

PLAN DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL: CREACIÓN DE LA ESTRUCTURA
DE PLAN DE EMPRESA PARA CRECIMIENTO DE EMPRESA DE
TAMPOGRAFIA.

SANDRA GARCÉS PARRA

TRABAJO DE GRADO

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

BOGOTÁ D.C JULIO 2012

PLAN DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL: CREACIÓN DE LA ESTRUCTURA
DE PLAN DE EMPRESA PARA CRECIMIENTO DE EMPRESA DE
TAMPOGRAFIA.

SANDRA GARCÉS PARRA

TRABAJO DE GRADO

TUTOR

JULIO BARRAGAN – CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

BOGOTÁ D.C JULIO 2

DEDICATORIA

*Dedico este trabajo a cada una de las personas
que han estado conmigo a lo largo de mi vida,
apoyándome en cada logro y paso en el camino .*

Sandra Garcés Parra

AGRADECIMIENTOS

*En primera medida agradezco a Dios, por darme todo en la vida,
a mis padres que son mi fortaleza, mi guía y apoyo incondicional.*

*A mi familia y amigos que han estado conmigo en cada etapa de mi vida y
Finalmente a la persona con la que he compartido tantos momentos especiales.*

Sandra Garcés Parra

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
1.PRESENTACION DE LA EMPRESA	2
1.1 Datos generales de la empresa	2
1.2 Antecedentes de la empresa	4
1.3 Misión , Visión y Valores de la empresa	6
2 LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	7
2.1 Descripción de servicios y productos	8
3. ANALISIS DEL SECTOR	8
3.1 Sector Artes Graficas.:	8
3.2 Análisis de la Competencia.	10
3.2.1 Análisis de la Competencia Indirecta.	10
3.2.2 Análisis de la Competencia Directa.	11
4. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	12
4.1 Análisis DOFA	12
4.2 Mezcla de mercado	14
a. Producto	14
b. Precio	15
c. Distribución.....	15
d. Publicidad	16
4.3 Ventas.	16
5. ASPECTOS DE OPERACIÓN.	18
5.1 Ficha Técnica del Servicio.	18
5.2 Ficha Técnica de Comercialización.	20
5.3 Diagrama de Procesos.	21
5.4 Ubicación y Distribución de la planta.	24
5.5 Inversión requerida en activo fijos.	26
5.6 Presupuestos de costos de operación fijos	28
5.7 Gastos fijos de Administración y ventas	28
5.8 Costos variables unitarios del servicio.	29
5.9 Costos de la Comercialización.	30
5.10 Personal Requerido.	32
5.10.1 Manual de Funciones	32
5.10.2 Presupuesto de Recursos Humanos.	32
6.ASPECTOS ECONÓMICO- FINANCIERO	33
6.1 Inversión y Financiamiento.....	33
6.2 Costos y Gastos Fijos.	34
6.3 Margen de Contribución.	35
6.4 Punto de Equilibrio	35
6.5 Estado de perdidas y Ganancias mensuales (Primer año)	36
6.6 Estado de resultados proyección Anual	36
6.7 Cambios porcentuales del Primer año.	37
6.8 Comportamiento de pago de cartera y pago a proveedores.	38
6.9 Flujo de Fondo mensual.	38
6.10 Flujo de Fondo anual.	38
6.11 Balance General Proyectado.	40
6.12 Condiciones de la Financiación.	40
7.MEDIO AMBIENTE.....	41

8.IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS PUBLICITARIOS.....	42
9.RECOMENDACIONES.....	43
10.CONCLUSIONES.....	44
11.BIBLIOGRAFIA.....	45

LISTAS ESPECIALES

LISTA DE TABLAS

TABLA 1: Antecedentes de ventas y utilidades de la empresa.....	5
TABLA#2: Análisis de la competencia indirecta.....	10
TABLA#3:Análisis de la competencia directa.....	11
TABLA#4:Proyección ventas primer año.....	17
TABLA#5: Proyección ventas años 2 y 3.....	17
TABLA#6: Proyección ventas totales por producto.....	18
TABLA#7: Diagrama de procesos.....	22
TABLA#8: Costos ubicación.....	26
TABLA#9: Inversión en activo fijos.....	26
TABLA#10:Presupuesto costos de operación fijos.....	28
TABLA#11:Gatos fijos administración y ventas.....	28
TABLA#12:Costos Variables Unitarios	29
TABLA#13:Manual de Funciones.....	30
TABLA#14: Presupuesto Recurso Humano.....	32
TABLA#15:Costos de la empresa por cada empleado.....	33
TABLA#16: Costos Y gastos fijos.....	34
TABLA#17:Distribución e Inversión.....	34
TABLA#18:Punto de equilibrio.....	35
TABLA#19: Estado de Resultados proyección anual.....	36
TABLA#20:Cambios Porcentuales del primer año.....	37
TABLA#21: Comportamiento de pago de cartera y proveedores.....	38
TABLA#22:Flujo de fondo anual.....	39
TABLA#23:Condiciones de la financiación.....	41

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Ficha Técnica del servicio.....	19
Gráfica 2: Ficha técnica de Comercialización.....	20
Gráfica 3:Diagrama de flujo de producto.....	23
Gráfica 4:Distribución Planta primer piso.....	24
Gráfica5: Distribución Planta Segundo piso.....	25
Gráfica 6: Organigrama.....	32

RESUMEN EJECUTIVO

ASERPUBLIMPRESOS una empresa constituida desde el año 2001, cuyo objetivo es prestar el servicio de Tampografía, a las empresas Pymes de Bogotá. ASERPUBLIMPRESOS se dedica a proporcionar el servicio de marcación para los productos promocionales o empresariales y la comercialización de productos publicitarios para los clientes.

El propósito de ASERPUBLIMPRESOS es llegar a cubrir las necesidades de los clientes , prestando un optimo servicio y calidad en los productos e insumos que se utilizan. Aprovechando la experiencia de los integrantes, el conocimiento en el mercado y los contactos que se tiene en el sector .

El objetivo de este trabajo es la estructura de un plan de empresa para el crecimiento de ASERPUBLIMPRESOS, teniendo en cuenta los diferentes análisis que se deben realizar para determinar la gran capacidad y desarrollo que esta empresa obtiene.

Para el presente análisis se evaluó la competencia directa e indirecta, se tuvieron en cuenta todos los aspectos de operación que requiere la empresa, los aspectos económicos y en gran detalle los aspectos financiero lo cual arroja la viabilidad de esta empresa en el mercado.

PALABRAS CLAVES:

- Servicio Tampografía
- Impresión Productos Promocionales.
- Producción
- Comercialización

ABSTRACT

ASERPUBLIMPRESOS is a company incorporated since 2001, which aims to provide the printing service to Small businesses in Bogota. ASERPUBLIMPRESOS is dedicated to providing the printing service for corporate promotional products and promotional marketing products for customers.

The purpose of ASERPUBLIMPRESOS is to meet the needs of customers, providing optimal service and quality products and inputs. Building on the experience of the members, market knowledge and contacts we have in the sector.

The objective of this work is the structure of a business plan for the growth of ASERPUBLIMPRESOS, taking into account the different analyzes to be performed to determine the high capacity and development it obtains.

For this analysis, we assessed the direct and indirect competition, were taken into account all aspects of operation that requires the company, the economic and financial aspects in great detail which throws the viability of this company in the market.

KEY WORDS

- Tampografía Service
- Printing Promotional Products.
- Production
- Merchandising

INTRODUCCIÓN

Debido a los grandes cambios que el mundo actual está viviendo, en cuanto a la globalización, consumismo, tendencias en el mercado, tecnología e innovaciones. Es necesario entrar al mercado con estrategias agresivas, competitivas, con continuas búsquedas e mejoramiento mejoramientos para llegar a acoplarse a estos fenómenos mundiales que cada día avanzan mas.

Es por esto que la creación de empresa o mejoramiento de la estructura de la organización, tiene que enfocarse a los temas relacionados a la innovación, calidad, servicio al cliente, variedad de portafolio, excelentes productos y procesos. Para así llegar a cubrir las necesidades de los clientes.

Considerando estos aspectos e involucrándose en el sector de artes graficas, el cual esta creciendo en la economía mundial. No enfocamos a prestar un servicio que le ayudara nuestros clientes que la imagen y marca de su empresa sea reconocida a nivel nacional o internacional mediante productos publicitarios que divulgaran en cada circunstancia que su empresa esta presente en le mercado.

1. PRESENTACION DE LA EMPRESA

1.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

ASER PUBLIMPRESOS es una empresa que esta constituida hace 11 años , dedicada a prestar el servicio de tampografía, y venta de productos publicitarios. Desarrollando e innovando ideas para satisfacer las necesidades del cliente. Contando con un personal calificado con deseos de un mejoramiento continuo.

El segmento de clientes al que estamos enfocados son todas aquellas empresas PYMES que necesiten posicionar sus marcas en el mercado y desean estandarizar su logo en diferentes productos publicitarios de oficina, regalos empresariales, regalos en las conferencias , seminarios ,etc. ASER PUBLIMPRESOS logra una diferencia frente a sus competidores en la calidad de servicio ya que en este sector se evidencia dos problemas , la falta de cumplimiento a la hora de entrega de los trabajos y la mala calidad de la impresión en los productos. Donde ASER PUBLIMPRESOS tiene una ventaja ya que siempre se ha reconocido por el buen servicio y la calidad de su impresión.

Se realizara un plan de empresa para potencializarla y convertirla en una organización solida, con una excelente infraestructura en equipos y llegar a ser una empresa líder a nivel nacional.

Para lograr esto se requiere de 3 Objetivos:

1. Objetivos para el Primer año:

- Diseñar, formular e implementar una estrategia de reposicionamiento de la empresa en el mundo comercial, como una empresa confiable, productiva y con excelente personal. Se debe cambiar la imagen de la marca y hacerla más llamativa por medio de nuevas estrategias publicitarias.
- Se debe contar con una bodega para la instalación de la maquina y la ejecución de la producción y administración de la empresa.
- Se buscara más de 200 clientes potenciales que compren mínimo 1000 unidades en productos publicitarios con el servicio de marcación, con una frecuencia de compra anual de 5 veces; esto se lograra con 3 vendedores que cubran el mercado en la ciudad de Bogotá.
- Se debe realizar en un periodo de 12 meses.

2. Objetivos para el segundo año:

- Realizar una investigación de mercados que permita definir cuales son los aspectos claves para competir y diseñar estrategias para que la empresa sea competitiva en el sector generando un aumento de ventas del 10%.
- Analizar la capacidad de planta y definir un plan de operaciones que permita definir la inversión de nueva maquinaria e instalaciones para optimizar la producción.
- Se debe contar Aumentar la capacidad de planta.

- En el segundo periodo de 24 meses se deben contar con mas de 500 clientes que compren como mínimo 1000 unidades con frecuencia de 5 veces al año.
3. Objetivos para el tercer año:
- La empresa debe estar posicionada frente a sus clientes, el medio de artes graficas y sus competidores.
 - Para el periodo de 36 meses se deben tener mas de 1000 clientes potenciales que compren mas de 1000 unidad con una frecuencia de 5 veces al año.
 - Con el cumplimiento de las metas es necesario contratar un outsourcing en producción y en ventas en el momento que se necesite de mas acompañamiento o ayuda en los proceso de producción y comerciales.
4. El Ultimo Objetivo es para el cuarto año , en el cual lo que se quiere alcanzar es la importación directa de productos publicitarios desde china. Ya que lo procesos para este momento la empresa ASERPUBLIMPRESOS tendrá toda la fuerza capital para invertir en la importación directamente.

1.2 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Este negocio AER PUBLIMPRESOS fue creado en Octubre 4 del 2001, siendo una empresa unipersonal. En sus inicios de los años 2001 a 2004 la empresa tuvo un crecimiento acelerado en ventas gracias a la experiencia profesional de sus socios y contactos establecidos por ellos,. Con el transcurso del tiempo la empresa creció sin una estructura organizacional definida, como la falta de documentación de los procesos operativos y

financieros El rendimiento de ASERPUBLIMPRESOS está decreciendo dado que se está realizando una utilización de los ingresos de una manera incorrecta y ya que esto es un gobierno corporativo y es uno de los grandes problemas de las empresas familiares y pequeñas.

En sus inicios la empresa estaba constituida por 2 empresarios, ellos mismo se encargaban de la administración de la empresa, de la búsqueda de los clientes ,de realizar las venta, conseguir los proveedores y ejecutar la producción. En el 2005 la sociedad se disolvió y quedando a cargo una persona.

Las ventas durante la constitución de la empresa fueron :

TABLA 1: Antecedentes deventas y utilidades de la empresa.

AÑO	VENTAS	UTILIDAD
2002	22.500.000	4.050.000
2003	26.000.000	3.600.000
2004	23.000.000	3.200.000
2005	17.300.000	3.000.000
2006	28.500.000	6.150.500
2007	10.500.000	-400.000
2008	16.400.000	3.500.000
2009	15.000.000	4.500.000
2010	13.000.000	3.000.000
2011	10.500.000	200.000

FUENTE:Autor.2012

Tabla #1: Las ventas han ido decreciendo por la falta de estructura la cual involucra todos los aspectos de la empresa, ya que nunca se ha realizado una retroalimentación, un análisis de los errores que se han presentando y no se ha realizado una investigación de todos los factores que determinan el buen funcionamiento de una empresa. Asimismo la falta de capital y

personal calificado para la buena ejecución de los procesos hace que está no tenga las ventas esperadas.

Es por esto que es necesario hacer un plan de empresa para mejorar y establecer las variables que determinen las oportunidades y la planificación de las ideas para demostrar si la empresa es viable o no en un futuro y se pueda desarrollar nuevas estrategias para llevarlas a la práctica, así convertir un negocio familiar en una empresa estable que aporte a la economía nacional y sea reconocida en el mercado.

1.3 MISION, VISION, VALORES DE LA EMPRESA

MISION

Somos una empresa de artes gráficas enfocada en la impresión de tampografía, venta de productos de publicidad y línea comercial. Somos innovadores y diseñadores de ideas de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes. Estamos comprometidos con la responsabilidad social y el medio Ambiente.

VISION

Ser una empresa posicionada y competitiva en el mercado a nivel nacional a través de un portafolio amplio de servicios que se ajuste a las necesidades del cliente. , así mismo garantizando sostenibilidad en el mercado para el 2015.

VALORES

Honestidad, Responsabilidad, Disciplina, Puntualidad.

“Empresa no es para explotar u oprimir al trabajador es un ente productivo que debe dar bienestar, tranquilidad , motivación, ganas de trabajar con alegría y permitir el libre desarrollo.”

MEDIO AMBIENTE

Garantizamos la conservación del medio ambiente por medio de la compra de materia prima con proveedores confiables y dando cumplimiento oportuno de las regulaciones legales.

Esto lo lograremos manejando materias primas certificadas y estableciendo una alianza con la empresa Planeta Verde la cual se encargara de recoger los desechos tóxicos y realizar seguimientos para el buen cumplimiento de las normas del medio ambiente.

2. DEFINICION DEL NEGOCIO

El negocio de ASER PUBLIMPRESOS es prestar el servicio de Tampografía, el cual tiene dos funciones, en primer lugar prestar el servicio de marcación para diferentes productos y en segundo lugar la comercialización de productos publicitarios para los clientes. Teniendo como prioridad la satisfacción del consumidor, tanto en el servicio prestado como en crear y diseñar productos innovadores en productos publicitarios que superen las expectativas de los clientes.

Asimismo ASER PUBLIMPRESOS cuenta con un diferenciador frente a la competencia ya que no solo maneja los productos publicitarios de catalogo de nuestros proveedores si no que también realiza una asesoría con cada cliente para ofrecer diseños exclusivos para cada uno o desarrollar los productos que le cliente tenga en mente para brindar a la empresa una marca que sea reconocida en el mercado con productos originales.

2.1 DESCRIPCION DE SERVICIOS Y PRODUCTOS

SERVICIO TAMPOGRAFIA : Es un proceso de impresión de imágenes, dibujos , trazos y textos en distintos objetos, formas y materiales.

MATERIALES PARA IMPRIMIR: Cuero, Manufactura, Lonas, PVC, Madera, Plástico, Polipropileno , Poliestireno y otros.

TINTAS: Tintas STAR y Tintas PRO(Con endurecedor) hechas en Alemania.

PRODUCTOS: Los productos que se comercializan son todos los productos publicitarios que una empresa desea obtener para vender su imagen y posicionar su marca en el mercado.

3. ANÁLISIS DEL SECTOR

3.1 SECTOR DE ARTES GRAFICAS

Para lograr la meta propuesta es necesario conocer como esta creciendo el sector de artes gráficas en Colombia para así establecer los focos para la entrada de ASER PUBLIMPRESOS y entender las necesidades de los consumidores.

El sector en Latin-American, según el Decano Ralph Nappi, de NPES (The Association for Suppliers of Printing, Publishing and Converting Technologies) y GASC (The Graphic Arts Show Company). Señala que “A raíz de la crisis mundial revisamos las proyecciones de crecimiento de la industria en el mundo hasta 2014, mediante la actualización del estudio Worldwide Market for Print, realizado por Pimir, nuestra organización de investigación de mercados, y las cifras continúan mostrando a Latinoamérica

como una región con uno de los crecimientos más fuertes para este período"¹.

Esta investigación realizada para proyectar el estado de artes graficas en América Latina, arroja un crecimiento del 41,3% en el periodo 2010-2014, ya que confirman el incremento de tendencias debido al desarrollo de mercados internos y nuevos consumidores². Asimismo "El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé un incremento de 3% en el PIB de las economías latinoamericanas para 2010, frente a un valor negativo de -2,7% en 2009."³

En Colombia se prevé que para el 2010 habrán proyecciones de incremento en el 2% del PIB⁴, en donde el sector gráfico debe situarse en este mismo nivel. En Colombia se evidencia que frente a la crisis económica mundial este sector es el menos afectado⁵. Por otro lado, la fuerte competencia y la falta de valor agregado que se le da al producto final generan rivalidad por los bajos precios. Igualmente, un problema que esta afectando al sector es la poca demanda interna, la revaluación del dólar y la competencia desleal.

Con respecto al tamaño del mercadeo en el sector grafico en Colombia se prevé que existen "alrededor de 9.000 empresas de artes gráficas que prestan diferentes servicios. Cuatro son las grandes categorías que le dan un orden al

¹ Artículo. *La Industria Gráfica Latinoamérica 2010*. 2009. Terni Costa, Hamilton. Disponible en Pág. Webhttp://www.artesgraficas.com/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/ESTUDIOS_CASO/doc_73739_HTML.html?idDocumento=73739.

² Artículo. a *Industria Gráfica Latinoamérica 2010*. 2009. Terni Costa, Hamilton. Disponible en Pág. Webhttp://www.artesgraficas.com/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/ESTUDIOS_CASO/doc_73739_HTML.html?idDocumento=73739.

³ Artículo. *La Industria Gráfica Latinoamérica 2010*. 2009. Terni Costa, Hamilton. Disponible en Pág. Webhttp://www.artesgraficas.com/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/ESTUDIOS_CASO/doc_73739_HTML.html?idDocumento=73739.

⁴ Artículo. *La Industria Gráfica Latinoamérica 2010*. 2009. Terni Costa, Hamilton. Disponible en Pág. Webhttp://www.artesgraficas.com/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/ESTUDIOS_CASO/doc_73739_HTML.html?idDocumento=73739.

⁵ Artículo. *Sector de artes gráficas, entre los que menos han caído*. 2009. Latinpyme, Disponible en Pág. Web <http://latinpymes.com/site/2009/09/sector-de-artes-graficas-entre-los-que-menos-han-caido/>

sector y lo dividen en empaques y etiquetas, publicidad y comercial, editorial, y periódicos y revistas.”⁶ Por lo cual ASER PUBLIMPRESOS pertenece la categoría de publicidad y comercio, en donde se tiene que posicionar.

Para terminar es evidente que existen pronósticos favorables para este sector en el futuro. Aunque se pueden presentar dificultades en diferentes aspectos, es necesario explotar las ideas y productos innovadores para ofrecer a los clientes creaciones diferenciadoras que generen valor agregado a las producciones de Artes Graficas.

3.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

3.2.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA

Para este análisis se deben conocer y comprender los objetivos de los competidores más fuertes tanto directos como indirectos.

Los Competidores indirectos son los del “Cluster” de la zona del Ricaurte posicionados en Bogotá, dedicadas a la impresión y venta.

TABLA#2: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA

CLUSTER RICAURTE	PRECIOS	PRECIO PRODUCTO PUBLICITARIO.	CALIDAD DE TINTAS	CALIDAD DE MAQUINARIA	TIEMPO DE ENTREGA
Empresas dedicadas a la impresión	50 Pesos a una tinta y 80 pesos dos tintas por marcación.	Ganancia de un 20% de la comercialización.	Muy Baja	Muy baja (Son Maquinas chinas, su vida útil es de 2 años.)	No realizan la entrega en el tiempo acordado.

FUENTE: Autor.2012

⁶ Artículo. Industria Gráfica ¿Cómo va Colombia?.2012. Cristian Vergara Disponible en pg. <http://www.revistapym.com.co/destacados/industria-gr-fica-c-mo-va-colombia>

Nuestra competencia indirecta son las empresas pequeñas que constituyen el cluster de la zona del Ricaurte ubicado en Bogotá, tiene varias desventajas frente a ASERPUBLIMPRESOS, ya que no tiene una estructura definida, son locales pequeños que no cuentan con el espacio para almacenar productos y tampoco para la buena producción de estos ya que no le dan el cuidado a los productos que están siendo impresos con tintas frescas por lo que afecta la calidad de la impresión. Asimismo la maquinaria que usan no es de buena calidad ya que provienen de china, y tienen como vida útil solamente 2 años por lo tanto las tintas a utilizar no son las adecuadas para brindar la mejor marcación.

Las ventajas de este cluster es que todos los integrantes se ayudan entre sí a cubrir los trabajos y de esta manera realizan mayor cantidad y con más rapidez. Los productos publicitarios que comercializan son de la misma empresa y tiene mayor descuento por la cantidad manejada.

3.2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA

Los competidores directos para analizar son 3 compañías que realizan la comercialización de productos publicitarios y asimismo la impresión.

Se realizará una Escala de calificación de la competencia directa de 1 a 5, siendo 5 la calificación más alta. Y 1 la más baja.

TABLA#3:ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA

EMPRESA	PRECIO	CALIDAD IMPRESION	CALIDAD SERVICIO	CALIDAD PRODUCTOS PUBLICITARIOS	DISEÑOS PERSONALIZADOS.
BOTOPROM	3	2	3	2	1
PACIFIC	5	4	3	3	2
PROPLASTICO	4	3	3	3	1

FUENTE: AUTOR. 2012

Las desventajas de las 3 empresas directas para ASERPUBLIMPRESOS son : Para empezar lo que se evidencia es la mala calidad de la impresión , la mayoría de las impresiones que realizan son con tintas no adecuadas , no realizan la manipulación adecuada para el secado y esto causa que al final la impresión se desvanezca rápidamente por el uso que le da la persona final. Segundo problema es que la comercialización de productos publicitarios que realizan son de China lo que esta causando que los productos de las tres compañías sean los mismo, se esta ofreciendo el mismo portafolio y estos productos no son de buena calidad y además solo manejan un material para la impresión de estos productos (el plástico). Tercero, no destinan demasiado tiempo a sus clientes en atención personalizada , para la creación de diseños exclusivos para cada cliente

Las ventajas de estas 3 empresas, son la cantidad de productos que manejan y la rapidez con que comercializan estos productos , ya que sus clientes se dividen en dos; las empresas directas y el cluster de Ricaurte ubicado en Bogotá o empresas que se dedican a prestar este servicio. Entonces gracias a esto tienen mayor fluidez los productos y el servicio que prestan .

4. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

4. 1 ANALISIS DOFA ASER PUBLIMPRESOS

FORTALEZAS PARA ASEPUBLIMPRESOS:

- Recurso humano profesional, calificado y comprometido para la buena optimización de la empresa.
- Precios competitivos en el mercado .
- Experiencia en el mercado.

- La calidad de servicio que se le presta a sus clientes. Siempre cumpliendo con los tiempo de entrega y brindando buenos productos.
- La calidad de la maquina tampografía que se posee (Origen alemán) para realizar la impresión.
- Calidad de tintas Alemanas que son utilizadas para la marcación de los productos publicitarios , lo cual garantiza que la marcación dure mas.
- Atención personalizada con el cliente para hacer diseños exclusivos para cada empresa.
- La escogencia de productos de buen calidad con nuestros proveedores para realizar al comercialización de estos.
- la utilización de diversos materiales para la marcación.

OPORTUNIDADES

- Crecimiento en la industria.
- Crecimiento de las industrias Pyme a las cuales queremos llegar con nuestro servicio.
- Deficiencia de la competidores .
- Ampliar el portafolio con diferentes productos para la marcación no solamente provenientes de china.
- Prestar el servicio a nivel Nacional.

DEBILIDADES EN ASER PUBLIMPRESOS.

- Falta de estructura empresarial.
- Manejos inadecuados en la administración de la empresa.
- Falta de planes estratégicos.
- Dependier de los productos que traen los proveedores de china.
- Escaso capital de trabajo.

AMENAZAS

- Cluster de tampografía en el sector Ricaurte de Bogotá.
- Los proveedores de productos publicitarios que traen grandes cantidades de productos chinos.
- El mercado chino que es de mala calidad pero que acapara grandes cantidades de la comercialización de estos productos.
- Precios mas bajos .
- Competencia mas agresiva.

Manejo de mayores cantidades de productos por parte de la competencia.

4.2 ESTRATEGIAS Y MEZCLA DEL PRODUCTO

A.PRODUCTO: Los productos publicitarios que se van a comercializar son productos que sirven para el posicionamiento y reconocimiento de la marca de cada uno de los clientes. La idea es que la mayoría de las empresas tengan estandarizada la marca y “brandeen” todos sus productos para que así la imagen de la empresa crezca y se fortalezca cada día mas.

- Los productos que ofrecemos esta divididos en 3 categorías:
Primero: los productos de nuestros proveedores que se comercializan desde china: estos son los mas conocidos en el mercado y que acaparan toda clase de productos para las empresas en el material de plástico: esferos, llaveros, agendas, Accesorios para la oficina, herramientas, relojes, etc.
Segundo: Productos con diferentes materiales, como lo son porcelana, madera, PVC, en el cual prestamos el servicio de venta del producto mas la marcación o sin la marcación únicamente si son productos del cliente que se requieran marcar.
Tercero: realizar el producto exclusivo para cada cliente en diferentes materiales y realizar la marcación.

B.PRECIO: En el mercado de Tipografía los precios están estandarizados en la industria, son precios que se mantiene en el sector de una manera adecuada.

- Para la comercialización los precios establecidos para los productos publicitarios es de un 30% sobre la venta realizada .La cual es la ganancia obtenida por realizar esa comercialización.
- Los precios de la realización de la marcación es: De 1 tinta a 50 pesos por unidad y a 2 tintas en 80 pesos.

C.PLAZA: ASERPUBLIMPRESOS llegara a sus clientes por medio de nuevas estrategias:

- 1ro Visitas a las empresas, para tener un contacto directo con el cliente y así ofrecer el portafolio de servicios. Este un contacto que se debe realizar en las empresas Pymes en los diferentes sectores de Bogotá y por industrias. La idea es visitar las industrias y brindar productos enfocados a cada una de ellas y que empecemos a ser reconocidos por medio de voz a voz.
- 2do Por medios electrónicos como: la creación de una pagina web. La cual tendrá todo nuestro portafolio y el cliente podrá realizar la cotización con respuesta de 24 horas por parte de nosotros., También se irá actualizando con los productos publicitarios para cada evento que se va presentando en el año ejemplo; regalos para el día de la secretaria, navidad, madres, padres, y así ofrecer nuevos productos con descuentos. Asimismo seguir manejando la estrategia de mandar nuestro Brouchure vía mail y fax por donde se envía directamente a la dirección de le empresa.

D.PROMOCIÓN: ASERPUBLIMPRESOS tiene que tener dos estrategias.

- La primera, dar a conocer a sus clientes antiguos sus mejoras en el servicio y sus innovaciones. Ofrecerles nuevas alternativas y crear estrategias de fidelización , como descuentos, obsequios, seguimiento a sus necesidades visitas personalizadas para que el cliente sienta un acompañamiento durante todo el año en cada uno de sus eventos.
- La segunda, darse a conocer frente al los nuevos clientes mediante contacto de relaciones personales, descuentos, obsequios útiles que tengan la información de nuestra empresa , visitas a las empresas, estrategias de exclusividad frente a sus necesidades , estar involucrados en su cronograma de actividades durante el año para brindarles nuestros servicios en el periodo adecuado. Asimismo el uso la tecnología como forma de promocionar nuestros servicio. (Facebook, Twitter. Pagina web)

4. 3 PROYECCIÓN VENTAS

Para el primer año se tiene como base la venta de 1000 unidades mínimo para 200 clientes con frecuencia de compra de 5 veces al año, el segundo se quiere incrementar el 10 % de estas ventas y para el tercero un 10% sobre el crecimiento del segundo año.

VENTA PARA EL PRIMER AÑO:

El proyecto de ventas se inicia en Abril del 2012, ya que le empresa en la actualidad esta funcionando .Para este primer año se espera vender \$1.094.355.000 millones de pesos. Se espera tener un incremento en ventas en los meses de Noviembre y Diciembre de \$129.625.500 de pesos.

TABLA#4:PROYECCIÓN
VENTASPRIMER AÑO

VENTAS AÑO 1		
PERIODO	\$	%
abr-12	63.727.500	5,82%
may-12	107.677.500	9,84%
jun-12	107.677.500	9,84%
jul-12	107.677.500	9,84%
ago-12	63.727.500	5,82%
sep-12	63.727.500	5,82%
oct-12	107.677.500	9,84%
nov-12	129.652.500	11,85%
dic-12	129.652.500	11,85%
ene-13	41.752.500	3,82%
feb-13	63.727.500	5,82%
mar-13	107.677.500	9,84%

Fuente:Autor.2012.

VENTAS PROYECTADAS AÑOS 2 Y 3:

Para el segundo año se desea incrementar las ventas en un 10,24%, teniendo ventas promedio mensuales de \$100.535,625 millones de pesos. Para el tercer año se desea tener ventas de \$1.322.895.000 millones de pesos. Para obtener un crecimiento del 9,65 con respecto al segundo año.

TABLA#5: PROYECCIÓN VENTAS AÑOS 2 Y 3

PERIODO	\$	PROMEDIO MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO1	1.094.355.000	91.196.250	
AÑO2	1.206.427.500	100.535.625	10.24%
AÑO3	1.322.895.000	110.241.250	9.65%

Fuente:Autor.2012

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO :

El producto de mayor venta en el año son las artículos promocionales que participan con un 95,56% y el producto que menor tiene participación es el de la impresión a 1 tinta que contribuye al 1,71%.

TABLA#6: PRECCIÓN VENTAS TOTALES POR PRODUCTO

PRODUCTO	EN PESOS		EN UNIDADES	
	VENTAS AÑO	%	VENTAS AÑO	%
IMPRESIÓN 1 TINTA	\$18.675.000	1,71%	374	0.04%
IMPRESIÓN 2 TINTAS	\$29.880.000	2,73%	374	0.04%
ARTICULOS PROMOCIONALES	\$1.045.800.00	95,56%	1.045.800	99.93%
TOTAL	\$1.094.355.000	100%	1.046.547	100%

Fuente: Autor.2012.

5. ASPECTOS DE OPERACIÓN

5.1.FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO.

En ASER PUBLIMPRESOS se requiere optimizar el servicio para la diferenciación en el mercado. Para esto se estipulo que se debe prestar el servicio desde la solicitud de la cotización, el cierre de la venta ,la aprobación del arte , los procesos administrativos y la entrega del producto en 7 días.

Esta ficha técnica tiene como referencia 1000 unidades de producción. Se estima que para que todo el proceso se lleve a cabo de la mejor manera se debe realizar en 24 horas, desde el desempaque del producto , la limpieza, la marcación y el secado.

Gráfica 1: Ficha Técnica del servicio

FICHA TECNICA DEL SERVICIO:		
TIEMPO DE LA PRODUCCION DEL PRODUCTO	3380	/MINUTOS
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FISICAS, QUIMICAS Y DE PRESENTACION DEL PRODUCTO		
<p>Las características del servicio de impresión de tampografía a toros clientes son : Cumplimiento, calidad, amabilidad, precios justos y atención personalizada. Los diferentes materiales en los que se pueden imprimir son: PVC, plástico tratado, madera, cuero, papel, vidrio, metal, polietileno, polipropileno. Los materiales para la impresión son: Tiner, tintas STAR y tintas PRO(Con endurecedor). Para la presentación del producto se usaran: Cajas de cartón y bolsas plásticas.</p>		
EQUIPO HUMANO REQUERIDO	COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO	
Gerencia Comercial	<p>Competencias Administrativas: Organización, Planeación, Ejecución, Toma de decisiones, Trabajo en equipo, pensamiento estrategico,atención al cliente y orientación al servicio y negociación. Competencias Intelectuales: Aptitud verbal Atención y concentración, Percepción y Retención de ordenes, trabajo bajo presión.</p>	
Diseñador		
Vendedor		
Gerencia Operativa		
2 Operario		
3 Auxiliares	3380	/MINUTOS
SITIO DE PRESTACION DEL SERVICIO	Oficina e instalaciones de clientes.	
MAQUINARIA Y EQUIPO A UTILIZAR PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO		
	cantidad	/tiempo
Maquinaria para prestar el servicio		1440
Desempeño del personal		1940
TIEMPO TOTAL MAQUINA EMPLEADAS	3380	MINUTOS
INSUMOS A EMPLEAR		
INSUMOS A EMPLEAR	INSUMOS A EMPLEAR	INSUMOS A EMPLEAR
computador vendedores	Tintas	Endurecedores
celular	Tampos	Clise

computador para el diseñador	Positivos
Plan de minutos	Moldes
FUENTE: Autor. 2012	

5.2 FICHA TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN

Los productos de publicidad que ASERPUBLIMPRESOS vende a sus clientes son de tres proveedores reconocidos a nivel nacional que cuentan con amplios portafolios para cubrir las necesidades de nuestros clientes.

Los vendedores tendrán que vender estos productos más el servicio de marcación a nuestros clientes durante todo el mes y se tendrá como tiempo límite contactar a nuestro proveedor en 2 días para poder prestar el servicio completo en 7 días por parte de ASER PUBLIMPRESOS.

Gráfica 2: Ficha técnica de Comercialización

FICHA TECNICA DE LA MERCANCIA A VENDER:	PRODUCTOS PUBLICITARIOS	
TIEMPO DE LA PRODUCCION DEL PRODUCTO	14400	/MINUTOS
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FISICAS, QUIMICAS Y DE PRESENTACION DEL PRODUCTO		
<p>Los productos publicitarios se van a adquirir de los tres proveedores de ASERPUBLIMPRESOS los cuales tienen un extenso portafolio de productos publicitarios que se adecuan a las necesidades de nuestros clientes.</p>		
EQUIPO HUMANO REQUERIDO	COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO	
Gerencia Comercial	Competencias Administrativas, Organización, Planeación, Ejecución, Competencias, Trabajar bajo presión, tener buena habilidad en los negocios, buenas relaciones	

	interpersonales.	
Vendedores		
TIEMPO TOTAL HORAS HOMBRE POR UNIDAD DE PRODUCCION	14400	/MINUTOS
SITIO DE COMERCIALIZACION	Instalaciones de ASER PUBLIMPRESOS y clientes	
MAQUINARIA Y EQUIPO A UTILIZAR PARA LA VENTA		cantidad /tiempo
Vendedores		14400
Contacto con el proveedor		960
TIEMPO TOTAL MAQUINA EMPLEADAS	15360	MINUTOS

Fuente:Autor.2012

5.3. DIAGRAMA DE PROCESOS

En este diagrama de procesos se identifican los pasos que se deben realizar para prestar el servicio de tampografía. Desde el primer paso, el contacto con el cliente, luego todos los procesos y documentación internos hasta la calificación que nos da el cliente por el servicio entregado.

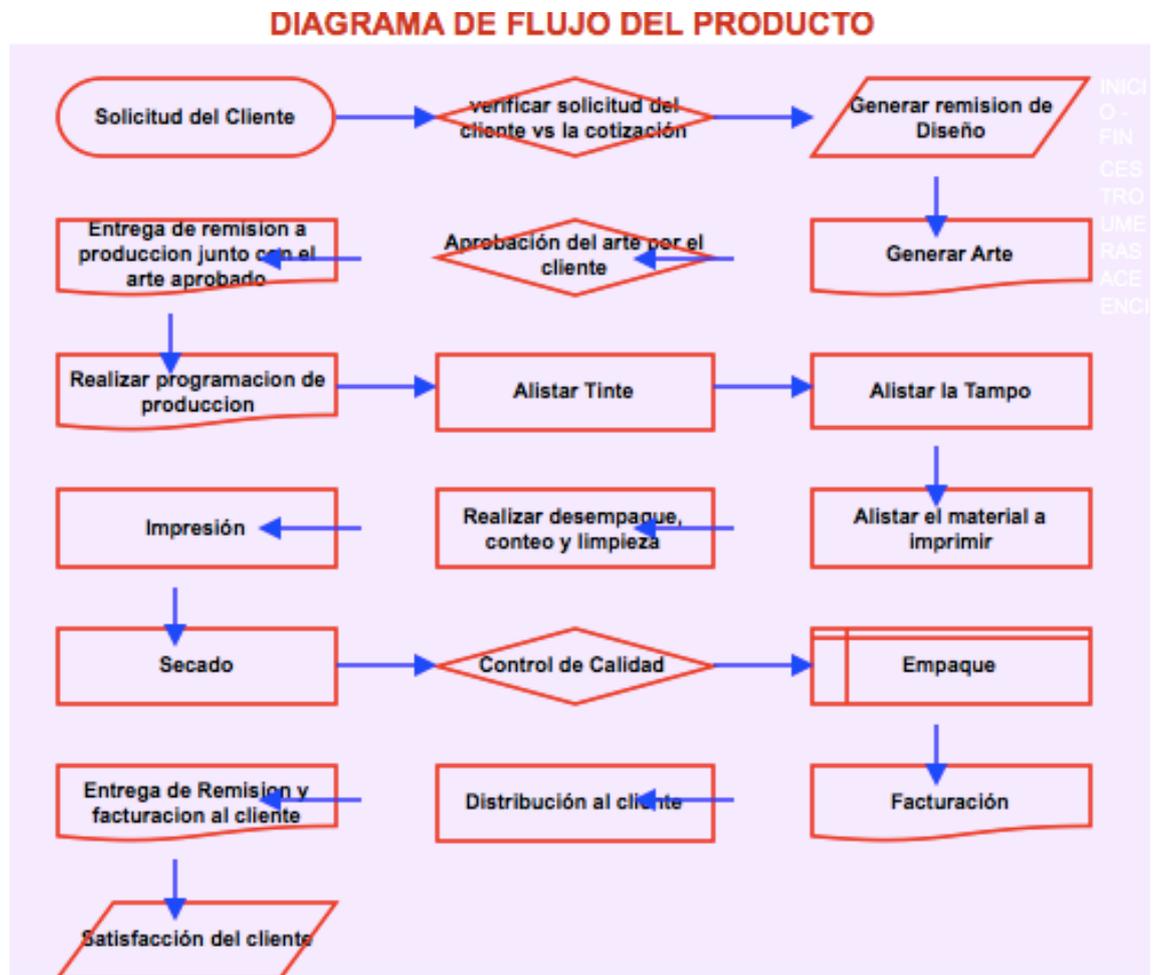
Este Diagrama de proceso fue realizado teniendo en cuenta, que las unidades como mínimo de producción son 1000 por cliente y los diferentes tiempos para cada paso dan un total de 7 días para prestar el servicio y entregar el producto finalizado después de la aprobación de la cotización.

TABLA#7: Diagrama de procesos.

No.	PASOS PARA LA ELABORACION DE SU PRODUCTO	ACCIÓN REALIZADA	TIEMPO EN MINUTOS
1	Solicitud del Cliente	INICIO - FIN	10
2	verificar solicitud del cliente vs la cotización	CONTROL O DECISIÓN	10
3	Generar remisión de Diseño	OBTENCION DE DATOS	10
4	Generar Arte	DOCUMENTO	620
5	Aprobación del arte por el cliente	CONTROL O DECISIÓN	240
6	Entrega de remisión a producción junto con el arte aprobado	DOCUMENTO	10
7	Realizar programación de producción	DOCUMENTO	10
8	Alistar Tinte	PROCESO	10
9	Alistar la Tampo	PROCESO	15
10	Alistar el material a imprimir	PROCESO	15
11	Realizar desempaque, conteo y limpieza	PROCESO	60
12	Impresión	PROCESO	1440
13	Secado	PROCESO	520
14	Control de Calidad	CONTROL O DECISIÓN	120
15	Empaque	ALMACENAMIENTO	140
16	Facturación	DOCUMENTO	10
17	Distribución al cliente	PROCESO	120
18	Entrega de Remisión y facturación al cliente	DOCUMENTO	5
19	Satisfacción del cliente	OBTENCION DE DATOS	15
			3338

Fuente:Autor.2012

Gráfica 3:Diagrama de flujo de producto



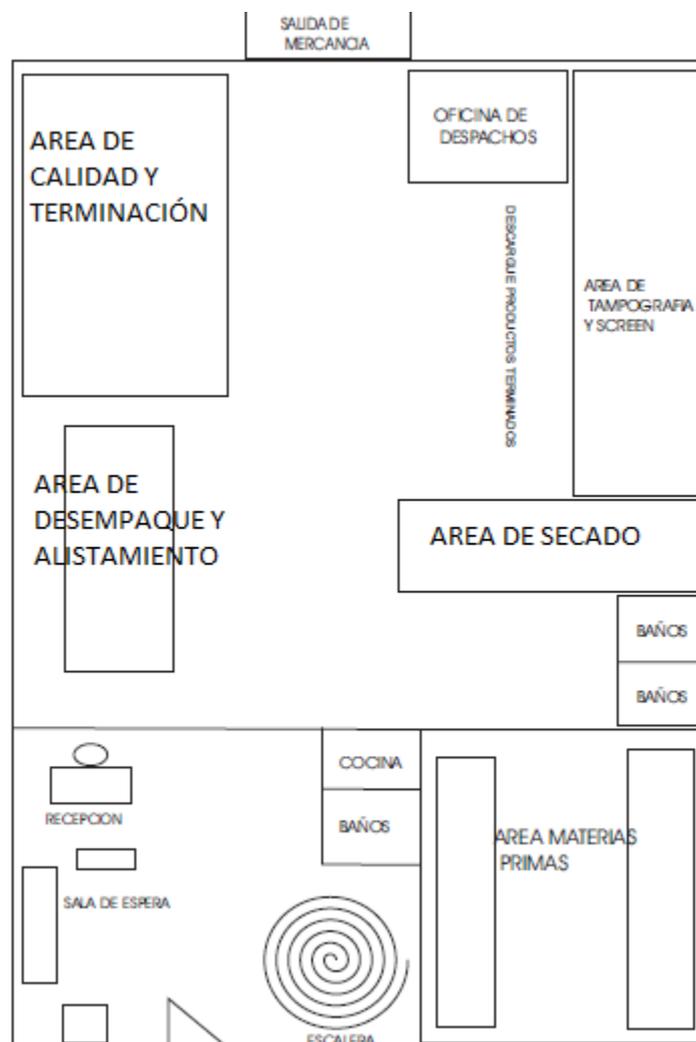
Fuente:Autor.2012

5.4 UBICACIÓN

la zona que se pretende para ubicar ASER PUBLIMPRESOS es en la zona comercial de la Autopista del Norte con 134, ya que es una ubicación con excelente acogida al mercado, mayor facilidad para el transporte y una zona optima para recibir clientes potenciales.

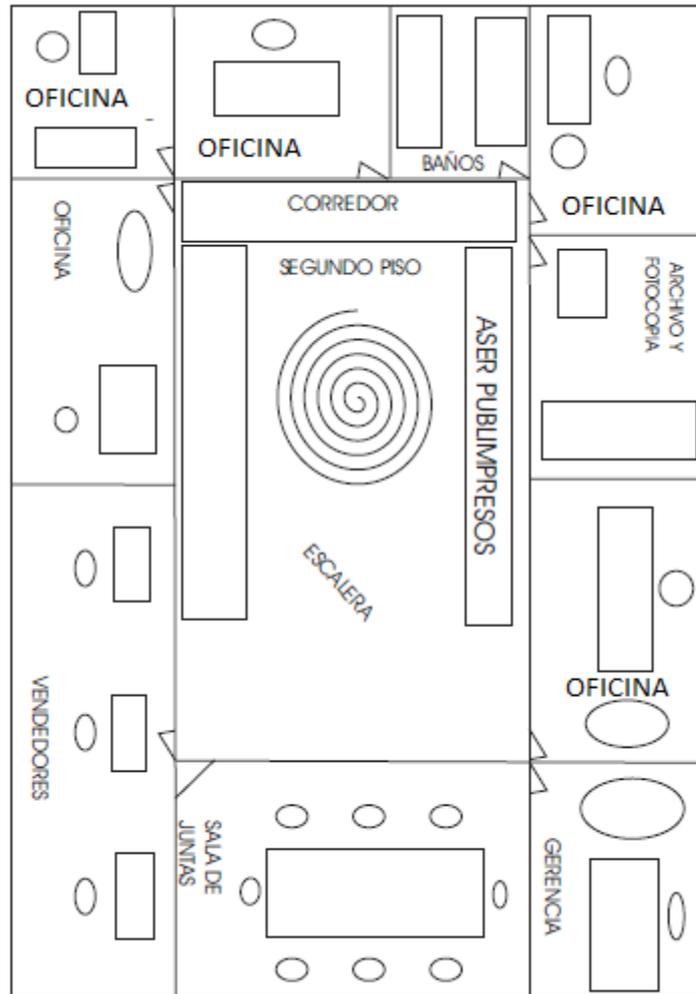
LA DISTRIBUCION DE PLANTA ES LA SIGUIENTE:

Gráfica 4: Distribución Planta primer piso.



Fuente: Autor.2012

Gráfica5: Distribución Planta Segundo piso.



Fuente.autor.2012

LOS COSTOS PARA LA UBICACIÓN SON LOS SIGUIENTES:

TABLA#8:Costos ubicación

PLANTA DE OPERACION			
CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LA UBICACIÓN	COSTOS ASOCIADOS		
La planta estará ubicada en la zona de comercio entre la calle 134 y 138 abajo de la autopista.	ESTABLECIMIENTO ARRIENDO	\$3.000.000	CANON MENSUAL
	SERVICIO PUBLICO ENERGIA ELECTRICA	\$1.000.000	VALOR MENSUAL
	SERVICIO PUBLICO ACUEDUCTO	\$800.000	VALOR MENSUAL

Fuente: Autor.2012

5.5 INVERSIÓN REQUERIDA EN ACTIVOS FIJOS

Se clasificaron los activos fijos requeridos para llevar a cabo el proyecto en su totalidad y como resultado surgió esta inversión:

TABLA#9: Inversión en activo fijos.

DESCRIPCION	CLASIFICAR COMO (SELECCIONE)	INVERSIÓN		
		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Maquina Tampográfica	MAQUINAS	2	14.000.000	\$ 28.000.000
Compresor	MAQUINAS	2	2.000.000	\$ 4.000.000
Quemador	MAQUINAS	2	1.500.000	\$ 3.000.000
Mesón de alistamiento	MUEBLES Y ENSERES	2	150.000	\$ 300.000
Mueble separador	MUEBLES Y ENSERES	2	250.000	\$ 500.000
Escritorios	MUEBLES Y ENSERES	7	200.000	\$ 1.400.000
Sillas	MUEBLES Y ENSERES	7	100.000	\$ 700.000
Mesa sala de juntas	MUEBLES Y ENSERES	1	400.000	\$ 400.000
Sillas sala de juntas	MUEBLES Y ENSERES	6	100.000	\$ 600.000
Computadores	COMPUTADORES	6	1.200.000	\$ 7.200.000
Computador MAC (diseñador)	COMPUTADORES	1	5.000.000	\$ 5.000.000
Teléfonos	EQUIPOS	8	80.000	\$ 640.000
Conmutador	EQUIPOS	1	300.000	\$ 300.000
celular con plan	EQUIPOS	4	80.000	\$ 320.000
microondas	MUEBLES Y ENSERES	1	150.000	\$ 150.000
cafetera	MUEBLES Y ENSERES	1	250.000	\$ 250.000
Tanque de agua	MUEBLES Y ENSERES	1	200.000	\$ 200.000
				\$ 52.960.000

Fuente:Autor.2012.

Estos activos fijos se categorizaron por las respectivas necesidades y requerimientos para el buen funcionamiento de la empresa:

1. La Tampografía: se requieren dos máquinas para poder trabajar en dos proyectos simultáneamente y para optimizar los tiempos para cada trabajo y poder hacer más unidades con cada máquina. Para esto se requieren de dos compresores y un quemador para las tampografías.

2. Los mesones de alistamiento: Son necesarios 2 mesones debido a que se realizarán dos tareas diferentes; el primer mesón se utilizará para el desempaque y la limpieza de los productos antes de la marcación y el segundo para el empaque de los productos.

3. El Mueble separador: Este mueble es para el secado de los productos después de la marcación, para esto se necesitan 2 muebles separadores que tengan varias divisiones para que cada producto no se junte con el otro y tengan un buen espacio para su debido secado.

4. Las mesas, sillas, sala de juntas, computadores, teléfonos y conmutador: Son las herramientas para el trabajo administrativo.

5. Computador MAC: Este computador es la herramienta necesaria para que el diseñador genere artes novedosos para satisfacer los clientes.

6. Los muebles de la cafetería: Son esenciales para satisfacer las necesidades básicas de nuestros empleados.

5.6 PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN FIJOS

Los costos son los siguientes:

TABLA#10:Presupuesto costos de operación fijos

TIPO DE COSTO	MONTO MENSUAL
ACUEDUCTO	\$ 150.000
DOTACION	\$ 50.000
ENERGIA	\$ 650.000
FLETES Y/O TRANSPORTE OPERATIVO	\$ 150.000
INSUMOS	\$ 500.000
ASESORIA TECNICA	\$ 50.000
DOTACION PERSONAL OPERACIÓN	\$ 50.000
HONORARIOS PRODUCCION	\$ 310.000
MANTENIMIENTO EQUIPOS	\$ 150.000
NOMINA PRODUCCION AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 63.800
TOTAL	\$ 2.060.000

Fuente:Autor.2012

5.7 GASTO FIJOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

TABLA#11:Gatos fijos administración y ventas

TIPO DE GASTO	MONTO MENSUAL
ASESORÍA CONTABLE	\$ 300.000
CAFETERIA Y ASEO	\$ 850.000
CAJA MENOR	\$ 500.000
CAPACITACION	\$ 100.000
COMUNICACIÓN Y TELEFONO	\$ 1.000.000
CORRESPONDENCIA	\$ 100.000
ENERGIA	\$ 350.000
GASTOS BANCARIOS	\$ 80.000
GASTOS VARIOS	\$ 200.000
MONITOREO DE ALARMAS	\$ 100.000
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	\$ 200.000
SEGUROS	\$ 835.000
TOTAL	\$ 4.615.000

Fuente.Autor.2012

5.8 COSTOS VARIABLES UNITARIOS DEL SERVICIO

Esto son los costos variables, con referencia de 1000 unidades de producción.

TABLA#12:Costos Variables Unitarios

NOMBRE DEL PRODUCTO 1		Impresión 1 tinta
PRECIO DE VENTA UNITARIO		\$ 50.000,00
UNIDAD DE COSTEO		1000
Margen de Contribución		41,88%

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL	CONDICIONES COMERCIALES
Positivo	20,5x22,5 cm	6.000,00	1	\$ 6.000,00	CONTADO
Clisé	20,5x22,5 cm	23.000,00	1	\$ 23.000,00	CONTADO
Tinta adicional	gramo	60,00	1	\$ 60,00	CONTADO
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				\$ 29.060,00	
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 29.060,00	

NOMBRE DEL PRODUCTO 2		Impresión 2 Tintas			
PRECIO DE VENTA UNITARIO		\$ 80.000,00			
UNIDAD DE COSTEO		1000			
Margen de Contribución		63,60%			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL	CONDICIONES COMERCIALES
Positivo	20,5x22,5 cm	6.000,00	1	\$ 6.000,00	CONTADO
Clisé	20,5x22,5 cm	23.000,00	1	\$ 23.000,00	CONTADO
Tinta adicional	gramo	60,00	2	\$ 120,00	CONTADO

TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				\$	
				29.120,00	
TOTAL COSTO VARIABLE UNIT				\$	
				29.120,00	

Fuente:Autor.2012.

5.9 COSTOS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización de los productos publicitarios esta estipulado que la ganancia es de un 30% sobre la lista de precios que nos otorgan nuestros proveedores. Cabe recordar que ASERPUBLIMPRESOS nunca realiza ventas de material publicitario sin prestar el servicio de marcación.

5.10 PERSONAL REQUERIDO

MANUAL DE FUNCIONES

TABLA#13:Manual de Funciones

ÁREA ADMINISTRATIVA

Gerente Administrativo	Claudia Cassis	Tendrá a cargo la auxiliar contable, a la recepción, al transportista y servicios generales. Se encargara de manejar los procesos internos de la organización y el Recurso Humano (Nomina, Horas Extras). RESPONSABLE	Debe ser una persona organizada, que se encargue del control y seguimiento de los procesos administrativos , Habilidad para definir seguimientos y parametros de verificación calidad de los procesos.
Gerente Comercial	Sandra Garces	Se encargara de manejar el área de Mercadeo, diseño y ventas. Sera la persona encargada de buscar las estrategias de mercado y de ventas para aumentar los clientes. Adicional a esta función será la persona encargada de revisar los artes y de hacer las ne	Disosicion par atender y dar respuesta a los requerimientos de los clientes. Enfocada a logro de metas y objetivos, habilidad de negociacion y capacidad de tranajo en equipo. Liderazgo, pensamiento estrategico.
Gerente Operativa	Patricia Parra	: La persona encargada de todo el área de producción, proveedores de Materia Prima, almacenamiento y producción.	Capacidad para delegar, habilidad para definir soluciones y trabajar bajo presion. Comprension rapida de soluciones a los problemas presentados. Tranajo en equipo.

AREA OPERATIVA

Operario	Los operarios seran los encargados cumplir con la produccion de imprimir los productos publicitarios y tambien de hacerle mantenimiento a la Maquinaria	Perosona con experiencia en el area de Tampografia.
Auxiliares	Seran las personas encargadas de ayudar a los operarios a la hora de todo el proceso de la impresion .	Persona honesta, con actitud y responsabilidad.

AREA COMERCIAL

Vendedores	Los vendedores seran los encargadso de encontrar a lo clientes, ofrecerles nuetsro porductos, el que se encargara de negociar con ellos y de mantenerlos satisfechos.	Persona con habilidad verbal , de negociacion , con dispocionos de servir al cliente. Amabilidad,
------------	---	---

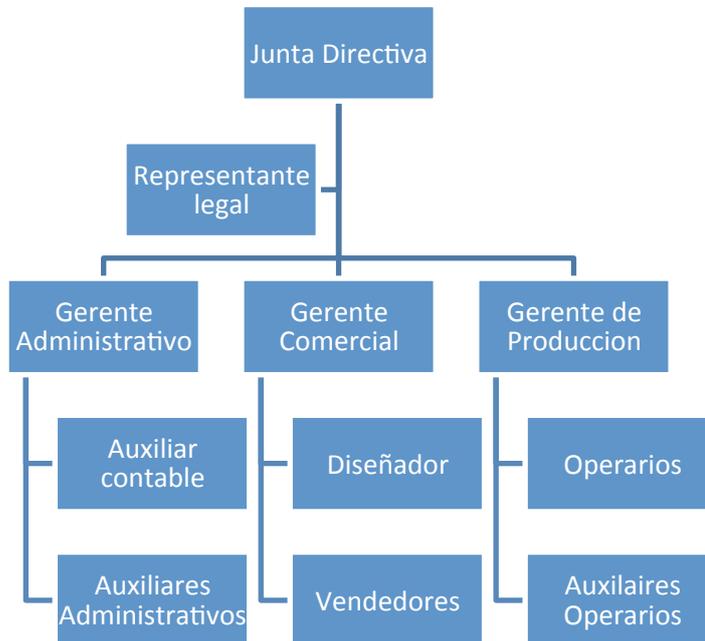
OUTSOURCING

Contador	Llevar la contaduria de la empresa en su totalidad	Persona con aptitud numerica , con experiencia en este campo por lo menso de 3 años.
----------	--	--

Fuente:Autor.2012

5.10.1 ORGANIGRAMA

Gráfica 6: Organigrama



Fuente:Autor.2012.

5.10.2 PRESUPUESTO RECURSO HUMANO

TABLA#14: Presupuesto Recurso Humano

CARGO	SUELDO
GERENTE ADMINITRATIVO	\$1.500.000
GERENTE COMERCIAL	\$1.500.000
GERENTE OPERATIVO	\$1.500.000
DISEÑADOR	\$1.200.000
OPERARIO 1	\$800.000
OPERARIO 2	\$800.000
AUXILIAR1	\$564.000
AUXILIAR2	\$564.000
AUXILIA 3	\$564.000
RECEPCION	\$564.000
TOTAL	\$11.320.000

Fuente:Autor.2012.

TABLA#15:Costos de la empresa por cada empleado.

Empelados	Costo a la empresa cada uno	Sueldo Total
4 salario mínimo	940.319	3.761.276
3 Gerentes	2.100.000	6.300.000
1 Diseñador	1.700.000	1.700.000
2 Operarios	1.300.000	2.600.000
Total	6.040.319	14.361.276
3 Vendedores	200.000	600.000
TOTAL		29.322.552

Fuente.Autor.2012.

Vendedores (3):

El salario de los vendedores esta sujeto a una comisión \$200.000 como básico y como garantía si vende \$3.000.000 y si vende por encima de este valor se le paga el 7% sobre la venta.

Para el presupuesto de mano de obra fija administrativa , para los sueldos de los Gerentes de los \$2.100.00 que cada uno le cuesta a la empresa \$1.100.000 de este valor va a tener beneficio prestacional a partir del primer año y para los vendedores también pero sobre el valor total del sueldo mensual.. Y para el segundo y tercer año el diseñador también va a tener beneficios prestacionales sobre el valor total del sueldo mensual.

6.ASPECTO ECONOMICOY FINANCIERO.

6.1. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

La inversión total para realizar el proyectos es de \$51.760.001 millones de pesos , donde al inicio del proyectos se requiere de la mayor cantidad \$34.840.001 y para el segundo año el objetivo es conseguir la segunda

maquina tampografica por un valor de \$16.000.000 millones de pesos. Lo cual representa el 64,72% de aporte de los socios y se espera conseguir crédito por el 35,28% , la inversión se requiere para activos fijos el 100%.

6.2 COSTOS Y GASTOS FIJOS

En el primer año los costos y gastos fijos ascienden de \$312.668.042 millones de pesos, los cuales se destinaran de la siguiente manera: Mano de obra \$76.335.312 millones de pesos, costos de producción se establecen \$68.280.00 millones de pesos, gastos administrativos se calculan \$160.558.560 para créditos se determinan \$2.649.170 millones y se contabilizan \$4,845.000 millones de pesos para amortización.

TABLA#16: Costos Y gastos fijos.

TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ 6.361.276	\$ 76.335.312
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 5.690.000	\$ 68.280.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 13.379.880	\$ 160.558.560
CREDITOS	\$ 217.047	\$ 2.649.170
DEPRECIACION	\$ 403.750	\$ 4.845.000
TOTAL	\$ 25.648.203	\$ 312.668.042

FUENTE:Autor.2012

TABLA#17:Distribución e Inversión.

	RECURSOS PROPIOS		CREDITO		TOTAL	
ACTIVOS FIJOS	\$33.500.000	100%	\$18.260.000	100%	\$51.760.000	100%
CAPITAL DE TRABAJO	\$1	0%	-	-	\$1	0%
TOTAL GENERAL	\$33.500.001		\$18.260.000		-	-
DISTRIBUCION INVERSION	64,72%		35,28%		\$51.760.001	

FUENTE:Autor.2012

6.3 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

El margen de contribución de la empresa es del 29,45%, lo cual se interpreta de la siguiente manera: Por cada peso que venda la empresa se obtendrá 29 centavos para cubrir los costos y gastos fijos de la empresa y poder generar utilidad. EL producto con mayor margen de contribuciones es el de la impresión a 2 tintas, luego los productos publicitarios para terminar con los de impresión a 1 tinta.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijo y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la empresa debe vender \$1.061.633.319 millones de pesos al año para no perder ni ganar dinero. Se requiere ventas mensuales promedio de \$84.496.443 millones de pesos. Al analizar las proyecciones de ventas se determinan que la empresa en el primer año alcanza el punto de equilibrio.

TABLA#18:Punto de equilibrio.

PRODUCTO	VENTAS MENSUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES
Impresión 1 tinta	18.116.610	362	1.509.717	30,19
Impresión 2 tintas	28.986.575	362	2.415.548	30,19
Artículos Promocionales	1.014.530.134	1.014.530	84.544.178	84.544,18
Total Ventas Anuales.	\$1.061.633.319	Ventas Mensuales	\$88.469.443	

Fuente:Autor.2012

6.5 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS MENSUALES (PRIMER AÑO).

El estado de perdidas y ganancias proyectadas para el primer año , demuestra que las ventas son suficientes para cubrir los costos y gastos totales. La rentabilidad sobre las ventas del proyecto mensualmente son de 0.07%.

6.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECCION ANUAL

El estado de resultados en el primer año , muestra una utilidad por \$9,637.060.millones de pesos, la rentabilidad bruta es del 17,46% anual. La rentabilidad operacional es del 1,12% y la rentabilidad sobre venta es de 0.88%.

TABLA#19: Estado de Resultados proyeccion anual.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	1.094.355.000	1.206.427.500	1.322.895.000
INV. INICIAL			
+ COMPRAS	753.767.820	830.960.910	911.181.180
- INVENTARIO FINAL			
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	753.767.820	830.960.910	911.181.180
+ MANO DE OBRA FIJA	76.335.312	76.335.312	76.335.312
+ MANO DE OBRA VARIABLE			
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	68.280.000	68.280.000	68.280.000
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	4.845.000	6.522.000	6.522.000
TOTAL COSTO DE VENTAS	903.228.132	982.098.222	1.062.318.492
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	191.126.868	224.329.278	260.576.508
GASTOS ADMINISTRATIVOS	160.558.560	178.397.880	192.428.880
GASTOS DE VENTAS	18.282.078	20.154.339	22.100.022
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	12.286.230	25.777.059	46.047.606
- OTROS EGRESOS			
- GASTOS FINANCIEROS	2.649.170	1.184.279	27.002
- GASTOS PREOPERATIVOS			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otra G.)	9.637.060	24.592.780	46.020.604
IMPUESTOS			3.681.648
UTILIDAD NETA	\$9.637.060	\$24.592.780	\$42.338.955
VENTAS	1.094.355.000	1.206.427.500	1.322.895.000
INV. INICIAL			
+ COMPRAS	753.767.820	830.960.910	911.181.180
- INVENTARIO FINAL			
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	753.767.820	830.960.910	911.181.180

+ MANO DE OBRA FIJA	76.335.312	76.335.312	76.335.312
+ MANO DE OBRA VARIABLE			
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	68.280.000	68.280.000	68.280.000
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	4.845.000	6.522.000	6.522.000
TOTAL COSTO DE VENTAS	903.228.132	982.098.222	1.062.318.492
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	191.126.868	224.329.278	260.576.508
GASTOS ADMINISTRATIVOS	160.558.560	178.397.880	192.428.880
GASTOS DE VENTAS	18.282.078	20.154.339	22.100.022
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	12.286.230	25.777.059	46.047.606
- OTROS EGRESOS			
- GASTOS FINANCIEROS	2.649.170	1.184.279	27.002
- GASTOS PREOPERATIVOS			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	9.637.060	24.592.780	46.020.604
IMPUESTOS			3.681.648
UTILIDAD NETA	\$9.637.060	\$24.592.780	\$42.338.955

Fuente:Autor.2012

6.7 CAMBIOS PORCENTUALES DEL PRIMER AÑO

TABLA#20:Cambios Porcentuales del primer año.

	AÑO 2 VS. 1	AÑO 3 VS. 2
VENTAS	10,24%	9,65%
COSTO DE VENTAS	8,73%	8,17%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	11,11%	7,87%
UTILIDAD NETA	155,19%	72,16%

Fuente: Autor.2012.

Para el segundo año las ventas crecerán en un 10, 24%, y los costos de venta suben en un 8,73%. La empresa denota eficiencia operativa muy baja y los gastos administrativos se incrementan en un 11, 11%.

En el tercer año los costos de venta se incrementan en un 8,17% , mientras que las ventas ascienden en un 9,65%. La empresa denota una eficiencia operativa baja.

6.8 COMPORTAMIENTO DE PAGO DE CARTERA Y PAGO A PORVEEDORES

La empresa vende el 50% de contado y a los 30 días el otro 50% y la empresa compra a 30 días el 49% y el 51% a 60 días lo cual hace que la empresa se vea beneficiada al tener mayor liquidez.

TABLA#21: Comportamiento de pago de cartera y proveedores.

TIEMPO	CARTERA	PROVEEDORES
CONTADO	50%	
30 DIAS	50%	48,56%
60 DIAS		51,44%

Fuente: Autor. 2012

6.9 FLUJO DE FONDO MENSUAL

El proyecto presenta su menor superávit al inicio del proyecto por valor de 1 peso. Es necesario que se descuente del valor de los inventarios, en caso de ser requeridos. Con este valor el proyecto es viable.

6.10 FLUJO DE FONDO ANUAL

El proyecto posee una inversión de \$35.760.001 millones de pesos. Al primer año de operación arroja un flujo efectivo por un valor de \$52.061.118 millones de pesos, para el segundo año el valor es de \$7.009.115 millones de pesos y para el tercer año de \$56.675.827. La viabilidad financiera se determina a través de tres indicadores, el primero indicador es la tasa interna de retorno la cual es del 96,57%, lo cual quiere decir que el proyecto arroja una rentabilidad del 96,57%.

El segundo indicador es el valor presente neto, es necesario tener en cuenta la tasa de interés de oportunidad la cual es del 12% y el valor arrojado que es \$56.651.498 millones de pesos. Lo cual quiere demostrar que el proyecto arroja 57 millones adicionales al invertir los recursos en este proyecto que uno que renta el 12% anual.

Y el tercer indicador es el de la viabilidad financiera , que es el periodo de recuperación de la inversión . La inversión es de \$ 35,760.000 millones de pesos y como la suma de las utilidades de los tres años es superior se afirma que la inversión se recupera en el tercer año.

TABLA#22:Flujo de fondo anual.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERATIVOS			
VENTAS DE CONTADO	547.177.500	603.213.750	661.447.500
VENTAS A 30 DIAS	493.338.750	597.700.143	655.717.673
VENTAS A 60 DIAS			
VENTAS A 90 DIAS			
VENTAS A 120 DIAS			
VENTAS A 150 DIAS			
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	1.040.516.250	1.200.913.893	1.317.165.173
EGRESOS OPERATIVOS			
MATERIA PRIMA	657.022.800	821.053.287	900.885.023
GASTOS DE VENTA	18.282.078	20.154.339	22.100.022
MANO DE OBRA VARIABLE			
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	76.335.312	76.335.312	76.335.312
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	68.280.000	68.280.000	68.280.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	160.558.560	178.397.880	192.428.880
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	980.478.750	1.164.220.818	1.260.029.237
FLUJO NETO OPERATIVO	60.037.500	36.693.075	57.135.936
INGRESOS NO OPERATIVOS			
APORTES			
ACTIVOS FIJOS	17.500.000		
CAPITAL DE TRABAJO	1		
FINANCIACION			
ACTIVOS FIJOS	18.260.000		
CAPITAL DE TRABAJO			
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	35.760.001		
EGRESOS NO OPERATIVOS			
GASTOS PREOPERATIVOS			
AMORTIZACIONES	5.327.213	12.499.680	433.107
GASTOS FINANCIEROS	2.649.170	1.184.279	27.002
IMPUESTOS			
ACTIVOS DIFERIDOS			

COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	35.760.000	16.000.000	
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$43.736.383	\$29.683.959	\$460.109
FLUJO NETO NO OPERATIVO	-\$7.976.382	-\$29.683.959	-\$460.109
FLUJO NETO	\$52.061.118	\$7.009.115	\$56.675.827
+ SALDO INICIAL	\$1	\$52.061.118	\$59.070.234
SALDO FINAL ACUMULADO	\$52.061.118	\$59.070.234	\$115.746.060

Fuente:Autor.2012.

6.11 BALANCE GENERAL PROYECTADO.

En este balance se determina la razón de liquidez y la capacidad de endeudamiento.

RAZON DE LIQUIDEZ: Al terminar el primer año , para el proyecto se concluye que por cada peso de pasivo corriente que debe , la empresa tiene el 0.97% de activo liquido corriente para cubrirlo.

CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO: para este proyecto se observa que el nivel de endeudamiento es bajo lo cual se considera muy favorable para su operación y viabilidad.

Al terminar el primer año , el 80,17% de los activos están respaldados con recursos de los acreedores y se considera que un nivel de endeudamiento del 60 % es manejable. Lo ideal para el proyecto es que la razón corriente aumente y el nivel de endeudamiento

6.12 CONDICIONES DE LA FINANCIACION

Se adquiere crédito por un valor de \$17.340.000 millones de pesos, para adquisición de activos fijos de se destina el 105,31% y para capital de trabajo 0%.

TABLA#23:Condiciones de la financiación

	ACT.FIJOS	CAP.TRABAJO
MONTO: (cuota fija)	18.260.000	
PLAZO:	24	24
PERIODO DE GRACIA:	6	6
INTERES T.A.	16,00%	16,00%
INTERES EFECTIVO:	17,23%	17,23%
INTERES MES VENCIDO:	1,33%	1,33%

FUENTE:Autor.2012.

7 .MEDIO AMBIENTE

Para la conservación del medio ambiente se va a trabajar con la empresa de “ planeta verde” . La cual nos va a prestar el servicio anualmente de recoger los galones que tienes desechos tóxicos.

La responsabilidad que va adquirir ASER PUBLIMPRESOS es tener 2 cuñetas de reciclaje para los desechos tóxicos, en una cuñeta se depositaran los residuos de las tintas y en otra los trapos que están contaminados. Para así lograr en un año 10 kilogramos o mas de desechos que puedan perjudicar el medio ambiente. La empresa “planeta verde ” cobra por este servicio de recolección de desechos \$93.000 pesos por los 10 kilogramos , cabe recordar que las tarifas de cobro de “planeta verde” van relacionada con los kilogramos recolectados, entre mayor sea el peso de desechos tóxicos recolectados menor será su valor.

En la parte administrativa de ASER PUBLIMPRESOS se va a colocaran canecas de reciclaje para papel y plástico, se realizarán capacitaciones para todos los empleados de la importancia del buen manejo de los recursos para el beneficio del medio ambiente.

Asimismo se trabajara con proveedores certificados y con materiales de excelente calidad como son las alemanas que actualmente se usan, ya que son menos toxicas y se hará buen uso de estas.

8. ASPECTO DE IMPORTACIÓN

En el sector de artes graficas los productos publicitarios son esenciales para el desarrollo de la tampografía. Las empresas nacionales tienen saturado el mercado debido a que manejan los mismos portafolios con productos traídos de la China. ASERPUBLIMPRESOS buscara posicionarse en el mercado creando nuevos portafolios que contengan productos novedosos y a su vez económicos. Asimismo se debe tener en cuenta q los costos de los artículos que maneja el mercado nacional son algo elevados en comparación con los precios ofertados por las empresas Asiáticas, deduciendo que los productos importados por nuestra empresa serán de una calidad superior a la manejada por diferente compañías, esto hará de las ofertas y cotizaciones generadas por Aserpubliempresos la mejor opción para los posibles clientes.

La intención de importar nuestros productos publicitarios se dará a partir del cuarto año, debido a que el estudio de la empresa como tal demuestra que es a partir de este momento cuando Aserpubliempresos tendrá la estructura suficiente no solo para generar la prestación de un servicio de tampografía sino también de importación y venta al por mayor de un nuevo portafolio de productos novedoso y competente en el tema de precios.

9.RECOMENDACIONES

Cuando se esta creando un proceso de estructuración para el crecimiento de una empresa lo primero que hay que tener en cuenta es el posicionamiento que esta tiene dentro del mercado y el musculo financiero que esta puede llegar a obtener , al tener claro esto , el siguiente paso es el de buscar estrategias para llegar al cliente con ideas y productos novedosos que acaparen la atención de los consumidores.

En el sector de artes graficas hay que brindar un factor diferenciador y de buena calidad en los servicios prestados ya que hay que enfrentar el fenómeno masivo , los cuales son ,los productos traídos de China que tiene saturado el mercado , es por esta razón que hay que estar involucrados en los temas de mejoramiento continuo , de nuevas tendencias y de acompañamiento personalizado a las necesidades de los clientes , que son estrategias diferentes que pueden combatir con la competencia.

Para poder lograr lo mencionado anteriormente, el aspecto mas importante que convierte a una empresa en lo que es , es el capital humano que trabajar en ella, es por eso que hay que contar con gente de alta calidad humana, especializada, gran conocimiento y grandiosos valores. Para así logran buenos rendimientos y excelentes capacidades para alcanzar todos los objetivos propuestos.

10. CONCLUSIÓN

ASERPUBLIMPRESOS tiene un futuro prometedor en cuanto al funcionamiento y estructuración financiera ya que en el análisis demuestra que en el primer año hay una utilidad de \$9,637.060 millones de pesos y la rentabilidad bruta es del 17,46% anual y la rentabilidad sobre venta es de 0.88%. Para el segundo año las ventas crecerán en un 10,24%, y los costos de venta suben en un 8,73%. Al igual que en el tercer año los costos de venta se incrementan en un 8,17%, mientras que las ventas ascienden en un 9,65%.

Asimismo los buenos resultados que arrojan el proyecto se ven reflejados en la tasa interna de retorno la cual es del 96,57%, lo cual quiere decir que el proyecto arroja una rentabilidad del 96,57%. De igual modo el valor Presente neto es de \$56.651.498 millones de pesos. Lo cual demuestra que el proyecto arroja 57 millones adicionales al invertir los recursos en este proyecto que uno que renta el 12% anual teniendo en cuenta que la inversión es de \$35,760.000 millones de pesos y como la suma de las utilidades de los tres años es superior se afirma que la inversión se recupera en el tercer año.

Por otro lado las oportunas estrategias que se establecieron para el posicionamiento que se quiere implementar para recuperar a los clientes y para capturar nuevo mercado, por lo que se tomara en cuenta su más claro objetivo el cual es la excelencia en la calidad de sus servicios, productos y materias primas. Brindando de igual manera un acompañamiento personalizado y exclusivo a sus clientes.

Dado a estos resultados tan óptimos se establece que el proyecto es viable para empezar en este año sus nuevas estrategias y plan de financiamiento para llevarlo a la realidad.

11.BIBLIOGRAFIA

- Artículo. La Industria Gráfica Latinoamérica. Terni Costa, Hamilton 2010. 2009.
- Artículo . Sector de artes gráficas, entre los que menos han caído. Latinpyme, 2009
- Artículo. Industria Gráfica ¿Cómo va Colombia?. Cristian Vergara. 2012
- Herramientas de Investigación. Bogotá Emprende. Cámara de Comercio Bogotá. 2012.
- Artículo .Estrategia Competitiva.Vigésima Octava Reimpresión, Porter E, Michael. México, 2001.
- Artículo. El Proceso Estratégico. . Mintzberg, Henry .Edición Breve1997.