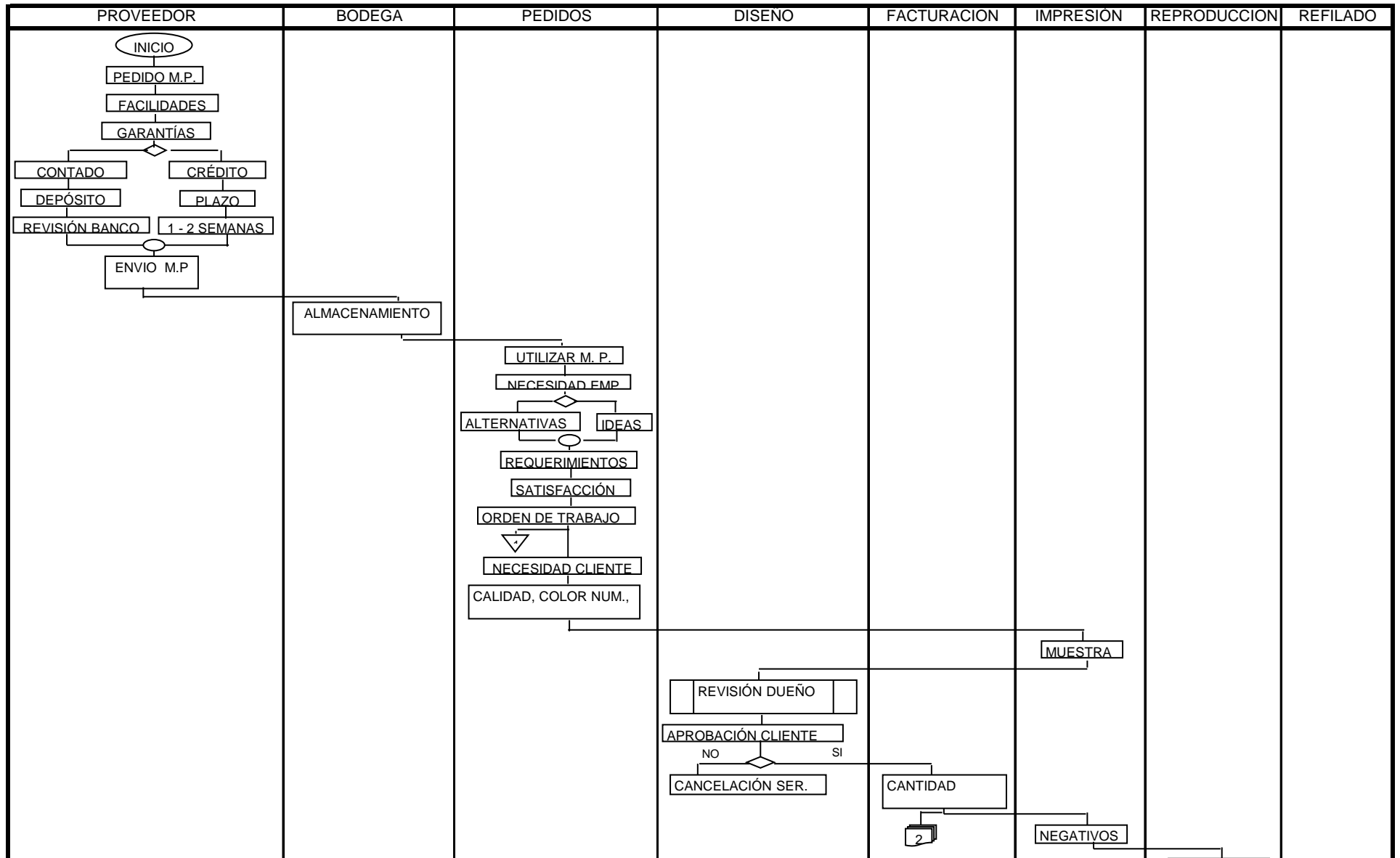
ANEXO N.º 8

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

BIBLIOTHECA GRAMMA

- Baca Urbina Gabriel. Evaluación de proyectos
- Philip Kloter, Gary Armstrong. fundamentos de mercadotecnia
- Econ. Bolívar Costales Gavilanes. DISEÑO ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
- Gallardo Cervantes Juan. EVALUACIÓN DE PROYECTOS
- J.M. Rosenberg DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
- Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation
- INEC, Censo de Población y Vivienda del año 2001
- Municipio de Salcedo
- Superintendencia de Compañías
- http://www.maquinasparaimprenta.com/ver_offset.php?numero=8
- <http://www.monografias.com/trabajos13/organi/organi.shtml>
- http://www.imprenta.gov.co/print-int/HTML/frameset/inter_acerca.HTM
- http://www.drupama.de/index_s.htm
- <http://www.dlh.lahora.com.ec/páginas/judicial/páginas/D.Administrativo.2.htm>
- <http://www.contadoronline.cubaindustria.cu/Estados%20Financieros/ES-D.htm>
- <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/15/estadosfros.htm>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/finanzasmaria.htm>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/fijapreciosfa biola.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/vepeme/vepeme.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- <http://www.agronegocios.gob.sv/cálculo/cálculos.htm>
- <http://www.mercadolibre.com.ar/1246.html>

FLUJOGRAMA DESCRIPTIVO DEL SERVICIO



	1: ARCHIVO DE DOCUMENTOS 2: DOCUMENTO CON COPIA				CANTIDAD	FIN
--	--	--	--	--	----------	-----

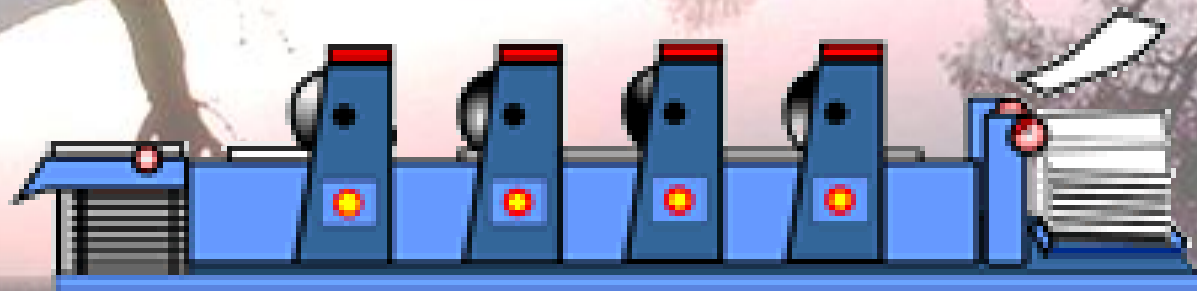
FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Cointa Alexandra Santamaría López



ESPE
ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO
CAMINO A LA EXCELENCIA

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACION E IMPLEMENTACION DE UNA
IMPRESA EN LA CIUDAD DE SALCEDO
PROVINCIA DE COTOPAXI**



INTRODUCCIÓN

- **El papel de las empresas no solo es generar productos y servicios, sino también ubicarse en un perfil competitivo en el mercado nacional e internacional.**
- **Las empresas de mayor competitividad y rentabilidad en el mercado son aquellas que ofrecen productos y servicios con seguridad, calidad y sobre todo buscan la completa satisfacción de las necesidades del cliente.**
- **La provincia de Cotopaxi se caracteriza por ser productora y comercializadora de productos y servicios, se encuentra ubicado el cantón Salcedo, sitio en el cual se va a desarrollar el presente proyecto.**
- **La imprenta brindará servicios que aplacará las necesidades de la comunidad insatisfecha de esta ciudad.**
- **Las imprentas en Salcedo son pocas y pequeñas, las cuales no abastecen los requerimientos de los consumidores que por el crecimiento y las exigencias de la sociedad y la no-existencia de servicios requeridos por la colectividad, muchas personas han tenido que salir en busca de empresas que satisfagan de mejor manera sus necesidades de impresión a Ambato y Latacunga.**

OBJETIVOS DEL PROYECTO

• GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación e implementación de una imprenta en la ciudad de Salcedo provincia de Cotopaxi generando fuentes de trabajo para la comunidad y entregando un servicio y producto de calidad.

• ESPECIFICOS

Desarrollar un estudio de mercado a fin de conocer la oferta, demanda y de ella la demanda insatisfecha, con el fin de determinar si existe la necesidad de implantación de la empresa.

Desarrollar un estudio técnico, para definir el tamaño, entorno, la ingeniería del servicio y procesos.

Determinar la estructura de la empresa, al mismo tiempo apoyarse en planeamientos, coordinación y supervisión de las funciones administrativas y de apoyo, necesarias para el adecuado funcionamiento de la Institución.

Realizar un estudio financiero obteniendo costos y gastos que serán destinados a la inversión en diferentes recursos señalando e identificando las fuentes de financiamiento

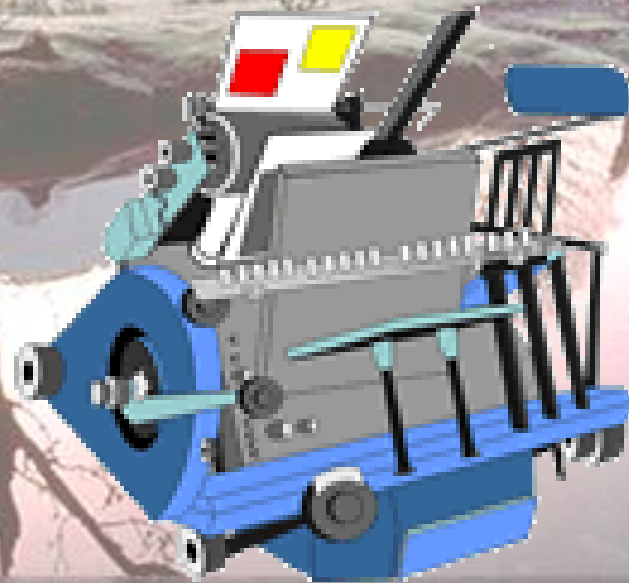
Determinar la evaluación financiera, con el fin de conocer los resultados que tendrá el proyecto considerando el valor del dinero en el tiempo y por medio de los mismos decidir sobre la implementación del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

- **El servicio que se pretende ofrecer va a ser diferenciado por que muchas personas en nuestro medio buscan algo novedoso que llame la atención de los consumidores.**
- **Las técnicas de comercialización, que se utilizarán para que el servicio pueda ser ofertado en un mercado tanto local nacional e internacional, serán: el trato que se da al cliente, publicidad ya sea a través de hojas volantes, televisión, radio, Internet, o visitas personales que se lo realizaría de puerta a puerta, ya que mediante la utilización de estas técnicas se logrará atraer la atención del cliente y a la vez ofrecer un servicio diferenciado que satisfaga las necesidades de los consumidores.**

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS IMPRENTAS EN SALCEDO - ECUADOR

- **Imprenta Tovar (1978)**
- **Imprenta Velastegui (1984)**
- **Imprenta Salcedo (2005)**



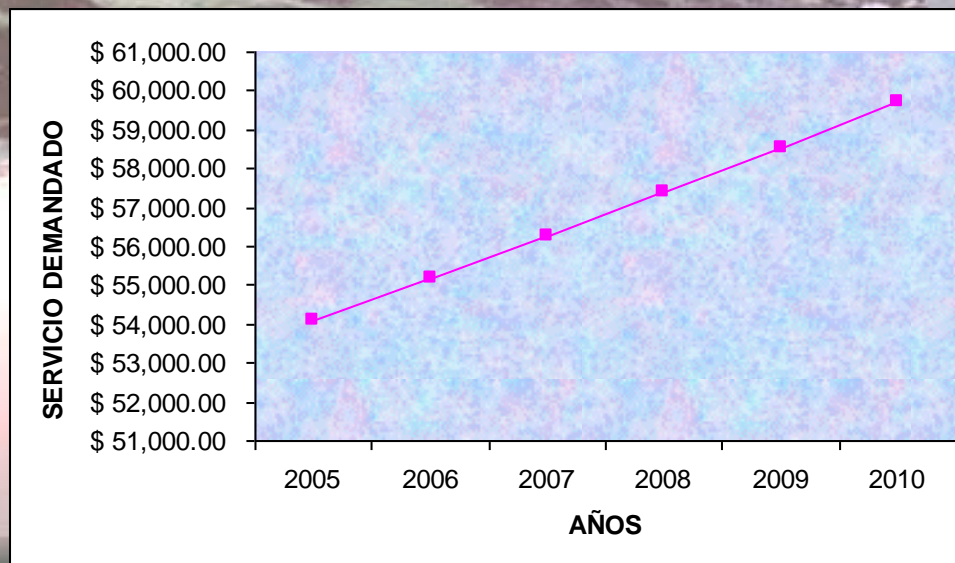
CÁLCULO DE LA MUESTRA

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

NOMBRE	N	PORCENTAJE	n
INSTITUCIONES PUBLICAS	7	5.98	5
INSTITUCIONES PRIVADAS	49	41.88	34
INSTITUCIONES MIXTAS	2	1.71	1
INSTITUCIONES AUTONOMAS	1	0.85	1
INSTITUCIONES FINANCIERAS	6	5.13	4
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	22	18.80	15
COOPERATIVAS DE TRANSPORTE	28	23.93	19
CENTROS COMERCIALES	2	1.71	1
TOTAL	117	100.00	80

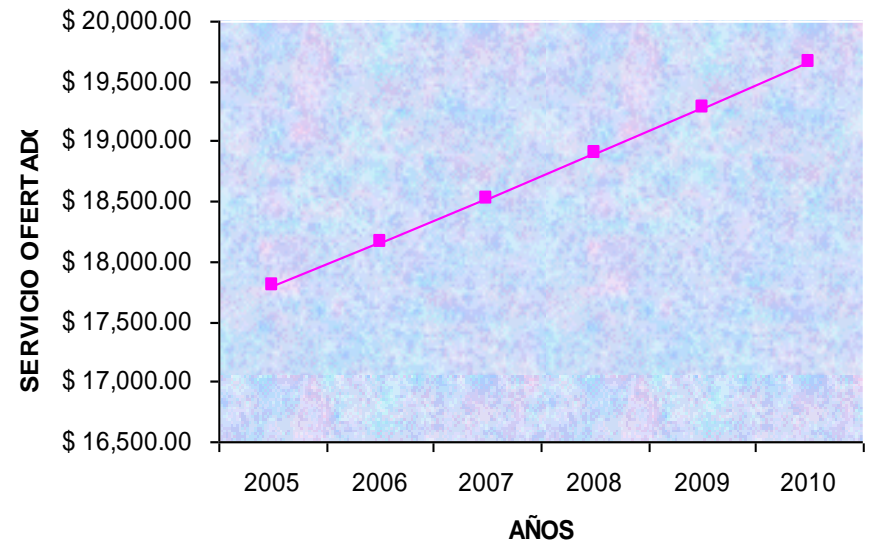
DEMANDA

AÑO	INFLACION PROYECTADA	SERVICIO DEMANDADO
2005	2.00	\$ 54,075.50
2006	2.00	\$ 55,157.01
2007	2.00	\$ 56,260.15
2008	2.00	\$ 57,385.35
2009	2.00	\$ 58,533.06
2010	2.00	\$ 59,703.72



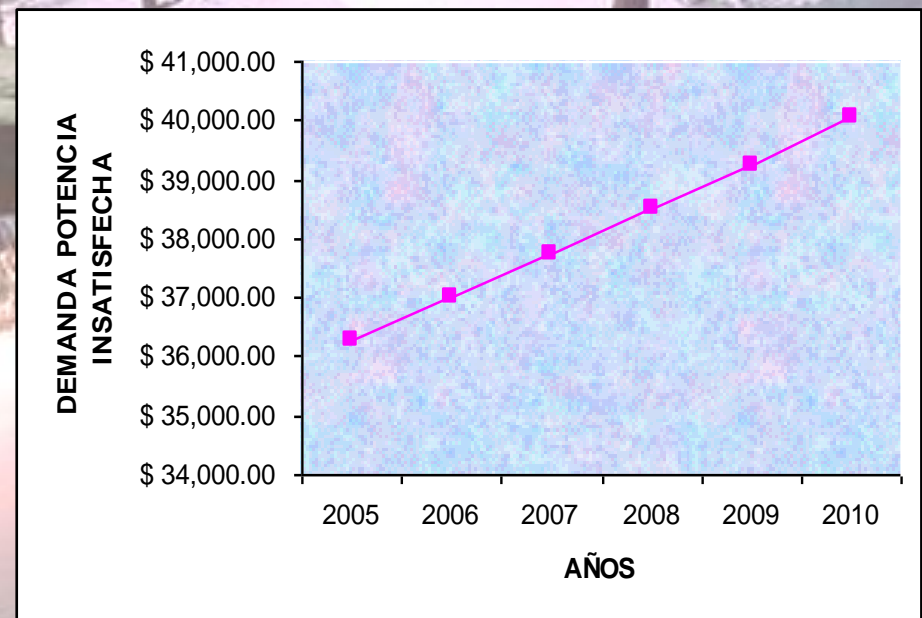
OFERTA

AÑO	INFLACION PROYECTADA	SERVICIO OFERTADO
2005	2.00	\$ 17,805.50
2006	2.00	\$ 18,161.61
2007	2.00	\$ 18,524.84
2008	2.00	\$ 18,895.34
2009	2.00	\$ 19,273.25
2010	2.00	\$ 19,658.71



DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. P. I.
2005	\$ 54,075.50	\$ 17,805.50	\$ 36,270.00
2006	\$ 55,157.01	\$ 18,161.61	\$ 36,995.40
2007	\$ 56,260.15	\$ 18,524.84	\$ 37,735.31
2008	\$ 57,385.35	\$ 18,895.34	\$ 38,490.01
2009	\$ 58,533.06	\$ 19,273.25	\$ 39,259.81
2010	\$ 59,703.72	\$ 19,658.71	\$ 40,045.01



LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

- **Contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.**
- **CRITERIOS DE LOCALIZACION**
 - **Medios y costos de transporte.**
 - **Insumos o servicios.**
 - **Estructura Física.**
 - **Disponibilidad de mano de obra.**

- **MACROLOCALIZACIÓN**

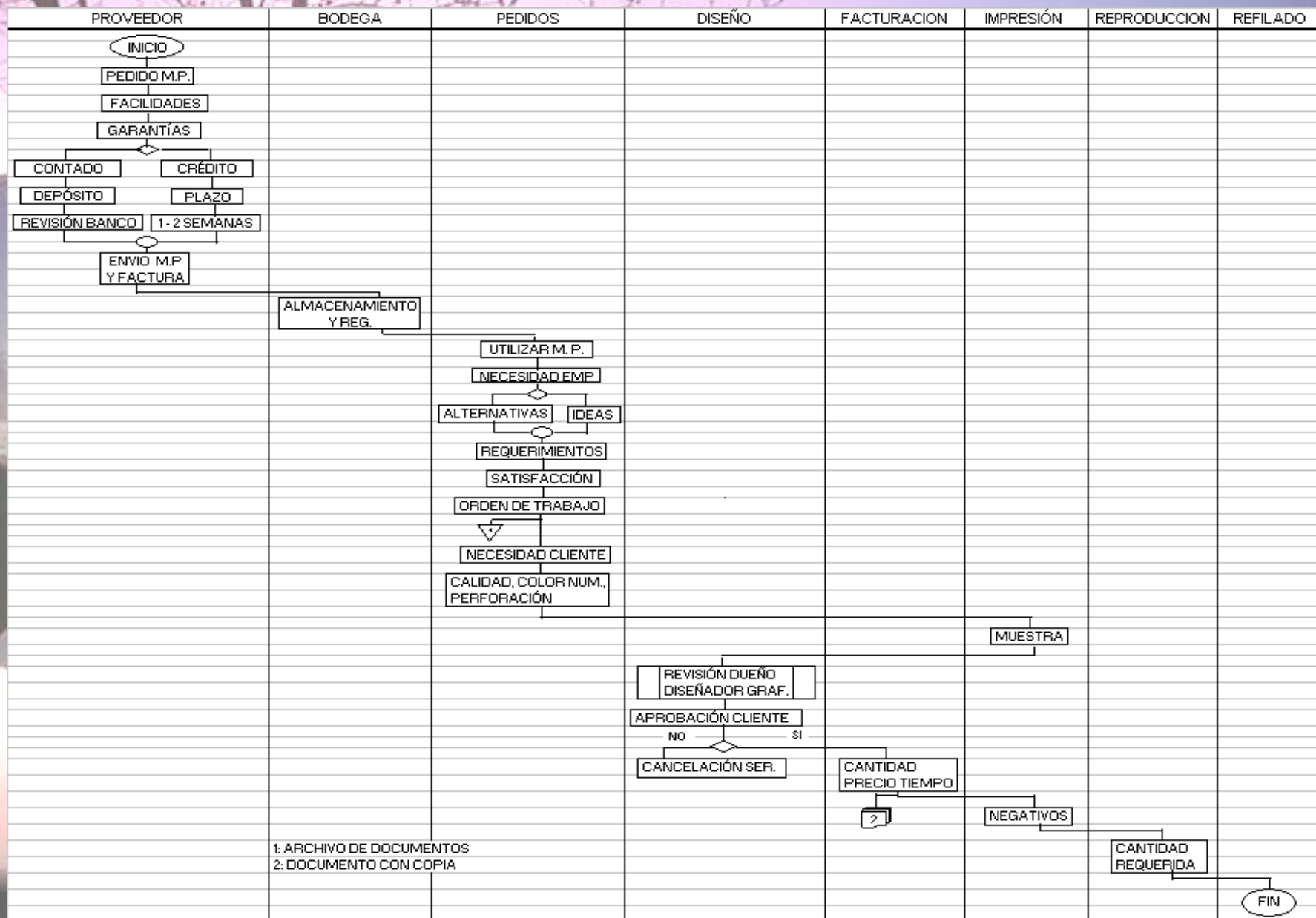
La imprenta se localizará en la provincia de Cotopaxi situada en el centro del país que integran la región Sierra, específicamente en el Cantón Salcedo, siendo el principal eje de comunicación de norte a sur, formado por la carretera Panamericana y el ferrocarril como se indica en los siguientes gráficos

- **MICROLOCALIZACIÓN**

La imprenta se ubicará específicamente en el Barrio La Palmira, en la calle Belisario Quevedo entre Ricardo Garcés y Luis A Martínez, tiene ventajas como:

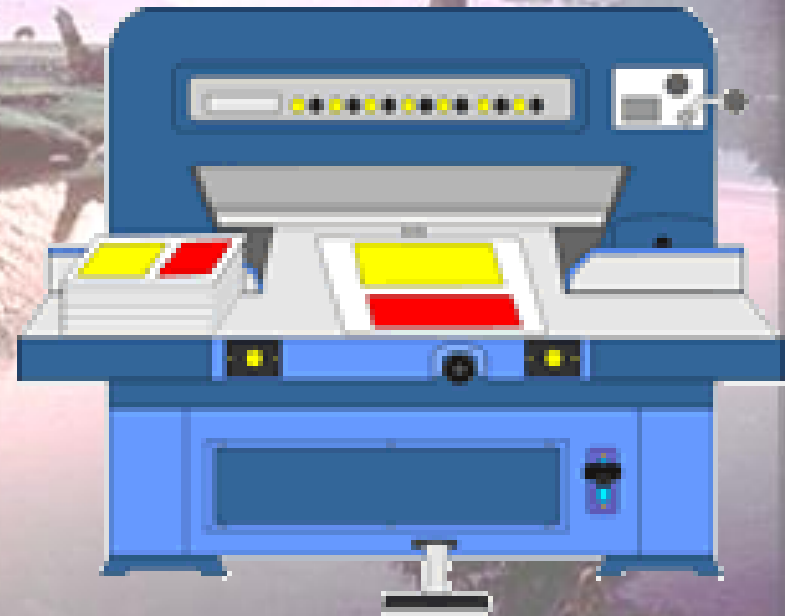
- **Cercanía que existen a centros educativos.**
- **Esta ubicado en un sector comercial.**
- **Esta rodeado por lugares comerciales.**
- **Posee todos los servicios básicos necesarios en el sector antes mencionado.**
- **Tiene líneas de acceso por diferentes sectores**

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO



ESTIMACIÓN DE RECURSOS

- **SELECCIÓN DE MAQUINARIA**
- **MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA**
- **MANO DE OBRA REQUERIDA**
- **INSUMOS Y MATERIA PRIMA**
- **EQUIPO DE OFICINA**
- **MUEBLES DE OFICINA**
- **ENSERES MENORES**

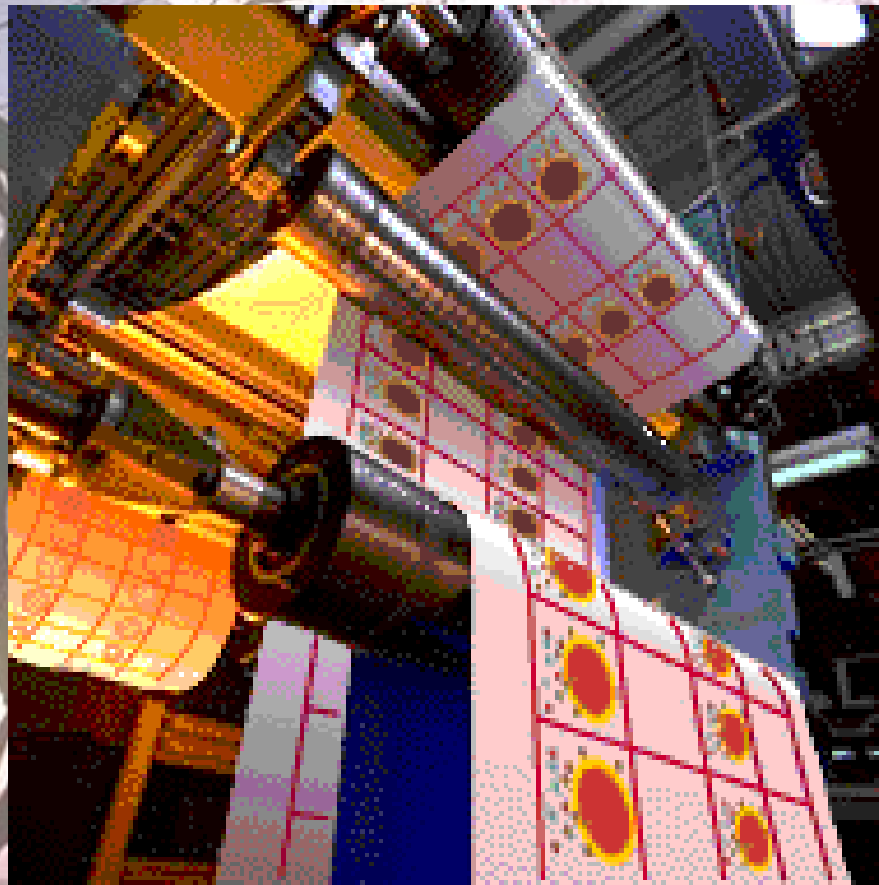


MISIÓN

- **Proveer al mercado local y provincial servicios de imprenta exclusivos de alta calidad y variedad respaldados en el servicios personalizado y especializado con procesos óptimos, materia prima de calidad y talento humano competente que genere una organización sólida y rentable para alcanzar la satisfacción de los clientes y la rentabilidad de la empresa.**

VISIÓN

- **Ser el referente de la industria de la imprenta local y provincial.**

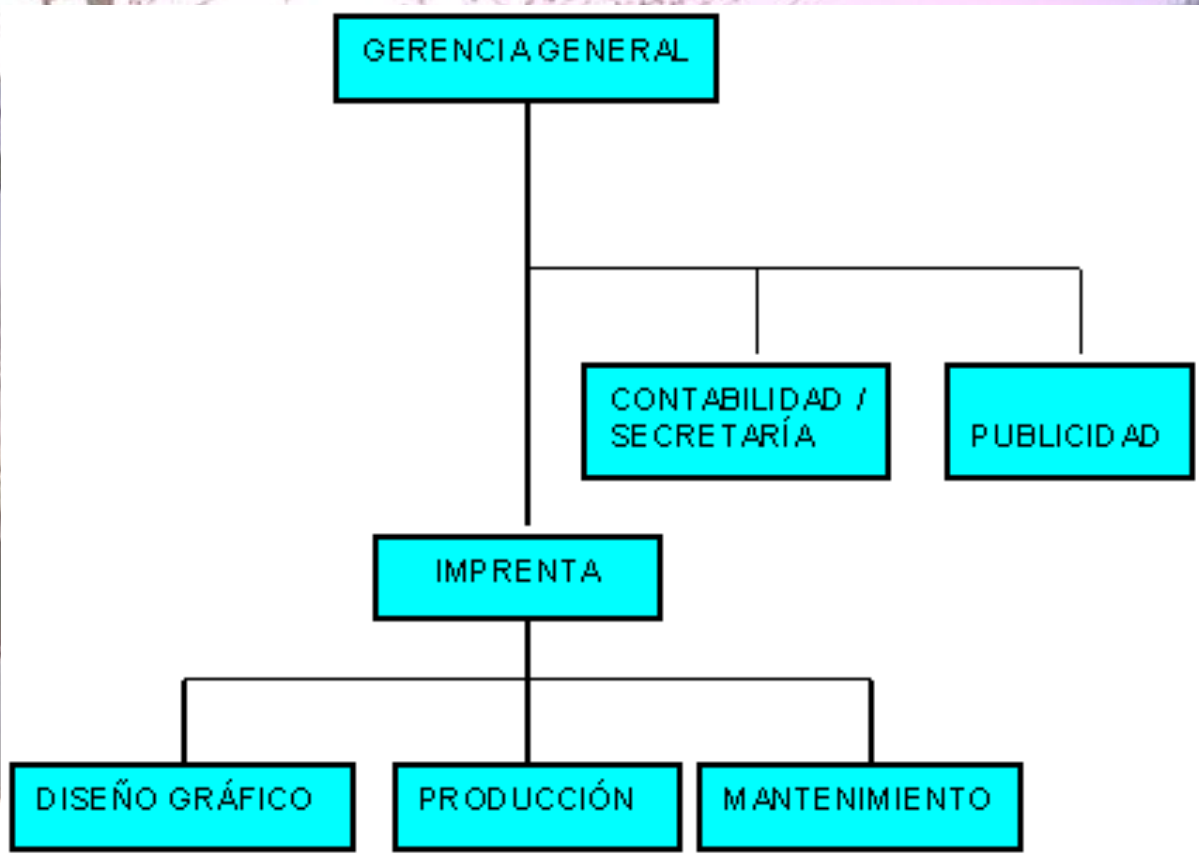


FILOSOFÍA



- **PRINCIPIOS**
- **VALORES**
 - **Respeto**
 - **Responsabilidad**
 - **Puntualidad**
 - **Honestidad**
 - **Disciplina**
 - **Comunicación**
 - **Calidad**
 - **Mejora Continua**
- **POLITICAS**

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGÁNICO FUNCIONAL (PARTE I)

GERENCIA GENERAL

- Dirigir, coordinar y controlar la ejecución de programas y actividades relacionadas con los asuntos administrativos y financieros de la Empresa.
- Establecer programas de inversión.
- Establecer las políticas para el cumplimiento de los objetivos institucionales.
- Autorizar compras y modificaciones para la adquisición de bienes inmuebles, maquinaria y equipos.

CONTABILIDAD / SECRETARÍA

- Presentar a la Gerencia General los estados financieros.
- Velar por la correcta aplicación y utilización de los recursos financieros y físicos de la empresa.
- Llevar el libro diario de registro de ventas.
- Dar una buena atención al cliente.

PUBLICIDAD

- Diseñar , verificar e implementar los sistemas de atención al cliente.
- Diseñar y desarrollar campañas publicitarias.
- Definir las estrategias de comercialización de la empresa.
- Realizar estudios y análisis previos requeridos para calcular los precios de venta.

ORGÁNICO FUNCIONAL (PARTE II)

IMPRESA

- Administrar el proceso de imprenta de la Empresa.
- Responsabilizarse de los procesos de impresión.
- Señalar las políticas de impresión y comercialización.
- Realizar los estudios con el fin de determinar costos, tiempos de impresión más eficientes.
- Recibir, almacenar, registrar y distribuir los materiales, insumos, bienes y demás equipos.
- Administrar la bodega de propiedad de la Empresa.
- Elaborar el plan de compras de los bienes de consumo.

DISEÑO GRÁFICO

- Diseñar formas que permitirá el cumplimiento de trabajos solicitados.
- Asesorar en el diseño gráfico de las diferentes impresiones y ediciones que contrate la Empresa.
- Aportar a la empresa con ideas de trabajos en artes graficas.
- Ser creativos al realizar trabajos con calidad.

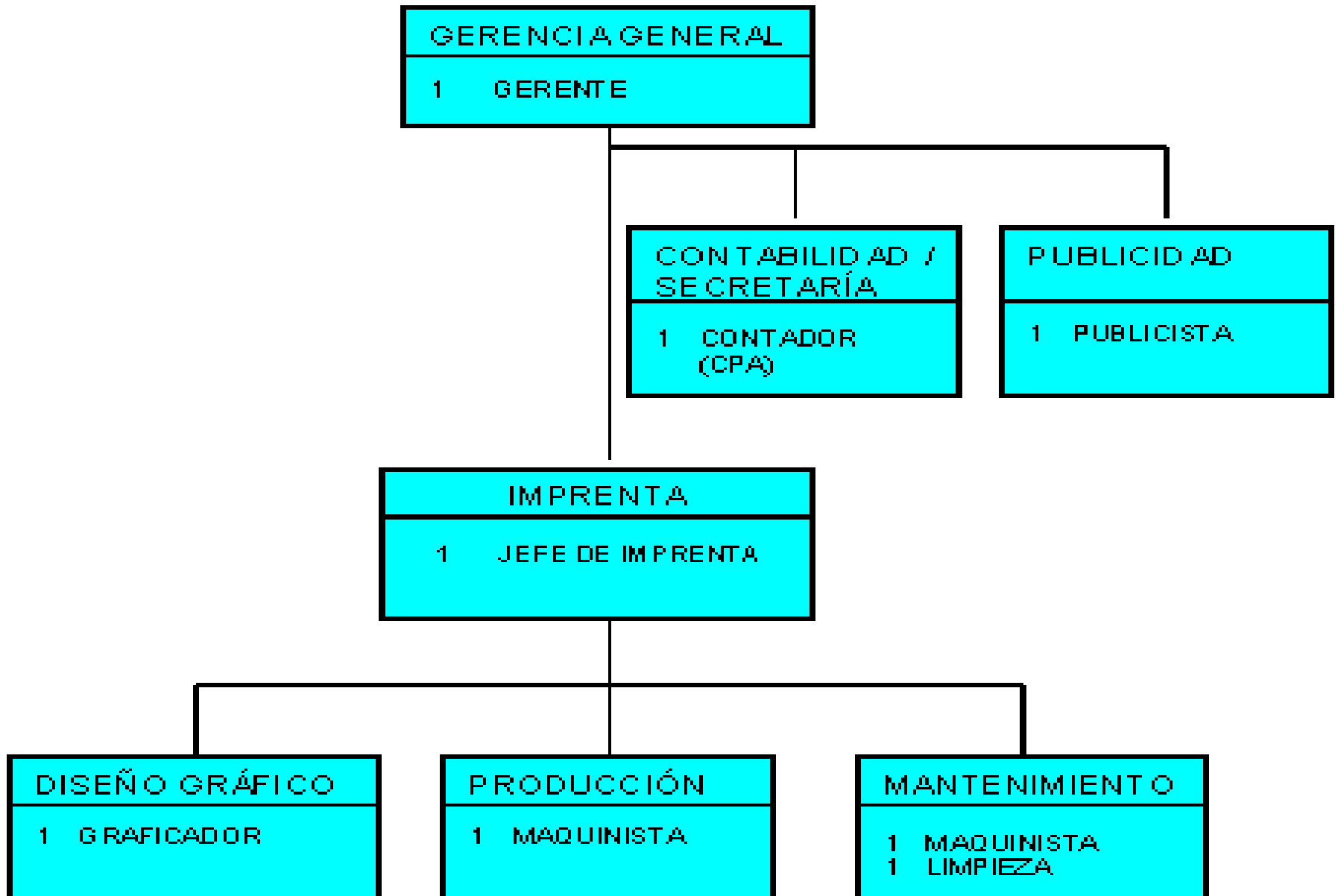
PRODUCCIÓN

- Asegurar que los equipos y materiales sean los adecuados en el proceso de las artes gráficas.
- Administrar la operatividad de la maquinaria que posee la Empresa.
- Velar por el normal funcionamiento de la maquinaria.
- Elaborar reportes indicando como se va dando la producción dentro de la empresa.

MANTENIMIENTO

- Elaborar y ejecutar los programas de mantenimiento rutinario y correctivo de los equipos e instalaciones.
- Desarrollar los programas de adiestramiento e instrucción tecnológica.
 - Realizar la limpieza cotidiana de las instalaciones de la imprenta.
 - Velar por la integridad de las instalaciones.
 - Realizar el aseo y control de que todo este limpio.

ORGANIGRAMA POCISIONAL



INVERSIÓN

CONCEPTO DE LA INVERSION	TOTAL INVERSION
Terreno	\$ 50,928.00
Edificio	\$ 60,000.00
Gastos Preoperacionales	\$ 1,300.00
Maquinaria	\$ 43,850.00
Equipo de Oficina	\$ 2,371.50
Muebles de Oficina	\$ 3,120.00
Enseres Menores	\$ 621.00
Total	\$ 162,190.50

	U.S.D.	%
ACTIVOS FIJOS	162,190.50	98%
CAPITAL DE TRABAJO	3,018.94	2%
COSTO TOTAL	165,209.44	100%
CAPITAL PROPIO	67,000.00	40%
DEUDA LARGO PLAZO	100,213.71	60%
FINANCIAMIENTO TOTAL	167,213.71	100%

COSTO DE MANO DE OBRA

O R D	FUNCION	IUM. EMP.	IUM. DIAS TRABAJ.	INGRESOS					EGRESOS	UTILIDAD TOTAL A RECIBIR	TOTAL SUELDOS MENSUAL	MAHO DE OBRA	SUELDOS ADM.	SUELDOS VEITAS
				SALARIO UNIFICADO	APORTE AL IESS	13o SUELDO	14o SUELDO	TOTAL INGRESOS						
1	Gerente General	1	30	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 25.00	\$12.50	\$ 337.50	\$ 28.05	\$ 309.45	\$ 309.45	\$ 309.45	\$ 309.45	
2	Secretaria / Contadora	1	30	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 16.67	\$12.50	\$ 229.17	\$ 18.70	\$ 210.47	\$ 210.47	\$ 210.47	\$ 210.47	
3	Publicista	1	30	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 16.67	\$12.50	\$ 229.17	\$ 18.70	\$ 210.47	\$ 210.47	\$ 210.47	\$ 210.47	\$210.47
4	Jefe de Imprenta	1	30	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 20.83	\$12.50	\$ 283.33	\$ 23.38	\$ 259.96	\$ 259.96	\$ 259.96	\$ 259.96	
5	Diseñador Grafico	1	30	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 15.00	\$12.50	\$ 207.50	\$ 16.83	\$ 190.67	\$ 190.67	\$ 190.67	\$ 190.67	\$190.67
6	Prensista / Encuadernador / Guillotiner	1	30	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 12.50	\$12.50	\$ 175.00	\$ 14.03	\$ 160.98	\$ 160.98	\$ 160.98	\$ 160.98	\$160.98
7	Tecnico Industrial	1	30	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 18.33	\$12.50	\$ 250.83	\$ 20.57	\$ 230.26	\$ 230.26	\$ 230.26	\$ 230.26	
8	Limpieza	1	30	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 10.00	\$10.00	\$ 140.00	\$ 11.22	\$ 128.78	\$ 128.78	\$ 128.78	\$ 128.78	
SUMAS		8		\$1,620.00	\$1,620.00	\$135.00	\$97.50	\$1,852.50	\$151.47	\$1,701.03	\$1,701.03	\$1,701.03	\$1,138.92	\$562.11

INSUMOS Y MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO	TOTAL	
				MENSUAL	ANUAL
PAPEL					
Bond	Resma de 65*90	9	\$ 9.60	\$ 86.40	\$ 1,036.80
Cartulina bristol	Pliegos	12	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Cartulina colores	Pliegos	9	\$ 13.00	\$ 117.00	\$ 1,404.00
Copia colores	Resma de 65*90	8	\$ 13.00	\$ 104.00	\$ 1,248.00
Cuché	Resma de 65*90	9	\$ 14.00	\$ 126.00	\$ 1,512.00
Hilo	Resma de 65*90	6	\$ 13.00	\$ 78.00	\$ 936.00
Kimberly	Resma de 65*90	5	\$ 14.50	\$ 72.50	\$ 870.00
Percalina	Metros	9	\$ 4.50	\$ 40.50	\$ 486.00
Periodico	Metros	5	\$ 6.50	\$ 32.50	\$ 390.00
Plastificado	Metros	9	\$ 3.00	\$ 27.00	\$ 324.00
Plegable	Pliegos	8	\$ 7.00	\$ 56.00	\$ 672.00
Prestigue	Pliegos	8	\$ 8.50	\$ 68.00	\$ 816.00
Químico	Resma de 65*90	9	\$ 11.80	\$ 106.20	\$ 1,274.40
Quimico colores	Resma de 65*90	7	\$ 10.00	\$ 70.00	\$ 840.00
TINTA TIPOGRÁFICA					
Negra	Kilos	2.5	\$ 9.00	\$ 22.50	\$ 270.00
Roja	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
Azul	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
Amarilla	Kilos	2	\$ 11.40	\$ 22.80	\$ 273.60
PLACAS EN CAJA					
Metálicas	Unidad	5	\$ 11.00	\$ 55.00	\$ 660.00
Poliéster	Unidad	9	\$ 1.50	\$ 13.50	\$ 162.00
TOTAL				\$ 1,263.50	\$ 15,162.00

GASTOS INDIRECTOS

CONCEPTOS	F = FIJO V = VARIABLE	GASTOS ADM. Y VTAS	AÑOS					
			0	1	2	3	4	5
Sueldo Administracion	F	1,138.92	1,138.92	1,161.70	1,184.93	1,208.63	1,232.80	1,257.46
Suministros de Oficina	F	100.00	100.00	102.00	104.04	106.12	108.24	110.41
Servicios Basicos	F	800.00	800.00	816.00	832.32	848.97	865.95	883.26
TOTAL FIJOS		2,038.92	2,038.92	2,079.70	2,121.29	2,163.72	2,206.99	2,251.13
Sueldo Ventas	V	562.11	573.35	584.82	596.52	608.45	620.62	0.00
Publicidad y propaganda	V	120.00	122.40	124.85	127.34	129.89	132.49	0.00
Mantenimiento Maquinaria	V	60.00	61.20	62.42	63.67	64.95	66.24	0.00
TOTAL VARIABLES		742.11	756.95	772.09	787.53	803.29	819.35	0.00
TOTAL FIJO Y VARIABLE		2,781.03	2,795.87	2,851.79	2,908.83	2,967.00	3,026.34	2,251.13
TOTAL ANUAL FIJO VARIABLE		33,372.36	33,550.47	34,221.48	34,905.91	35,604.02	36,316.10	27,013.57

CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
(GASTOS ADM, VTAS)/12	2,781.03	2,836.65	2,893.38	2,951.25	3,010.28	3,070.48
CAPITAL DE TRABAJO	2,781.03	2,836.65	2,893.38	2,951.25	3,010.28	3,070.48
CAMBIOS CAP. TRAB.	2,781.03	55.62	56.73	57.87	59.03	60.21

FINANCIAMIENTO

Inversión	:	165,209.44		
Aporte Dueño	:	67,000.00	≈	40%
Saldo Amortizar	:	100,213.71	≈	60%
Tasa Anual	:	12.05%		
Plazo	:			5 años

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
CREDITO AL INICIO	100,213.71	100,213.71	80,170.97	60,128.23	40,085.48	20,042.74
PAGO CAPITAL	0.00	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74
CREDITO AL FINAL	100,213.71	80,170.97	60,128.23	40,085.48	20,042.74	0.00
CREDITO PROMEDIO	100,213.71	90,192.34	70,149.60	50,106.86	30,064.11	10,021.37
PAGO INTERESES	0.00	12,075.75	9,660.60	7,245.45	4,830.30	2,415.15
PAGO COMISION	2,004.27	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS FINANCIEROS	2,004.27	12,075.75	9,660.60	7,245.45	4,830.30	2,415.15

PRECIO DE VENTA

SERVICIO A OFRECER	MEDIDA DE UTILIZACION	PRECIO
AFICHES	UNIDAD	\$ 4.50
BOLETOS DE RIFA	BLOKS	\$ 1.00
CARNET	CIEN	\$ 5.00
DIPLOMAS	UNIDAD	\$ 5.00
EMPASTADO	UNIDAD	\$ 7.00
ESPIRAL	UNIDAD	\$ 5.00
ETIQUETAS	CIEN	\$ 6.00
FACTURAS	BLOKS	\$ 9.00
HOJAS MEMBRETADAS	CIEN	\$ 8.00
HOJAS VOLANTES	CIEN	\$ 5.00
KARDEX	CIEN	\$ 8.00
NOTAS DE PEDIDO	BLOKS	\$ 9.00
NOTAS DE VENTA	BLOKS	\$ 9.00
RECETARIOS MEDICOS	BLOKS	\$ 3.50
RECIBEROS	BLOKS	\$ 3.00
SELLOS DE CAUCHO	UNIDAD	\$ 3.00
SOBRES MEMBRETADOS	CIEN	\$ 8.00
TARJETAS DE INVITACIÓN	DOCENA	\$ 9.00
TARJETAS PERSONALES	CIEN	\$ 6.00
TOTAL		\$ 114.00
PROMEDIO	(114/19)	6.00

VENTAS ANUALES

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
DEMANDA MERCADO	54,075.50	55,157.01	56,260.15	57,385.35	58,533.06	59,703.72
VOLUMEN DE VENTAS	21,630.20	22,062.80	22,504.06	22,954.14	23,413.22	23,881.49
% PARTICIPACION MERCADO	40.00%	40.00%	40.00%	40.00%	40.00%	40.00%
PRECIO USD		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
VENTAS (USD)		132,376.82	135,024.36	137,724.85	140,479.34	143,288.93

ESTADOS FINANCIEROS

- **POLÍTICA FINANCIERA**
- **ESTADO DE RESULTADOS**
- **FLUJO DE EFECTIVO**
- **BALANCE DE SITUACIÓN**

POLÍTICA FINANCIERA

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
PRECIO PROMEDIO	0.0000	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
UNIDADES VENDIDAS	21,630.20	22,062.80	22,504.06	22,954.14	23,413.22	23,881.49
IMPUESTO A LA RENTA	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
PARTICIPACION TRABAJADORES	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
% COMISIÓN SOBRE VENTAS	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
DÍAS DE CARTERA	1	1	1	1	1	1
INV. PROD. TERM.	1	1	1	1	1	1
DÍAS PAPEL	20	20	20	20	20	20
DÍAS TINTA TIPOGRAFICA	20	20	20	20	20	20
DÍAS PLACAS	20	20	20	20	20	20
DÍAS TRANSCURRIDOS	20	20	20	20	20	20
DÍAS FIN. EFECTIVO	15	15	15	15	15	15
DÍAS PROVEEDORES	30	30	30	30	30	30
INVERSIÓN SOCIOS	67,000.0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VALOR ACCIÓN (DOLARES)						
NUM. ACCIONES	1					
POLITICA DE DIVIDENDOS	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
CAPAC. MENSUAL	3654.16	3654.16	3654.16	3654.16	3654.16	3654.16
CAPAC. ANUAL	43,850	43850	43850	43850	43850	43850
CAPAC. ANUAL TOTAL	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850
TASA INTERÉS REAL	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%	12.05%
COMISIÓN BANCARIA	2.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
CAPAC. ANUAL	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850	43,850
AMORTIZACIÓN CRÉDITO ORIG	5	5	5	5	5	5

ESTADO DE RESULTADOS

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS EN UNIDADES	21,630.2	22,062.8	22,504.1	22,954.1	23,413.2	23,881.5
PRECIO (MILES USD)	0.0	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
VENTAS NETAS	0.0	132,376.82	135,024.36	137,724.85	140,479.34	143,288.93
GASTOS DE ADM.	0.0	24,467.02	24,467.02	24,467.02	24,467.02	24,467.02
GASTOS VENTA	0.0	8,905.34	8,905.34	8,905.34	8,905.34	8,905.34
DEPRECIACION	0.0	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94
AMORTIZACION	0.0	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00
GASTOS DE OPERACION	0.0	42,320.30	42,320.30	42,320.30	42,320.30	42,320.30
UTILIDAD DE OPERACION	0.0	90,056.5	92,704.1	95,404.6	98,159.0	100,968.6
GASTOS FINANCIEROS	2,004.3	32,118.5	29,703.3	27,288.2	24,873.0	22,457.9
INTERES PRESTAMO	2,004.3	12,075.8	9,660.6	7,245.5	4,830.3	2,415.2
CAPITAL PRESTAMO	0.0	20,042.7	20,042.7	20,042.7	20,042.7	20,042.7
UTIL. ANTES ISR PTU	(2,004.3)	57,938.03	63,000.72	68,116.36	73,286.01	78,510.74
ISR EJERCICIO	0.0	14,484.51	15,750.18	17,029.09	18,321.50	19,627.69
PTU TRABAJADORES	0.0	8,690.71	9,450.11	10,217.45	10,992.90	11,776.61
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.82	37,800.43	40,869.82	43,971.60	47,106.45

FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
ORIGENES DE FONDOS:						
UTILIDAD NETA	(2,004.27)	34,762.82	37,800.43	40,869.82	43,971.60	47,106.45
+DEPRECIACION	0.00	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94	8,713.94
+AMORTIZACION	0.00	234.00	234.00	234.00	234.00	234.00
SUBTOTAL	(2,004.27)	43,710.76	46,748.37	49,817.75	52,919.54	56,054.38
OTROS ORIGENES:						
CAPITAL SOCIAL	67,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CREDITOS BANCARIOS	100,213.71	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ISR POR PAGAR	0.00	14,484.51	15,750.18	17,029.09	18,321.50	19,627.69
PTU POR PAGAR	0.00	8,690.71	9,450.11	10,217.45	10,992.90	11,776.61
SUBTOTAL	167,213.71	23,175.21	25,200.29	27,246.54	29,314.40	31,404.30
TOTAL ORIGENES	165,209.44	66,885.97	71,948.66	77,064.29	82,233.94	87,458.68
APLICACION FONDOS:						
COMPRA ACTIVOS	160,890.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS PREOPERACIONALES	1,300.00					
PAGO CREDITOS	0.00	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74	20,042.74
ISR ANTERIOR	0.00	0.00	14,484.51	15,750.18	17,029.09	18,321.50
PAGO PTU	0.00	0.00	8,690.71	9,450.11	10,217.45	10,992.90
SUB TOTAL:	162,190.50	20,042.74	43,217.96	45,243.03	47,289.29	49,357.14
DIVIDENDOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL APLICACIONES	162,190.50	20,042.74	43,217.96	45,243.03	47,289.29	49,357.14
SUPERAVIT (DEFICIT)	3,018.94	46,843.23	28,730.70	31,821.26	34,944.66	38,101.53
SALDO INICIAL CAJA	0.00	3,018.94	49,862.16	78,592.86	110,414.13	145,358.78
SALDO FINAL CAJA	3,018.94	49,862.16	78,592.86	110,414.13	145,358.78	183,460.32

ÍNDICES FINANCIEROS

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
LIQUIDES						
ACTIVO CIRCULANTE / PASIVO CIRCULANTE		1.15	1.74	2.33	2.95	5.84
ACTIVO CIRCULANTE - PASIVO CIRCULANTE		6,644.21	33,349.83	63,124.84	96,001.64	152,056.02
ENDEUDAMIENTO						
PATRIMONIO TOTAL / ACTIVO TOTAL		0.49	0.62	0.73	0.82	0.90
PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL		0.51	0.38	0.27	0.18	0.10
RENTABILIDAD						
UTILIDAD NETA / VENTAS NETAS		0.26	0.28	0.30	0.31	0.33
UTILIDAD NETA / PATRIMONIO TOTAL		0.35	0.27	0.23	0.20	0.17

PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS EN UNIDADES		22,062.80	22,504.06	22,954.14	23,413.22	23,881.49
PRECIO DE VENTA		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
VENTAS NETAS		132,376.82	135,024.36	137,724.85	140,479.34	143,288.93
GASTOS VARIABLES		756.95	772.09	787.53	803.29	819.35
TOTAL VARIABLES		756.95	772.09	787.53	803.29	819.35
CONTRIBUCIÓN		131,619.87	134,252.27	136,937.31	139,676.06	142,469.58
COSTOS Y GASTOS FIJOS		66,087.34	65,738.86	65,412.39	65,108.37	64,827.26
UTILIDAD NETA		65,532.53	68,513.41	71,524.92	74,567.69	77,642.32
VERIF. UTILIDAD NETA		30,769.71	30,712.98	30,655.11	30,596.08	30,535.88
PUNTO DE EQUILIBRIO EN USD.		66,467.41	66,116.93	65,788.58	65,482.81	65,200.08
PRECIO DE VTA.		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		11,077.90	11,019.49	10,964.76	10,913.80	10,866.68
CAPACIDAD INSTALADA EN UNIDADES		43,849.92	43,849.92	43,849.92	43,849.92	43,849.92
P.E. \$/VTAS		50.2%	49.0%	47.8%	46.6%	45.5%
P.E. U'S/CAP. INST.		25.3%	25.1%	25.0%	24.9%	24.8%
VENTAS/CAP. INST.		50.3%	51.3%	52.3%	53.4%	54.5%

FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
+DEPRECIACIONES	0.0	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9
+AMORTIZACIONES	0.0	234.0	234.0	234.0	234.0	234.0
+GASTOS FINANCIEROS	2,004.3	12,075.8	9,660.6	7,245.5	4,830.3	2,415.2
-INCR. ACT. FIJO	160,890.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
-INCR.O VARIAC. CAP. TRAB.	2,781.0	55.6	56.7	57.9	59.0	60.2
SUB TOTAL	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	58,409.3
RECUPER. AC. FIJO						117,320.8
RECUPER. C. TRABAJO						3,070.5
FLUJO NETO	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	178,800.6

VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
+DEPRECIACIONES	0.0	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9
+AMORTIZACIONES	0.0	234.0	234.0	234.0	234.0	234.0
+GASTOS FINANCIEROS	2,004.3	12,075.8	9,660.6	7,245.5	4,830.3	2,415.2
-INCR. ACT. FIJO	160,890.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
-INCR.O VARIAC. CAP. TRAB.	2,781.0	55.6	56.7	57.9	59.0	60.2
SUB TOTAL	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	58,409.3
RECUPER. AC. FIJO						117,320.8
RECUPER. C. TRABAJO						3,070.5
FLUJO NETO	(163,671.5)	55,730.9	56,352.2	57,005.3	57,690.8	178,800.6
VALOR ACTUAL NETO						VAN
CON TASA DEL 5.00%						177,319.3
CON TASA DEL 10.00%						126,818.7
CON TASA DEL 12.05%						109,298.8
CON TASA DEL 15.00%						86,762.9
CON TASA DEL 20.00%						54,571.1
CON TASA DEL 30.00%						6,845.2
CON TASA DEL 40.00%						(26,075.5)
CON TASA DEL 50.00%						(49,640.2)
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						31.81%

PERÍODO DE RECUPERACIÓN BASE FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
+ DEPRECIACIONES	0.0	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9	8,713.9
+ AMORTIZACIONES	0.0	234.0	234.0	234.0	234.0	234.0
FLUJO DEL AÑO	(2,004.3)	43,710.8	46,748.4	49,817.8	52,919.5	56,054.4
FLUJO ACUMULADO	(2,004.3)	41,706.5	88,454.8	138,272.6	191,192.1	247,246.5
- INV. SOCIOS	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0
CAPITAL POR RECUPERAR	69,004.3	25,293.5	(21,454.8)	(71,272.6)	(124,192.1)	(180,246.5)
AÑOS X TRANSCURRIR	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0
RECUPERACION (AÑOS)			1.54	1.54	1.54	1.54

1.54 años es igual a 1 año, 6 meses, 14 días

PERÍODO DE RECUPERACIÓN CON BASE EN LAS UTILIDADES

CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(2,004.3)	34,762.8	37,800.4	40,869.8	43,971.6	47,106.4
UTILS. ACUMULADAS	(2,004.3)	32,758.5	70,559.0	111,428.8	155,400.4	202,506.8
-INVERSION SOCIOS	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0
CAP X RECUPERAR	69,004.3	34,241.5	(3,559.0)	(44,428.8)	(88,400.4)	(135,506.8)
AÑOS X TRANSCURRIR	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
RECUPERACION (AÑOS)			1.91	1.91	1.91	1.91

1.91 años es igual a 1 año, 10 meses, 18 días

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

$$B/C = \frac{\sum(\text{Flujo Año1} + \text{Flujo Año2} + \text{Flujo Año3} + \text{Flujo Año4} + \text{Flujo Año5})}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{\sum(55,730.9 + 56,352.2 + 57,005.3 + 57,690.8 + 178,800.6)}{221,401.76}$$

$$B/C = \frac{405,579.80}{165,209.44}$$

$$B/C = \$ 2.45$$

GRACIAS

The image features the word "GRACIAS" in a large, 3D, blocky font. The letters are primarily a light blue color with a dark green shadow on their right side, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered horizontally and slightly tilted upwards. The background is a soft-focus photograph of a natural landscape. In the foreground, there is a calm body of water, likely a lake or a wide river, which reflects the sky and the trees. Several trees with bare branches are visible, suggesting a late autumn or winter setting. The overall color palette is muted and naturalistic, with a mix of blues, greens, and earthy tones.