

INK
SERVICES
SERVICIOS DE IMPRESION DIGITAL

Master Interuniversitario en Administración
y Dirección de Empresas
MBA
2006

Liliana Marcela González Granados
Salvador Tortajada Pastor

Contenido

<i>Evolución del proyecto</i>	9
<i>Factores de éxito de Ink Services</i>	10
<i>Portafolio de productos</i>	10
<i>Capítulo Primero</i>	12
<i>PLAN COMERCIAL</i>	12
<i>Market Map Impresión Digital en España 2005- 2006</i>	13
<i>Facturación por productos</i>	13
<i>Facturación Por Región Geográfica</i>	14
<i>Impresión digital de publicidad no convencional</i>	15
<i>Impresión digital de libros</i>	18
<i>El Sector Gráfico en España</i>	20
<i>Estructura de la oferta</i>	20
<i>Evolución de la actividad</i>	21
<i>Comercio exterior</i>	22
<i>Estructura empresarial y distribución geográfica</i>	22
<i>Costes, rentabilidad y financiación</i>	24
<i>Previsiones y tendencias</i>	24
<i>Datos de síntesis, 2004.</i>	25
<i>La Impresión Digital en España</i>	27
<i>Estructura empresarial y distribución geográfica</i>	27

<i>Impresión digital en Barcelona</i>	29
<i>1 er Top of Mind : Go Print Cargraphics</i>	31
<i>2do Top of Mind : Book print</i>	32
<i>3er Top of Mind : Imprenta web - Bluprint SA</i>	33
<i>Plan Estratégico Comercial</i>	34
<i>Diagnostico de la situación</i>	34
<i>Objetivos comerciales de Ink Services 2007- 2011</i>	36
<i>Cualitativos</i>	36
<i>Cuantitativos</i>	36
<i>Estrategias Comerciales del primer año de actividad</i>	37
<i>Producto</i>	37
<i>Mailing (correo personalizado)</i>	37
<i>Buzoneo y folletos (correo sin personalización)</i>	38
<i>libros (tiraje entre 1 y 1.000 ejemplares)</i>	38
<i>Revistas y catálogos</i>	38
<i>Publicaciones de empresa</i>	38
<i>Clientes</i>	38
<i>Lineas de acción operativas</i>	39
<i>Precio</i>	39
<i>Servicio</i>	39
<i>Política de descuentos:</i>	39
<i>Promoción y publicidad</i>	39
<i>Presupuesto de Ventas 2007</i>	40

<i>Plan de acción comercial 2007</i>	41
<i>Primer trimestre 2007</i>	42
<i>Segundo Trimestre 2007</i>	43
<i>Tercer Trimestre 2007</i>	44
<i>Cuarto Trimestre 2007</i>	45
<i>Plan de visitas 2007</i>	46
<i>Cuenta de resultados del departamento comercial</i>	48
Capítulo Segundo	49
PLAN DE PRODUCCION Y SERVICIOS	49
<i>Sistemas productivos instalados</i>	50
<i>Maquinas de Impresión Digital</i>	50
<i>Plan maestro de producción (primer año de actividad)</i>	52
<i>Demanda Agregada</i>	52
<i>Capacidad productiva</i>	53
<i>Gestión de stocks</i>	54
<i>Papel</i>	55
<i>Tinta</i>	55
<i>Material de embalaje</i>	56
<i>Layout de la planta</i>	57
<i>Zona de Prerensa</i>	57
<i>Sala de Producción:</i>	57
<i>Areas administrativas- servicio al cliente</i>	57
<i>Area de descanso y servicios</i>	57

<i>Procesos operativos y productivos</i>	59
<i>Proceso comercial</i>	59
<i>Proceso Pre prensa</i>	60
<i>Proceso Productivo</i>	62
<i>Proceso logístico- administrativo</i>	63
<i>Capítulo Tercero</i>	66
PLAN DE RECURSOS HUMANOS	66
<i>Organigrama Ink Services</i>	67
<i>Descripción de puestos de Trabajo</i>	68
<i>Director diseño y producción -Diseñador Gráfico</i>	68
<i>Tareas</i>	68
<i>Tipo de aportación</i>	68
<i>Perfil</i>	68
<i>Principales riesgos</i>	69
<i>Criterios preventivos</i>	69
<i>Auxiliar Producción - técnico en artes gráficas</i>	69
<i>Tareas</i>	69
<i>Perfil</i>	70
<i>Tipo de aportación</i>	70
<i>Principales riesgos</i>	70
<i>Criterios Preventivos</i>	70
<i>Comercial zona Barcelona- Técnico artes gráficas</i>	71
<i>Tareas</i>	71

<i>Tipo de aportación</i>	71
<i>Perfil</i>	71
<i>Principales riesgos</i>	72
<i>Criterios preventivos</i>	72
<i>Recepcionista Asistente - Técnico administrativo</i>	72
<i>Tareas</i>	72
<i>Tipo de aportación</i>	72
<i>Perfil</i>	73
<i>Principales riesgos</i>	73
<i>Criterios preventivos</i>	73
<i>Observaciones</i>	73
<i>Plan de Prevención de Riesgos Profesionales</i>	74
<i>Normativa de aplicación</i>	74
<i>Evaluación del riesgo</i>	75
<i>Situación y emplazamiento del centro de trabajo</i>	75
<i>Características constructivas</i>	75
<i>Accesos y vías de evacuación</i>	76
<i>Ocupación</i>	76
<i>Actividades e instalaciones con riesgo específico</i>	76
<i>Medios de protección</i>	77
<i>Contra Incendios</i>	77
<i>Extintores</i>	77
<i>Boca Incendios</i>	77

<i>Alumbrado de emergencia</i>	77
<i>Medios Humanos</i>	78
<i>Servicios externos.</i>	78
<i>Plan de emergencias</i>	79
<i>Objeto</i>	79
<i>Clasificación de las Emergencias</i>	79
<i>Según el tiempo</i>	79
<i>Según procedencia</i>	80
<i>Según gravedad.</i>	80
<i>Equipos de protección</i>	80
<i>Formación Información</i>	80
<i>Jefe Emergencia</i>	80
<i>Punto de Reunión.</i>	81
<i>Acciones a desarrollar en Situaciones de Emergencia</i>	81
<i>Accidente Laboral</i>	81
<i>Corte fluido eléctrico</i>	81
<i>Incendio</i>	82
<i>Explosión</i>	82
<i>Derrame y/o fuga de producto (tinta/disolvente). Riesgo Medioambiental.</i>	82
<i>Acto Terrorista. Aviso de bomba o similar</i>	83
<i>Riesgo Medioambiental por Aguas contra Incendios.</i>	83
<i>Implantación</i>	84
<i>Responsabilidad.</i>	84
<i>Simulacros</i>	84

<i>Formación</i>	84
Capítulo Cuarto	86
PLAN FINANCIERO	86
<i>Inversión</i>	87
<i>Análisis de costes</i>	88
<i>Costes del producto</i>	88
<i>Costes comerciales</i>	88
<i>Costes fijos</i>	89
<i>Financiación</i>	90
<i>Proyección Cuenta de Explotación</i>	91
<i>Estados financieros mensuales del primer año</i>	93
<i>Cuenta de explotación</i>	93
<i>Previsión de Tesorería Mensual 2007</i>	95
<i>Previsión de Balance Mensual 2007</i>	97
<i>Estados financieros Trimestrales Segundo año</i>	98
<i>Cuenta de explotación prevista para el 2008</i>	98
<i>Previsión flujo tesorería para el 2008</i>	99
<i>Balance trimestral 2008</i>	100
<i>Estados financieros tercer, cuarto y quinto año</i>	101
<i>Cuenta de explotación prevista 3er, 4to y 5to año</i>	101
<i>Balance previsto 2do, 3er, 4to y 5to año</i>	102
<i>Indicadores financieros</i>	103
Capítulo Quinto	104

<i>FORMA JURIDICA Y ASPECTOS LEGALES</i>	<i>104</i>
<i>Forma jurídica</i>	<i>105</i>
<i>Constitución</i>	<i>106</i>
<i>Nombre mercantil</i>	<i>107</i>
<i>Escritura de la constitución de la sociedad</i>	<i>109</i>
<i>Estatutos Sociales:</i>	<i>109</i>
<i>Alta censal, obtención del C.I.F., Pago del Impuesto de Operaciones Societarias</i>	<i>112</i>
<i>Inscripción en el Registro Mercantil, legalización de libros:</i>	<i>113</i>
<i>Alta en la seguridad social:</i>	<i>113</i>
<i>Anexo I</i>	<i>114</i>
<i>Oferta Renting de Maquinaria Banco Sabadell</i>	<i>114</i>

INK SERVICES

SERVICIOS DE IMPRESION DIGITAL

INK SERVICES es una empresa de Servicios Gráficos entre otros Diseño, Pre prensa e Impresión Digital Bajo Demanda, Gestión de Activos Digitales y Contenidos, Utilización de Bases de datos y Fullfilment a través de la distribución y Logística de todos aquellos productos y subproductos editoriales y publi comerciales en sustrato papel. Un servicio avanzado que responde de manera eficiente con flexibilidad y dinamismo a la necesidad de impresión de cantidades variables, con información personalizada y/o actualización y modificación de contenido a bajo coste.



EVOLUCIÓN DEL PROYECTO

La experiencia profesional de los socios del proyecto Ink Services en el sector de la Industria Gráfica y Editorial ha comprobado como la impresión tradicional de libros, basada en imprenta offset, tiene un coste unitario muy elevado para producciones por debajo de los 1000 ejemplares, por lo que no resulta rentable para tiradas reducidas. Aquí surge la oportunidad de negocio de la impresión digital, la que junto con la automatización de todo el proceso de fabricación, permite producir de forma rápida y rentable tiradas cortas ajustando la producción a la demanda, reduciendo a su vez los costes de gestión de stocks.

Una de las soluciones que ofertará Ink's Service a sus clientes es la producción a un precio competitivo de tiradas muy cortas, de hasta un libro único, para particulares, librerías, empresas, colegios o incluso reedición de ediciones ya obsoletas y retiradas.

Acompañando la estrategia de respuesta inmediata a nuestros clientes, Ink Service ofrece una solución de comercio electrónico que oferta Ink'Services a sus clientes permitirá realizar la totalidad de la transacción comercial de forma electrónica a través de su pagina Web, facilitando el acceso de empresas y particulares, automatizando todo el proceso.

Dado que el mercado de la Publicidad Comercial ha evolucionado hacia una inversión mas eficiente en las piezas publicitarias impresas, de forma tal que el criterio de marketing generado es un servicio persona a persona . Esta forma de mercadeo genera la necesidad de poder variar cada elemento impreso de acuerdo con los intereses gustos y necesidades del consumidor. Aquí nace una gran oportunidad para la oferta de Ink Services donde nos orientaremos al pequeño y mediano comerciante prestando un servicio integrado de bajo coste que va desde el diseño, la producción con dato variable hasta la distribución de su publicidad impresa.

Ink's Service se orientara durante los tres primeros años de su actividad al mercado de C Pequeños y Medianos comerciantes, Editores, Autores y Publicistas de Barcelona, en un cuarto año buscara nuevas oportunidades de negocio en Cataluña, Valencia, Baleares y en un Quinto y Sexto año se extenderá hacia Andalucía.



FACTORES DE ÉXITO DE INK SERVICES

- ❖ Disposición de una base de clientes previamente establecida, fruto de la experiencia comercial directa de sus creadores, con posibilidad de ampliar sus demandas de servicios a la impresión digital en color.
- ❖ Instalación de maquinaria de punta, capacidad de impresión 4 colores, blanco y negro y de encuadernación diversa.
- ❖ Personal con preparación técnica y gran capacidad de gestión orientada al servicios al cliente, capaz de asumir el nuevo modelo de empresa relacionado con la impresión digital en color.
- ❖ Ser proveedores no solo de impresión digital sino de todo un conjunto de servicios adicionales (diseño, edición, maquetación, pre prensa, fotografía, retoque, impresión, distribución) de forma tal que nuestros clientes que nos definan como empresas de servicios gráficos.



PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Ink Services soluciona los problemas de producción impresa en un tiempo récord y con la máxima calidad. Sus principales productos son

- ❖ Portafolio Comercial : Piezas de mailing personalizadas, manuales técnicos o comerciales, de normas gráficas e imagen corporativa, guías técnicas de pro-

ductos y servicios, muestrarios para la fuerza comercial, manuales en diversos idiomas, carátulas para discos y CD

- ❖ Portafolio Publicitario: Folletos, panfletos, carteles, volantes, con o sin personalización , Material para ferias y exposiciones, Material P.O.P. ,etiquetas, boletines informativos periódicos
- ❖ Portafolio Editorial: Libros, revistas y magazines en negro, cuatro colores, en rústica frezada, rústica cosida, cartóné frezado, cartóné cosido con tiradas menores a 1.000 ejemplares. Maquetas de pre lanzamiento, cubiertas para libros,
- ❖ Portafolio Empresarial: Documentación para seminarios, conferencias, convenciones, reuniones, juntas, cursos técnicos, promoción de nuevos productos, memorias anuales, tarjetas de acontecimientos, papelería, diplomas

Capítulo Primero

PLAN COMERCIAL

Definición y análisis del mercado Potencial

La impresión digital en la Unión Europea representa el orden del 7,9% del total de la actividad de impresión. Por país, se pueden estimar las siguientes cifras de porcentaje del valor de la producción digital con respecto al valor de la producción total impresa:

Participación de la Impresión Digital en el Sector Gráfico Europeo

País	%	B/N %	Color %
Alemania	6,6	78	22
Reino Unido	9,1	76	24
Francia	7,3	77	23
Italia	7,4	79	21
España	7,2	80	20
Holanda	8,3	76	24
Total	7,9	77,5	22,5

Fuente: Informe de tendencias 2005 Graphintro

Según el estudio sectorial de DBK Consultores de noviembre 15 del 2005 las empresas de Impresión Digital en España tuvieron un nivel de facturación de 400 millones de € (un 7,2% de la facturación total de producto impreso en el país que asciende a 5.555 millones € en 2005) . Se estima que el ritmo de crecimiento del mercado de la impresión digital en España es del 18% anual y se espera que en el 2010 mueva alrededor de los 1.000 millones de € en de facturación (un 16,5% de la facturación total del país).

Market Map Impresión Digital en España 2005- 2006



FACTURACIÓN POR PRODUCTOS

De acuerdo con el estudio sectorial realizado por DBK en noviembre del 2005, las siguientes son las dimensiones del mercado Español de impresión Digital:

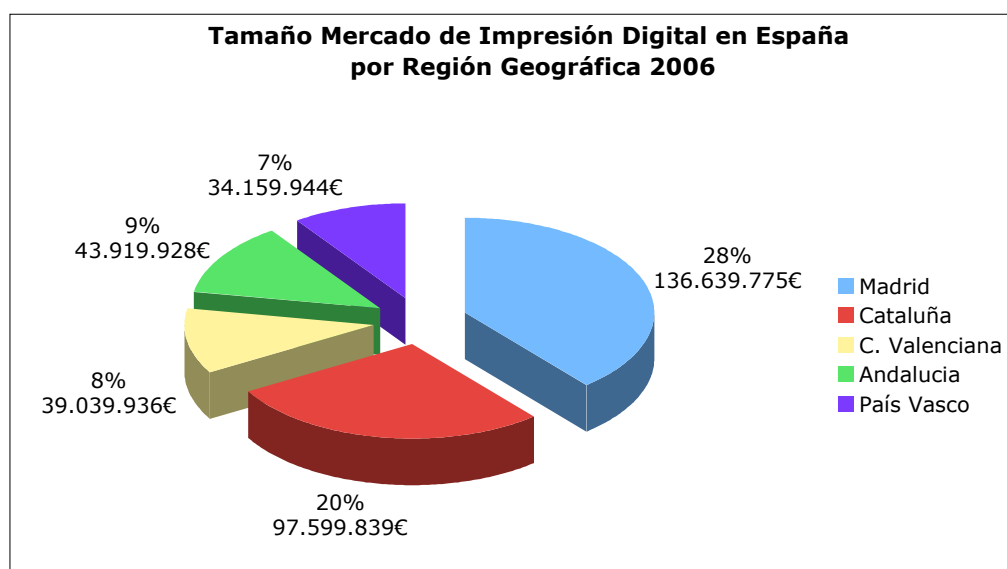
MARKET MAP IMPRESIÓN DIGITAL EN ESPAÑA

		2005	2006	2007
Tamaño mercado impresión Española		5.555.000.000 €	5.743.870.000 €	5.916.186.100 €
Crecimiento esperado del mercado			3,4%	3,0%
% Impresión digital		7,2%	8,5%	10,0%
Productos Digitales	%	2005	2006	2007
Folletos e impresos promocionales	39%	155.984.400 €	190.319.686 €	231.314.547 €
Libros	20%	79.992.000 €	97.599.839 €	118.622.844 €
Otros materiales gráficos	18%	71.992.800 €	87.839.855 €	106.760.560 €
Publicaciones periódicas	13%	51.994.800 €	63.439.895 €	77.104.849 €
Envase y embalaje	10%	39.996.000 €	48.799.920 €	59.311.422 €
Total facturación España Impresión Digital		399.960.000 €	487.999.195 €	593.114.222 €

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Informe Sectorial DBK noviembre 2005

FACTURACIÓN POR REGIÓN GEOGRÁFICA

De acuerdo con el parque empresarial instalado en las comunidades autónomas españolas (Feigraf 2005), y el Market Map de productos impresos digitalmente en el país, podríamos estimar las siguientes proporciones de facturación en las cinco comunidades con mayor volumen de producción:



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Informe Sectorial DBK noviembre 2005 y Feigraf 2004.

En Inks Service's nos planteamos iniciar nuestra actividad comercial en Cataluña estableciendo los objetivos de su plan comercial en esta región para los tres primeros años de actividad. En el cuarto año ampliaremos nuestro ámbito geográfico a la comunidad Valenciana y el quinto año a Andalucía.

Una cuantificación mas detallada de la producción Catalana arroja las siguientes cifras potenciales de facturación del mercado regional por productos para los tres primeros años de nuestra actividad:

TAMAÑO MERCADO IMPRESIÓN DIGITAL EN CATALUÑA 2005 -2009						
		2005	2006	2007	2008	2009
Tamaño Mercado Impresión Digital en España		399.960.000 €	487.999.195 €	593.114.222 €	720.871.025 €	876.146.644 €
Facturación en Cataluña (20% mercado)		79.992.000 €	97.599.839 €	118.622.844 €	144.174.205 €	175.229.329 €
Facturación por Producto	%	2005	2006	2007	2008	2009
Folletos e impresos promocionales	39%	31.196.880 €	38.063.937 €	46.262.909 €	56.227.940 €	68.339.438 €
Libros	20%	15.998.400 €	19.519.968 €	23.724.569 €	28.834.841 €	35.045.866 €
Otros materiales gráficos	18%	14.398.560 €	17.567.971 €	21.352.112 €	25.951.357 €	31.541.279 €
Publicaciones periódicas	13%	10.398.960 €	12.687.979 €	15.420.970 €	18.742.647 €	22.779.813 €
Envase y embalaje	10%	7.999.200 €	9.759.984 €	11.862.284 €	14.417.421 €	17.522.933 €

Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes cruzadas de datos

IMPRESIÓN DIGITAL DE PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL

Según el último estudio de Infoadex sobre la inversión Publicitaria en España en el 2004, en este país se invierten 12. 800 millones de Euros al año en Publicidad. El 21,1% de esta inversión se realiza en Cataluña. Las empresas Españolas realizan su publicidad a través de dos grandes grupos de medios: Convencionales (televisión, periódico, radio, prensa, internet) y No Convencionales (mailing, folletos, tele-marketing, etc).

Los medios no convencionales de representan el 52,1 % de la inversión de en publicidad de las empresas del País. Un total de 3.314 millones de Euros al año se invierte en producto impreso publicitario en España siendo en Cataluña la inversión igual a 699 millones de Euros.

Inversion Publicitaria en Medios No Convencionales España 2004			
	España	Cataluña	Incremento Inversión
	Mill €	Mill €	2004 -2003
Mailing Personalizado	1.735 €	366 €	2%
Buzoneo / Folletos	744 €	157 €	-1%
Marketing Telefónico	832 €	176 €	9%
Regalos Publicitarios	365 €	77 €	1%
P.V.L. Señalización y Rótulos	1.086 €	229 €	4%
Ferias y Exposiciones	142 €	30 €	9%
Patrocinio, Mecenazgo y Marketing	348 €	74 €	7%
Patrocinio Deportivo	471 €	99 €	6%
Publicaciones de empresa	57 €	12 €	0%
Anuarios, Guías y Directorios	554 €	117 €	8%
Catalogos	225 €	48 €	3%
Juegos Promocionales	36 €	8 €	-7%
Tarjetas de fidelización	32 €	7 €	-1%
Animación en Punto de Venta	67 €	14 €	6%
Total Inversion	6.694 €	1.412 €	4%
Inversión total en producto impreso	3.314 €	699 €	2%

Fuente: Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2004 <http://www.marketingdirecto.com>

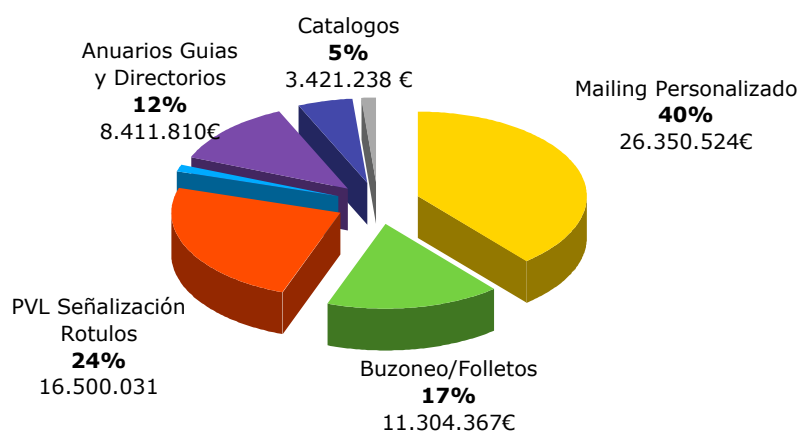
Aunque algunas en algunas piezas de publicidad impresa ha decrecido la inversión realizada entre el 2003 y el 2004 (Buzoneo, Folletos), hay un crecimiento importante en las siguientes todas ellas objetivo de producción y comercialización de Inks Service:

- ❖ Correo Personalizado : Publicidad que tiene el 25,9% del total de la inversión en medios no convencionales, con una inversión en Cataluña de 366 millones de Euros al año. Se incluyen todos los envíos personalizados a domicilio y lugares de trabajo, lo que se denomina “mailing con respuesta y publicidad directa” y no contempla gastos de franqueo ni envío. Este rubro ha tenido un crecimientos del 2% y se prevé que mantenga esta tendencia en los próximos años.
- ❖ Buzoneo /Folletos: Con una inversión de 157 millones de Euros en Cataluña, aunque presenta un decrecimiento del 1,1%, es importante considerar que recoge toda la publicidad que se reparte en domicilios y lugares de trabajo, aunque sin dirección de destinatario y con criterios de segmentación geográficos.

- ❖ Publicaciones de empresa : en las que se contemplan la revistas corporativas o “house organ”, los boletines y las memorias entre otras publicaciones, se mantiene la inversión entre el 2003 y 2004. En Cataluña se invierten 12 millones de euros en este rubro publicitario.
- ❖ Anuarios guías y directorios: Con un incremento de la inversión del 8,3% se destacan fundamentalmente las publicaciones de Telefónica Publicidad e Información y QDQ
- ❖ Catálogos: en los que se invierte en Cataluña el orden de 48 millones de Euros y presentaron un crecimiento de la inversión entre el 2003 -04 del 3,4%

De las anteriores cifras de inversión en Cataluña en publicidad impresa no convencional es importante sustraer el valor exacto del tamaño del mercado que se imprime digitalmente por producto. Este sería:

Inversión Catalana Impresión Digital de Publicidad no Convencional 2004



Fuente: Elaboración propia a partir de Estudio Infoadex 2004 y datos de Graphintro

Finalmente, según la Cámara de Comercio de Cataluña, en esta región existen 111.007 establecimientos de comercio minorista y 792 empresas de distribución mayorista (mas de un establecimiento comercial).

De acuerdo con el informe del sector de este organismo entre un 70-80% de estas empresas ha planificado mantener la inversión publicitaria realizada en el 2005 y entre un 5-8% piensa incrementarla (<http://www.cambrabcn.es>).

IMPRESIÓN DIGITAL DE LIBROS

El 20% de la facturación de impresión Digital en España se realiza a través de la producción de Libros (aproximadamente unos 80 millones de Euros en el 2005). Los clientes en este segmento de producto son los Autores y/o Editores independientes, los directores de producción de las casas Editoriales y los jefes de comunicación de las Instituciones del Estado.

Según el Ministerio de Cultura Español, las editoriales se clasifican en Pequeñas, Medianas y Grandes. En total en el 2005 se editaron, produjeron y vendieron un total de 76.191 títulos en todo el país.

Producción Editorial Española por naturaleza jurídica del Editor 2005

Tipo de Agente Editor	Titulos editados 2005	%
Edición de las Administraciones Públicas		
Subtotal Edición de las Administraciones Públicas:	8.750,00	11%
Edición de Carácter Privado		
Autor-Editor	4.748,00	6%
Editoriales Pequeñas	16.488,00	22%
Editoriales Medianas	20.744,00	27%
Editoriales Grandes	25.461,00	33%
Subtotal Edición de Carácter Privado:	67.441,00	89%
Total:	76.191,00	

Fuente: Ministerio de Cultura España <http://www.mcu.es>

Las comunidades autónomas de Madrid y Cataluña representan el 69,3% del total de la producción con una participación muy similar: Madrid, el 36,3% y Cataluña, el 33,0%. A continuación figuran Andalucía el (6,8 %) y la Comunidad Valenciana el (5,0 %).

A partir de estos datos podemos hacer las siguientes estimaciones para el Plan Comercial de Ink Services:

- ❖ Dado que la producción de Libros es para un editor mas competitiva realizarla Digitalmente cuando su tirada es menor a 1.000 ejemplares las acciones

comerciales de Inks Services se orientaran en su mayor parte a los Autores Independientes , Editoriales Pequeñas y Medianas.

- ❖ En Cataluña, zona geográfica de la actividad comercial de Ink Services durante los tres primeros años de su actividad se editan anualmente 25.143 títulos (33% del total en España).
- ❖ Los Autores-Editores Catalanes editan al año 1.500 títulos, las Editoriales Pequeñas 5.400 y los Editores Medianos 6.900 títulos

El Sector Gráfico en España

La industria gráfica española, que engloba el sector de las Artes Gráficas y el de los manipulados de papel y cartón, recoge las fases de preimpresión (tratamiento del texto y de la imagen), impresión en cualquiera de sus formas (offset, serigrafía, huecograbado, flexografía, impresión digital...), y encuadernación, acabado y manipulados finales.

La industria gráfica tiene características propias tanto del sector industrial como del sector de los servicios. Es industrial porque requiere de grandes inversiones en moderna maquinaria y equipos electrónicos y utiliza tecnología compleja y avanzada, y pertenece al mundo de los servicios porque es preciso realizar actividades inmateriales como la creación y el diseño, ya que casi toda la producción se realiza sobre encargo concreto, nunca en serie.

Hoy en día, el proceso gráfico está ligado a las nuevas tendencias en el mercado de la impresión, entre las cuales destaca el elemento de personalización del marketing one to one, que permite dotar de valor añadido a los productos gráficos.



ESTRUCTURA DE LA OFERTA

En los últimos cinco años el número de empresas dedicadas a la producción de artes gráficas y a actividades de servicios relacionados con las mismas se ha incrementado en 1.130 empresas, alcanzando a principios de 2005 las 15.937.

El volumen de empleo generado por el sector ha experimentado un leve recorte, situándose a principios de 2005 en unos 138.100 trabajadores, lo que supone una media de 9 empleados por empresa. Alrededor del 35% de las empresas no tiene asalariados y las compañías con plantillas de entre 1 y 2 empleados suponen en torno al 30% del total.

En los últimos años se han producido numerosas operaciones de concentración empresarial, con compras y fusiones de empresas, si bien todavía ninguna de ellas llega a alcanzar una cuota de mercado individual del 1%.



EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Tras la des aceleración registrada en 2003, en 2004 se produjo un repunte de la actividad de la industria de artes gráficas, favorecido por el mejor comportamiento de importantes sectores clientes, como el de material de envase y embalaje, y la aceleración de la inversión publicitaria.

Así, el valor del mercado de artes gráficas experimentó en 2004 un crecimiento del 4,6%, frente al 1,9% contabilizado en el ejercicio anterior, situándose en una cifra de 5.555 millones de euros. Debido a la tendencia descendente mostrada por las exportaciones, la producción nacional creció a un ritmo inferior al del mercado interior, aumentando en 2004 un 3,9%, hasta alcanzar los 6.325 millones de euros.

El valor de la producción se reparte en un 39% para folletos e impresos promocionales, un 20% para publicaciones periódicas, un 13% para libros, un 10% para envases y embalajes, y un 18% para otros materiales gráficos.

EVOLUCION RECIENTE Y PREVICIONES	%
Número de empresas (% var. 2005/2004) (b)	+0,9
Número de empleados (% var. 2005/2004) (b)	-0,4
Número medio de empleados por empresa (% var. 2005/2004) (b)	-
Producción en valor (% var. 2004/2003)	+3,9
Exportación en valor (% var. 2004/2003)	-1,4
Mercado en valor (% var. 2004/2003)	+4,6
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2005/2004)	
• Producción	+3,7
• Exportación	-1,0
• Mercado	+4,4
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2006/2005)	+3,2
• Producción	+1,4
• Exportación	+3,4
• Mercado	
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2007/2006)	+2,9
• Producción	+2,2
• Exportación	+3,0
• Mercado	

Fuente: Informe sectorial Noviembre 2005 DBK, S.A. info@dbk.es. www.dbk.es



COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones se han visto afectadas durante los dos últimos años por la atonía de la demanda procedente de mercados europeos y por el fortalecimiento del euro respecto al dólar por lo que se refiere a mercados extra comunitarios.

El valor total de los trabajos de artes gráficas dirigidos a mercados exteriores fue en 2004 de 770 millones de euros, registrando una caída del 1,4%, inferior, no obstante, al retroceso del 9,2% contabilizado en el año anterior.

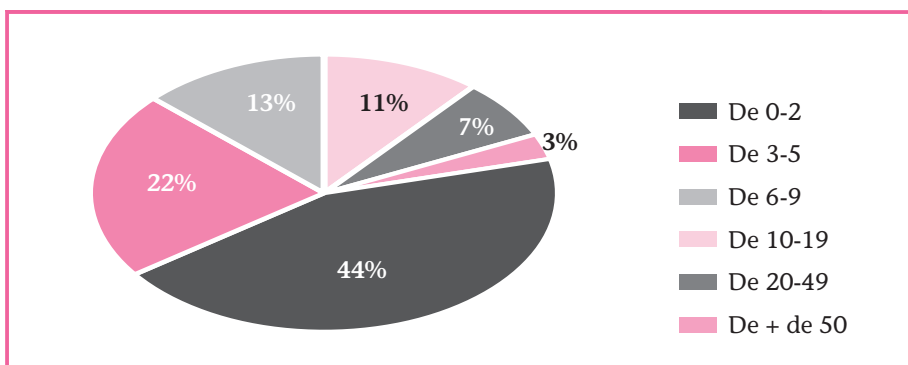
Los principales países de destino de las exportaciones son Francia, Reino Unido y Portugal en el entorno comunitario, y México y Estados Unidos entre los mercados extra comunitarios.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

En cuanto al tamaño de las empresas del sector, cerca de la mitad (un 44%) son de 1 o 2 trabajadores, un 22% tiene entre 3 y 5 empleados y un 13% entre 6 y 9. El 21% del total de empresas gráficas supera los 10 trabajadores y tan sólo un 3% tiene más de 50 empleados.

Dimensión de las empresas por número de trabajadores



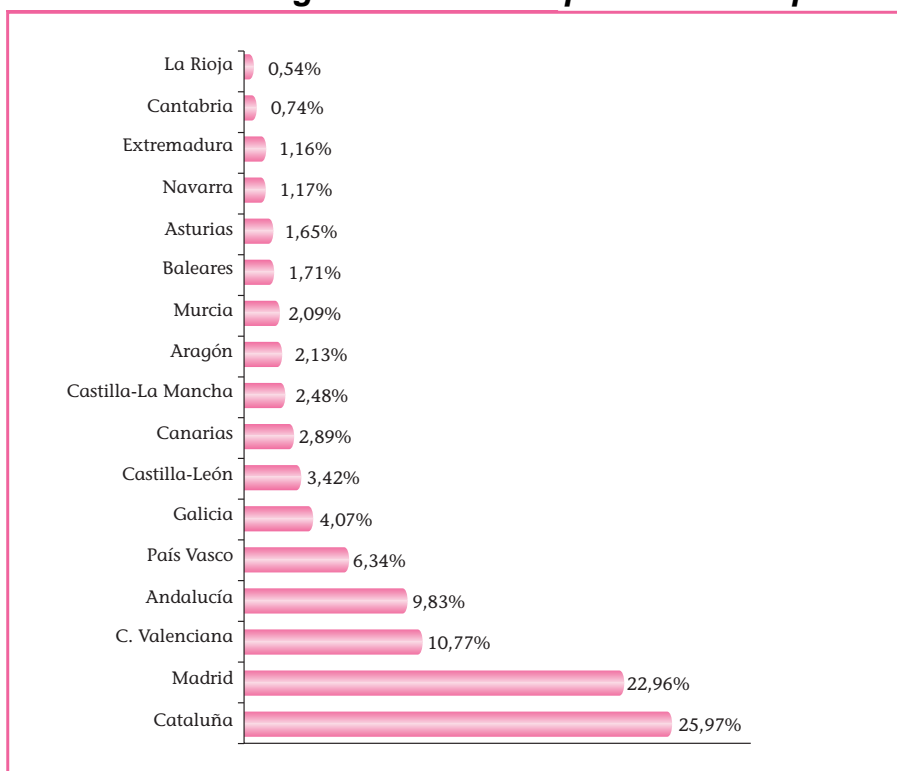
Fuente FEIGRAF datos del DIRCE

Dentro de las principales empresas de la Industria Gráfica Española, podemos distinguir dos grandes tendencias: Grupos Multinacionales con niveles de facturación por encima de los 50 millones de Euros y Empresas PYME con facturaciones por debajo de este nivel:

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR ARTES GRÁFICAS*			
Grupos de empresas	Ventas (mill. €)	Plantilla	Informe anual
Printer Industria Gráfica (Grupo)	314,87	848	✓
Fábrica Nacional de Moneda y Timbre	211,47	1.569	-
Quebecor Ibérica (Grupo)	125,13	853	✓
Polestar Hispánica (Grupo)	118,19	640	✓
Sun Chemical	74,86	209	✓
Bic Graphic Europe	66,89	408	✓
Eurohueco, S.A.	65,52	1682	-
Grupo Amcor Flexibles Hispania, S.A.	64,52	353	✓
Einsa	54,70	220	-
Sucesores de Rivadeneyra, S.A.	50,45	299	-
Fuente: Actualidad Económica: "Las 5.000 mayores empresas españolas" (Octubre 2005) *Datos 2004			

En relación a la distribución territorial de las empresas gráficas de nuestro país, cabe destacar que Cataluña es la Comunidad Autónoma que acoge más empresas del sector (un 25,97%), seguida de Madrid (22,96%), la Comunidad Valenciana (10,77%), Andalucía (9,83%) y País Vasco (6,34%).

Distribución Geográfica de las imprentas en España



Fuente FEIGRAF



COSTES, RENTABILIDAD Y FINANCIACIÓN

En 2004 la estabilidad de los precios del papel, el incremento del grado de utilización de la capacidad instalada, el mayor volumen de ventas y la subida de las tarifas permitieron compensar el incremento de costes laborales, resultando una moderada recuperación de la rentabilidad sectorial.

La participación del resultado operativo en las ventas agregadas del sector osciló en 2004 entre el 3 y el 5%, alrededor de un punto porcentual más que el porcentaje registrado en el ejercicio anterior.

El exigible a corto plazo es con diferencia la principal fuente de financiación, habiendo experimentado un incremento sustancial, hasta llegar a concentrar en torno al 57% del pasivo total.



PREVISIONES Y TENDENCIAS

La industria de artes gráficas atraviesa por una etapa de reestructuración marcada por un escenario tecnológico en continua evolución y un progresivo incremento del grado de concentración de la oferta, caracterizado por el cese de actividad de empresas no rentables y las operaciones de fusión y adquisición de empresas por parte de los grandes grupos.

El asociacionismo surge como una oportunidad para que las pymes refuercen su posición negociadora y obtengan mayor capacidad financiera y fortaleza comercial para acceder a clientes y pedidos de mayor tamaño, y ampliar su gama.

Las nuevas tecnologías han hecho más accesibles los mercados locales para los grandes operadores nacionales, elevando el grado de competencia en dichos ámbitos a cotas inalcanzables para muchas pequeñas empresas.

La mayor penetración en mercados exteriores, principalmente comunitarios, favorecida por el desarrollo tecnológico, surge como una importante oportunidad de expansión del negocio.

Durante el período 2004-2007 se prevé que el valor de las ventas de productos gráficos en el mercado interior registre una tasa de variación media anual del 3,6%, frente al 4,6% contabilizado en 2004, lo que supondría alcanzar en 2007 una cifra de 6.180 millones de euros.

En 2005 las ventas al exterior han seguido encontrando limitaciones derivadas de la fortaleza del euro y la debilidad de algunos de los principales mercados comunitarios, aunque se espera un mejor comportamiento en años próximos.

El valor de la producción nacional crecerá a un ritmo ligeramente inferior al del mercado, con un aumento del 3,7% en 2005 (+3,9% en 2004), manteniendo un ritmo de en torno al 3% anual en los dos siguientes ejercicios.



DATOS DE SÍNTESIS, 2004.

Principales magnitudes

Número de empresas (a)	15.937
Número de empleados (a)	138.100
Número medio de empleados por empresa (a)	9
Producción (mill. euros)	6.325
Exportación (mill. euros)	770
Mercado (mill. euros)	5.555
Exportación/producción (%)	12,2
Distribución de la producción por segmentos (%)	
• Folletos e impresos promocionales	39
• Publicaciones periódicas	20
• Libros	13
• Material de envase y embalaje	10
• Otros materiales gráficos	18
Concentración (cuota de mercado conjunta en valor)	
• Cinco primeras empresas (%)	3,8
• Diez primeras empresas (%)	7,0
Estructura media de costes (% sobre facturación)	
• Materias primas/aprovisionamientos	52-56
• Otros costes externos	11-13
• Valor añadido	33-35
– Coste mano de obra	21-24
– Amortizaciones/variación provisiones	7-8
– Resultado operativo	3-5

Datos de síntesis, 2004. (cont.)

Evolución reciente y previsiones

Número de empresas (% var. 2005/2004) (b)	+0,9
Número de empleados (% var. 2005/2004) (b)	-0,4
Número medio de empleados por empresa (% var. 2005/2004) (b)	-
Producción en valor (% var. 2004/2003)	+3,9
Exportación en valor (% var. 2004/2003)	-1,4
Mercado en valor (% var. 2004/2003)	+4,6
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2005/2004)	
• Producción	+3,7
• Exportación	-1,0
• Mercado	+4,4
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2006/2005)	
• Producción	+3,2
• Exportación	+1,4
• Mercado	+3,4
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2007/2006)	
• Producción	+2,9
• Exportación	+2,2
• Mercado	+3,0

(b) a 1 de enero de cada año.

Fuente: DBK sobre fuentes diversas.

La Impresión Digital en España

Dentro de las nuevas tendencias en el mercado gráfico, la impresión digital ha cobrado un mayor protagonismo debido al crecimiento acelerado que ha experimentado en los últimos años.

En sus inicios, la impresión digital sufrió ciertos problemas técnicos: escasa fiabilidad de las impresoras, dificultad a la hora de imprimir en ciertos soportes y, sobre todo, unos costes muy elevados en comparación con el resto de sistemas de impresión existentes en el mercado. Con el tiempo, ha ido perfeccionando sus equipos que, en la actualidad, son mucho más rentables y ofrecen una calidad indiscutible.

El progresivo abaratamiento de las tecnologías y la aparición de equipos de gama más básica, los cuales pueden ir actualizándose en función de las necesidades del usuario, ha permitido a las empresas ir incorporando nuevas herramientas de gestión y reproducción de trabajos gráficos a las que anteriormente no tenían acceso. Con estos equipos, estas compañías pueden ofrecer tiempos de entrega más ajustados y tiradas cada vez más cortas.

Esta rapidez en el tiempo de operación, la posibilidad de “personalizar” los productos gráficos, las tiradas reducidas y la simplificación del proceso a través de equipos automatizados son algunas de las ventajas que hacen que las empresas del sector recurran a los sistemas de impresión digital.

Este entorno abierto presenta una dinámica importante determinada por la evolución tecnológica creciente.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

La impresión digital tiene un mayor peso en el mercado gráfico internacional, mientras que en España, aún hoy, está poco introducida, pese a que en los últimos años ha experimentado una gran progresión en el campo de la impresión. Actualmente en España existen 570 empresas de impresión que disponen de equipos digitales de alta producción, sin incluir los equipos de producción propia (característicos de grandes corporaciones o empresas).

Numero total de Imprentas Digitales en la UE

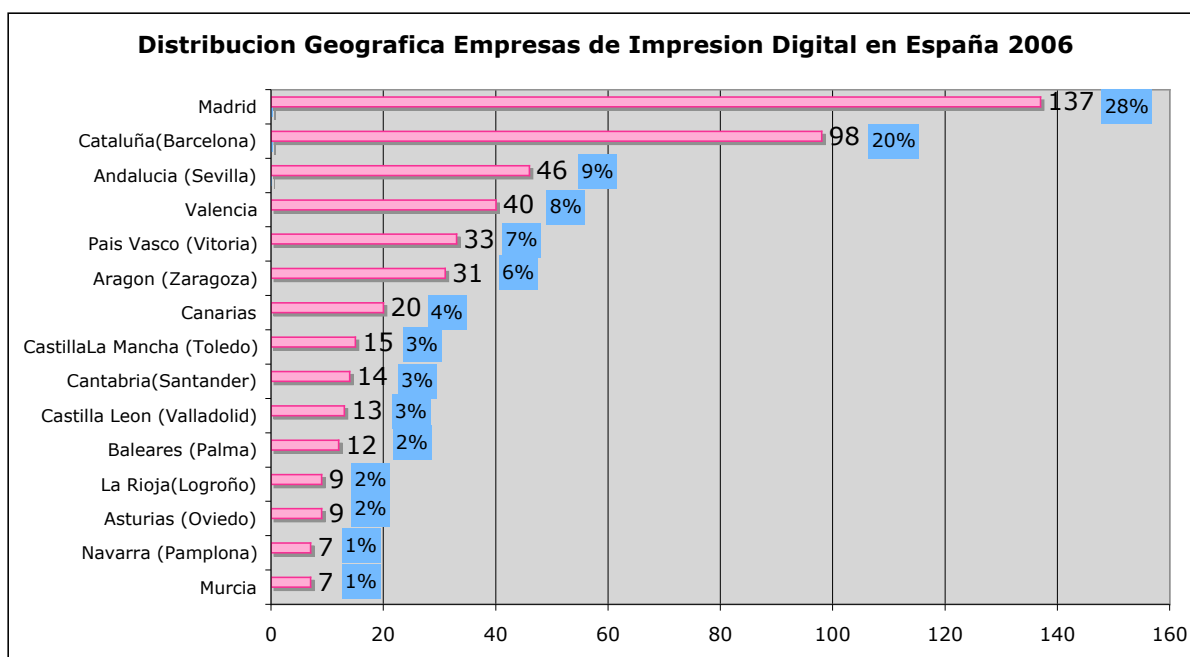
Alemania	980
Reino Unido	1.380
Francia	990
Italia	780
España	570
Holanda	290
TOTAL	4.990

Fuente: Informe de tendencias 2005 Graphintro

Las empresas de Impresión Digital en España se pueden clasificar en tres grupos:

- ❖ Imprentas tradicionales que amplían su negocio para satisfacer las necesidades de sus clientes
- ❖ La Gran Banca y Empresas innovadoras que buscan autonomía en el manejo de sus datos
- ❖ Editoriales que empiezan a considerar entrar en nuevos negocio

En las capitales de las trece comunidades autónomas de España se ubican 491 empresas de las 570 existentes en la península (87% del total), operando en Madrid 137 de ellas (28%), en Barcelona 98 (un 20%), en Sevilla 46 (un 9%) y en Valencia 40(8%).



Fuente: Conteo propio en <http://www.paginasamarillas.es>

Su estructura organizativa guarda semejanza con la del sector, empresas tipo Pyme con plantillas entre los 2 y los 5 empleados. A nivel nacional se destacan las siguientes cinco empresas de Impresión Digital:

Empresa	Ubicación	Principales Productos	Ventajas Competitivas
Grupo Rafael	Madrid Lisboa	*Especialistas en Fotografía y Estudios fotograficos, retoque, laboratorio. *Diseño, pre prensa, impresión Digital Gran Formato	* Especialistas en Diseño Creativo y Fotografía *Posicionados como proveedores de alta calidad *Presencia en España y Portugal
 Action Print	Todo España	Impreson Digital Gran Formato, Impreson sobre rígidos, Gigantografía, Dato Variable en Plastico o Papel	*53 sucursales en España, 47 de ellas Agentes Comerciales *Especialización en Señalización y Avisos con Identidad Corporativa
 Comfot S.L.	Madrid	Impresión de Libros, Revistas y Folletos. Imprenta offset, impresión digital como complemento a sus clientes	*28 años de Experiencia Mercado Impresión Offset. Impresión digital como complemento al portafolio de servicios *Cartera de clientes de volumen: Recoletos, Mapfre, Ayuntamiento de Madrid
 Truyol	Madrid	*Especializados en fotografía, Gigantografía y Carterlería *Impresión digital de color y B/N encuadernacion Espiral. * Reproducción CD y DVD en gran escala	*15 años de Experiencia Mercado *Xerox Partner :tecnologia de vanguardia, estandarización procesos *Productividad Record en España 30 empleados de plantilla
 Publidisa	Sevilla, Barcelona, Portugal, Mexico y Argentina	* Especializados en la produccion por demanda de libros para el mercado Editorial Diseño,maquetación, edición y produccion de libros * Libros digitales	* Conocimiento de las necesidades del sector editorial y de las nuevas tecnologias aplicadas al mismo fundadores de ambos sectores . * Promotora del e-book y la producción de libros bajo demanda. * Presencia internacional, prestacion servicio global.
Fuente: Elaboración propia base "Actualidad Económica:5.000 empresas Españolas" y sitios web de las empresas (Abril 2006)			



IMPRESIÓN DIGITAL EN BARCELONA

Realizaremos un estudio detallado de la oferta de Impresión Digital en la ciudad de Barcelona ya que nuestra estrategia de comercialización durante los tres primeros años de esta empresa se localiza en esta ciudad.

Como se ha expuestos anteriormente, actualmente existen 98 empresas que ofertan en la ciudad de Barcelona servicios de Impresión Digital (fuente Paginas Amarillas 2006). De acuerdo con los productos ofertados podemos agruparlas en los siguientes segmentos:

TIPO PRODUCTO	PORCENTAJE POBLACION	NUMERO DE EMPRESAS
Rótulos, Avisos, Pancartas, Gigantografia	36%	35
Mailing publicitario Dato Variable	3%	3
Productos gráficos publicitarios y editoriales	12%	12
Impresión en Vidrio, Aluminio, PLV, Madera	9%	8
Foto copisterias	16%	15
Serigrafía y Packaging	7%	7
Papelería empresarial y personal	10%	10
Fotografía Preprensa y Laboratorio	7%	7

Los resultados de las entrevistas a telefónicas realizadas por los autores de este plan a cinco de las principales casas Editoriales en Barcelona, arrojan el siguiente posicionamiento del Top Ten de Empresas de Impresión Digital en Barcelona (para información detallada de la entrevista y sus resultados verse el Anexo 1).

- ❖ Go Print (Cargraphics)
- ❖ Book Print
- ❖ Imprenta Web - Blue Print SA
- ❖ Azertia
- ❖ Reprodiseñy
- ❖ Garman
- ❖ Abast
- ❖ Reproducciones BCN
- ❖ Agam
- ❖ Aragon Graf



1 ER TOP OF MIND : GO PRINT CARGRAPHICS

Go Print es una compañía de Impresión Digital de pequeño formato parte del grupo impresor colombiano Carvajal. Pionero en Barcelona en este tipo de producción, cuenta con 5 años de experiencia en España. Los productos que oferta son impresión en cuatricomía tamaño máximo A3. Su estrategia comercial esta orientada a la producción de libros de corto tiraje con encuadernación rústica fre-sada o espiral.

Posee maquinaria IBM y lineas propias de encuadernación. Su sede física esta en Hospitalet y no tiene agentes comerciales en el resto de España

A continuación un DAFO de este competidor:

 FORTALEZAS	 DEBILIDADES
• Contrato con Editorial Planeta para la producción del 50% de sus necesidades de impresión digital (500.000 ejemplares en el 2006). • 5 años de experiencia en Impresión Digital en Barcelona • Solidez financiera al ser parte de un Grupo Impresor Iberoamericano (Cargraphics) • Ofertan impresión simultánea en 4 países (México, Colombia, Brasil y España) • Soluciones Logísticas • Desarrollo de sistema de Información interno a medida para la administración de la producción • Respaldo y soporte tecnología IBM	• Concentración de la producción en un solo cliente. • Focalización en productos editoriales • Segmentación geográfica en Barcelona después de 5 años de ejercicio comercial • Bajos niveles de promoción y publicidad • Ausencia de una estrategia clara y solida web en un mercado de tecnología digital • Su organización es parte de una Editorial (Parramon Ediciones), lo que genera celo comercial entre sus clientes objetivo • Gama de precios altos

 OPORTUNIDADES	 AMENAZAS
• Ampliar su cartera de cliente en el mercado editorial • Entrar en nuevos mercados orientados al publicomercial • Maximizar la sinergia de su presencia en cinco países para ofertar impresión distribuida	• Su principal cliente ha montado una Imprenta Digital propia • Nuevos competidores con fuertes estrategias publicitarias y promocionales • Fortaleza de la competencia en la Web •



2DO TOP OF MIND : BOOK PRINT

Book Print es una compañía de Impresión Digital de reciente formación (2005), con capital Catalán. Su principal accionista es parte del equipo directivo del Grupo Planeta cuya inversión esta orientada a suplir las crecientes necesidades del grupo editor en impresión digital.

Los productos que oferta son libros y cubiertas en formato A4 como máximo, cuatricomía. Su oferta de papel se limita a offset de 80 gm y estucados de 80, 115 y 130 gm. Cuentas con líneas propias de encuadernación para rústica fresada, cosidas, grapa y espiral. Posee maquinaria de impresión Xerox. Su sede física esta en Hospitalet y no tiene agentes comerciales en el resto de España

A continuación un DAFO de este competidor:

 FORTALEZAS	 DEBILIDADES
• Vinculación directa con el Grupo Editorial Planeta. • Tecnología de punta en su capacidad instalada • 80% de su capacidad productiva ocupada, lo que le permite establecer beneficios a partir de proyectos adicionales • Capacidad de negociación importante con los proveedores, dada su especificidad de papel y la trayectoria y conocimiento del mercado de sus accionistas • Solidez financiera • Equipo técnico especializado y reconocido en el mercado. • Respaldo y soporte tecnología Xerox	• Concentración de la producción en un solo cliente • Focalización en productos editoriales • Segmentación geográfica en Barcelona • Bajos niveles de promoción y publicidad • Ausencia de una estrategia clara y solida web en un mercado de tecnología digital

 OPORTUNIDADES	 AMENAZAS
• Ampliar su cartera de cliente en el mercado editorial • Entrar en nuevos mercados orientados al publi comercial. • Red de contactos de editores e impresores comerciales de sus fundadores.	• Nuevos competidores con fuertes estrategias publicitarias y promocionales • Fortaleza de la competencia en la Web • Gama de precios medio



3ER TOP OF MIND :IMPRENTA WEB - BLUPRINT SA

Imprenta Web es el resultado de una estrategia de diversificación de BluPrint S.A. fotomecánica de tradición y representante de Apple en Barcelona. Su estrategia comercial se fundamenta en el servicio on -line de toda la cadena de valor de la organización y la entrega en 24 horas una vez dado el o.k a las pruebas de color enviadas

Su portafolio de productos incluye impresión digital en 4 colores, 1 color, impresión offset y de Gran Formato y encuadernación. Posee maquinaria de impresión HP y KBA. Su sede física esta en el Valles. Entrega producto en toda España en 24 horas. A continuación un DAFO de este competidor:

 FORTALEZAS	 DEBILIDADES
• Diversidad de portafolio comercial, pequeño y gran formato. • Uso de las tecnologías de la información para su promoción, producción y publicidad. Publicidad constante en Google. • Gama mas baja de precios del mercado. • Solución de e-procurement para el cliente para el manejo de sus archivos para reimpresiones "Click- Print" • Lineas de encuadernación propias optimizar tiempos de producción y entrega • Estrategias comerciales agresivas: Descuentos hasta del 30% , Pruebas de Color incluidas en el precio, presupuestos en 24 horas, entrega en 24 horas, alternativas innovadoras de encuadernación y acabados • Orientación al cliente • Tecnología de punta en capacidad instalada	• Bajo nivel de promoción y publicidad física de sus servicios • Promesas de entrega son muy agresivas en tiempos y no permiten que ocurran imprevistos • Han optado por hacer Pricing para entrar en el mercado, lo que los puede dejar con bajos o negativos niveles de ingresos • Cartera minuciosa de clientes lo que no le permite tener estabilidad en la ocupación de su capacidad.

 OPORTUNIDADES	 AMENAZAS
• Convertirse en un proveedor de vanguardia para Publicistas, Diseñadores, Editores etc. • Ofertar su servicio a Grandes Impresores para la recuperación de cortos de impresión. • Entrar en el mercado nacional	• Nuevos competidores con fuertes estrategias publicitarias y promocionales

Plan Estratégico Comercial

DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN

Para el lanzamiento de Ink Services al mercado hemos de considerar la siguiente situación actual:

 FORTALEZAS
* Conocimiento profundo a nivel técnico del Core Bussines del negocio: Impresión Digital. * Experiencia y trayectoria de los fundadores en el mercado de Artes Gráficas en España y Latino América. * Conocimiento actualizado de las necesidades del mercado Editorial. * Red de contactos inicial con los principales clientes del Sector Editorial y Publi Comercial * Relación y conocimiento previo de los proveedores del sector, tanto de materias primas, maquinaria como de posibles colaboradores en procesos intermedios como encuadernación, serigrafía etc. * Filosofía de trabajo orientada al Servicio al Cliente, la Innovación y la búsqueda de soluciones a las necesidades del mercado.

 DEBILIDADES
* Inversión inicial importante. Búsqueda de Socio Capitalista o Gran Imprenta para ser complemento de su servicio actual. * Fase de instalación en el mercado, promoción y publicidad necesarias y arranque del proceso productivo *



OPORTUNIDADES

- * Necesidad creciente de realizar inversión publicitaria más efectiva, orientada a las necesidades personales de cada consumidor. Esto nos permite generar estrategias de manejo de contenidos digitales y personalización de piezas publicitarias.
- * Ser proveedores de la recuperación de la impresión de cortos de tirada para las Grandes Imprentas.
- * Adquirir cuotas de mercado crecientes en el sector de Impresión Digital en el mercado de Comerciantes minoristas y mayoristas, Publicistas, autores y pequeños y medianos editores.
- * Convertirse en aliado estratégico de los editores para el lanzamiento de sus productos, complementando la cadena externa a la edición: Diseño, Diagramación, Fotomecánica, Impresión y Encuadernación.
- * Ser asesores y socios de la producción de elementos de promoción y publicidad de pequeños y medianos comerciantes, con entregas rápidas de material de última hora.
- * Generar alianzas con el estado (Ayuntamientos) en sus programas de apoyo a la Pyme para el asesoramiento y producción de la promoción y publicidad de estas empresas.



AMENAZAS

- * Los principales clientes compradores potenciales de este mercado incorporen a su ciclo productivo una división de Impresión Digital.
- * Los principales competidores desenfocan su atención comercial del mercado editorial y la dirijan al mercado público comercial.



OBJETIVOS COMERCIALES DE INK SERVICES 2007- 2011



CUALITATIVOS

- 1- Ofertar a nuestros clientes una amplia gama de productos con una alta calidad de impresión, al precio medio del mercado y en un tiempo de entrega máximo de 48 horas a partir de la aprobación de pruebas de color.
- 2- Convertirnos en el socio estratégico de nuestro cliente para la generación de publicidad impresa, a través de la automatización de procesos repetitivos, la administración de su base de datos y archivos y siendo el soporte técnico de impresión con dato variable para su estrategia de marketing uno a uno.
- 3- Asesorar y ayudar a nuestros clientes a la reducción de costes y tiempos de impresión, reprografía, promoción y publicidad impresa.



CUANTITATIVOS

Basados en los datos de tamaño y crecimiento del mercado de impresión Digital en Cataluña para los siguientes 5 años y en las posibilidades por la red de contactos de los socios fundadores de iniciar contratación con Editores y Comerciantes de Cataluña, nos planteamos los siguientes son los objetivos de ventas y margen de contribución para los primeros cinco años de nuestra actividad comercial:

Año	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas Brutas	1.500.000 €	2.000.000 €	2.200.000 €	2.420.000 €	2.662.000 €
Ventas en unidades	11.901.019	15.331.425	16.294.268	17.317.579	18.405.157
Margen de contribución	16,02%	16,20%	16,24%	16,27%	16,31%

- I. Ventas Brutas para el primer año de negocio 2007 1.500.000 € (un 1,2% del mercado de Cataluña), iniciando actividades desde el mes de enero pero facturando desde el mes de Abril
- II. Ventas Brutas para el segundo año de negocio (2008) 2.000.000€ (un 1,3% del total del mercado de Cataluña), facturando los 12 meses del año.
- III. Crecer a partir del 2009 de forma sostenida en ventas brutas en un 10% en un mercado con un crecimiento de un 18% anual.

IV. Mantener un margen de contribución sobre ventas brutas del 10-12% anual.

ESTRATEGIAS COMERCIALES DEL PRIMER AÑO DE ACTIVIDAD

PRODUCTO

Ink Services comercializara durante su primer año de actividad servicios de impresión digital con dato variable, enfatizando en el mailing personalizado (40% de sus ventas), el Buzoneo y Folletos (20% de sus ventas), Libros de corta tirada (20% de ventas), Revistas y Catálogos (16% de sus ventas) y Publicaciones de empresa (4% de sus ventas).

A continuación una descripción más detallada de los productos a comercializar:

MAILING (CORREO PERSONALIZADO)

Se trata de Hojas Sueltas formatos A4 impresas a 2 colores, 4 colores y 4 colores por cara y por dorso. Se personalizan al usuario al que se dirigen a través de la administración de bases de datos e imágenes propias o del cliente.

Este correo se empaca en sobres americanos o bolsas formato A4 las que también se imprimen en con dos o cuatro colores.

Para este producto la innovación que presenta Inks Service es la posibilidad de impresión de colores especiales y el uso de dato variable que no solo incluye el nombre del usuario sin también la foto del producto deseado, modelo, color, precio, facilidades de pago específicos a cada cliente por ejemplo:

- Información sobre nuevos automóviles personalizada con las fotos del modelo deseado en el color elegido, con accesorios y opciones
- Oferta de viaje seleccionando destinos, precios y programas en función de la situación familiar, gustos personales y posibilidades económicas del cliente



BUZONEO Y FOLLETOS (CORREO SIN PERSONALIZACIÓN)

Se trata de material publicitario que se distribuye en las cajas de correo de los potenciales clientes o apoya la publicidad en tienda sin personalización. En Ink Services producimos Dípticos y Trípticos formatos abierto A4 o Cerrado A4 en cuatro colores cara y dorso, y Flyers con formato máximo A4 abierto en 4 colores o 4 colores cara y 2 colores dorso.



LIBROS (TIRAJE ENTRE 1 Y 1.000 EJEMPLARES)

La oferta de Ink Services al sector de autores y editores se aplica a libros con formato máximo A4 abierto o mínimo A5 abierto, paginaje variado y encuadernación en Rústica Fresada y Rústica Cosida (servicio que subcontrataremos a la red de externos en los primeros 5 años de actividad).



REVISTAS Y CATÁLOGOS

Este material impreso se caracteriza por tener una circulación periódica en el año. El producto estándar es el formato A4 cerrado impreso en 4 colores por cara y dorso, en 8 y 12 paginas de contenido y con encuadernación de grapa. En cuanto a acabados Ink Services oferta desde barnizado, plastificado, serigrafías y estampados los cuales subcontratará en cada caso.



PUBLICACIONES DE EMPRESA

Documentación para seminarios, conferencias, convenciones, juntas reuniones, Manuales técnicos o comerciales, Memorias anuales, Muestrarios para fuerza comercial, Maquetas para proyectos, Banderolas interiores y exteriores, y carpetas de presentación.



CLIENTES

En un primer año de actividad comercial nos concentraremos en contactar, visitar y generar servicios y soluciones de impresión digital para dos tipos de clientes:

- ❖ Comerciantes Mayoristas de Barcelona: un total de 792 empresas en Barcelona a los que visitaremos en su totalidad con el objetivo de hacer conocer nuestra línea de producto de Mailing, Folletos, Catálogos y Buzoneo.

- ❖ Editoriales pequeñas y medianas: Cuantificadas en un total de 70 en Barcelona incluyen editores de libros en color y negro y revistas de publicación periódica. El énfasis en este sector será el ofertar soluciones competitivas para tiradas cortas de inmediata entrega.



LINEAS DE ACCIÓN OPERATIVAS



PRECIO

Precios medios del mercado

Costes de transporte y pruebas de color incluido en el precio



SERVICIO

Entrega de producto acabado 48 horas a partir de plotters /pruebas de color aprobadas.

Entrega de presupuesto en máximo 24 horas a partir de su solicitud.



POLÍTICA DE DESCUENTOS:

5% en el primer pedido

5% para entregas en un mes a partir de aprobación de pruebas de color



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Durante el 2007 se realizaran las siguientes inversiones en promoción y publicidad para darnos a conocer a nuestros clientes potenciales

- ❖ Folletos impresos in-house dos versiones General de la Empresa, sus productos y Servicios y específico para el segmento de Mailing Personalizado.

- ❖ Listas de precios impresas in house, con tarifas para los tres segmentos de mercado: Mailing y Buzoneo, Impresión de catálogos, folletos y revistas e impresión de libros.
- ❖ Diseño y desarrollo de pagina web y hostage en internet.
- ❖ Compra de base de datos de potenciales clientes en Cámara de Comercio de Barcelona y Cámara del Libro de Barcelona.

El siguiente será el presupuesto de inversión en este rubro :

Presupuesto de Promoción y Publicidad 2007	
Folleto General empresa	
Diseño	1.000 €
Impresión 1.000 ejemplares	1.380 €
Folleto Marketing one to one	
Diseño	1.000 €
Impresión 1.000 ejemplares	2.400 €
Listas de precios	
Diseño	500 €
Impresión 1.000 ejemplares	1.065 €
Pagina Web	
Diseño	5.000 €
Compra de Bases de datos clientes	
	2.000 €
Total	14.345 €



PRESUPUESTO DE VENTAS 2007

El siguiente será el presupuesto de ventas para el 2007 por linea de producto. Cuenta como base de precios la gama mas económica del mercado y cuantifica el número de unidades por la cantidad de hojas impresas en cada producto

Presupuesto de Ventas Brutas Ink Services 2007 por línea de Producto

Total 2007						
Línea de Producto	Peso en ventas	Producto	PVP Unitario	Unidades en paginas impresas	Unidades en hojas	Ventas en €
Mailing	40%	Hoja suelta Din A4 2+0	0,15 €	1,0	1.013.514	150.000 €
		Hoja suelta Din A4 4+0	0,15 €	1,0	1.013.514	150.000 €
		Hoja suelta Din A4 4+4	0,15 €	1,0	784.314	120.000 €
		Sobres Americano 2+0	0,17 €	1,0	517.241	90.000 €
		Bolsas DinC4 2+0	0,20 €	1,0	450.000	90.000 €
Subtotal Línea de producto Mailing					3.778.582	600.000 €
Buzoneo/ Folletos	20%	Diptico y Triptico Din A4 Abierto 4+4	0,17 €	1,0	529.412	90.000 €
		Triptico Din A4 cerrado 4+4	0,17 €	3,0	1.363.636	75.000 €
		Diptico Din A4 cerrado 4+4	0,27 €	2,0	561.798	75.000 €
		Flyer 10 *21cm 4+0	0,13 €	0,5	111.940	30.000 €
		Flyer 10 *21cm 4+1	0,13 €	0,5	111.940	30.000 €
Subtotal Línea de producto Buzoneo					2.678.726	300.000 €
Publicación Empresa	4%	Carpetas de presentacion 31 x 44,5 cm	0,13 €	4	1.846.154	60.000 €
Subtotal Línea de producto Publicación de Empresa					1.846.154	60.000 €
Revistas y Catalogos	16%	8 paginas Din A4 cerrado 4+4	1,40 €	8	685.714	120.000 €
		12 páginas Din A4 4+4	2,48 €	12	580.645	120.000 €
Subtotal Línea de producto Catalogos y Revistas					1.266.359	240.000 €
Libros	20%	Libros Din A5 96 pag. 1+1	3,62 €	24	397.790	60.000 €
		Libros Din A5 192 pag. 1+1	4,82 €	48	597.510	60.000 €
		Libros Din A5 256 pag 1 +1	6,27 €	64	459.330	45.000 €
		Libros Din A4 96 pag. 1+1	4,76 €	24	226.891	45.000 €
		Libros Din A4 192 pag. 1+1	7,04 €	48	306.818	45.000 €
		Libros Din A4 256 pag 1 +1	8,40 €	64	342.857	45.000 €
Subtotal Línea de producto Libros					2.331.197	300.000 €
Total					11.901.019	1.500.000 €
100%						1.500.000 €
Uso de capacidad productiva					56%	



PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL 2007

Las acciones comerciales de Ink Services se realizarán con base en periodos trimestrales vista. Para ello durante el primer trimestre del 2007 no se tiene presupuesto de ventas establecido de forma tal que el plan de visitas permite tener la flexibilidad del establecimiento de contactos durante este primer periodo de tiempo.

La estrategia de acciones comerciales se basará en generar un plan de visitas del segmento de clientes objetivo orientado a:

- ❖ Suplir las necesidades de publicidad de acuerdo con la fecha comercial próxima

- ❖ Suplir su necesidad de publicidad para la participación en ferias y eventos y así iniciar relaciones comerciales
- ❖ Establecer contacto para ofertar servicios de producción a medida

Para orientar estas estrategias hemos calendarizado el año 2007 según los siguientes eventos:

- Rebajas
- Ferias y exposiciones
- Días comerciales
- Periodos vacacionales
- Cambios de estacion

Revisaremos en detalle las acciones de los cuatro trimestres del 2007.

PRIMER TRIMESTRE 2007

Durante esta temporada ocurren los siguientes eventos comerciales en Barcelona:

ENERO						
1	2	3	4	5	6	7
					Reyes Magos	
8	9	10	11	12	13	14
REBAJAS DE INVIERNO						
15	16	17	18	19	20	21
REBAJAS DE INVIERNO						
22	23	24	25	26	27	28
REBAJAS DE INVIERNO						
29	30	31				
REBAJAS DE INVIERNO						
EXPOHOGAR						

FEBRERO						
1	2	3	4	5	6	7
REBAJAS DE INVIERNO						
			SALON GAUDI			
8	9	10	11	12	13	14
Dia Mujer	REBAJAS DE INVIERNO					San Valentin
15	16	17	18	19	20	21
REBAJAS DE INVIERNO						
			TECNO ALIMENTARIA			
22	23	24	25	26	27	28
REBAJAS DE INVIERNO						

MARZO						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
				COSMO BELLEZA		
15	16	17	18	19	20	21
						Primavera
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

El plan de visitas se orientara al realizar contactos y distribuir publicidad con los participantes en estos eventos y los clientes de las bases de datos de comerciantes y editores.

En enero se realizarán los primeros contactos telefónicos y se debe iniciar el plan de visitas diario máximo en la última semana del mes bajo los criterios establecidos para el mismo y orientado a los comerciantes que participan en los salones comerciales (29 en total), la primera parte de la base de datos de mayoristas (114 en total) editores Pequeños y Medianos (17 en total) y las primeras visitas de seguimiento (59 en total).

No existe presupuesto de ventas para este trimestre por lo que será la fase de iniciación y establecimiento de contactos.



SEGUNDO TRIMESTRE 2007

Durante esta temporada ocurren los siguientes eventos comerciales en Barcelona:

ABRIL						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
CONSTRUMAT						
15	16	17	18	19	20	21
Semana Santa						
22	23	24	25	26	27	28
SAN JOR SALON TURISMO						
29	30					

MAYO						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
SALON DEL AUTOMOVIL						
15	16	17	18	19	20	21
SALON LOGISTICA						
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

JUNIO						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
Segunda Pascua						
15	16	17	18	19	20	21
NOVIA ESPAÑA						
22	23	24	25	26	27	28
SAN JUAN						
29	30					

Se da lugar a un plan de visitas mas agresivo para lograr los cierres de las primeras negociaciones. Se deben realizar 27 visitas a expositores de salones comerciales del mes en curso y siguiente, 26 visitas a editores pequeños y Medianos, 106 visitas a comerciantes mayoristas. Se considera que se realizaran 54 visitas de seguimiento a ofertas iniciales.

Este trimestre tiene un peso del 24% de las ventas del 2007. Su distribución mensual será la siguiente:

Ventas por Tipo de Producto 2do Trimestre 2007

		5%		7%		12%		
		abril-07		mayo-07		junio-07		
Línea de Producto	Peso en ventas	Producto	Unidades	€	Unidades	€	Unidades	€
Mailing	40%	Hoja suelta Din A4 2+0	50.676	7.500 €	70.946	10.500 €	121.622	18.000 €
		Hoja suelta Din A4 4+0	50.676	7.500 €	70.946	10.500 €	121.622	18.000 €
		Hoja suelta Din A4 4+4	39.216	6.000 €	54.902	8.400 €	94.118	14.400 €
		Sobres Americano 2+0	25.862	4.500 €	36.207	6.300 €	62.069	10.800 €
		Bolsas DinC4 2+0	22.500	4.500 €	31.500	6.300 €	54.000	10.800 €
Subtotal Línea de producto Mailing			188.929	30.000 €	264.501	42.000 €	453.430	72.000 €
Buzoneo/ Folletos	20%	Díptico y Tríptico Din A4 Abierto 4+4	26.471	4.500 €	37.059	6.300 €	63.529	10.800 €
		Tríptico Din A4 cerrado 4+4	68.182	3.750 €	95.455	5.250 €	163.636	9.000 €
		Díptico Din A4 cerrado 4+4	28.090	3.750 €	39.326	5.250 €	67.416	9.000 €
		Flyer 10 *21cm 4+0	5.597	1.500 €	7.836	2.100 €	13.433	3.600 €
		Flyer 10 *21cm 4+1	5.597	1.500 €	7.836	2.100 €	13.433	3.600 €
Subtotal Línea de producto Buzoneo			133.936	15.000 €	187.511	21.000 €	321.447	36.000 €
Publicación Empresa	4%	Carpetas de presentacion 31 x 44,5 cm	92.308	3.000 €	129.231	4.200 €	221.538	7.200 €
Subtotal Línea de producto Publicación de Empresa			92.308	3.000 €	129.231	4.200 €	221.538	7.200 €
Revistas y Catalogos	16%	8 paginas Din A4 cerrado 4+4	34.286	6.000 €	48.000	8.400 €	82.286	14.400 €
		12 páginas Din A4 4+4	29.032	6.000 €	40.645	8.400 €	69.677	14.400 €
Subtotal Línea de producto Catalogos y Revistas			63.318	12.000 €	88.645	16.800 €	151.963	28.800 €
Libros	20%	Libros Din A5 96 pag. 1+1	19.890	3.000 €	27.845	4.200 €	47.735	7.200 €
		Libros Din A5 192 pag. 1+1	29.876	3.000 €	41.826	4.200 €	71.701	7.200 €
		Libros Din A5 256 pag 1+1	22.967	2.250 €	32.153	3.150 €	55.120	5.400 €
		Libros Din A4 96 pag. 1+1	11.345	2.250 €	15.882	3.150 €	27.227	5.400 €
		Libros Din A4 192 pag. 1+1	15.341	2.250 €	21.477	3.150 €	36.818	5.400 €
		Libros Din A4 256 pag 1+1	17.143	2.250 €	24.000	3.150 €	41.143	5.400 €
Subtotal Línea de producto Libros			96.670	15.000 €	135.338	21.000 €	232.009	36.000 €
Total			575.161	75.000 €	805.226	105.000 €	1.380.387	180.000 €
100%								
Uso de capacidad productiva			24%		34%		58%	



TERCER TRIMESTRE 2007

Durante esta temporada ocurren los siguientes eventos comerciales en Barcelona:

JULIO						
1	2	3	4	5	6	7
REBAJAS DE VERANO						
8	9	10	11	12	13	14
REBAJAS DE VERANO						
15	16	17	18	19	20	21
REBAJAS DE VERANO						
22	23	24	25	26	27	28
REBAJAS DE VERANO						
29	30	31				
REBAJAS DE VERANO						

AGOSTO						
1	2	3	4	5	6	7
REBAJAS DE VERANO						
VACACIONES VERANO						
8	9	10	11	12	13	14
REBAJAS DE VERANO						
VACACIONES VERANO						
15	16	17	18	19	20	21
REBAJAS DE VERANO						
VACACIONES VERANO						
22	23	24	25	26	27	28
REBAJAS DE VERANO						
VACACIONES VERANO						
29	30	31				
REBAJAS DE VERANO						
VACACIONES VERANO						

SEPTIEMBRE						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
EXPOHOGAR OTOÑO						
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
Puente Merce						
Otoño						
29	30	31				
LIBER						

En este trimestre solo se tienen dos meses de actividad comercial Julio y Septiembre, ya que en Agosto se realizan las vacaciones colectivas de la empresa. Se deben realizar 18 visitas a expositores de salones comerciales del mes siguiente, 18 visitas a editores pequeños y Medianos, 72 visitas a comerciantes mayoristas. Se considera que se realizaran 36 visitas de seguimiento a ofertas iniciales.

Ventas por Tipo de Producto 3er Trimestre 2007

			15%		0%		15%	
			julio-07		agosto-07		septiembre-07	
Línea de Producto	Peso en ventas	Producto	Unidades	€	Unidades	€	Unidades	€
Mailing	40%	Hoja suelta Din A4 2+0	152.027	22.500 €	-	- €	152.027	22.500 €
		Hoja suelta Din A4 4+0	152.027	22.500 €	-	- €	152.027	22.500 €
		Hoja suelta Din A4 4+4	117.647	18.000 €	-	- €	117.647	18.000 €
		Sobres Americano 2+0	77.586	13.500 €	-	- €	77.586	13.500 €
		Bolsas DinC4 2+0	67.500	13.500 €	-	- €	67.500	13.500 €
Subtotal Línea de producto Mailing			566.787	90.000 €	-	- €	566.787	90.000 €
Buzoneo/ Folletos	20%	Díptico y Tríptico Din A4 Abierto 4+4	79.412	13.500 €	-	- €	79.412	13.500 €
		Tríptico Din A4 cerrado 4+4	204.545	11.250 €	-	- €	204.545	11.250 €
		Díptico Din A4 cerrado 4+4	84.270	11.250 €	-	- €	84.270	11.250 €
		Flyer 10 *21cm 4+0	16.791	4.500 €	-	- €	16.791	4.500 €
		Flyer 10 *21cm 4+1	16.791	4.500 €	-	- €	16.791	4.500 €
Subtotal Línea de producto Buzoneo			401.809	45.000 €	-	- €	401.809	45.000 €
Publicación Empresa	4%	Carpetas de presentacion 31 x 44,5 cm	276.923	9.000 €	-	- €	276.923	9.000 €
Subtotal Línea de producto Publicación de Empresa			276.923	9.000 €	-	- €	276.923	9.000 €
Revistas y Catalogos	16%	8 paginas Din A4 cerrado 4+4	102.857	18.000 €	-	- €	102.857	18.000 €
		12 páginas Din A4 4+4	87.097	18.000 €	-	- €	87.097	18.000 €
Subtotal Línea de producto Catalogos y Revistas			189.954	36.000 €	-	- €	189.954	36.000 €
Libros	20%	Libros Din A5 96 pag. 1+1	59.669	9.000 €	-	- €	59.669	9.000 €
		Libros Din A5 192 pag. 1+1	89.627	9.000 €	-	- €	89.627	9.000 €
		Libros Din A5 256 pag 1+1	68.900	6.750 €	-	- €	68.900	6.750 €
		Libros Din A4 96 pag. 1+1	34.034	6.750 €	-	- €	34.034	6.750 €
		Libros Din A4 192 pag. 1+1	46.023	6.750 €	-	- €	46.023	6.750 €
		Libros Din A4 256 pag 1+1	51.429	6.750 €	-	- €	51.429	6.750 €
Subtotal Línea de producto Libros			290.011	45.000 €	-	- €	290.011	45.000 €
Total			1.725.484	225.000 €	-	- €	1.725.484	225.000 €
100%								
Uso de capacidad productiva			73%		0%		73%	



CUARTO TRIMESTRE 2007

Durante esta temporada ocurren los siguientes eventos comerciales en Barcelona:

OCTUBRE						
1	2	3	4	5	6	7
SALON CARAVANING						
8	9	10	11	12	13	14
				Puente del Pilar		
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
SALON NAUTICO - SALON INMOBILIARIO						
29	30	31				

NOVIEMBRE						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
EXPOQUIMIA						
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

DICIEMBRE						
1	2	3	4	5	6	7
				Puente Constitucion		
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
					Invierno	
22	23	24	25	26	27	28
		NAVIDAD				
29	30	31				
		AÑO NUEVO				

Este trimestre marca la temporada comercial más fuerte del año y el porcentaje mayor de ventas del mismo. Corresponde con las temporadas de venta navideña, colecciones de otoño -invierno y viajes y festividades de fin de año. Se deben realizar 27 visitas a expositores de salones comerciales del mes en curso y siguiente, 104 visitas a comerciantes mayoristas. Se considera que se realizaran 90 visitas de seguimiento a ofertas iniciales.

Este trimestre tiene un peso del 46% de las ventas del 2007. Su distribución mensual será la siguiente:

Ventas por Tipo de Producto 4to Trimestre 2007

			15%		16%		15%	
			octubre-07		noviembre-07		diciembre-07	
Línea de Producto	Peso en ventas	Producto	Unidades	€	Unidades	€	Unidades	€
Mailing	40%	Hoja suelta Din A4 2+0	152.027	22.500 €	162.162	24.000 €	152.027	22.500 €
		Hoja suelta Din A4 4+0	152.027	22.500 €	162.162	24.000 €	152.027	22.500 €
		Hoja suelta Din A4 4+4	117.647	18.000 €	125.490	19.200 €	117.647	18.000 €
		Sobres Americano 2+0	77.586	13.500 €	82.759	14.400 €	77.586	13.500 €
		Bolsas DinC4 2+0	67.500	13.500 €	72.000	14.400 €	67.500	13.500 €
Subtotal Línea de producto Mailing			566.787	90.000 €	604.573	96.000 €	566.787	90.000 €
Buzoneo/ Folletos	20%	Díptico y Tríptico Din A4 Abierto 4+4	79.412	13.500 €	84.706	14.400 €	79.412	13.500 €
		Tríptico Din A4 cerrado 4+4	204.545	11.250 €	218.182	12.000 €	204.545	11.250 €
		Díptico Din A4 cerrado 4+4	84.270	11.250 €	89.888	12.000 €	84.270	11.250 €
		Flyer 10 *21cm 4+0	16.791	4.500 €	17.910	4.800 €	16.791	4.500 €
		Flyer 10 *21cm 4+1	16.791	4.500 €	17.910	4.800 €	16.791	4.500 €
Subtotal Línea de producto Buzoneo			401.809	45.000 €	428.596	48.000 €	401.809	45.000 €
Publicación Empresa	4%	Carpetas de presentacion 31 x 44,5 cm	276.923	9.000 €	295.385	9.600 €	276.923	9.000 €
Subtotal Línea de producto Publicación de Empresa			276.923	9.000 €	295.385	9.600 €	276.923	9.000 €
Revistas y Catálogos	16%	8 páginas Din A4 cerrado 4+4	102.857	18.000 €	109.714	19.200 €	102.857	18.000 €
		12 páginas Din A4 4+4	87.097	18.000 €	92.903	19.200 €	87.097	18.000 €
Subtotal Línea de producto Catálogos y Revistas			189.954	36.000 €	202.618	38.400 €	189.954	36.000 €
Libros	20%	Libros Din A5 96 pag. 1+1	59.669	9.000 €	63.646	9.600 €	59.669	9.000 €
		Libros Din A5 192 pag. 1+1	89.627	9.000 €	95.602	9.600 €	89.627	9.000 €
		Libros Din A5 256 pag 1 +1	68.900	6.750 €	73.493	7.200 €	68.900	6.750 €
		Libros Din A4 96 pag. 1+1	34.034	6.750 €	36.303	7.200 €	34.034	6.750 €
		Libros Din A4 192 pag. 1+1	46.023	6.750 €	49.091	7.200 €	46.023	6.750 €
Subtotal Línea de producto Libros			290.011	45.000 €	309.345	48.000 €	290.011	45.000 €
Total			1.725.484	225.000 €	1.840.517	240.000 €	1.725.484	225.000 €
100%								
Uso de capacidad productiva			73%		100%		73%	



PLAN DE VISITAS 2007

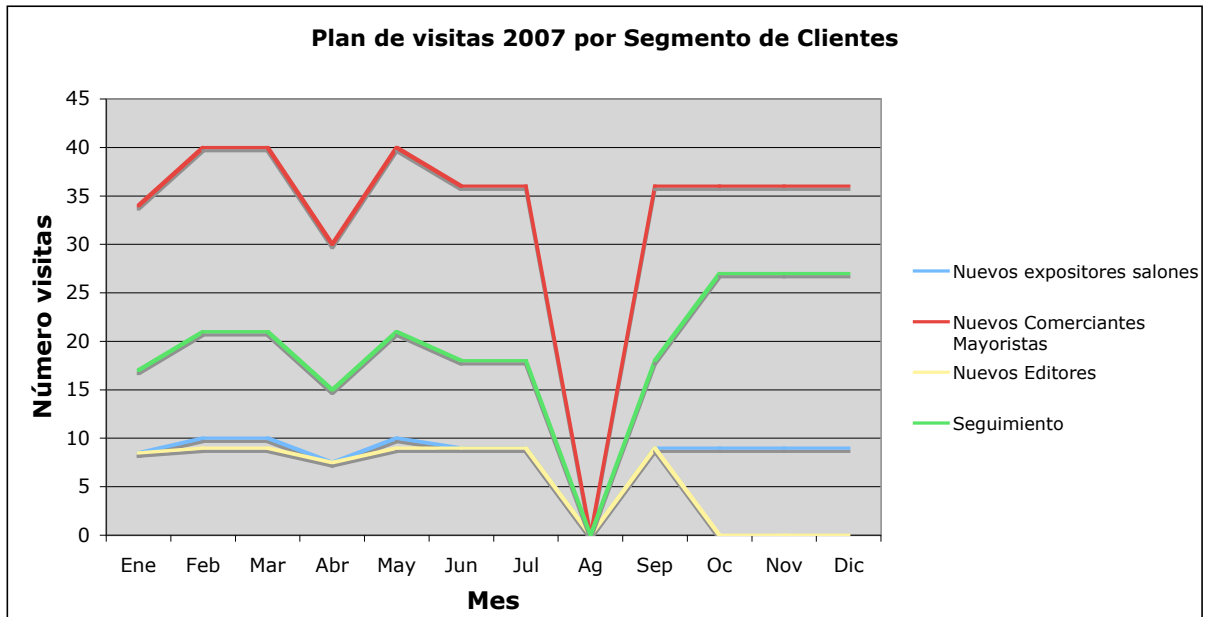
El plan de visitas comerciales diario se basa en los siguientes criterios.

- ❖ Dos comerciales (Comercial a comisión y Gerente)
- ❖ Horario laboral comercial Lunes a Viernes de 8:30 am. a 13:30 y de 15:00 a 18:00.
- ❖ Tres visitas diarias, llegada en la mañana al despacho y al final de la tarde con espacio para realizar seguimiento telefónico y agendamiento
- ❖ Fase inicial de tres meses de darse a conocer al mercado
- ❖ Porcentaje decreciente de clientes nuevos y seguimiento de clientes antiguos creciente.
- ❖ Reunión una vez por semana para revisión y seguimiento de visitas, agenda y resultados

Un modelo del plan de visitas semanal seria el siguiente:

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	
8:00	Llegada despacho, entrega y recogida de presupuestos, seguimiento proyectos en curso, recogida materiales publicitarios					
8:30						
9:00						
9:30						
10:00	Primera Visita del día					
10:30						
11:00						
11:30						
12:00	Segunda Visita del día					
12:30						
13:00						
13:30						
14:00	Comida					
14:30						
15:00						
15:30	Tercera Visita del día				Reunion Comercial Revisión programa semanal y prospección	
16:00						
16:30						
17:00	Regreso despacho, agendamiento de nuevas citas y revisión de procesos en curso					
17:30						
18:00						

El plan de visitas evolucionara mensualmente de la siguiente forma:



Al finalizar el 2007 tendremos que haber visitado:

- ❖ 400 Comerciantes Mayoristas de los 792 existentes en Barcelona (un 50,5%)
- ❖ 70 Editores pequeños y Medianos, la totalidad de los existentes en Barcelona.

De acuerdo con los resultados de este planteamiento comercial se estructuraran las estrategias del año 2008



CUENTA DE RESULTADOS DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL

La siguiente es la cuenta de resultados estimada para el departamento comercial en los primeros cinco años de actividad.

	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas Brutas	1.500.000 €	2.000.000 €	2.200.000 €	2.420.000 €	2.662.000 €
Descuentos sobre ventas	75.000 €	100.000 €	110.000 €	121.000 €	133.100 €
Ventas Netas	1.425.000 €	1.900.000 €	2.090.000 €	2.299.000 €	2.528.900 €
Coste del Producto	1.133.041 €	1.510.721 €	1.661.793 €	1.827.972 €	2.010.770 €
<i>Coste Papel</i>	600.000 €	800.000 €	880.000 €	968.000 €	1.064.800 €
<i>Coste Insumos</i>	476.041 €	634.721 €	698.193 €	768.012 €	844.814 €
<i>Terceros (encuadernacion externa)</i>	57.000 €	76.000 €	83.600 €	91.960 €	101.156 €
Margen bruto contribucion	291.959 €	389.279 €	428.207 €	471.028 €	518.130 €
<i>Comisiones (5% ventas netas menos papel)</i>	24.750 €	33.000 €	36.300 €	39.930 €	43.923 €
<i>Transporte</i>	12.000 €	12.420 €	12.855 €	13.305 €	13.770 €
<i>Publicidad (1,8% de ventas netas menos papel)</i>	14.850 €	19.800 €	21.780 €	23.958 €	26.354 €
Total Gastos Dpto Marketing	51.600 €	65.220 €	70.935 €	77.193 €	84.047 €
Margen neto de contribucion	240.359 € 16,02%	324.059 € 16,20%	357.272 € 16,24%	393.835 € 16,27%	434.083 € 16,31%

Capítulo Segundo

PLAN DE PRODUCCION Y SERVICIOS



SISTEMAS PRODUCTIVOS INSTALADOS

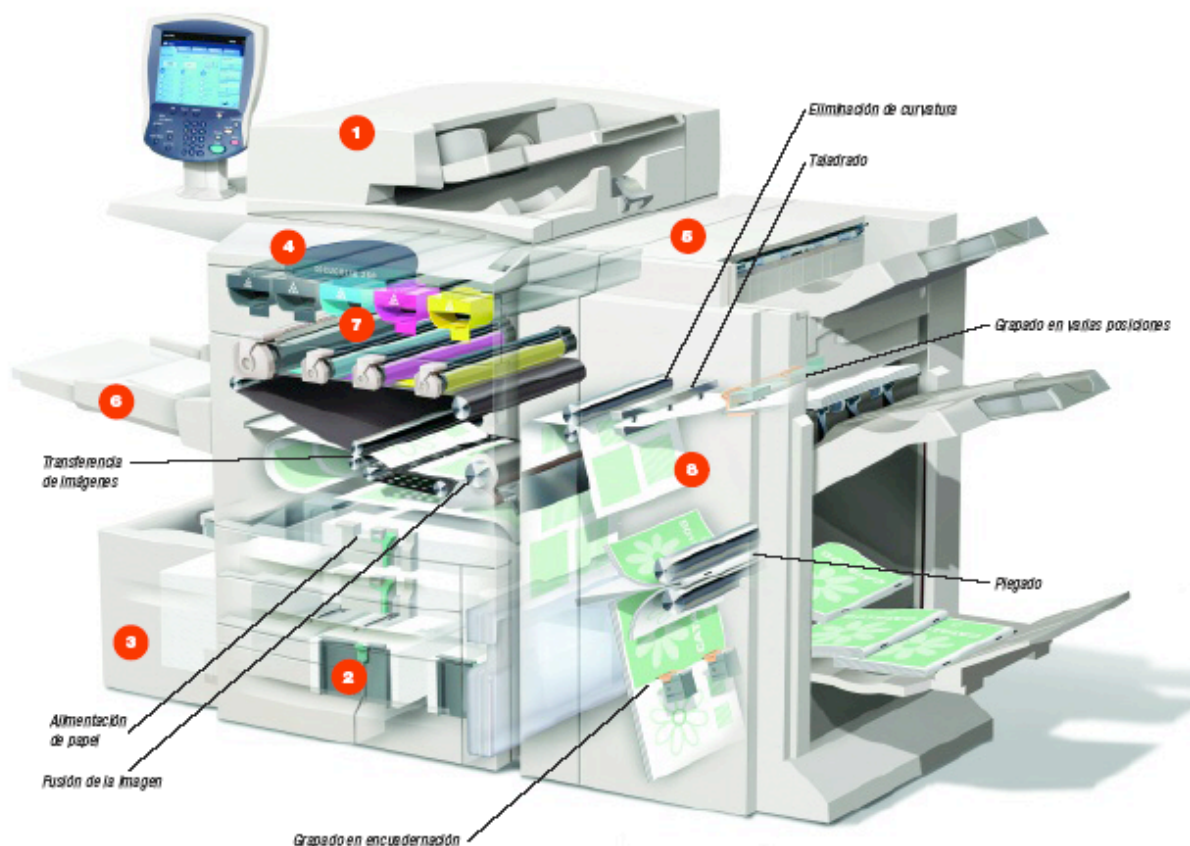


MAQUINAS DE IMPRESIÓN DIGITAL

Para los cinco primeros años de actividad de Ink Services hemos elegido adquirir a través de un contrato de renting cuatro líneas de impresión digital copiadoras impresoras Docu Color 250 de Xerox.

Dichos equipos nos brindaran la posibilidad de imprimir documentos con resolución final de 2400 x 2400 ppp. en cuatricomía CMYK y con posibilidad de introducir un barniz brillo como acabado. Por otra parte podremos fabricar en línea productos taladrados y grapados (hasta 100 páginas), así como dípticos y trípticos con plegado ventana.

Algunas de las características especiales de esta maquinaria son:



1. Alimentador automático de documentos a doble cara para 250 hojas
2. 5 bandejas de serie que alcanzan una capacidad total de papel de 3.260 hojas.

3. Alimentador de alta capacidad
4. Capacidad de toner aumentada. Dos unidades reemplazables de toner negro reduciendo el tiempo de recarga
5. Módulos de acabados
6. Recorrido sencillo del papel dentro de la maquina que permite usar papeles hasta de 340 gm.
7. Alimentación con registro central que reduce los fallos de registro
8. Resolución de 2.400 pp

Las siguientes son las características técnicas del equipo

	 DOCU COLOR 250
Velocidad	50 páginas en color por minuto 60 páginas en blanco y negro por minuto 16 paginas en gramaje alto (mayor a 150gm) a color minuto
Volumen de Trabajo	Hasta 200.000 páginas mensuales
Manejo de Papel	Alimentador de gran capacidad para 2.000 hojas
Salida de papel	Bandeja superior para 500 hojas, bandeja apiladora para 1.500 hojas, taladrado y grapado en varias posiciones, creación de folletos plegados en V, generación de folletos encuadernados
Memoria	256 Mg más disco duro de 80GB
Resolución de la impresión	2.400 x 2400 ppp
Formato máximo impresión	317 x 480 mm SRA3
Gramaje máximo	300 g/m
Requisitos eléctricos	10 amp (220/240v)
Dimensiones	1,65 m x 0,92 m x 1,37 m



PLAN MAESTRO DE PRODUCCIÓN (PRIMER AÑO DE ACTIVIDAD)

Basándonos en nuestra previsión de ventas mensuales por producto para el primer año de actividad, nos planteamos realizar un Plan Maestro de Producción, el que dadas las siguientes características de nuestro negocio, será revisado semanalmente por el equipo directivo:

- ❖ Tanto la naturaleza de la impresión digital como la de los clientes/producto de Ink Services se rigen bajo un sistema productivo Just In Time, por lo que no se tienen stocks de producto semi elaborado, ni acabado.
- ❖ La capacidad productiva instalada en Ink Services permite la fabricación de los productos ofertados en cualquier línea de producción. Por ello nuestro plan maestro se basa en las horas de máquina requeridas para la fabricación del presupuesto de ventas.
- ❖ Los tiempos de demora y mantenimiento preventivo son mínimos dada la baja antigüedad de las máquinas.



DEMANDA AGREGADA

Como lo hemos comentado prevemos que los tres primeros meses de actividad no se genere demanda, ya que en este periodo se realizarán las actividades de divulgación, instalación y puesta a punto de la planta. La siguiente es la demanda agregada prevista para nueve meses restantes del primer año de actividad :

Mes	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem.	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Días Laborales	18	22	20	21	0	21	21	21	17	225
Demanda pag. A4 a 4/4	460.129	644.181	1.104.310	1.380.387	0	1.380.387	1.380.387	1.472.413	1.380.387	9.202.583
Demanda pag. A4 a 1/1	115.032	161.045	276.077	345.097	0	345.097	345.097	368.103	345.097	2.300.646
Demanda cubiertas 4/0	959	1.342	2.301	2.876	0	2.876	2.876	3.068	2.876	19.172
Demanda total	575.161	805.226	1.380.387	1.725.484	0	1.725.484	1.725.484	1.840.517	1.725.484	11.503.229

* Una unidad es una página impresa por una cara



CAPACIDAD PRODUCTIVA

Dispondremos de 4 cadenas de fabricación iguales (Docu Print 250), las que dadas sus características técnicas tienen diferentes velocidades para realizar diferentes tipos de producto.

Los datos base de la capacidad productiva de estas líneas son:

Color	Pági. por min.	Pág. por hora	Tiempo Productivo por turno en horas					Pág. por máq. diarias	Coste por página		
	ppm	pph	Turnos	Duración	Demoras	Mantenimiento	Total	pmd	Insumos	Otros (energía)	Total
4x4	50	3,000	1	8	1	0.2	6.8	20,400	0.04 €	0.01	0.05 €
1x1	65	3,900	1	8	1	0.2	6.8	26,520	0.03 €	0.01	0.04 €
Cub	16	960	1	8	1	0.2	6.8	6,528	0.04 €	0.01	0.05 €

La siguiente será la demanda corregida de horas máquina mensual durante el primer año:

2007	Días Lab.	Demanda 4/4	Demanda 1/1	Demanda cubiertas	Horas de máquina a 4/4	Horas de máquina a 1/1	Horas de máquina cubiertas	Total horas	Horas maq. Mes	Máquinas ocupadas al mes
Ene.	21	0	0	0	0	0	0.0	0	0	0.0
Feb.	20	0	0	0	0	0	0.0	0	0	0.0
Mar.	23	0	0	0	0	0	0.0	0	0	0.0
Abr.	18	460,129	115,032	959	153	29	1.0	184	122.4	1.5
May.	22	644,181	161,045	1,342	215	41	1.4	257	149.6	1.7
Jun.	20	1,104,310	276,077	2,301	368	71	2.4	441	136	3.2
Jul	21	1,380,387	345,097	2,876	460	88	3.0	552	142.8	3.9
Ags	0	0	0	0	0	0	0.0	0	0	0.0
Sep	21	1,380,387	345,097	2,876	460	88	3.0	552	142.8	3.9
Oct	21	1,380,387	345,097	2,876	460	88	3.0	552	142.8	3.9
Nov	21	1,472,413	368,103	3,068	491	94	3.2	588	142.8	4.1
Dic	17	1,380,387	345,097	2,876	460	88	3.0	552	115.6	4.8

A partir de este Plan Maestro tomamos las siguientes decisiones:

1. La adquisición de los equipos productivos se realizará de manera escalonada así:
 - Dos máquinas en el mes de Marzo
 - Una tercera máquina en el mes de Mayo
 - Una cuarta máquina en el mes de Junio
1. Las necesidades adicionales a la capacidad productiva que se generaran durante los meses de Junio(33 horas),Noviembre (16 horas) y Diciembre (92) se suplirán con horas extras o a cambio de días compensatorios.



GESTIÓN DE STOCKS

Dentro de los materiales necesarios para nuestro proceso productivo, podemos clasificar los siguientes grupos:

Grupo A

- * Papel resmado, en formato A3 y A4
- * Toner para máquinas de impresión

Grupo B

- * Cajas de Cartón PH canal sencillo
- * Papel Kraf para hacer paquetes

Grupo C

- * Precintos

Las estanterías de estos materiales están situados en la parte posterior de nuestra planta en la zona de almacén de la planta con una capacidad de 10 metros cúbicos de almacenaje.

Para el manejo del stock de estos materiales hemos decidido tener un stock de seguridad basado en la demanda planificada para el primer año de forma

mensual y equivalente a una semana de producción, ya que este es el tiempo que le toma a nuestros proveedores suministrarnos el material a partir del momento en que les ponemos una orden de trabajo.

Este sistema de manejo de stock, requerirá la revisión permanente de la demanda generada para no crear problemas de rotura de stock.

El análisis de la demanda del primer año nos arroja el siguiente stock semanal a manejar:



PAPEL

Articulos Mes	Papel Estucado 115 gm A4		Papel Estucado 115 gm A3		Cartulina 1/C 240 gm A3	
	Demanda Mensual	Stock Semanal	Demanda Mensual	Stock Semanal	Demanda Mensual	Stock Semanal
Enero	0	0	0	0	0	0
Febrero	0	0	0	0	0	0
Marzo	0	0	0	0	0	0
Abril	460,129	115,032	115,032	28,758	959	240
Mayo	644,181	161,045	161,045	40,261	1,342	336
Junio	1,104,310	276,077	276,077	69,019	2,301	575
Julio	1,380,387	345,097	345,097	86,274	2,876	719
Agosto	0	0	0	0	0	0
Septiembre	1,380,387	345,097	345,097	86,274	2,876	719
Octubre	1,380,387	345,097	345,097	86,274	2,876	719
Noviembre	1,472,413	368,103	368,103	92,026	3,068	767
Diciembre	1,380,387	345,097	345,097	86,274	2,876	719

El stock de seguridad se tendrá en estas calidades y formatos de papel. Para demandas generadas en otras calidades de papel se pactará con el cliente el tiempo de entrega acorde con la provisión de dichos materiales.



TINTA

El stock de este material es en forma de toners para las maquinas. Se cuenta que un toner dura una media de 10.000 paginas 4/4 de alta calidad. Con esto el estock semanal de seguridad a tener durante el primer año de actividad será:

Articulos Mes	Toner Tinta	
	Demanda Mensual	Stock Semanal
Enero	0	0
Febrero	0	0
Marzo	0	0
Abril	58	14
Mayo	81	20
Junio	138	35
Julio	173	43
Agosto	0	0
Septiembre	173	43
Octubre	173	43
Noviembre	184	46
Diciembre	173	43

MATERIAL DE EMBALAJE

El stock a asegurar es el de Cajas de Cartón, Papel Kraff y Precintos. En el caso de las cajas se cuenta con el formato PH canal sencillo cuya capacidad media es de 4.000 hojas A4. Así el estock semanal de estas cajas ha de ser:

Articulos Mes	Cajas PH	
	Demanda Mensual	Stock Semanal
Enero	0	0
Febrero	0	0
Marzo	0	0
Abril	144	36
Mayo	202	50
Junio	346	86
Julio	432	108
Agosto	0	0
Septiembre	432	108
Octubre	432	108
Noviembre	461	115
Diciembre	432	108

En el caso del Papel Kraff y los Precintos, al ser estos de suministro por el proveedor en 24 horas, se tendrán como stock de seguridad el equivalente a 100 mt lineales de los mismos.



LAYOUT DE LA PLANTA

La disposición elegida para nuestra planta ha sido orientada al producto, ya que hemos dispuesto los puestos de trabajo de acuerdo con la secuencia de operaciones necesarias para obtener el producto final.



ZONA DE PREPrensa

- En esta zona se ubican los servidores y ordenadores que procesan los documentos del cliente. El puesto de trabajo está diseñado en forma de L para que el operario del mismo (Diseñador Gráfico) pueda controlar tanto los servidores como los ordenadores donde procesa las imágenes y archivos.
- Este puesto de trabajo recibe ficheros a través de CD o de FTP.
- Se encuentra interconectada por un sistema de cableado estructurado a las máquinas de producción y desde aquí se da inicio al proceso productivo



SALA DE PRODUCCIÓN:

- Las cuatro líneas de producción (Máquinas de impresión) han sido dispuestas de forma paralela, con la zona de almacén en línea con su área de carga de papel y en la zona de finalización una mesa de trabajo para realizar el picking y packing del producto finalizado.
- Esta zona tiene un acceso directo a la puerta de carga y descarga de la nave. Las cuatro máquinas tienen la misma capacidad de fabricación de cualquiera de los productos ofertados, lo que permite balancearlas de acuerdo a la carga de trabajo, o los componentes del producto en fabricación (mail, revista, cubiertas, trípticos etc).
- El operario de las mismas (Auxiliar Técnico en Artes Gráficas), permanece de pie supervisando el funcionamiento correcto de las líneas.



ÁREAS ADMINISTRATIVAS- SERVICIO AL CLIENTE

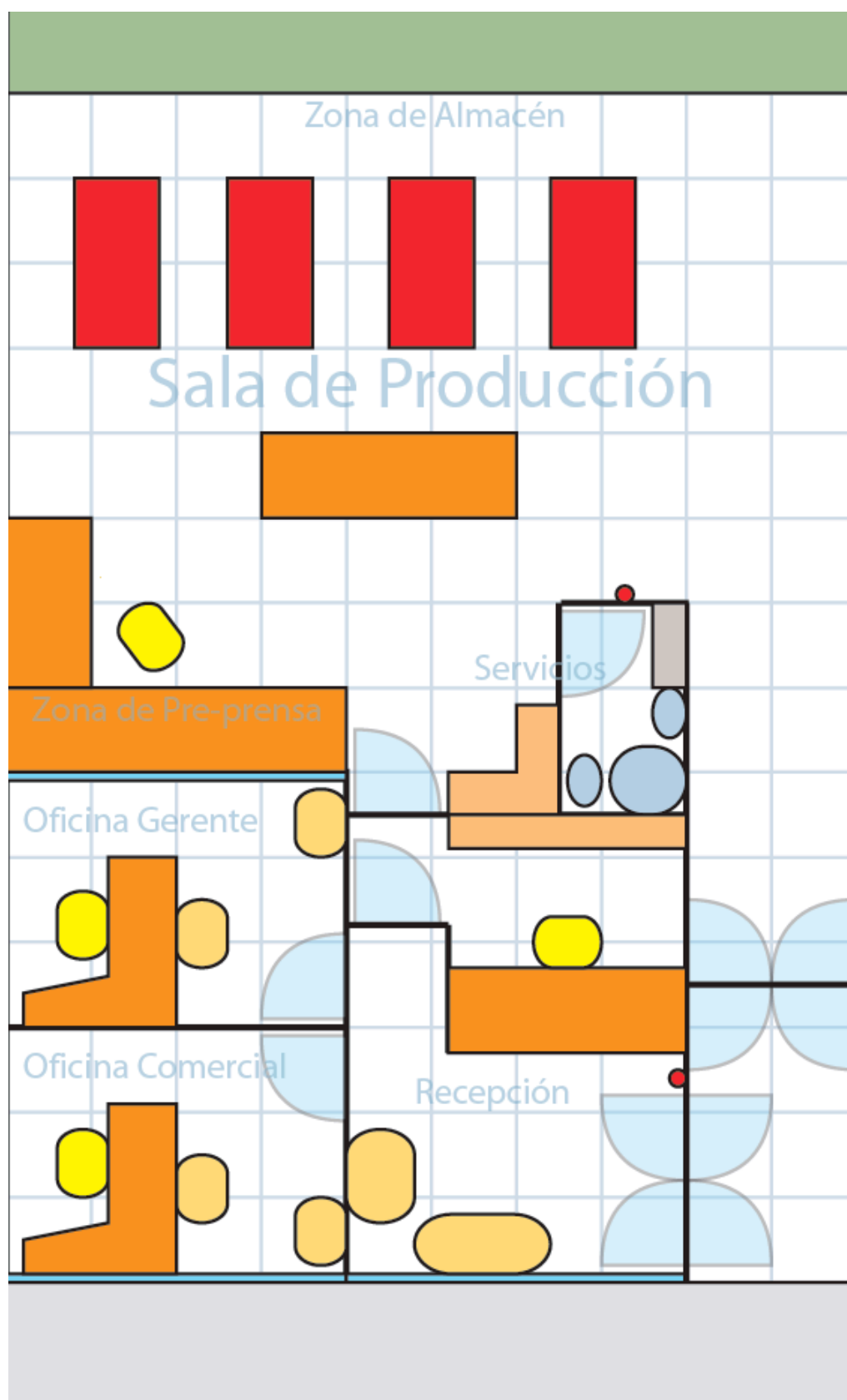
- Estas áreas se componen esencialmente de los despachos de Gerencia, Comercial y Recepción. En ellas se gestionan todos los procesos comerciales y administrativos de la planta.



ÁREA DE DESCANSO Y SERVICIOS

- Da servicio a toda la planta y en ella se encuentran los servicios sanitarios, y la cafetería

LAYOUT INK SERVICES





PROCESOS OPERATIVOS Y PRODUCTIVOS

Dentro de Ink Services tenemos cuatro procesos operativos y productivos bien definidos: Comercial, Pre impresión, Impresión, Logística y Administración.

La eficacia en cada uno de estos procesos nos permitirá tener la rapidez (principal característica de este negocio), el bajo coste y el no despilfarro ni de tiempo ni recursos en la organización.



PROCESO COMERCIAL

El proceso comercial se inicia cuando un cliente contacta a la planta en búsqueda de información/presupuesto. Este proceso puede tener los siguientes inputs:

- Visita comercial directa.
- Contacto del cliente vía telefónica, fax, pagina web.
- Visita directa del cliente a la planta.
- Contacto de cliente por pagina web solicitando información /presupuesto

Las actividades que se realizan en este proceso son:

- Configuración del presupuesto: donde se define formalmente el producto, se detallan los procesos productivos a llevar a cabo, se estiman los tiempos y cantidades de materiales y mano de obra / horas máquina y se hace una definición preliminar del precio. De esta actividad sale un presupuesto en forma de documento.
- Entrega del presupuesto al diseñador gráfico para validación técnica de viabilidad de la producción tal y como ha sido pensada.
- Entrega de presupuesto al cliente. Seguimiento del mismo.
- Aprobación del presupuesto. En caso de pago a crédito, entrega de documentos para soportar el mismo a administración.
- Recepción de pedido y ficheros/ documentos del cliente

El output de este proceso es el pedido en firme del cliente a la planta.

La descripción esquemática de este proceso es la siguiente:

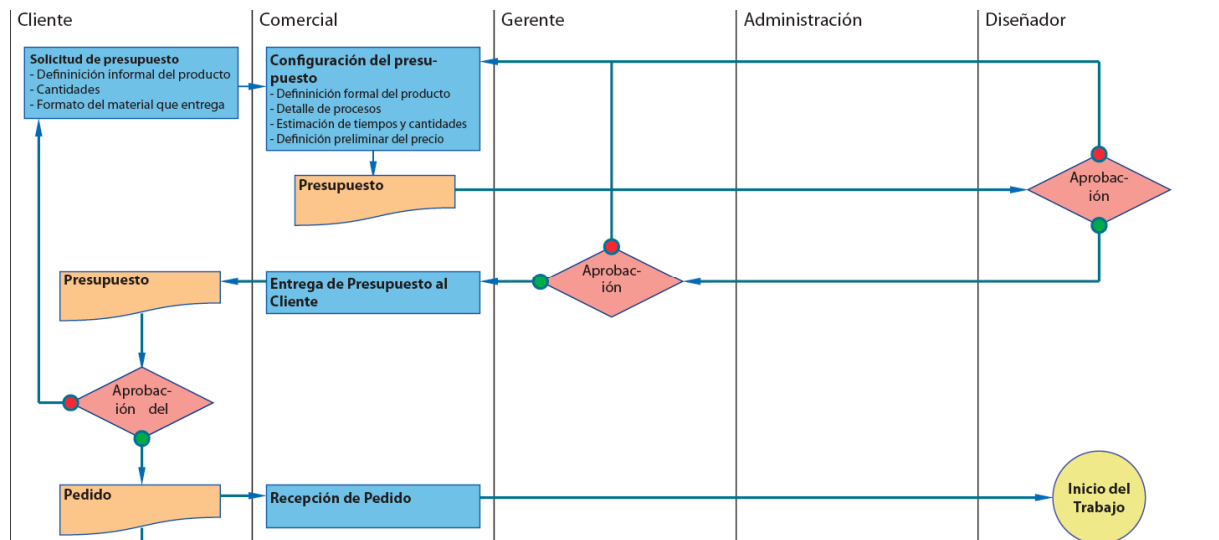


Diagrama de flujo proceso comercial Ink Services



PROCESO PRE PRENSA

El proceso de pre prensa se inicia cuando un cliente ha aprobado un presupuesto y/o ha enviado su orden de trabajo. Este proceso puede tener los siguientes inputs:

- Presupuesto aprobado por el cliente
- Orden de trabajo del cliente

Las actividades que se realizan en este proceso son:

- Apertura de la orden de trabajo: Se genera la carpeta de trabajo acorde con las características del presupuestos aprobado y las instrucciones adicionales en el pedido del cliente. Se genera una carpeta en el servidor para guardar los documentos de dicho trabajo
- Se entregan los ficheros/documentos del cliente a pre prensa. Este certifica los ficheros y los identifica.
- Si los ficheros no pasan la certificación, se reportan los problemas al cliente con dos opciones: solicitar nuevos ficheros y coste de reparación de los mismos en Ink Services

- En caso que el fichero pase la certificación se procede a realizar una maqueta del producto acabado para su aprobación por el cliente.
- Se inicia el proceso productivo.

El output de este proceso es la orden de producción y archivos tratados para imprimir.

La descripción esquemática de este proceso es la siguiente:

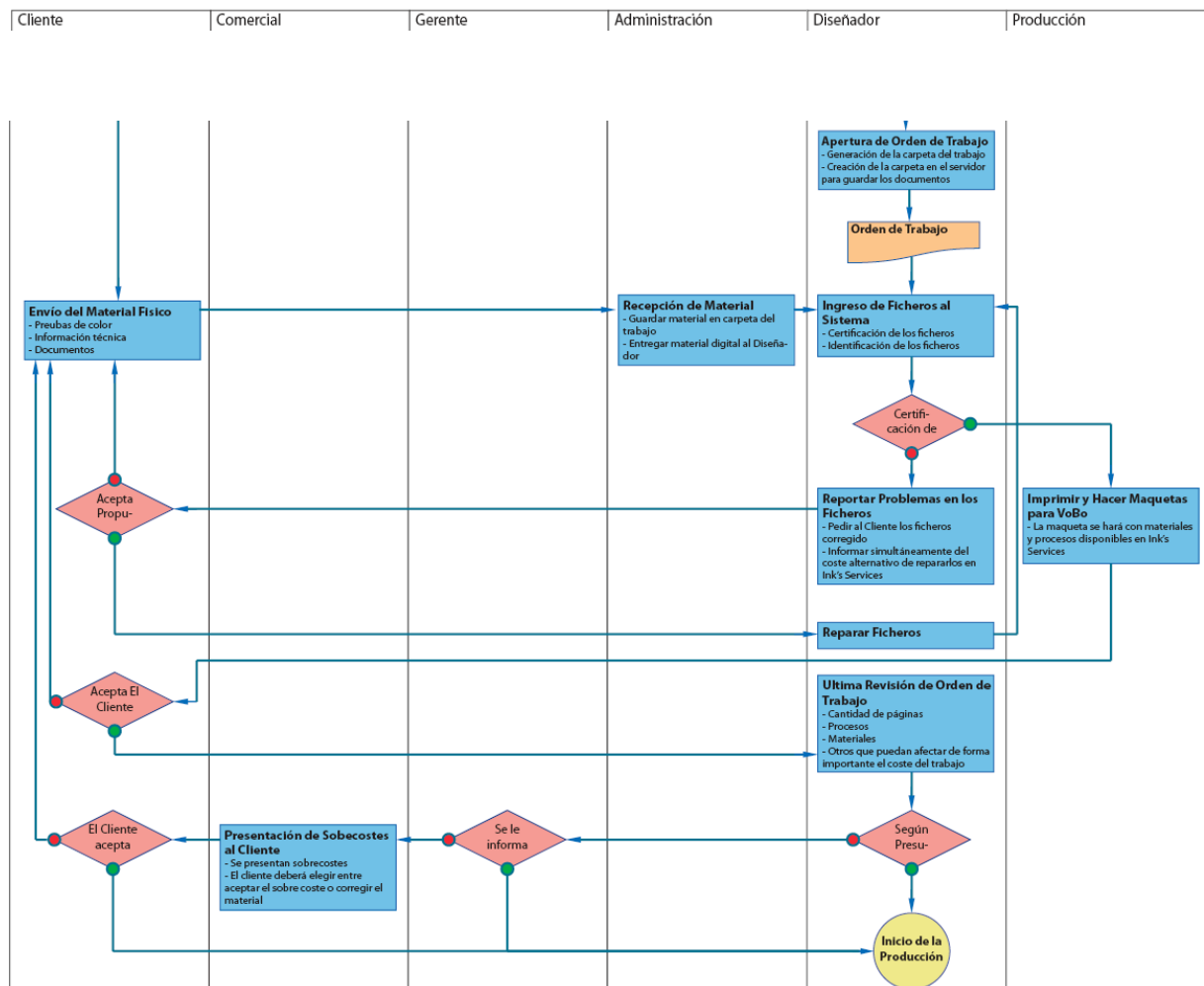


Diagrama de flujo proceso pre prensa en Ink Services



PROCESO PRODUCTIVO

El proceso de productivo se inicia cuando pre prensa ha generado la orden de producción y ha tratado los archivos del cliente para poder ser producidos Este proceso puede tener los siguientes inputs:

- Orden de producción con descripción de cantidades y calidades materias primas
- Montajes de archivos (archivos tratados para imprimir)

Las actividades que se realizan en este proceso son:

- Suministro de los materiales desde almacén a máquinas acorde al pedido realizado en la orden de trabajo
- Elaboración de pedido de servicios externos (en el caso en que se requiere como encuadernación de libros)
- Impresión: verificación de calidad durante el proceso de productivo
- Envío y recepción de material impreso a externos (para procesos adicionales como serigrafía, troquelado,etc)
- Picking y Packing del producto finalizado

El output de este proceso es el producto acabado y empacado.

La descripción esquemática de este proceso es la siguiente:

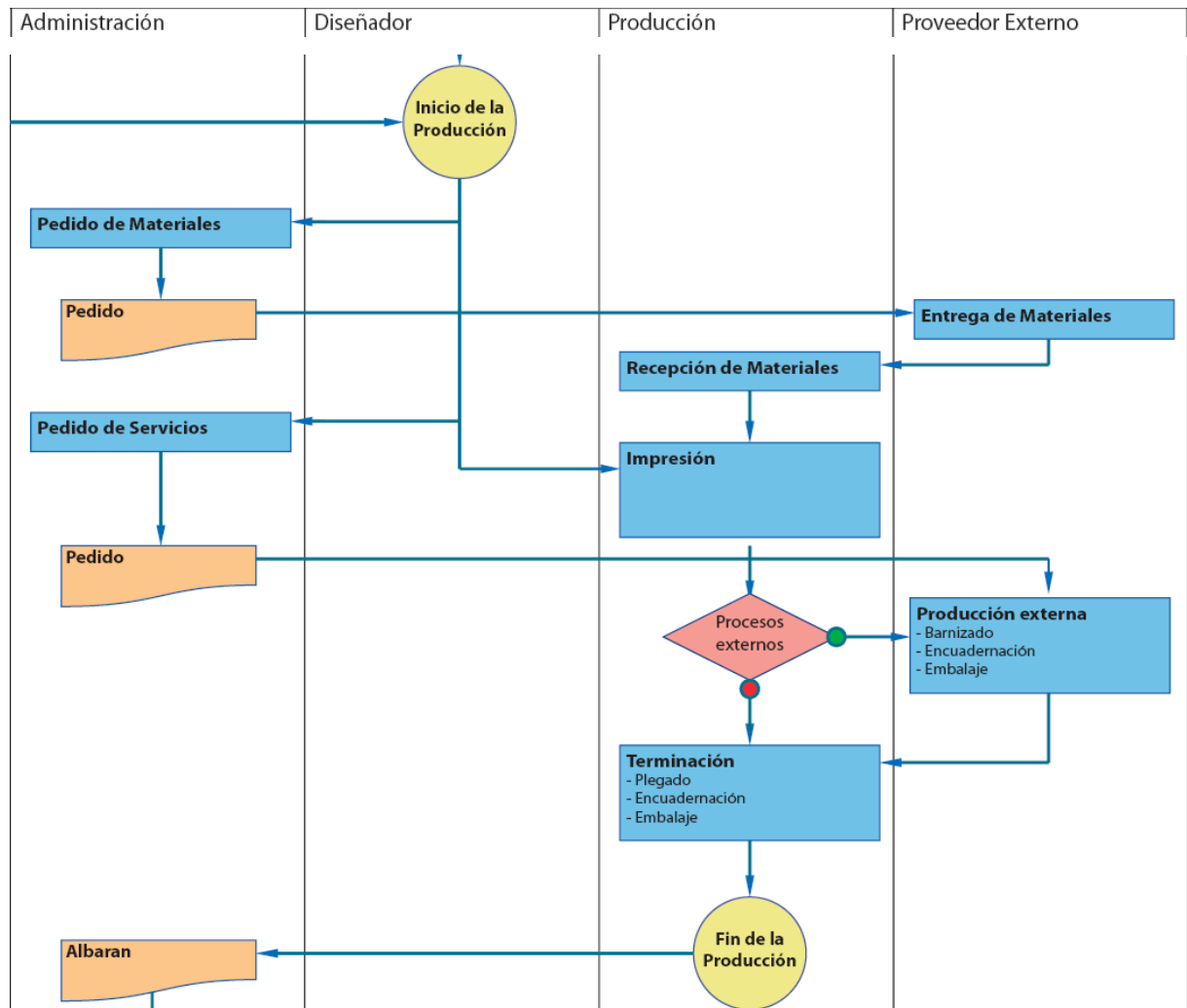


Diagrama de flujo proceso producción en Ink Services



PROCESO LOGÍSTICO- ADMINISTRATIVO

El proceso de Logística - Administración se inicia cuando se tiene un producto semi elaborado que debe enviarse a un tercero, o un producto acabado que debe enviarse a un cliente. Este proceso puede tener los siguientes inputs:

- Orden de trabajo a externos
- Producto Acabado

Las actividades que se realizan en este proceso son:

- Pedidos de materia prima acorde con los presupuestos aprobados
- Recepción y almacenaje de materias primas
- Control del stock de seguridad
- Solicitudes de transporte para envío y recogida de material semi elaborado a terceros.
- Recepción de producto semi elaborado o acabado de terceros.
- Envío de producto acabado a clientes con sus albaranes de entrega
- Envío de facturación al clientes
- Cobro de facturas a clientes
- Pago a proveedores

El out put de este proceso es la factura a cliente y su recaudo y las facturas de proveedores y su pago.

La descripción esquemática de este proceso es la siguiente:

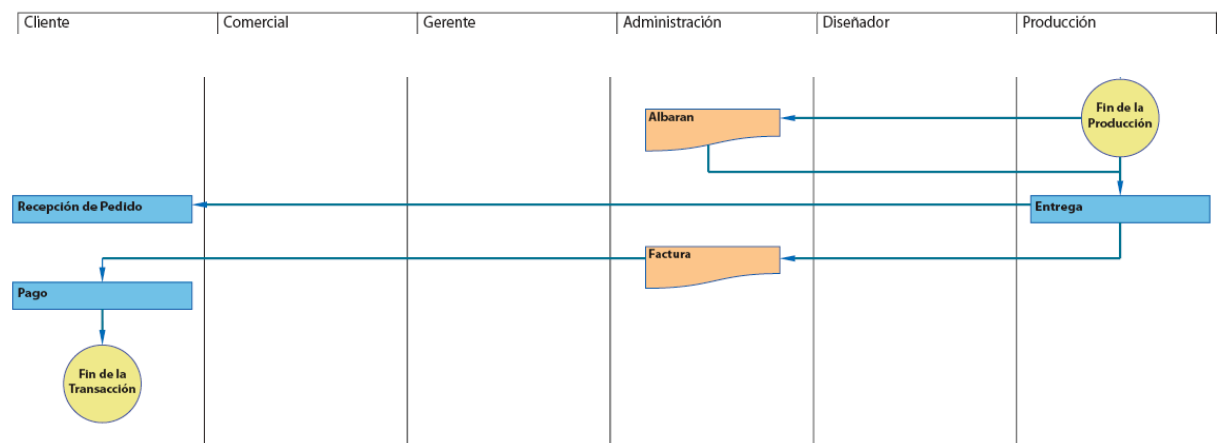
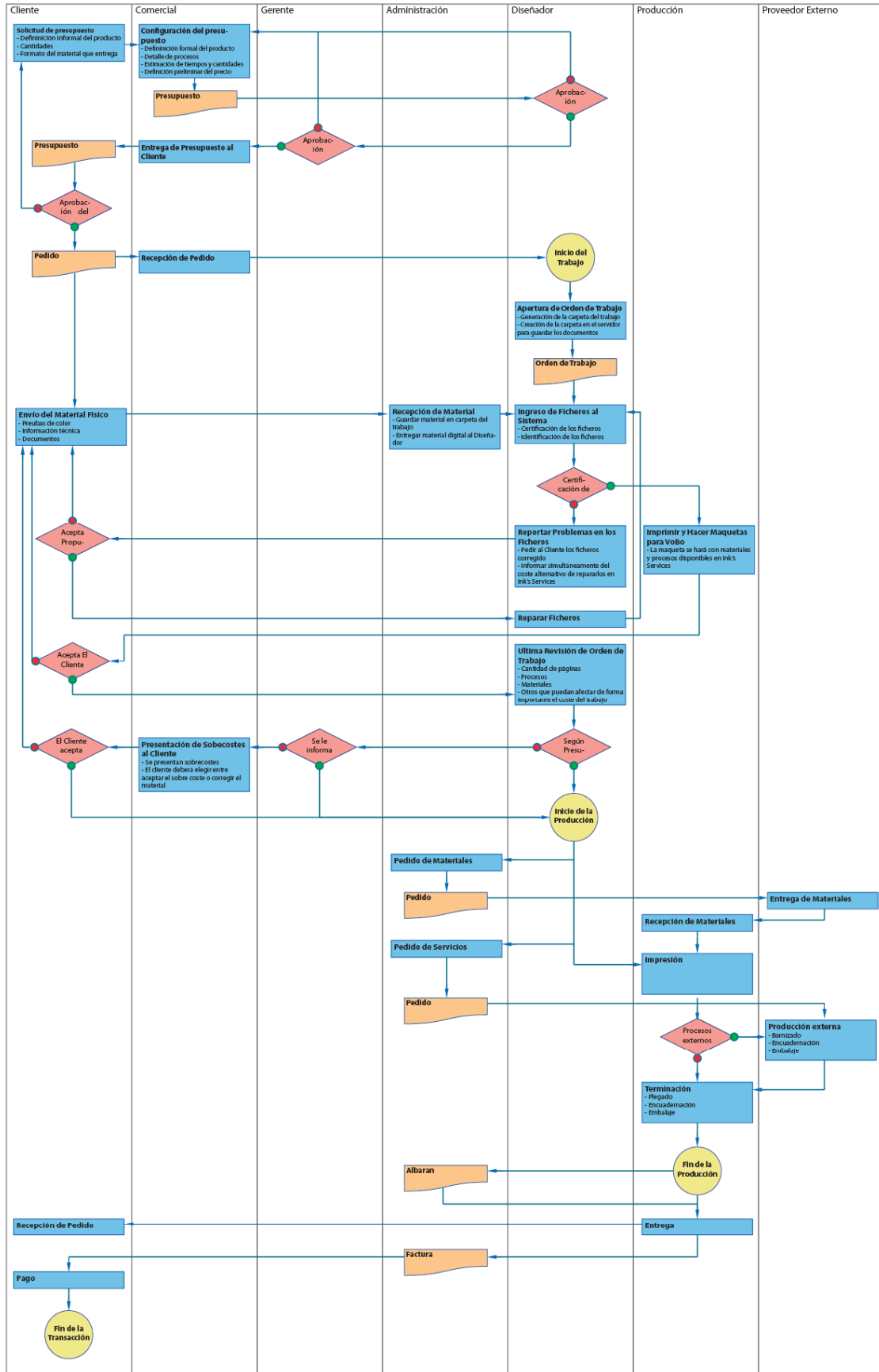


Diagrama de flujo proceso logístico /administración en Ink Services

Un resumen esquemático de la interacción de los procesos productivos y operativos de Ink Services seria el siguiente:

FLUJO DE PROCESOS EN INK SERVICES



Capítulo Tercero

PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Dado que solo son necesarias 4 contrataciones para los primeros años de actividad de Ink Services, la gestión de personal en lo que se refiere a altas, contratos, nóminas, seguridad social, etc. se contratará con una asesoría externa.

Para poder contratar personal con experiencia en una empresa de nueva creación deberemos ofrecer sueldos por encima de la media del sector (pequeñas empresas) del convenio provincial de artes gráficas y contratos indefinidos.

Usaremos además la asesoría tecnológica de un staff especializado en el sector, así como la asesoría de uno que se encargue de las áreas fiscales, administrativas y contables, como lo refleja nuestro organigrama.

Organigrama Ink Services



Descripción de puestos de Trabajo



DIRECTOR DISEÑO Y PRODUCCIÓN -DISEÑADOR GRÁFICO



TAREAS

- ❖ Responsable del flujo de trabajo del proceso de pre impresión y producción de todos los trabajos
- ❖ Procesa el material digital del cliente verificando que sea optimo para el proceso de impresión, corrigiendo los errores técnicos que encuentre en el mismo.
- ❖ Realiza la imposición digital acorde con las características técnicas del producto final.
- ❖ Procesa las bases de datos de acuerdo con los parámetros de la orden de trabajo
- ❖ Calibra la maquina poniéndola apunto para el procesos productivo
- ❖ Supervisa el proceso, verifica que los ejemplares que se van produciendo contienen las características y perfiles exigidos por el cliente
- ❖ Evalúa el producto final en comparación con el pedido



TIPO DE APORTACIÓN

- ❖ Experiencia de al menos un año en un puesto similar
- ❖ Formación F.P.2 artes gráficas



PERFIL

Rasgos psicométricos:

- ❖ Creatividad
- ❖ Inteligencia general
- ❖ Concepción espacial
- ❖ Compresión de problemas

- ❖ Atención mantenida y distribuida
- ❖ Resistencia a la monotonía
- ❖ Estimación de movimientos, pesos y cantidades
- ❖ Iniciativa
- ❖ Habilidad manual



PRINCIPALES RIESGOS

Con carácter general: fatiga visual por empleo de PVD'S (pantallas de visualización de datos), molestias musculares por posturas incorrectas, inhalación de sustancias tóxicas, cortes por cuchillas (guillotinas), atrapamientos en mecanismos de transmisión, sobre esfuerzos, exposición a agentes químicos.



CRITERIOS PREVENTIVOS

- ❖ Utilizar EPI'S (equipos de protección individual) cuando sea preciso, mascarilla, gafas, guantes.
- ❖ Efectuar el levantamiento de cargas manteniendo en todo momento la espalda recta
- ❖ No confiarse en la habilidad adquirida.



AUXILIAR PRODUCCIÓN - TÉCNICO EN ARTES GRÁFICAS



TAREAS

- ❖ Ayudar a que el flujo del proceso productivo no tenga interrupciones
- ❖ Supervisar que los insumos de la maquinaria se encuentren en el nivel correcto para su funcionamiento (tinta y papel)
- ❖ Vigilar el proceso de puesta a punto para el arranque productivo, la velocidad de la producción y la calidad del producto durante el proceso de impresión sean las óptimas
- ❖ Llevar el control de mantenimiento preventivo de la maquinaria poniéndose en contacto con el proveedor para la realización del mismo



PERFIL

- ❖ Conocimiento de las normas de buena manufactura (G.M.P.)
- ❖ Experiencia en el seguimiento de los protocolos de fabricación de impresión digital
- ❖ Saber cumplimentar las guías de fabricación
- ❖ Tener experiencia en los controles de procesos productivos



TIPO DE APORTACIÓN

- ❖ Experiencia un año mínimo en puesto similar
- ❖ Acostumbrado a trabajar en locales asépticos y con elementos de protección, (guantes, mascarillas,...).
- ❖ Formación a nivel de F.P.I / BUP



PRINCIPALES RIESGOS

Con carácter general: inhalación de sustancias tóxicas, contactos eléctricos directos e indirectos, quemaduras, incendios, golpes y/o contusiones.



CRITERIOS PREVENTIVOS

- ❖ Vestir las prendas reglamentarias
- ❖ Usar EPI'S
- ❖ Controlar el proceso de fabricación de forma meticulosa en todas sus etapas
- ❖ Efectuar inspecciones permanentes sobre instalaciones





COMERCIAL ZONA BARCELONA- TÉCNICO ARTES GRÁFICAS



TAREAS

- ❖ Difusión y comercialización de productos en la cartera de clientes propia y asignada.
- ❖ Generar los escandallos de sus propuestas a clientes
- ❖ Cumplir con los objetivos de ventas mensuales estimados
- ❖ Cumplir con la prospección de visitas a clientes antiguos y nuevos trazada
- ❖ Informar a la organización sobre tendencias del mercado, posicionamiento de la organización y estrategias de crecimiento comercial y publicitarias.



TIPO DE APORTACIÓN

- ❖ Conocimientos previos sector artes gráficas e impresión digital
- ❖ Conocimientos de técnicas de ventas y costes en las especificaciones de los productos
- ❖ Experiencia en puesto similar mínimo tres años
- ❖ Formación F.P.2/ BUP



PERFIL

Rasgos psicométricos

- ❖ Inteligencia general
- ❖ Buen comunicador
- ❖ Capacidad de relación y negociación
- ❖ Buena presencia



PRINCIPALES RIESGOS

Con carácter general: fatiga visual por empleo de PVD'S (pantallas de visualización de datos), molestias musculares por posturas incorrectas, inhalación de sustancias tóxicas.

Con carácter específico: accidentes de tránsito durante su movilización a la realización de visitas



CRITERIOS PREVENTIVOS

- ❖ Ajustar el nivel de iluminación a la tarea a realizar
- ❖ Evitar reflejos sobre PVD's
- ❖ Mantener posturas ergonómicamente correctas
- ❖ Especial atención al circular por zonas industriales, uso de EPI'S.



RECEPCIONISTA ASISTENTE - TÉCNICO ADMINISTRATIVO



TAREAS

- ❖ Atención, traslado al destinatario y registro de llamadas
- ❖ Control de cobros y pagos
- ❖ Atiende visitas
- ❖ Controla a las personas que entran y salen de la empresa
- ❖ Controla el servicio de mensajería, recibe y franquea el correo
- ❖ Trabajos generales de oficina



TIPO DE APORTACIÓN

- ❖ Aporta fundamentalmente una capacidad para el trato con las personas, derivada de las características de su personalidad, de la formación que ha recibido y de la experiencia en este puesto mínima de un año.
- ❖ Formación a nivel de F.P.I



PERFIL

- ❖ Ha seguido un curso de capacitación para el puesto
- ❖ Tiene conocimientos para desarrollar trabajos generales de oficina
- ❖ Idiomas: catalán, castellano y nociones de inglés.



PRINCIPALES RIESGOS

Con carácter general: fatiga visual por empleo de PVD'S (pantallas de visualización de datos), molestias musculares por posturas incorrectas, caídas al mismo nivel.



CRITERIOS PREVENTIVOS

- ❖ Ajustar el nivel de iluminación a la tarea a realizar.
- ❖ Evitar reflejos sobre PVD'S
- ❖ Mantener posturas ergonómicamente adecuadas
- ❖ Eliminar cables sueltos en zonas de paso



OBSERVACIONES

Todos los puestos deberán tener:

- ❖ Correcta ventilación e iluminación adecuada
- ❖ Equipos contra incendios
- ❖ Zonas destinadas a almacenamiento
- ❖ Orden y limpieza
- ❖ Nivel de contaminación por debajo de los TLV's establecidos (zona de máquinas)

Plan de Prevención de Riesgos Profesionales

La elaboración e implantación del Plan de Emergencia tiene como objeto establecer una política de prevención de accidentes de trabajo y dotar a la organización de una herramienta operativa para hacerlo

Con el fin de obtener una máxima fiabilidad en las actuaciones, es de vital importancia el conocimiento del edificio y de sus instalaciones para evitar en lo posible las causas que pueden provocar una Emergencia.

Analizada la nave es necesario dar información y formación a las personas involucradas en el proceso productivo para garantizar una eficaz actuación en casos de emergencia.



NORMATIVA DE APLICACIÓN

Este documento permite el cumplimiento de los siguientes requisitos legales:

- ❖ Ley de Protección de Riesgos Laborales. Art. 20 (Medidas de Emergencia).
- ❖ Real Decreto 39/1997 que desarrolla la ley.
- ❖ ISO 14001/94 Punto 4.4.7 donde se especifica la capacidad de respuesta frente a las emergencias.
- ❖ Orden ministerial 29/11/1984. Manual de Autoprotección para el desarrollo del Plan de Emergencia y evaluación de locales y edificios.
- ❖ Real Decreto 2267/2004 de 3/12/2001 relativo a la seguridad contra incendios en establecimientos industriales.



EVALUACIÓN DEL RIESGO



SITUACIÓN Y EMPLAZAMIENTO DEL CENTRO DE TRABAJO

El centro de trabajo está situado en un polígono industrial en la localidad de Llobregat (Barcelona).

Ocupa una nave industrial de 150 m² de superficie y 6 m. de altura. En sus alrededores no existe ninguna actividad o industria peligrosa por lo que no se ve afectada por ningún plan de emergencia exterior. Las naves colindantes son almacenes de material para la construcción.

Llobregat dispone de un parque de bomberos situado aproximadamente a 3 Km. de la planta. Se estima que el tiempo de reacción desde que se recibe un aviso de emergencia no debería ser superior a 10 minutos.



CARACTERÍSTICAS CONSTRUCTIVAS

El terreno en su origen fue agrícola y no presenta contaminación de tipo industrial. La construcción es de hormigón prefabricado con paredes aisladas.

No existen altillos en la planta por lo que no es necesario contemplar evacuaciones a distinto nivel.

La nave tiene forma rectangular de 10m x 15m. Dispone de 2 puertas, una dedicada a carga y descarga de materiales y producto acabado y las otra tres para entrada y salida de personal y clientes, su distribución es 1 en la parte delantera y 1 en la parte delantera izquierda.

La distribución del espacio está formada por :

- ❖ 20 m² almacén y stock de productos
- ❖ 45 m² oficinas
- ❖ 8 m² vestuario y servicios
- ❖ 60 m² zona productiva



ACCESOS Y VÍAS DE EVACUACIÓN

Dadas las características del local, se garantiza que ninguna persona está situada a más de 20 m. de una salida.



OCUPACIÓN

La plantilla total del centro de trabajo es de 6 personas. El horario de trabajo es partido y de 40 horas semanales, se contempla la posibilidad de trabajar horas extras.

Las vacaciones se harán durante el mes de Agosto.



ACTIVIDADES E INSTALACIONES CON RIESGO ESPECÍFICO

El centro de trabajo no se ve afectado por las disposiciones RD 1254/98 y RD 952/90 sobre prevención de accidentes mayores, por lo que no precisa un plan de accidentes mayores.

Según la ley 31/95 de Prevención de Riesgos Laborales, el empresario tiene la obligación de tener en cuenta las posibles situaciones de emergencia que puedan producirse en el centro, por lo que se han identificado las siguientes situaciones de riesgo.

INSTALACION

FUENTE DE RIESGO

RIESGO

❖ Almacén	Derrame Incendio	Contaminación Suelo Inmisiones, Emisiones
❖ Zona Expedición	Incendio	Inmisiones, Emisiones
❖ Zona máquinas	Derrame Incendio	Contaminación Suelo Inmisiones, Emisiones

❖	Instalación eléctrica	Cortocircuito	Incendio
❖		Calentamiento	Accidente Laboral

MEDIOS DE PROTECCIÓN

CONTRA INCENDIOS

La planta dispone de detectores de incendio que dan aviso acústico caso de que se produzca y al mismo tiempo está en conexión con los bomberos del municipio. Esta medida es especialmente indicada cuando la planta no tiene actividad.

EXTINTORES

Se han dispuesto 3 extintores de CO₂ numerados del 1 al 5 y situados estratégicamente en la superficie de forma que cualquier persona puede acceder a ellos con un recorrido no superior a 15 m y uno móvil de apoyo.

Se hallan señalizados convenientemente y son identificados desde cualquier punto de la planta, la altura de la instalación no es superior a 1,75 m.

- ❖ 1ro Oficinas
- ❖ 2do Zona máquinas
- ❖ 3ro Fondo nave

BOCA INCENDIOS

Al tener el polígono hidrantes para uso de los bomberos, no precisa tener uno propio.

ALUMBRADO DE EMERGENCIA

El centro dispone de alumbrado de emergencia que se activa automáticamente ante una caída de tensión, tiene una autonomía de una hora.

Facilita una luminaria de 3 lux como mínimo al nivel del suelo y de 3 en los puntos donde están concentrados los extintores.

La distribución es en cada una de las puertas (2), en la zona de máquinas (2) vestuarios (1) y oficinas (1), total 6 equipos.



MEDIOS HUMANOS

Por ser una plantilla reducida y la sala diáfana se considera que el centro de control estará situado en la oficina.

El jefe de emergencia será el Diseñador Gráfico y en caso de ausencia la Oficinista, que será también la persona formada en primeros auxilios. No se precisa personal de recuento.



SERVICIOS EXTERNOS.

Se dispondrá de una lista actualizada con los siguientes teléfonos.

- ❖ EMERGENCIAS
- ❖ BOMBEROS
- ❖ POLICIA LOCAL
- ❖ HOSPITAL
- ❖ AMBULANCIA
- ❖ TAXIS
- ❖ SERVICIOS MUNICIPALES DE AGUAS
- ❖ AYUNTAMIENTO
- ❖ MOSSOS D'ESCUADRA
- ❖ COMPAÑÍA ELÉCTRICA



PLAN DE EMERGENCIAS



OBJETO

La planificación de Emergencias se efectúa en función del tipo y gravedad de la misma, el lugar, los medios humanos y técnicos, y la ocupación en el momento de producirse.

Debe responder a una serie de preguntas :

¿Qué se hará?

¿Quién lo hará?

¿Cuándo?

¿Cómo?

¿Dónde?

Con ello se pretende conseguir una máxima eficiencia caso de producirse una emergencia.



CLASIFICACIÓN DE LAS EMERGENCIAS

Este plan pretende encauzar las posibles emergencias valorando el grado de severidad y las posibles consecuencias que pueden derivarse.



SEGÚN EL TIEMPO

Durante la jornada laboral

Durante la jornada Festiva ó Vacacional

Jornada de huelga.



SEGÚN PROCEDENCIA

En función de su procedencia se prevén posibles actuaciones / situaciones.

- ❖ Accidente laboral
- ❖ Corte fluido eléctrico
- ❖ Incendio
- ❖ Explosión
- ❖ Aviso bomba (Terrorismo)
- ❖ Inundación



SEGÚN GRAVEDAD.

Clasificados como :

- ❖ Conato Emergencia : puede ser controlado de forma sencilla con medios propios.
- ❖ Emergencia Parcial : requiere una intervención más profunda y puede recomendarse la evacuación.
- ❖ Emergencia General : precisa la actuación de todos los equipos y la colaboración exterior. Evacuación inmediata.



EQUIPOS DE PROTECCIÓN



FORMACIÓN INFORMACIÓN

Dado el reducido número de empleados de la empresa será necesaria la formación e información de todos los medios de protección instalados y su utilización en caso de producirse una emergencia.



JEFE EMERGENCIA

El Jefe de Emergencia debe tener claro cuando debe proceder a aconsejar una evacuación total y/o parcial de la zona.

Al mismo tiempo debe ser capaz de ponderar la necesidad de intervención de equipos del exterior (Protección Civil, Bomberos, etc.).

Es el responsable de las llamadas al exterior, así como se convierte en el UNICO MANDO HABILITADO en la empresa.

Sus órdenes deben ser cumplidas con independencia del rango que le es propio.



PUNTO DE REUNIÓN.

Se establece un punto de reunión caso de emergencia, puerta de salida principal.

Como punto de encuentro (y al tratarse de plantilla reducida) permite verificar que todo el personal está fuera del área de riesgo y al mismo tiempo es el punto donde pueden darse instrucciones claras del proceder más adecuado.



ACCIONES A DESARROLLAR EN SITUACIONES DE EMERGENCIA



ACCIDENTE LABORAL

Se procederá a avisar al Jefe de Emergencia tel. (oficina) y valorará la necesidad de intervención interna (Socorrista) y/o la necesidad de llamar a las Ambulancias, Mútua, Hospital, etc.



CORTE FLUIDO ELÉCTRICO

Caso de producirse se constatará que las luces de Emergencia funcionan y que este corte no ha provocado ninguna situación de Emergencia.

Caso de que exista se procederá de acuerdo con los criterios del Jefe de Emergencia (Oficinas) llamando a quien corresponda para subsanar y/o minimizar los efectos.



INCENDIO

El procedimiento será el siguiente :

- Aviso al Jefe de Emergencias (Oficina)
- Actuación en el fuego con medios propios :
- Actuación con ellos extintores más próximos junto con el carro de apoyo
- Proyección del CO₂ en la base del incendio
- Caso de no poder sofocarlo, aviso inmediato al Jefe de Emergencia para avisar a Bomberos.
- Caso de descontrol Aviso a Bomberos, Policía, etc.

Caso de detectarse que el incendio está producido por un cortacircuitos (Eléctrico) se procederá a cortar la corriente del cuadro general y posteriormente se actuará de acuerdo con el caso anterior.



EXPLOSIÓN

Aunque por las instalaciones de la fábrica es improbable que esto suceda

(Calentadores eléctricos Agua Sanitaria)

(Calefacción Eléctrica – Ventoespiros)

podría darse el caso de que en una de las máquinas se provocara este tipo de incidente por acumulación de vapores procedentes de las tintas.

En este caso se aislará la fuente de Explosión (básicamente Máquina) y se procederá a la atención del posible accidentado con la consideración que resulte de la gravedad (siempre bajo la opinión del Jefe de Seguridad).



DERRAME Y/O FUGA DE PRODUCTO (TINTA/DISOLVENTE). RIESGO MEDIOAMBIENTAL.

A pesar de que las tintas y disolventes están en armarios inílugos y éstos están situados sobre cubetos de retención, puede darse el caso de fugas y/o de-

rrames de líquido que a través de los sumideros de la planta se vehiculen a la red de alcantarillado.

Caso de producirse tal emergencia y en función del derrame, se dará aviso a la depuradora del Municipio para dar aviso de una posible contaminación.

Durante el proceso se protegerán los sumideros por material absorbente (Tipo Seprolita) para evitar su desagüe procediéndose posteriormente a su limpieza y secado.



ACTO TERRORISTA. AVISO DE BOMBA O SIMILAR

El proceder en estos casos debe ser el siguiente :

- Mantener la calma de la persona que recibe el aviso.
- Recabar la máxima información del comunicante.
- Si no lo ha recibido el Jefe de Emergencia, el Receptor debe comunicárselo.
- Llamada urgente al departamento de Policía (Local y/o Mossos d'Escuadra).
- Seguir las instrucciones que ellos consideren oportunas.
- Caso de imposibilidad del sistema anterior, se procederá a la evacuación de la planta.



RIESGO MEDIOAMBIENTAL POR AGUAS CONTRA INCENDIOS.

Cuando un incendio requiera la intervención de los Bomberos y la utilización de agua, se deberá avisar a la planta depuradora del Municipio comunicando tal emergencia.

IMPLANTACIÓN

RESPONSABILIDAD.

El titular de la actividad es el responsable de poner en funcionamiento el plan de AUTOPROTECCION según los criterios establecidos en este manual.

El personal directo y mandos intermedios deberán ser informados y formados caso de requerirlo, del contenido y procedimientos de este manual y al mismo tiempo deben colaborar en su implantación cooperando en las situaciones de emergencia en las condiciones que, en cada caso, fuesen razonablemente exigidas.

El Jefe de Emergencia es el total responsable de la ejecución del plan.

Caso de ausencia, ya prevista en este manual, será el segundo el responsable de la emergencia.

En última instancia el Titular es el último responsable.

SIMULACROS

Periódicamente (en función de la movilidad del personal) se harán simulacros de emergencias para constatar que el manual responde a la realidad de los hechos. Estos simulacros deberán ser objeto de un informe de resultados.

Caso de haberse detectado un mal funcionamiento del sistema, deberán hacerse propuestas de mejora y/o cambio del manual adaptándolo mejor a la realidad de los hechos.

FORMACIÓN

- ❖ Por parte de la Empresa se realizarán prácticas de “Manejo de Extintores”.
- ❖ Se formará a una o dos personas para prestar los primeros auxilios.
- ❖ Se señalará e informará las actuaciones en el cuadro eléctrico general.
- ❖ Se indicará el “PAK” de primera intervención para derrames o fugas.

Tanto la formación como la información dada al personal quedará documentada convenientemente y se hará una valoración de los conocimientos adquiridos, quedando esta información como registro frente a la Administración.

Capítulo Cuarto

PLAN FINANCIERO



INVERSIÓN

La inversión inicial necesaria en maquinaria es la siguiente:

❖	4 DocuColor 250 Xerox	120.000 €
❖	2 Ordenadores Power Mac	8.000 €
❖	1 Servidor MacXserver	5.000 €
❖	2 Licencias de Software Adobe Creative Suite	2.500 €
❖	2 Licencias de Software Quark Xpress	2.500 €
❖	1 Licencia de Software Pitstop	1.600 €
❖	1 Licencia de Software Preps	2.000 €
❖	Cableado de Red	1.600 €
❖	Switch de Red	1.500 €
❖	Rack de Red	1.500 €

Además del coste total de maquinaria por 146.200€, se necesitarán mesas de trabajo, estanterías, equipos de oficina, teléfonos, etc.

Dado que la empresa es de nueva creación habrán también gastos en la constitución de la empresa, reservaremos un total de 15.000 Euros para los gastos de constitución y los primeros materiales.



ANÁLISIS DE COSTES



COSTES DEL PRODUCTO

Ya explicados en el Plan de Marketing, como resumen:

- ❖ **Papel**, para este tipo de ventas, con un coste del 40% del precio de venta.
- ❖ **Insumos**, relacionados con el tipo de máquinas y tamaño de impresión, incluyen tinta y aceite de la maquinaria. Su coste para el primer año es 0,08 € por pagina A3 impresa por las dos caras a cuatro colores.
- ❖ **Encuadernación**, relacionado con el tipo de producto, enfocado a libros en rústica fresada o cosida. La estimación en el primera año es que el 20% de las ventas sean de producto encuadernado. Su proceso se realiza en externos y tiene un coste de un 20% sobre el precio de venta del producto.



COSTES COMERCIALES

- ❖ Comisiones ventas, 3% de las ventas netas menos el coste del papel, similares a las del sector.
- ❖ Transportes de producto terminado, de acuerdo con las empresas del sector y dado que las ventas se producen en el área geográfica próxima, su coste se calcula como un 0,8% de las ventas brutas.
- ❖ Publicidad, se ha decidido dedicar a publicidad un 1,8% de las ventas menos el papel.



COSTES FIJOS

- ❖ Renting, se ha pedido oferta al Banco de Sabadell, incluida en anexo 1.
- ❖ Personal, el cuadro de costes de personal serían:

	Salario Bruto Anual	Costes Sociales	Total
Diseñador Gráfico	40.000 €	10.877 €	50.877 €
Oficial Técnico	30.000 €	9.000 €	39.000 €
Oficial Administrativo	12.000 €	3.600 €	15.600 €
Comercial	12.000 €	3.600 €	15.600 €

Los costes mensuales desglosados a efectos de cuenta de explotación y tesorería, quedarían:

	Coste Mensual (cuenta explotación)	Neto Mensual	IRPF Tesorería	S.S.
Diseñador Gráfico	4.625€	2.493 €	830 €	1.009 €
Oficial Técnico	3.545€	1.725 €	625 €	900 €
Oficial Administrativo	1.418€	840 €	100 €	360 €
Comercial	1.418 €	840 €	100 €	360 €

Los demás costes están según el mercado, se ha añadido un capítulo de consumibles, que engloba los costes de material de oficina, teléfono, etc. y un capítulo de imprevistos (1% del total de costes fijos).

El apartado de socios está fijado de manera que minimice los beneficios y se evite en lo posible la doble imposición, puede incrementar o decrementar según los beneficios.



FINANCIACIÓN

La maquinaria se financiará mediante un renting con el banco, ya se ha pedido una oferta a un banco (ver anexo 1).

Para la operativa:

El 30% de las ventas se hará a grandes Editoriales y Comerciantes, es a quienes se tendrán que hacer descuentos y a quienes habrá que darles mayores plazos de pago.

La ventaja es que todas pueden pagar por “confirming”, lo cual es muy bueno para una empresa que comienza ya que pocos bancos le darán un riesgo elevado. Con el “confirming” la empresa que cobra no es ningún riesgo para el banco.

El otro 70% se cobrará a 60 días y se puede estudiar en caso necesario ofrecer descuentos a los clientes por cobro anticipado.

En todo caso y tal y como se refleja en el plan de tesorería, no será suficiente solo con el “confirming” y no parece probable que el banco dé mas financiación además del renting, (líneas de descuento, pólizas de crédito, ..), no solo eso sino que querrá ver que los socios están comprometidos con el negocio de una forma tangible, así pues la empresa se tendrá que financiar con un préstamo por parte de los socios.

Se ha previsto una aportación en forma de préstamo de 90.000 Euros por parte de los socios, éste préstamo devengará unos intereses del 7%, (es difícil obtener una rentabilidad superior con una inversión financiera, incluso se puede pedir un préstamo personal y aún se ganaría un diferencial), pero puede ser superior según está el mercado.

Está previsto obtener la devolución del préstamo al cabo de dos años, aunque también dependerá de lo que los socios decidan al cabo de ese periodo de tiempo.



PROYECCIÓN CUENTA DE EXPLOTACIÓN

La siguiente es la proyección de la cuenta de explotación de Ink Services bajo un escenario realista:

CUENTA DE EXPLOTACIÓN 2007–2011 ESCENARIO REALISTA

	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas Brutas	1,500,000 €	2,000,000 €	2,200,000 €	2,420,000 €	2,662,000 €
Descuentos sobre ventas	75,000 €	100,000 €	110,000 €	121,000 €	133,100 €
Ventas Netas	1,425,000 €	1,900,000 €	2,090,000 €	2,299,000 €	2,528,900 €
Coste del Producto	1,133,041 €	1,510,721 €	1,661,793 €	1,827,972 €	2,010,770 €
<i>Coste Papel</i>	600,000 €	800,000 €	880,000 €	968,000 €	1,064,800 €
<i>Coste Insumos</i>	476,041 €	634,721 €	698,193 €	768,012 €	844,814 €
<i>Terceros (encuadernacion externa)</i>	57,000 €	76,000 €	83,600 €	91,960 €	101,156 €
Margen bruto contribucion	291,959 €	389,279 €	428,207 €	471,028 €	518,130 €
Comisiones (Comercial)	24,750 €	33,000 €	36,300 €	39,930 €	43,923 €
Transporte	12,000 €	16,000 €	17,600 €	19,360 €	21,296 €
Publicidad	14,850 €	19,800 €	21,780 €	23,958 €	26,354 €
Total Gastos Dpto Marketing	51,600 €	68,800 €	75,680 €	83,248 €	91,573 €
Margen neto de contribucion	240,359 €	320,479 €	352,527 €	387,780 €	426,558 €
Renting	44,846 €	53,816 €	53,816 €	58,816 €	58,816 €
Gastos constitución renting	4,552 €				
Maquinaria y equipos de oficina	49,399 €	53,816 €	53,816 €	58,816 €	58,816 €
Gastos constitución empresa	15,000 €				
Diseñador Gráfico	46,250 €	51,384 €	55,557 €	58,057 €	60,669 €
Oficial Técnico	31,905 €	35,446 €	38,325 €	40,050 €	41,852 €
Administrativo	14,300 €	14,443 €	17,036 €	17,802 €	18,603 €
Comercial	15,600 €	15,756 €	17,036 €	17,802 €	18,603 €
Socios	30,000 €	60,000 €	80,000 €	100,000 €	120,000 €
Gastos de personal	138,055 €	177,029 €	207,953 €	233,711 €	259,728 €
Alquiler	18,000 €	18,630 €	19,282 €	19,957 €	20,655 €
Asesoría	6,000 €	6,210 €	6,427 €	6,652 €	6,885 €
Electricidad	3,750 €	3,881 €	4,017 €	4,158 €	4,303 €
Consumibles	12,000 €	12,420 €	12,855 €	13,305 €	13,770 €
Otros gastos	39,750 €	41,141 €	42,581 €	44,072 €	45,614 €
Imprevistos	17,781 €	21,817 €	25,053 €	27,778 €	30,534 €
Total Gastos Fijos	259,984 €	293,803 €	329,403 €	364,376 €	394,692 €
Intereses	10,539 €	9,204 €	6,000 €		
BAI	25,925 €	17,472 €	17,123 €	23,403 €	31,866 €
Impuestos	0 €	0 €	0 €	6,133 €	9,560 €
Beneficio después impuestos	25,925 €	17,472 €	17,123 €	17,271 €	22,306 €
Beneficio acumulado	25,925 €	8,453 €	8,671 €	25,941 €	48,247 €

Se ha supuesto que la inflación será del 3,5% cada año y que los intereses tanto del préstamo de los socios como del confirming serán del 7%.

El VAN ($k=15\%$), es 13.457 € y la TRI del 35%, sin tener en cuenta el sueldo de los socios.

Si nos vamos a un escenario pesimista, 80% de las ventas esperadas, obtenemos:

CUENTA DE EXPLOTACIÓN 2007–2011 ESCENARIO PESIMISTA

	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas Brutas	1,200,000 €	1,600,000 €	1,760,000 €	1,936,000 €	2,129,600 €
Descuentos sobre ventas	60,000 €	80,000 €	88,000 €	96,800 €	106,480 €
Ventas Netas	1,140,000 €	1,520,000 €	1,672,000 €	1,839,200 €	2,023,120 €
Coste del Producto	860,700 €	1,147,600 €	1,262,360 €	1,388,596 €	1,527,456 €
<i>Coste Papel</i>	456,000 €	608,000 €	668,800 €	735,680 €	809,248 €
<i>Coste Insumos</i>	361,380 €	481,840 €	530,024 €	583,026 €	641,329 €
<i>Terceros (encuadernacion externa)</i>	43,320 €	57,760 €	63,536 €	69,890 €	76,879 €
Margen bruto contribucion	279,300 €	372,400 €	409,640 €	450,604 €	495,664 €
Comisiones (Comercial)	19,790 €	26,387 €	29,026 €	31,929 €	35,121 €
Transporte	9,120 €	12,160 €	13,376 €	14,714 €	16,185 €
Publicidad	14,850 €	19,800 €	21,780 €	23,958 €	26,354 €
Total Gastos Dpto Marketing	43,760 €	58,347 €	64,182 €	70,600 €	77,660 €
Margen neto de contribucion	235,540 €	314,053 €	345,458 €	380,004 €	418,004 €
Renting	44,846 €	53,816 €	53,816 €	58,816 €	58,816 €
Gastos constitución renting	4,552 €				
Maquinaria y equipos de oficina	49,399 €	53,816 €	53,816 €	58,816 €	58,816 €
Gastos constitución empresa	15,000 €				
Diseñador Gráfico	46,250 €	51,384 €	55,557 €	58,057 €	60,669 €
Oficial Técnico	31,905 €	35,446 €	38,325 €	40,050 €	41,852 €
Administrativo	14,300 €	14,944 €	17,036 €	17,802 €	18,603 €
Comercial	15,600 €	15,756 €	17,036 €	17,802 €	18,603 €
Socios	30,000 €	60,000 €	80,000 €	100,000 €	120,000 €
Gastos de personal	138,055 €	177,530 €	207,953 €	233,711 €	259,728 €
Alquiler	18,000 €	18,630 €	19,282 €	19,957 €	20,655 €
Asesoría	6,000 €	6,210 €	6,427 €	6,652 €	6,885 €
Electricidad	3,750 €	3,881 €	4,017 €	4,158 €	4,303 €
Consumibles	12,000 €	12,420 €	12,855 €	13,305 €	13,770 €
Otros gastos	39,750 €	41,141 €	42,581 €	44,072 €	45,614 €
Imprevistos	17,781 €	21,867 €	25,053 €	27,778 €	30,534 €
Total Gastos Fijos	259,984 €	294,354 €	329,403 €	364,376 €	394,692 €
Intereses	10,539 €	9,204 €	6,000 €		
BAI	34,984 €	10,495 €	10,055 €	15,627 €	23,312 €
Impuestos	0 €	0 €	0 €	358 €	6,994 €
Beneficio después impuestos	34,984 €	10,495 €	10,055 €	15,269 €	16,319 €
Beneficio acumulado	34,984 €	24,489 €	14,434 €	835 €	17,154 €

En este caso el VAN es de 689 € y la TRI un 16%, lo que nos indica que estamos al límite de la viabilidad del proyecto, por supuesto sin tener en cuenta el sueldo de los socios.



ESTADOS FINANCIEROS MENSUALES DEL PRIMER AÑO



CUENTA DE EXPLOTACIÓN

Ya que esperamos percibir ingresos a partir del 3 mes de operación ciertos gastos no serán efectivos desde el primer día. Se espera constituir el renting en Marzo, un mes antes de empezar para poder hacer pruebas. La contratación de personal se hará en Enero el Comercial y el Administrativo, en Febrero el Diseñador y en Marzo el Técnico.

CUENTA DE EXPLOTACIÓN MENSUAL 2007

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
Ventas Brutas	0 €	0 €	0 €	75,000 €	105,000 €	180,000 €
Descuentos sobre ventas	0 €	0 €	0 €	3,750 €	5,250 €	9,000 €
Ventas Netas	0 €	0 €	0 €	71,250 €	99,750 €	171,000 €
Coste del Producto	0 €	0 €	0 €	56,652 €	79,313 €	135,965 €
<i>Coste Papel</i>	0 €	0 €	0 €	30,000 €	42,000 €	72,000 €
<i>Coste Insumos</i>	0 €	0 €	0 €	23,802 €	33,323 €	57,125 €
<i>Terceros (encuadernacion externa)</i>	- €	- €	- €	2,850 €	3,990 €	6,840 €
Margen bruto contribucion	0 €	0 €	0 €	14,598 €	20,437 €	35,035 €
Comisiones (Comercial)	- €	- €	- €	1,238 €	1,733 €	2,970 €
Transporte	0 €	0 €	0 €	600 €	840 €	1,440 €
Publicidad	1,238 €	1,238 €	1,238 €	1,238 €	1,238 €	1,238 €
Otros gastos	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Rappels						
Total Gastos Dpto Marketing	1,238 €	1,238 €	1,238 €	3,075 €	3,810 €	5,648 €
Margen neto de contribucion	1,238 €	1,238 €	1,238 €	11,523 €	16,627 €	29,388 €
Renting	0 €	0 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €
Gastos constitución renting		4,552 €	0 €			
Maquinaria y equipos de oficina	0 €	4,552 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €
Gastos constitución empresa	15,000 €	0	0	0	0	0
Diseñador Gráfico	0 €	4,625 €	4,625 €	4,625 €	4,625 €	4,625 €
Oficial Técnico	0 €	0 €	3,545 €	3,545 €	3,545 €	3,545 €
Administrativo	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €
Comercial	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €
Socios	2,727 €	2,727 €	2,727 €	2,727 €	2,727 €	2,727 €
Gastos de personal	5,564 €	10,189 €	13,734 €	13,734 €	13,734 €	13,734 €
Alquiler	1,500 €	1,500 €	1,500 €	1,500 €	1,500 €	1,500 €
Asesoría	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Electricidad	50 €	50 €	400 €	400 €	400 €	400 €
Consumibles	100 €	1,200 €	1,200 €	1,200 €	1,200 €	1,200 €
Otros gastos	2,150 €	3,250 €	3,600 €	3,600 €	3,600 €	3,600 €
Imprevistos	771 €	1,344 €	1,733 €	1,733 €	1,733 €	1,733 €
Total Gastos Fijos	23,485 €	19,335 €	23,552 €	23,552 €	23,552 €	23,552 €
Intereses socios	525 €	525 €	525 €	525 €	525 €	525 €
Intereses	0 €	0 €	0 €	0 €	249 €	349 €
BAI	25,248 €	21,097 €	25,315 €	12,554 €	7,450 €	5,310 €
Impuestos	6,312 €	5,274 €	6,329 €	3,139 €	1,863 €	1,328 €
Beneficio después impuestos	18,936 €	15,823 €	18,986 €	9,416 €	5,588 €	3,983 €

CUENTA DE EXPLOTACIÓN MENSUAL 2007

	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Ventas Brutas	225,000 €	0 €	225,000 €	225,000 €	240,000 €	225,000 €
Descuentos sobre ventas	11,250 €	0 €	11,250 €	11,250 €	12,000 €	11,250 €
Ventas Netas	213,750 €	0 €	213,750 €	213,750 €	228,000 €	213,750 €
Coste del Producto	169,956 €	0 €	169,956 €	169,956 €	181,287 €	169,956 €
<i>Coste Papel</i>	90,000 €	0 €	90,000 €	90,000 €	96,000 €	90,000 €
<i>Coste Insumos</i>	71,406 €	0 €	71,406 €	71,406 €	76,167 €	71,406 €
<i>Terceros (encuadernacion)</i>	8,550 €	- €	8,550 €	8,550 €	9,120 €	8,550 €
Margen bruto contribucion	43,794 €	0 €	43,794 €	43,794 €	46,713 €	43,794 €
Comisiones (Comercial)	3,713 €	- €	3,713 €	3,713 €	3,960 €	3,713 €
Transporte	1,800 €	0 €	1,800 €	1,800 €	1,920 €	1,800 €
Publicidad	1,238 €	1,238 €	1,238 €	1,238 €	1,238 €	1,238 €
Otros gastos	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Rappels						
Total Gastos Dpto Marketi	6,750 €	1,238 €	6,750 €	6,750 €	7,118 €	6,750 €
Margen neto de contribuc	37,044 €	1,238 €	37,044 €	37,044 €	39,596 €	37,044 €
Renting	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €
Gastos constitución renting						
Maquinaria y equipos	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €	4,485 €
Gastos constitución empr	0	0	0	0	0	0
Diseñador Gráfico	4,625 €	0 €	4,625 €	4,625 €	4,625 €	4,625 €
Oficial Técnico	3,545 €	0 €	3,545 €	3,545 €	3,545 €	3,545 €
Administrativo	1,418 €	0 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €
Comercial	1,418 €	0 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €	1,418 €
Socios	2,727 €	0 €	2,727 €	2,727 €	2,727 €	2,727 €
Gastos de personal	13,734 €	0 €	13,734 €	13,734 €	13,734 €	13,734 €
Alquiler	1,500 €	1,500 €	1,500 €	1,500 €	1,500 €	1,500 €
Asesoría	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Electricidad	400 €	50 €	400 €	400 €	400 €	400 €
Consumibles	1,200 €	0 €	1,200 €	1,200 €	1,200 €	1,100 €
Otros gastos	3,600 €	2,050 €	3,600 €	3,600 €	3,600 €	3,500 €
Imprevistos	1,733 €	205 €	1,733 €	1,733 €	1,733 €	1,723 €
Total Gastos Fijos	23,552 €	6,740 €	23,552 €	23,552 €	23,552 €	23,442 €
Intereses socios	525 €	525 €	525 €	525 €	525 €	525 €
Intereses	599 €	748 €	0 €	748 €	748 €	798 €
BAI	12,967 €	8,502 €	12,967 €	12,967 €	15,519 €	13,077 €
Impuestos	3,242 €	2,126 €	3,242 €	3,242 €	3,880 €	3,269 €
Beneficio después impuestos	9,725 €	6,377 €	9,725 €	9,725 €	11,639 €	9,807 €



PREVISIÓN DE TESORERÍA MENSUAL 2007

Partiendo de un aporte de 93.500€ provenientes de un préstamo solicitado por los socios y el capital aportado por los mismos, la siguiente es la previsión de las necesidades de tesorería mensual para el primer año de actividad:

TESORERÍA OPERATIVA NECESARIA POR MES EN EL 2007

	Apertura	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
Tesorería Acumulada	93,500 €	72,155 €	57,643 €	40,475 €	19,000 €	19,822 €	19,270 €
Tesorería del Mes		21,345 €	14,512 €	17,168 €	21,475 €	822 €	552 €
Ingresos (90 días)	30%	0 €	0 €	0 €	0 €	22,871 €	32,020 €
Ingresos (60 días)	70%			0 €	0 €	0 €	53,366 €
Total Ingresos		0 €	0 €	0 €	0 €	22,871 €	85,386 €
		21,345 €	14,512 €	17,168 €	21,475 €	22,049 €	85,938 €
Intereses		525 €	525 €	525 €	525 €	774 €	874 €
Papel				0 €	0 €	0 €	32,100 €
Insumos			0 €	0 €	0 €	0 €	27,610 €
Terceros (encuadernación)			0 €	0 €	0 €	0 €	3,306 €
Coste Producto		525 €	525 €	525 €	525 €	774 €	63,890 €
Comisiones ventas		- €	- €	- €	- €	1,238 €	1,733 €
Transporte		0 €	0 €	0 €	0 €	696 €	974 €
Publicidad		0 €	1,436 €	1,436 €	1,436 €	1,436 €	1,436 €
Coste Ventas		0 €	1,436 €	1,436 €	1,436 €	3,369 €	4,142 €
Constitucion Sociedad		17,400 €					
Renting		0 €	5,281 €	5,202 €	5,202 €	5,202 €	5,202 €
Diseñador Gráfico		0 €	2,493 €	2,493 €	2,493 €	2,493 €	2,493 €
Oficial Técnico		0 €	0 €	1,725 €	1,725 €	1,725 €	1,725 €
Recepcionista		840 €	840 €	840 €	840 €	840 €	840 €
Comercial		840 €	840 €	840 €	840 €	840 €	840 €
Seguridad Social			720 €	1,729 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €
IRPF					2,885 €	0 €	0 €
Gastos de Personal		1,680 €	4,893 €	7,627 €	11,412 €	8,527 €	8,527 €
Socios					46.09%		
Alquiler		1,740 €	1,740 €	1,740 €	1,740 €	1,740 €	1,740 €
Asesoría		0 €	580 €	580 €	580 €	580 €	580 €
Electricidad			58 €	58 €	464 €	464 €	464 €
Material de oficina					116 €	1,392 €	1,392 €
Otros							
IVA							
Total Pagos		21,345 €	14,512 €	17,168 €	21,475 €	22,049 €	85,938 €
Otros				5,880 €			11,544 €
IVA							
Saldo IVA		2,942 €	1,446 €	1,492 €	2,964 €	3,553 €	5,026 €
IVA Repercutido		0 €	0 €	0 €	4,988 €	6,983 €	11,970 €
IVA Soportado		2,942 €	1,446 €	1,492 €	7,952 €	10,536 €	16,996 €

TESORERÍA OPERATIVA NECESARIA POR MES EN EL 2007

	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Tesoreria Acumulada	30,580 €	49,619 €	7,089 €	44,323 €	58,964 €	39,983 €
Tesoreria del Mes	11,311 €	19,039 €	42,530 €	37,234 €	14,641 €	18,980 €
Ingresos (90 días)	54,891 €	68,614 €	0 €	68,614 €	68,614 €	73,188 €
Ingresos (60 días)	74,713 €	128,079 €	160,099 €	0 €	160,099 €	160,099 €
Total Ingresos	129,604 €	196,693 €	160,099 €	68,614 €	228,713 €	233,287 €
Intereses	118,293 €	177,654 €	202,629 €	31,380 €	214,072 €	252,267 €
Papel	1,124 €	1,273 €	525 €	1,273 €	1,273 €	1,323 €
Insumos	44,940 €	77,040 €	96,300 €	0 €	96,300 €	96,300 €
Terceros (encuadernación)	38,655 €	66,265 €	82,831 €	0 €	82,831 €	82,831 €
	4,628 €	7,934 €	9,918 €	0 €	9,918 €	9,918 €
Coste Producto	89,346 €	152,512 €	189,574 €	1,273 €	190,322 €	190,372 €
Comisiones ventas	2,970 €	3,713 €	- €	3,713 €	3,713 €	3,960 €
Transporte	1,670 €	2,088 €	0 €	2,088 €	2,088 €	2,227 €
Publicidad	1,436 €	1,436 €	1,436 €	1,436 €	1,436 €	1,436 €
Coste Ventas	6,076 €	7,236 €	1,436 €	7,236 €	7,236 €	7,623 €
Constitucion Sociedad						
Renting	5,202 €	5,202 €	5,202 €	5,202 €	5,202 €	5,202 €
Diseñador Gráfico	2,493 €	2,493 €	2,493 €	2,493 €	2,493 €	2,493 €
Oficial Técnico	1,725 €	1,725 €	1,725 €	1,725 €	1,725 €	1,725 €
Recepcionista	840 €	840 €	840 €	840 €	840 €	840 €
Comercial	840 €	840 €	840 €	840 €	840 €	840 €
Seguridad Social	2,629 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €
IRPF	4,965 €	0		4,965 €	0 €	0 €
Gastos de Personal	13,492 €	8,527 €	8,527 €	13,492 €	8,527 €	8,527 €
Socios						30,000 €
Alquiler	1,740 €	1,740 €	1,740 €	1,740 €	1,740 €	1,740 €
Asesoría	580 €	580 €	580 €	580 €	580 €	580 €
Electricidad	464 €	464 €	58 €	464 €	464 €	464 €
Material de oficina	1,392 €	1,392 €	1,392 €	1,392 €	0 €	1,392 €
Otros						17,911 €
IVA			5,880 €			11,544 €
Total Pagos	118,293 €	177,654 €	202,629 €	31,380 €	214,072 €	222,267 €
Otros			13,064 €			18,009 €
IVA						
Saldo IVA	5,910 €	1,244 €	5,910 €	5,910 €	6,205 €	5,894 €
IVA Repercutido	14,963 €	0 €	14,963 €	14,963 €	15,960 €	14,963 €
IVA Soportado	20,873 €	1,244 €	20,873 €	20,873 €	22,165 €	20,857 €

Se ha considerado que el 30% de los cobros a 90 días se cobrarán a 30 por confirming, el resto a 60 días.

Los pagos a proveedores se harán a 60 días, excepto en aquellos casos en que por su naturaleza es imposible, alquiler, energía eléctrica, etc.

Dado que el IVA es al 7% en las ventas y al 16% en la mayoría de las compras, tendremos siempre un IVA a devolver, se ha previsto que la devolución sea 6 meses después de la presentación.



PREVISIÓN DE BALANCE MENSUAL 2007

Con el objetivo de revisar la evolución mensual del activo y el pasivo hemos realizado este análisis de la previsión de los mismos durante los primeros doce meses de nuestra actividad :

EVOLUCIÓN DEL ACTIVO Y PASIVO MENSUAL 2007

	Apertura	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
Cuentas a cobrar		0 €	0 €	0 €	76,238 €	160,099 €	257,683 €
Caja	93,500 €	72,155 €	57,643 €	40,475 €	18,999 €	19,821 €	19,269 €
Total Activo	93,500 €	72,155 €	57,643 €	40,475 €	95,237 €	179,920 €	276,952 €
Cuentas a pagar		2,939 €	5,526 €	8,882 €	76,673 €	167,235 €	258,957 €
Socios		2,727 €	5,455 €	8,182 €	10,909 €	13,636 €	16,364 €
Personal		258 €	936 €	1,937 €	2,937 €	3,938 €	4,939 €
Seguridad Social		720 €	1,729 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €
IRPF		200 €	1,230 €	2,885 €	1,647 €	3,294 €	4,941 €
IVA		2,942 €	4,388 €	5,880 €	8,844 €	12,398 €	17,424 €
Préstamo	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €
Impuesto Sociedades							
Reservas		25,248 €	46,345 €	71,660 €	84,214 €	91,914 €	86,953 €
Capital	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €
Total pasivo	93,500 €	72,155 €	57,643 €	40,475 €	95,237 €	179,921 €	276,952 €
	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
Cuentas a cobrar	356,792 €	160,099 €	228,713 €	388,811 €	404,059 €	399,485 €	2,431,976 €
Caja	30,580 €	49,619 €	7,088 €	44,323 €	58,963 €	39,983 €	458,918 €
Total Activo	387,372 €	209,718 €	235,801 €	433,134 €	463,022 €	439,467 €	2,890,894 €
Cuentas a pagar	362,484 €	203,684 €	211,456 €	402,046 €	417,993 €	401,135 €	2,519,009 €
Socios	19,091 €	19,091 €	21,818 €	24,545 €	27,273 €	0 €	169,091 €
Personal	5,939 €	4,067 €	3,066 €	2,066 €	1,065 €	64 €	10,556 €
Seguridad Social	2,629 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €	2,629 €	28,739 €
IRPF	1,647 €	3,294 €	4,941 €	1,647 €	3,294 €	4,941 €	33,961 €
IVA	23,334 €	24,578 €	24,608 €	30,518 €	36,722 €	31,072 €	222,708 €
Préstamo	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	1,080,000 €
Impuesto Sociedades							0 €
Reservas	74,584 €	83,835 €	70,868 €	58,650 €	43,879 €	31,601 €	769,750 €
Capital	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	42,000 €
Total pasivo	387,372 €	209,718 €	235,801 €	433,134 €	463,022 €	439,468 €	2,890,898 €



ESTADOS FINANCIEROS TRIMESTRALES SEGUNDO AÑO



CUENTA DE EXPLOTACIÓN PREVISTA PARA EL 2008

	1er. Trimestre	2º Trimestre	3er. Trimestre	4º Trimestre	Total
Ventas Brutas	300,000 €	440,000 €	420,000 €	840,000 €	2,000,000 €
Descuentos sobre ventas	15,000 €	22,000 €	21,000 €	42,000 €	100,000 €
Ventas Netas	285,000 €	418,000 €	399,000 €	798,000 €	1,900,000 €
Coste del Producto	226,608 €	332,359 €	317,251 €	634,503 €	1,510,721 €
<i>Coste Papel</i>	120,000 €	176,000 €	168,000 €	336,000 €	800,000 €
<i>Coste Insumos</i>	95,208 €	139,639 €	133,291 €	266,583 €	634,721 €
<i>Terceros (encuadernacion externa)</i>	11,400 €	16,720 €	15,960 €	31,920 €	76,000 €
Margen bruto contribucion	58,392 €	85,641 €	81,749 €	163,497 €	389,279 €
Comisiones (Comercial)	4,950 €	7,260 €	6,930 €	13,860 €	33,000 €
Transporte	2,400 €	3,520 €	3,360 €	6,720 €	16,000 €
Publicidad	2,970 €	4,356 €	4,158 €	8,316 €	19,800 €
Total Gastos Dpto Marketing	10,320 €	15,136 €	14,448 €	28,896 €	68,800 €
Margen neto de contribucion	48,072 €	70,505 €	67,301 €	134,601 €	320,479 €
Renting	13,455 €	13,455 €	13,455 €	13,455 €	53,820 €
Maquinaria y equipos de oficina	13,455 €	13,455 €	13,455 €	13,455 €	53,820 €
Diseñador Gráfico	14,499 €	14,499 €	9,666 €	14,499 €	53,164 €
Oficial Técnico	10,002 €	10,002 €	6,668 €	10,002 €	36,675 €
Administrativo	4,446 €	4,446 €	2,964 €	4,446 €	16,302 €
Comercial	4,446 €	4,446 €	2,964 €	4,446 €	16,302 €
Socios	15,000 €	15,000 €	15,000 €	15,000 €	60,000 €
Gastos de personal	48,394 €	48,394 €	37,262 €	48,394 €	182,443 €
Alquiler	4,658 €	4,658 €	4,658 €	4,658 €	18,630 €
Asesoría	1,553 €	1,553 €	1,553 €	1,553 €	6,210 €
Electricidad	970 €	970 €	970 €	970 €	3,881 €
Consumibles	3,105 €	3,105 €	3,105 €	3,105 €	12,420 €
Otros gastos	10,285 €	10,285 €	10,285 €	10,285 €	41,141 €
Imprevistos	5,590 €	5,590 €	5,590 €	5,585 €	22,353 €
Total Gastos Fijos	77,724 €	77,724 €	66,592 €	77,719 €	299,758 €
Intereses socios	638 €	638 €	638 €	638 €	2,554 €
Intereses	998 €	1,463 €	1,397 €	2,793 €	6,650 €
BAI	31,288 €	9,320 €	1,327 €	53,451 €	11,517 €
Impuestos	7,822 €	2,330 €	332 €	13,363 €	2,879 €
Beneficio después impuestos	23,466 €	6,990 €	995 €	40,088 €	8,638 €



PREVISIÓN FLUJO TESORERÍA PARA EL 2008

	Apertura	1er. Trimestre	2º Trimestre	3er. Trimestre	4º Trimestre	Total
Tesorería Acumulada	39,983 €	36,923 €	51,906 €	38,555 €	114,561 €	281,928 €
Tesorería		3,060 €	14,983 €	13,351 €	76,006 €	74,578 €
Ingresos (90 días)	30%	562,125 €	380,849 €	436,417 €	654,626 €	2,034,017 €
Ingresos (60 días)	70%					
Total Ingresos		562,125 €	380,849 €	436,417 €	654,626 €	2,034,017 €
Intereses		1,636 €	2,101 €	2,035 €	3,431 €	9,204 €
Papel		241,820 €	148,373 €	185,467 €	239,680 €	815,340 €
Insumos		207,998 €	127,621 €	159,527 €	206,157 €	701,303 €
Terceros (encuadernación)		24,905 €	15,281 €	19,395 €	18,514 €	78,095 €
Coste Producto		474,723 €	291,276 €	364,388 €	464,351 €	1,594,738 €
Comisiones ventas		11,850 €	6,490 €	7,040 €	11,550 €	36,930 €
Transporte		10,814 €	6,635 €	8,294 €	10,718 €	36,462 €
Publicidad		5,243 €	3,217 €	4,021 €	5,197 €	17,678 €
Coste Ventas		27,907 €	16,342 €	19,355 €	27,465 €	91,070 €
Renting		15,608 €	15,608 €	15,608 €	15,608 €	62,431 €
Diseñador Gráfico		7,742 €	7,742 €	7,742 €	7,742 €	30,967 €
Oficial Técnico		5,356 €	5,356 €	5,356 €	5,356 €	21,425 €
Recepcionista		2,608 €	2,608 €	2,608 €	2,608 €	10,433 €
Comercial		2,608 €	2,608 €	2,608 €	2,608 €	10,433 €
Seguridad Social		8,163 €	8,163 €	8,163 €	8,163 €	32,652 €
IRPF		4,965 €	5,139 €	5,139 €	5,139 €	20,381 €
Gastos de Personal		31,442 €	31,616 €	31,616 €	31,616 €	126,291 €
Socios		15,000 €	15,000 €	15,000 €	15,000 €	60,000 €
Alquiler		5,403 €	5,403 €	5,403 €	5,403 €	21,611 €
Asesoría		1,801 €	1,801 €	1,801 €	1,801 €	7,204 €
Electricidad		1,126 €	1,126 €	1,126 €	1,126 €	4,502 €
Material de oficina		3,602 €	3,602 €	3,602 €	3,602 €	14,407 €
Otros		0 €			22,353 €	22,353 €
Total Pagos		565,184 €	365,866 €	449,769 €	578,620 €	1,959,438 €
Otros				5,880 €		5,880 €
IVA		13,064 €	18,009 €	10,165 €	13,136 €	54,373 €
Saldo IVA		10,165 €	13,136 €	12,712 €	21,625 €	57,637 €
IVA Repercutido		19,950 €	29,260 €	27,930 €	55,860 €	133,000 €
IVA Soportado		30,115 €	42,396 €	40,642 €	77,485 €	190,637 €



BALANCE TRIMESTRAL 2008

	2007	1er. Trimestre	2º Trimestre	3er. Trimestre	4º Trimestre	Total
Cuentas a cobrar	399,485 €	142,310 €	208,721 €	199,234 €	398,468 €	1,348,218 €
Caja	39,983 €	36,923 €	51,906 €	38,555 €	114,561 €	281,928 €
Total Activo	439,467 €	179,233 €	260,628 €	237,789 €	513,029 €	1,630,146 €
Cuentas a pagar	401,135 €	147,941 €	230,708 €	220,060 €	447,262 €	1,447,106 €
Socios		0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Personal	64 €	3,011 €	6,086 €	2,232 €	843 €	7,643 €
Seguridad Social	2,629 €	2,721 €	2,721 €	2,721 €	2,721 €	13,513 €
IRPF	4,941 €	5,114 €	5,114 €	5,114 €	5,114 €	25,397 €
IVA	31,072 €	10,165 €	5,292 €	7,839 €	16,328 €	70,696 €
Préstamo	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	90,000 €	450,000 €
Impuesto Sociedades						
Reservas	31,601 €	62,888 €	72,208 €	73,535 €	20,083 €	260,315 €
Capital	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €	17,500 €
Total pasivo	439,468 €	179,234 €	260,628 €	237,789 €	513,029 €	1,630,148 €



ESTADOS FINANCIEROS TERCER, CUARTO Y QUINTO AÑO



CUENTA DE EXPLOTACIÓN PREVISTA 3ER, 4TO Y 5TO AÑO

	2009	2010	2011
Ventas Brutas	2,200,000 €	2,420,000 €	2,662,000 €
Descuentos sobre ventas	110,000 €	121,000 €	133,100 €
Ventas Netas	2,090,000 €	2,299,000 €	2,528,900 €
Coste del Producto	1,661,793 €	1,827,972 €	2,010,770 €
<i>Coste Papel</i>	880,000 €	968,000 €	1,064,800 €
<i>Coste Insumos</i>	698,193 €	768,012 €	844,814 €
<i>Terceros (encuadernacion externa)</i>	83,600 €	91,960 €	101,156 €
Margen bruto contribucion	428,207 €	471,028 €	518,130 €
Comisiones (Comercial)	36,300 €	39,930 €	43,923 €
Transporte	17,600 €	19,360 €	21,296 €
Publicidad	21,780 €	23,958 €	26,354 €
Total Gastos Dpto Marketing	75,680 €	83,248 €	91,573 €
Margen neto de contribucion	352,527 €	387,780 €	426,558 €
Renting	53,816 €	58,816 €	58,816 €
Gastos constitución renting			
Maquinaria y equipos de oficina	53,816 €	58,816 €	58,816 €
Gastos constitución empresa			
Diseñador Gráfico	55,557 €	58,057 €	60,669 €
Oficial Técnico	38,325 €	40,050 €	41,852 €
Administrativo	17,036 €	17,802 €	18,603 €
Comercial	17,036 €	17,802 €	18,603 €
Socios	80,000 €	100,000 €	120,000 €
Gastos de personal	207,953 €	233,711 €	259,728 €
Alquiler	19,282 €	19,957 €	20,655 €
Asesoría	6,427 €	6,652 €	6,885 €
Electricidad	4,017 €	4,158 €	4,303 €
Consumibles	12,855 €	13,305 €	13,770 €
Otros gastos	42,581 €	44,072 €	45,614 €
Imprevistos	25,053 €	27,778 €	30,534 €
Total Gastos Fijos	329,403 €	364,376 €	394,692 €
Intereses	6,000 €		
BAI	17,123 €	23,403 €	31,866 €
Impuestos	0 €	6,133 €	9,560 €
Beneficio después impuestos	17,123 €	17,271 €	22,306 €
Beneficio acumulado	8,671 €	25,941 €	48,247 €



BALANCE PREVISTO 2DO, 3ER, 4TO Y 5TO AÑO

BALANCE

	2008	2009	2010	2011
Cuentas a cobrar	398,468 €	439,494 €	504,054 €	578,602 €
Caja	114,561 €	45,077 €	52,379 €	56,761 €
Total Activo	439,467 €	484,571 €	556,433 €	635,363 €
Cuentas a pagar	447,262 €	491,983 €	541,182 €	595,301 €
Socios		0 €	0 €	0 €
Personal	843 €	1,899 €	2,955 €	4,011 €
Seguridad Social	2,721 €	2,816 €	2,816 €	2,816 €
IRPF	5,114 €	5,293 €	5,293 €	5,293 €
IVA	16,328 €	17,960 €	19,756 €	21,732 €
Préstamo	90,000 €	0 €	0 €	0 €
Impuesto Sociedades		0 €	6,133 €	9,560 €
Reservas	20,083 €	2,960 €	14,311 €	36,615 €
Capital	3,500 €	3,500 €	3,500 €	3,500 €
Total pasivo	439,468 €	484,571 €	556,433 €	635,363 €



INDICADORES FINANCIEROS

El resultado que obtenemos en los 5 años de actividad es el siguiente:

2007	2008	2009	2010	2011
-25.925€	17.472€	17.123€	17.271€	22.306€

Con esto obtenemos un:

VAN (K=15%)	22.891,45€
TRI	58%

Si no contamos los sueldos de los socios el beneficio que tendremos sería :

2007	2008	2009	2010	2011
4.075€	77.472€	97.123€	117.271 €	142.306€

Y entonces el VAN sería 263.784,86

	2007	2008	2009	2010	2011
Indice					
Liquidez	1,08	1,13	0,97	1,01	1,05
Fondo					
Maniobra	30.827€	57.089€	-17.425€		4.182€
	27.937€				

El año 2009 baja el índice de liquidez y el fondo de maniobra debido a la recuperación del préstamo de los socios.

Capítulo Quinto

FORMA JURIDICA Y ASPECTOS LEGALES

Este proyecto de creación de una empresa ha surgido de una idea que se plantearon los promotores tras un estudio de un conjunto de elementos o factores tanto externos como internos: situación económica regional, competencia, demanda por parte de la sociedad de esos servicios, evolución previsible a corto plazo, medios tecnológicos con los que puede contar, capital inicial necesario, capacidad para conseguir créditos, política comercial a seguir, capacidad personal para impulsar ese proyecto y grado de formación, conocimientos y habilidades necesarias para dirigirla.

Para la elección de la forma jurídica, Sociedad de Responsabilidad Limitada, hemos tenido en cuenta:

- ❖ El dinero a invertir: comprometemos pequeñas cantidades de capital
- ❖ Queremos evitar la responsabilidad de los socios frente a potenciales acreedores
- ❖ Número de socios: 2
- ❖ Fiscalidad
- ❖ Complicaciones administrativas
- ❖ Coste



FORMA JURÍDICA

Analizados los factores anteriores creemos que la forma jurídica que mejor se adecua a nuestro negocio es la de **Sociedad Limitada**, por las siguientes razones:

- Los costes de constitución son asequibles
- El capital social mínimo exigido es relativamente bajo (3.006 €)
- El número de socios mínimo también es acorde con nuestras pretensiones (antes de la reforma de 1.995 eran dos; en la actualidad, uno)
- Su gestión es relativamente simple

- La responsabilidad frente a potenciales acreedores está limitada al capital social y bienes a nombre de la empresa.
- Es una sociedad de tipo capitalista en la que el capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden comprarse ni venderse libremente.
- La condición de socio no puede transmitirse libremente ya que existe un derecho de tanteo a favor de los socios restantes, e incluso de la propia sociedad, que podrá adquirir la participación del socio saliente mediante una reducción del capital de la sociedad



CONSTITUCIÓN

Los siguientes serán los pasos que seguiremos para la constitución de la empresa y el coste presupuestado para los mismos:

- a) Solicitud de nombre mercantil (9.500 €)
- b) Redacción de los Estatutos de la Sociedad (1.200 €)
- c) Escritura ante Notario (escritura fundacional) (300 €)
- d) Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (1 por cien del capital social; mínimo 30 €)
- e) Registro mercantil (120 €)
- f) Censo de Hacienda (0 €)
- g) CIF (0 €)
- h) Alta patronal en la Seguridad Social (0 €)
- i) Alta de socios (como autónomos) (210 €)
- j) Alta de trabajadores
- k) Libro de visitas (15 €)
- l) Licencia del Ayuntamiento (variable)
- m) Otros gastos no previstos



NOMBRE MERCANTIL

Nuestro nombre mercantil será: **Ink Services Sociedad Limitada**. Para el registro del mismo procederemos a solicitar **la certificación negativa** de la denominación social, dirigiéndonos al Registro Mercantil con una solicitud como la siguiente, con la que reservaremos el nombre para la compañía por 15 meses y deberemos presentarla ante el notario en el momento de elevar a escritura pública los estatutos de la sociedad. Esta certificación tiene una validez de dos meses para poder constituir la empresa:

A/A: Registro Mercantil Central.

Sección de Denominaciones.

Príncipe de Vergara, 94.

28006 MADRID.

....., a de de 20.....

Distinguidos Sres,

Por la presente les solicito me concedan una de las tres propuestas de denominación social que se enumeran a continuación por orden de preferencia, para poder proceder a la constitución, junto con otros socios, de una sociedad mercantil con dicha denominación.

- Ink Services , S.L.

Gracias por su gentileza.

(nombre y apellidos, N.I.F., domicilio y firma del solicitante). (Si el solicitante es una S.A. o S.L.: denominación de la sociedad, domicilio social, C.I.F. y firma del representante legal de la sociedad)

Una vez recibamos el Certificado del Registro Mercantil conforme se nos haya concedido una de las denominaciones propuestas, procederemos a realizar las correspondientes aportaciones para poder dar paso a la Constitución de la Sociedad. En el supuesto de que todas las denominaciones propuestas ya figurasen registradas, recibiríamos un Certificado positivo y sería necesario proponer nuevos nombres y repetir el proceso de solicitud de nombre.

Las aportaciones dineradas las ingresaremos la cuenta corriente que previamente se abriremos en una entidad bancaria a nombre de la sociedad en constitución. Los ingresos los acreditan mediante certificado que emitirá la entidad bancaria, en forma parecida al siguiente

<u>BANCO / CAJA X</u>	
D. / Dña. Apoderado/a de Banco / Caja X, sucursal, sita en C/ de	
CERTIFICA:	
A efectos de lo que dispone el art. 19.2 de la Ley 2/1995 de 23 de Marzo de Sociedades de Responsabilidad Limitada, que en esta oficina y en la cuenta nº, a nombre de la sociedad, S.L. en constitución, se ha ingresado en concepto de aportación de capital fundacional, el día ... de de 20....., el importe que a continuación se detalla por las siguientes personas y sociedades:	
<u>Importe</u>	<u>Sociedad / Persona</u>
..... €	, S.L.
..... €	D/ Dña.....
Y para que así conste y a los efectos oportunos, se emite el presente certificado.	
En, a de de 20.....	



ESCRITURA DE LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

Hechas todas las aportaciones, todos los socios de la futura sociedad, acudimos ante un notario para otorgar la escritura de constitución de la sociedad, en la que constará:

- ❖ La identificación de los socios, Salvador Tortajada y Liliana Marcela González Granados.
- ❖ La aportación que hace cada uno al capital social (Dña Liliana González Granados, 1.750 € y el Salvador Tortajada 1.750€), entregando al notario el certificado de ingreso correspondiente.
- ❖ El número de participaciones sociales –al tratarse de una S.L- que se les asignan como contraprestación a la aportación dada: 100 participaciones de valor nominal 35 € 50 de Salvador Tortajada y 50 de Liliana González G.
- ❖ La designación de administrador / administradores / Consejo de administración: asumirá la condición de Administrador el socio mejor conocedor del negocio, Dña Liliana González Granados y como director adjunto Don Salvador Tortajada



ESTATUTOS SOCIALES:

Los siguientes serán los estatutos de nuestra constitución de sociedad:

- Artículo 1ro: Nuestra empresa tendrá como denominación social será (la concedida por el registro mercantil central) Ink Services, S.L
- Artículo 2do: Nuestro objeto social será la comercialización de servicios de marketing, diseño, diagramación, edición, pre prensa, pre impresión, impresión, encuadernación, generación, gestión y explotación de bases de datos y contenidos digitales, packing y picking de producto impreso, publicitario y comercial, distribución y logística de productos educativos y comerciales, aplicación de nuevas técnicas de impresión, mantenimiento y formación de las mismas y cualquier otra actividad afín o no afín a la actividad de la empresa.
- Artículo 3ro: La duración de la sociedad Ink Services SL será indefinida.

- Artículo 4to: La fecha de inicio de las operaciones sociales será el 1 de diciembre de 2.006) El domicilio social (siempre en territorio español); en Llobregat provincia de Barcelona y el órgano competente para abrir sucursales, que establecemos sea la Junta General.
- Artículo 5to: La fecha de cierre del ejercicio social será el 31 de diciembre de cada año.
- Artículo 6º.- El capital social es de 3.500 € que se dividirá en 100 participaciones sociales, números del 1 al 100, de 135 € de valor nominal cada una, acumulables e indivisibles, que no podrán incorporarse a títulos negociables ni llamarse acciones. El capital social está íntegramente suscrito y desembolsado.

CAPÍTULO II.- RÉGIMEN DE LAS PARTICIPACIONES SOCIALES.

- Artículo 7º.- Las participaciones sociales están sujetas al régimen previsto en la Ley. La sociedad llevará un libro de registro de socios que cualquier socio podrá examinar y de los cuales los titulares podrán obtener certificaciones de los derechos registrados a su nombre.
- Artículo 8º.- La transmisión de las participaciones sociales se regirá por lo dispuesto en los artículos 28 y siguientes de la Ley. En consecuencia, será libre la transmisión voluntaria de las participaciones por actos inter vivos de los socios, o favor del cónyuge, ascendentes o descendientes del socio o de las sociedades pertenecientes al mismo grupo que la transmitida, así como en las transmisiones mortis causa.

CAPÍTULO III.- ÓRGANOS SOCIALES

- Artículo 9º.- Los órganos sociales son la Junta General y los administradores. Todo aquello que no esté previsto en estos Estatutos se regirá por lo dispuesto en los artículos 43 y siguientes de la Ley.
- Artículo 10º.- JUNTA GENERAL.- Los socios reunidos en la Junta General decidirán por mayoría legal, en las tareas propias de la competencia de la Junta.
- Artículo 11º.- CONVOCATORIA.- La Junta General se convocará mediante la comunicación individual y escrita del anuncio a todos los socios al domici-

lio que conste en el Libro de Registro, por correo certificado y con acuso de recibo.

- Artículo 12º.- ASISTENCIA Y PRESENTACIÓN.- Todos los socios tienen derecho a asistir a la Junta General por si o representados por otra persona, socio o no. La representación comprenderá la totalidad de las participaciones del representante, se tendrá que conferir por escrito y si no consta en el documento público tendrá que ser especial para cada Junta.
- Artículo 13º.- ADMINISTRADORES.- La Junta General confiará la Administración de la sociedad a uno de los Socios, en caso de discrepancias entre los Socios esta se hará de forma solidaria.
- Artículo 14º.- La representación de la sociedad en juicio y fuera de el corresponde a los Administradores, y se extenderá a todos los actos comprendidos al objeto social.
- Artículo 15º.- El cargo de Administrador es gratuito.

CAPITULO IV.- SEPARACIÓN Y EXCLUSIÓN DE LOS SOCIOS.

- Artículo 16º.- Los socios tendrán derecho a separarse de la sociedad y podrán ser excluidos de la misma por acuerdo de la Junta General, por las causas y en la forma previstas en los artículos 95 y siguientes de la Ley.

CAPÍTULO V.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

- Artículo 17º.- Los Administradores serán liquidadores cuando se produzca la disolución de la empresa, excepto cuando la Junta General nombre a otros al acordar la disolución. Los liquidadores ejercerán su cargo por tiempo indefinido. Pasados tres años desde la abertura de la liquidación sin que se haya sometido a la aprobación de la Junta General el balance final de la liquidación, cualquier socio o persona con interés legítimo podrá solicitar al Juez de Primera Instancia del domicilio social la separación de los liquidadores en la forma prevista por la Ley.
- Artículo 18º.- La cuota de liquidación correspondiente a cada socio será proporcional a su participación en el capital social.

CAPÍTULO VI.- SOCIEDAD UNIPERSONAL

- Artículo 19º.- En caso de que la sociedad se vuelva unipersonal se atenderá a lo dispuesto en el artículo 125 y siguientes de la Ley, y el socio único ejercerá las competencias de la Junta General.
- Transcurridos seis meses desde que un único socio sea propietario de todas las participaciones sociales, sin que esta circunstancia se haya inscrito en el Registro Mercantil, éste responderá personal, ilimitadamente y solidariamente de las deudas sociales contraídas durante el período de unipersonalidad. Inscrita la unipersonalidad, el socio único no responderá de las deudas contraídas con posterioridad.



ALTA CENSAL, OBTENCIÓN DEL C.I.F., PAGO DEL IMPUESTO DE OPERACIONES SOCIETARIAS

Firmada la escritura y retirada de la notaría, es necesario acudir a la Delegación de la **Agencia Tributaria** a fin de realizar la declaración censal de la constitución de la sociedad y obtener el **C.I.F** (Código de Identificación Fiscal de la sociedad) –el equivalente al N.I.F. de las personas físicas

Rellenamos el impreso 037 de declaración censal firmado por el administrador de la Sociedad y entregamos fotocopia de la escritura de constitución, previo cotejo del original. Se nos entrega la tarjeta C:IF y el primer juego de etiquetas identificativas

A continuación pasamos por la Dirección de Finanzas de la Generalitat de Cataluña para realizar la autoliquidación y pagar el **Impuesto de Operaciones Societarias**. Aportamos original y una copia simple de la escritura de constitución; rellenamos el impreso correspondiente (600) y abonamos la cantidad equivalente al **1'1 % del capital social** en efectivo metálico (puede hacerse también mediante cheque bancario. Con ello tendremos la escritura sellada conforme se ha pagado el impuesto.

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL, LEGALIZACIÓN DE LIBROS:

A continuación es necesario inscribir la escritura en el **Registro Mercantil** de la provincia del domicilio social de la sociedad; rellenamos el impreso correspondiente y dejamos la escritura original y abonamos el importe a pagar por el anuncio de la constitución de la sociedad en el B.O.R.ME. (Boletín Oficial del Registro Mercantil). Pasados 15 días hábiles, pasamos a recoger la escritura, pagando la tasa de inscripción registral

Asimismo la sociedad, como comerciante, debe legalizar los libros ante el Registro Mercantil

- ❖ Libro de actas, donde se recogerán las actas de las Juntas Generales (y también del Consejo de Administración si lo hubiere))
- ❖ Libro de Socios al tratarse de una S.L, que recogerá los cambios de titularidad de las participaciones
- ❖ Libro de Balances, cuentas anuales, pérdidas y ganancias

ALTA EN LA SEGURIDAD SOCIAL:

En el momento en que nuestra empresa contrata dos trabajadores , damos de alta, como es lógico, a los mismos en la Seguridad Social (Tesorería de la Seguridad Social). Es necesario tener en cuenta también el alta de la persona que ostenta el cargo de Administrador de la Sociedad

Anexo I

Oferta Renting de Maquinaria Banco Sabadell

0050 - VILANOVA I LA GELTRU
 10.7.2006
 PLAÇA DE LA VILA, 14
 ANTONI SARDA JULIAN
 08800 VILANOVA I LA GELTRU 938931900

salvador tortajada

Imports expressats en euros

LÍISING de Maq. diversa a tipus variable en prestació de serveis

Import sol·licitat	150.000,00
Import Assegurança	2.759,29
Tipus d'assegurança	A Tot Risc
Venciment (mesos)	36
Periodicitat Quota	Mens.
Interès	5,61%
Import finançat	152.759,29
QUOTES	
Entrega Inicial	0,00
Quota	4.484,65
Import Valor Residual	4.484,65
Import Comissió Obertura (2,00%)	3.055,19
Import Comissió Estudi (0,70%)	1.069,32
Despeses Aproximades	427,68

Les quotes seran revisades d'acord amb la periodicitat de revisió pactada, aplicant el tipus EURIBOR Oficial cotitzat al termini corresponent a la periodicitat de revisió, de dos dies hàbils anteriors a un mes abans de la data de revisió establerta, incrementat amb un diferencial de 2,00 punts.

El tipus d'interès resultant de les revisions no serà mai inferior al 3,75% ni superior al 12,00%.

- Aquestes condicions econòmiques, són orientatives.
- Tots els imports estaran incrementats amb l'IVA / IGIC de l'operació.
- Pagaments a la signatura: Entrega Inicial (si n'hi ha), primera quota, comissions i despeses, més l'IVA / IGIC corresponent.
- En cas d'ENTREGA DE BENS, també a la signatura l'IVA / IGIC corresponent.
- La formalització de la present oferta està subjecte al posterior estudi i anàlisi de riscos.

Quadre d'Amortització

Quota N°	Data	Rec.Cost	Càr.Finan.	Quota Neta	Cap. Pend.
	07.2006	0,00	0,00	0,00	152.759,29
1	07.2006	3.791,47	693,18	4.484,65	148.967,82
2	08.2006	3.809,19	675,46	4.484,65	145.158,63
3	09.2006	3.827,00	657,65	4.484,65	141.331,63
4	10.2006	3.844,89	639,76	4.484,65	137.486,74
5	11.2006	3.862,87	621,78	4.484,65	133.623,87
6	12.2006	3.880,92	603,73	4.484,65	129.742,95
7	01.2007	3.899,07	585,58	4.484,65	125.843,88
8	02.2007	3.917,30	567,35	4.484,65	121.926,58
9	03.2007	3.935,61	549,04	4.484,65	117.990,97
10	04.2007	3.954,01	530,64	4.484,65	114.036,96
11	05.2007	3.972,49	512,16	4.484,65	110.064,47
12	06.2007	3.991,06	493,59	4.484,65	106.073,41
13	07.2007	4.009,71	474,93	4.484,64	102.063,70
14	08.2007	4.028,46	456,18	4.484,64	98.035,24
15	09.2007	4.047,29	437,35	4.484,64	93.987,95
16	10.2007	4.066,21	418,43	4.484,64	89.921,74
17	11.2007	4.085,22	399,42	4.484,64	85.836,52
18	12.2007	4.104,32	380,32	4.484,64	81.732,20
19	01.2008	4.123,51	361,13	4.484,64	77.608,69
20	02.2008	4.142,79	341,85	4.484,64	73.465,90
21	03.2008	4.162,15	322,49	4.484,64	69.303,75
22	04.2008	4.181,61	303,03	4.484,64	65.122,14
23	05.2008	4.201,16	283,48	4.484,64	60.920,98
24	06.2008	4.220,80	263,84	4.484,64	56.700,18
25	07.2008	4.240,53	244,11	4.484,64	52.459,65
26	08.2008	4.260,36	224,28	4.484,64	48.199,29
27	09.2008	4.280,27	204,37	4.484,64	43.919,02
28	10.2008	4.300,28	184,36	4.484,64	39.618,74
29	11.2008	4.320,39	164,25	4.484,64	35.298,35
30	12.2008	4.340,59	144,05	4.484,64	30.957,76
31	01.2009	4.360,88	123,76	4.484,64	26.596,88
32	02.2009	4.381,27	103,37	4.484,64	22.215,61
33	03.2009	4.401,75	82,89	4.484,64	17.813,86
34	04.2009	4.422,33	62,31	4.484,64	13.391,53
35	05.2009	4.443,00	41,64	4.484,64	8.948,53
36	06.2009	4.463,88	20,76	4.484,64	4.484,65
	SUBTOTAL	148.274,64	13.172,52	161.447,16	
	Valor Resid.			4.484,65	

SUMES 152.759,29

POLISSA D'AVARIA MAQUINARIA - SINTESI DE GARANTIES

Riscs coberts

L'Assegurador indemnitzarà a l'Assegurat els danys y les pèrdues materials soferts per les màquines assegurades descrites en les Condicions Particulars, com a conseqüència d'una causa accidental, sobtada i imprevisible, no classificada com risc exclòs, ocasionades per:

- Imperícia, negligència i actes malintencionats deguts al personal del Prenedor o de l'Assegurat o d'estrany.
- Actes de vandalisme o malintencionats. (*)
- L'acció directa de l'energia elèctrica com a resultat de curtcircuits, arcs voltaics, sobretensions i d'altres efectes similars.
- Errors de disseny, càlcul o muntatge, defectes de fosa, de material, de construcció, de mà d'obra i ús de materials defectuosos.
- Falta d'aigua en calderes i altres aparells conductors de vapor.
- Força centrífuga, només la pèrdua o el dany sofert per esquinços en aquesta màquina.
- Caiguda, impacte, col·lisió, així com obstrucció o entrada de cossos estranys.
- Defectes de greixatge, afluiament de peces, esforços anormals i autocalentament.
- Fallada als dispositius de regulació.
- Tempesta, calamarsa, gelada, desglaç, acció de l'aigua i de la humitat. (*)
- Incendi, explosió, caiguda de llamp, fum, sutge i gasos corrosius. (*)
- Robatori i espoliació. (*)
- Cobertura de Riscs Catastròfics (C.C.S.) (*)
- Qualsevol altra causa no exclosa expressament.

(*) Riscs coberts per a la garantia d'Incendi, robatori i extensió de garanties

Exclusions

La garantia no s'estén als danys i pèrdues causats per:

- Fraus o culpa greu de l'assegurat o prenedor de l'assegurança.
- Defectes o vicis ja existents al contractar l'assegurança. (*)
- Desgast o deteriorament paulatiu com a conseqüència de l'ús o funcionament normal, erosió, corrosió, oxidació, cavitació, rovell o incrustacions. (*)
- Enderrocament d'edificis o enfonsaments.
- Assaigs o sobrecàrregues intencionades. (*)
- Operacions amb o a la màquina assegurada, després d'un sinistre sense la seva total reparació.
- Danys a la fonamentació o a l'obra destinada a la subjecció de la maquinària.
- Danys a parts canviables, reemplaçables o accessoris.
- Pèrdues o danys produïts per radiació o contaminació nuclear.
- Avaria interna dels ordinadors en cas de no existir un contracte de manteniment.
- Perjudicis o pèrdues indirectes que es produeixin com a motiu del sinistre.
- Responsabilitat del fabricant.
- Guerra Civil o Internacional.
- Motins, enrenous, vagues, disturbis, sabotatge.
- En tot cas, queda exclosa la cobertura d'avaría interna de la maquinària o equips de segona mà amb una antiguitat superior a 2 anys. (*)
- Furt.
- Els danys que es produeixin a la màquina assegurada.
- Els danys previs a la completa instal·lació de la màquina assegurada.

(*) Només per a pòlisses d'avaría maquinària.

Franquícia

S'aplicarà per a cada sinistre una franquícia deduïble de l'import del mateix del 10%, amb un mínim de 120,20 euros i un màxim de 3.005 euros, no aplicant-se mínim a sinistres d'import igual o inferior a 601 euros.

Mesures de Protecció i Seguretat

El local on hi hagi la màquina assegurada haurà de ser de sòlida construcció i disposar com a mínim d'extintors, porta blindada o porta metàl·lica amb pany de seguretat i també tenir protegits tots els forats accessibles amb contrafinestres de fusta, reixes o persianes.

(S'exceptua d'aquest requeriment a la maquinària pesada, considerada com a tal la superior a 350 Kgs de pes).