

2011

MEMORIA
ANUAL





MENSAJE DE LA PRESIDENCIA

RENDIR CUENTAS es siempre un proceso que nos permite conocer de dónde venimos, trazar hacia dónde nos dirigimos y cuáles serán las metas que pretendemos alcanzar en el futuro. De esta manera, presentamos la Memoria Anual de 2011.

El año precedente se realizaron elecciones y cambios de autoridades nacionales. Sin embargo, sus trabajadores, profesionales y directivos de carrera demostraron un gran talento para que este hecho trascendental para el país no perturbara el avance de la empresa ni su desarrollo.

NO CABE DUDA DE QUE EDITORA PERÚ POSEE UNO DE LOS MEJORES EQUIPOS DE PROFESIONALES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL PAÍS, Y ESO HA PERMITIDO QUE SE HAYA MANTENIDO, INCLUSO EN PERÍODOS DE CRISIS Y RECESIÓN, COMO UNA EMPRESA PIONERA Y SUMAMENTE RENTABLE.

Soy consciente de que uno de los peores males que aquejan a nuestro país es el hecho de que en cada cambio de gobierno se hace tabla rasa de lo realizado y la nueva administración comienza como si nada bueno hubiera ocurrido en los años anteriores. Una medida sumamente dañina si queremos reforzar nuestra posición como empresa y como país.

Por ello, es importante reconocer que se consiguió una serie de logros tanto en el ámbito periódico como en el financiero, permitiendo que el

ejercicio fiscal 2011 concluyera con buenas utilidades para esta empresa dedicada a la edición del Diario Oficial El Peruano, la Agencia Peruana de Noticias Andina y Servicios Editoriales y Gráficos (Segraf).

Al asumir en febrero de 2012 la Presidencia del Directorio de EDITORA PERÚ, me propuse afianzar los aspectos positivos registrados y desterrar los vicios o errores que hubieran ocurrido. Transparencia en todos los niveles, profunda investigación de cualquier presunta irregularidad y sanción a todo tipo de hecho doloso que se registre o se haya

registrado impulsarán la labor de mi gestión.

Al aceptar esta responsabilidad tenía claro que lo hacía con el fin de servir a mi país, optimizar la gestión de la empresa y no servir-

me del cargo. Siempre he sido partidario de que los empleados públicos debiéramos llegar apenas con un lapicero en la mano para verter nuestros conocimientos y retirarnos de dicha tarea del mismo modo.

No cabe duda de que EDITORA PERÚ posee uno de los mejores equipos de profesionales de la administración pública del país, y eso ha permitido que se haya mantenido, incluso en períodos de crisis y recesión, como una empresa pionera y sumamente rentable. Sin embargo, hay que hacer algunos ajus-



MARINA GARCÍA BURGOS

tes en su estructura, especialmente en la promoción de los trabajadores, premiando la meritocracia y dejando de lado criterios de evaluación como el carné partidario, así como capacitar al mayor número de empleados de acuerdo con las necesidades empresariales y no por intereses personales o subalternos. También se requiere adecuar la empresa, modernizando su organización con miras a seguir la senda del crecimiento del resto del país.

En este camino de consolidación daremos un impulso a la transparencia, volviendo los procesos de adquisición más públicos, realizando un control cercano a los procesos de gestión, teniendo un manejo austero del gasto interno, tratando de desterrar el gasto superfluo y la corrupción de nuestra vida empresarial. En esa línea, realizamos actualmente una revisión de nuestro Plan Estratégico 2012-2013, con la participación masiva de trabajadores de las diferentes áreas de la empresa.

Al entregar esta Memoria Institucional 2011, nos complace dar a conocer uno de los canales más importantes que tenemos para realizar nuestra rendición de cuentas e indicar cuáles serán los parámetros que marcarán esta nueva gestión a los ciudadanos.

EDITORA PERÚ es una empresa que contribuye fundamentalmente al desarrollo del país, ya que tiene la misión de garantizar el acceso de la información de calidad de todos los ciudadanos y ciudadanas de nuestra nación, brindando un espacio de difusión de información acorde con sus necesidades y expectativas. También es nuestra labor garantizar el estado de derecho y la gobernabilidad del país por medio de la emisión diaria de las Normas Legales y el Boletín Oficial.

QUIERO CONCLUIR reconociendo que todo lo que se ha logrado y planificado no hubiera sido posible sin el aporte invaluable de los trabajadores y las trabajadoras de carrera, que entregan su esfuerzo durante los 365 días del año para que EDITORA PERÚ sea un ejemplo de una empresa pública innovadora y la de mayor rentabilidad proporcionalmente dentro del Estado peruano, tal como ha señalado nuestro ente rector, el Fonafe.

HUGO COYA HONORES
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO



NUESTRO DIRECTORIO 2011

EL DIRECTORIO DE EDITORA PERÚ ESTUVO INTEGRADO POR LOS SIGUIENTES MIEMBROS:

Presidentes del Directorio:



Patricia
ARÉVALO MAJLUF
(Vicepresidenta desde el
15/07/2010 a 03/02/12)
(Directora desde
03/02/2006 a 03/02/12)



Otto Eduardo
EGÚSQIZA ROCA
(Desde 15/04/2011 a
13/08/2011)

Directores:



Pedro Pablo
TRUEL URIBE
(Desde 24/11/2006 a
02/03/12)



Isaac Roberto
ÁNGELES LAZO
(Desde 24/04/2008 a
02/03/12)





LIBERTADOR

EL 22 DE OCTUBRE DE 1825



POR EL LIBERTADOR S.M.

32 persos

5. Política, 11. Economía

Ministerio de Salud

INVERSIONES O...

es

NUESTRA PLANA GERENCIAL

LOS EJECUTIVOS RESPONSABLES DE LA GESTIÓN DE EDITORA PERÚ DURANTE 2011 FUERON LOS QUE SE DETALLAN A CONTINUACIÓN:

Gerente General

César

INGA BALLÓN

(Desde 16/06/2005 a 09/02/2012)

Director de Medios Periodísticos

Delfina **BECERRA GONZÁLEZ** (e)

(Desde 23/12/2007 a 02/09/2011)

Jorge **SANDOVAL CÓRDOVA** (e)

(Desde 03/09/2011 a 19/02/2012)

Gerente de Administración y Finanzas

Sara **MENDÍVIL CHUQUÍN**

(Desde 10/09/2010 a la fecha)

Gerente de Comercialización

Jorge **GÓMEZ REÁTEGUI** (e)

(Desde 10/09/2010)

Gerente de Producción

Antonio **LAINEZ YONCE** (Desde

21/05/2007 a 02/12/2011)

Hugo

CSIRKE MURO (e)

(Desde 03/12/2011 a la fecha)

Gerente de Planeamiento y Desarrollo

César **SALCEDO CARRASCO** (e)

(Desde 16/12/2010 a la fecha)

Gerente Legal

Francisco **DEL SOLAR ROJAS** (e)

(Desde 28/09/2010 a 09/11/2011)

Raúl **MENACHO MARCELO** (e)

(Desde 10/11/2011 a 21/02/12)

Gerente de Informática

Juan Pablo **NOEL**

ARANA (Desde 25/01/2002 a 05/10/2011)

Jorge **DE LOS RÍOS MONTES** (e)

(Desde el 06/10/2011 a la fecha)

Jefe de Control Institucional

Manuel **FARFÁN ACUÑA**

(Desde 07/11/1997 a 10/10/2011)

Juana Luz

LLACSAHUANGA CHÁVEZ (Desde

11/10/2011)







Propuesta de Mejoras Nacionales
Para la Reducción de la Pobreza
y la Desigualdad en el Perú
2011 - 2014

1. Agregar el indicador "Estrategia de reducción de la pobreza y la desigualdad en el Perú 2011-2014"
2. Agregar el indicador "Estrategia de reducción de la pobreza y la desigualdad en el Perú 2011-2014"
3. Agregar el indicador "Estrategia de reducción de la pobreza y la desigualdad en el Perú 2011-2014"
4. Agregar el indicador "Estrategia de reducción de la pobreza y la desigualdad en el Perú 2011-2014"





MODELO DE GESTIÓN

EDITORA PERÚ desarrolla su modelo de gestión enmarcado en las políticas de gestión corporativa empresarial pública que lidera el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (Fonafe), las que se detallan a continuación:

GENERAR VALOR MEDIANTE LA GESTIÓN EFICIENTE DE LAS EMPRESAS DEL HOLDING Y ENCARGOS.

El Fonafe promueve la competitividad a través del seguimiento de resultados por medio de la presentación comparativa de información e indicadores de gestión y económicos-financieros de las empresas de la corporación, lo que se refleja en mejores productos y servicios para gran parte de la población en todo el territorio nacional a menores costos.

FORTALECER LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DEL ESTADO.

Mediante lineamientos y principios de racionalidad, eficiencia y especialización, el Fonafe demanda el mejoramiento de los procesos y de la calidad de los bienes y servicios que se ofrecen dentro de la actividad empresarial del Estado.

FORTALECER LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN FONAFE.

Para mejorar la gestión de las empresas de la corporación, el Fonafe instauró un conjunto de políticas y principios de dirección, gestión y transpa-



rencia que propicia un desempeño que le permite alcanzar sus objetivos de manera eficiente.

PROMOVER LA TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS DEL HOLDING Y ENCARGOS.

Con directivas, Fonafe busca hacer de conocimiento público la gestión y resultados de las empresas del *holding*.

En el marco de lo expuesto, EDITORA PERÚ ha sido reconocida por Fonafe como la empresa del Estado que ha generado mayor rentabilidad en 2011.



JR. QUILCA



*"El Valor
de la
puntualidad"*

El Peruano
Fundado el 18 de Julio de 1895





NUESTRA HISTORIA

EDITORIA PERÚ S.A. fue creada el 5 de marzo de 1974, mediante Decreto Ley N° 20550, reuniendo en una sola institución a los diferentes medios de comunicación del Estado, entre ellos a la empresa editora del Diario Oficial *El Peruano* en el marco del Sistema Nacional de Información.

Inició sus operaciones el 12 de febrero de 1976 con el primer directorio de EDITORA PERÚ, conforme con el Decreto Ley N° 21420, ley orgánica por la cual la empresa asumió las actividades de Editora La Crónica y Variedades S.A., de Empresa Editora del Diario Oficial *El Peruano* y de Editorial Virú S.A., con la finalidad de editar los diarios *La Crónica*, *La Tercera* y el Diario Oficial *El Peruano*. Además, se encarga de la impresión de libros, revistas, folletos y toda clase de publicaciones, con el fin de incentivar y difundir la cultura a escala nacional.

Por Decreto Legislativo N° 181, emitido el 12 de junio de 1981, EDITORA PERÚ se constituyó en empresa estatal de derecho privado, organizada como sociedad anónima, siendo su razón social Empresa Peruana de Servicios Editoriales S.A.

A principios de la década de 1990, se cerraron los diarios *La Crónica* y *La Tercera*, pasando sus

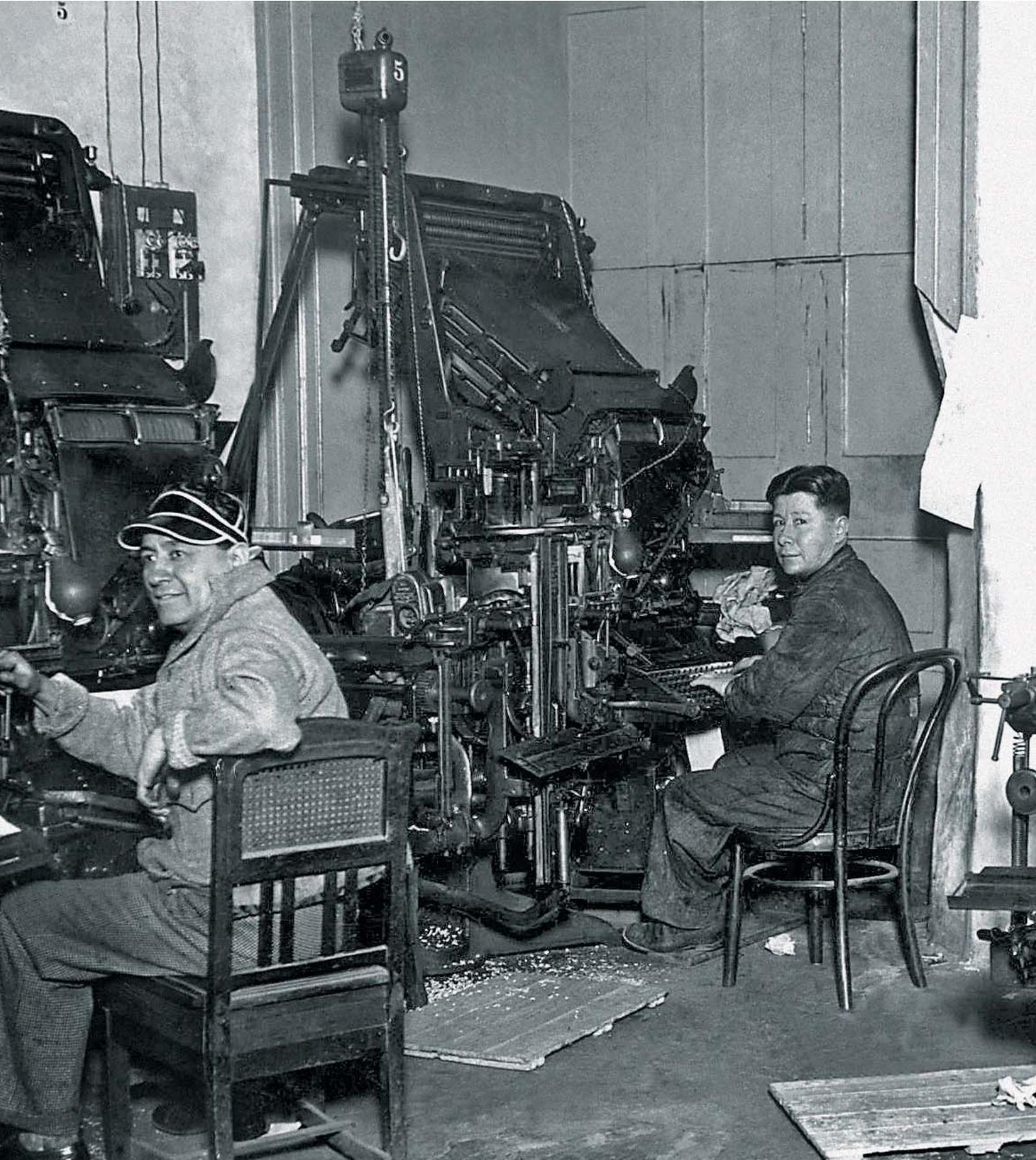
cuerpos noticiosos al Diario Oficial *El Peruano*. En 1994, se fusionó a EDITORA PERÚ la Agencia Peruana de Noticias *Andina*, lo que amplió nuestro radio de acción y cobertura como proveedora de información a los principales medios de comunicación del Perú y el mundo.

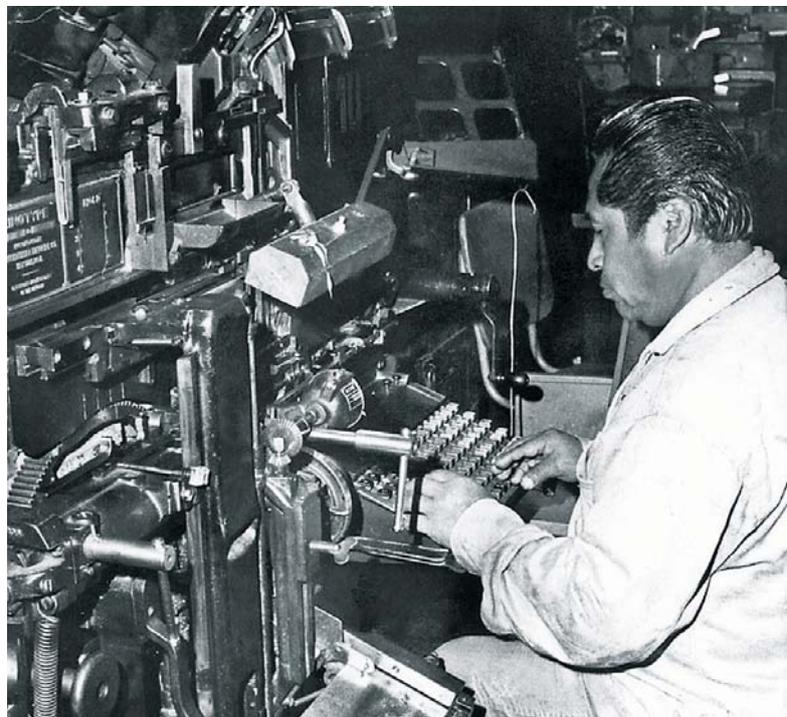
El campo de acción de EDITORA PERÚ incluye toda clase de actividades relativas a la difusión oportuna de la información legal y oficial, al procesamiento y a la difusión veraz de las noticias,

EL CAMPO DE ACCIÓN DE EDITORA PERÚ INCLUYE TODA CLASE DE ACTIVIDADES RELATIVAS A LA DIFUSIÓN OPORTUNA DE LA INFORMACIÓN LEGAL Y OFICIAL, AL PROCESAMIENTO Y A LA DIFUSIÓN VERAZ DE LAS NOTICIAS, ASÍ COMO TODAS AQUELLAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, COMERCIALIZADORAS Y DE SERVICIOS.

así como todas aquellas actividades productivas, comercializadoras y de servicios vinculadas con la educación, la cultura y el acontecer nacional e internacional. Al ser una empresa pública no solo busca la rentabilidad económica y financiera, sino también la rentabilidad social, traducida en ciudadanos mejor informados.

Ofrece adicionalmente productos agregados especializados como la revista cultural *Variedades* y el suplemento *Jurídica*, que contribuyen a la difusión de la cultura y al soporte del conocimiento jurídico, respectivamente.







NUUESTRO CAPITAL HUMANO

EL PRINCIPAL ACTIVO de la empresa es el capital humano, el cual se rige por los más altos niveles de ética. Promueve la imagen, prestigio y credibilidad institucional necesarios para el desarrollo de sus actividades y el logro de sus objetivos, en el marco de un ambiente de trabajo positivo, productivo y motivador.

Los valores personales que se cultivan en el interior de EDITORA PERÚ son los siguientes:

- Respeto.
- Vocación de servicio.
- Integridad.
- Solidaridad.
- Transparencia.

La empresa cuenta con 346 plazas aprobadas en su Cuadro de Asignación de Personal (CAP).

EDITORA PERÚ considera al capital humano el activo más importante de la empresa y base de la ventaja competitiva en el plan estratégico. Por lo que busca su desarrollo personal y profesional con programas de capacitación en instituciones de prestigio, estimulando así, la actualización de conocimientos especializados y la mejora continua de los productos periodísticos, gráficos y multimedia en los cuales la empresa está inmersa.

Se capacitó a 271 trabajadores en 80 cursos desarrollados, los cuales abarcan temáticas diversas: gestión, sistemas de control, procesos, redacción,

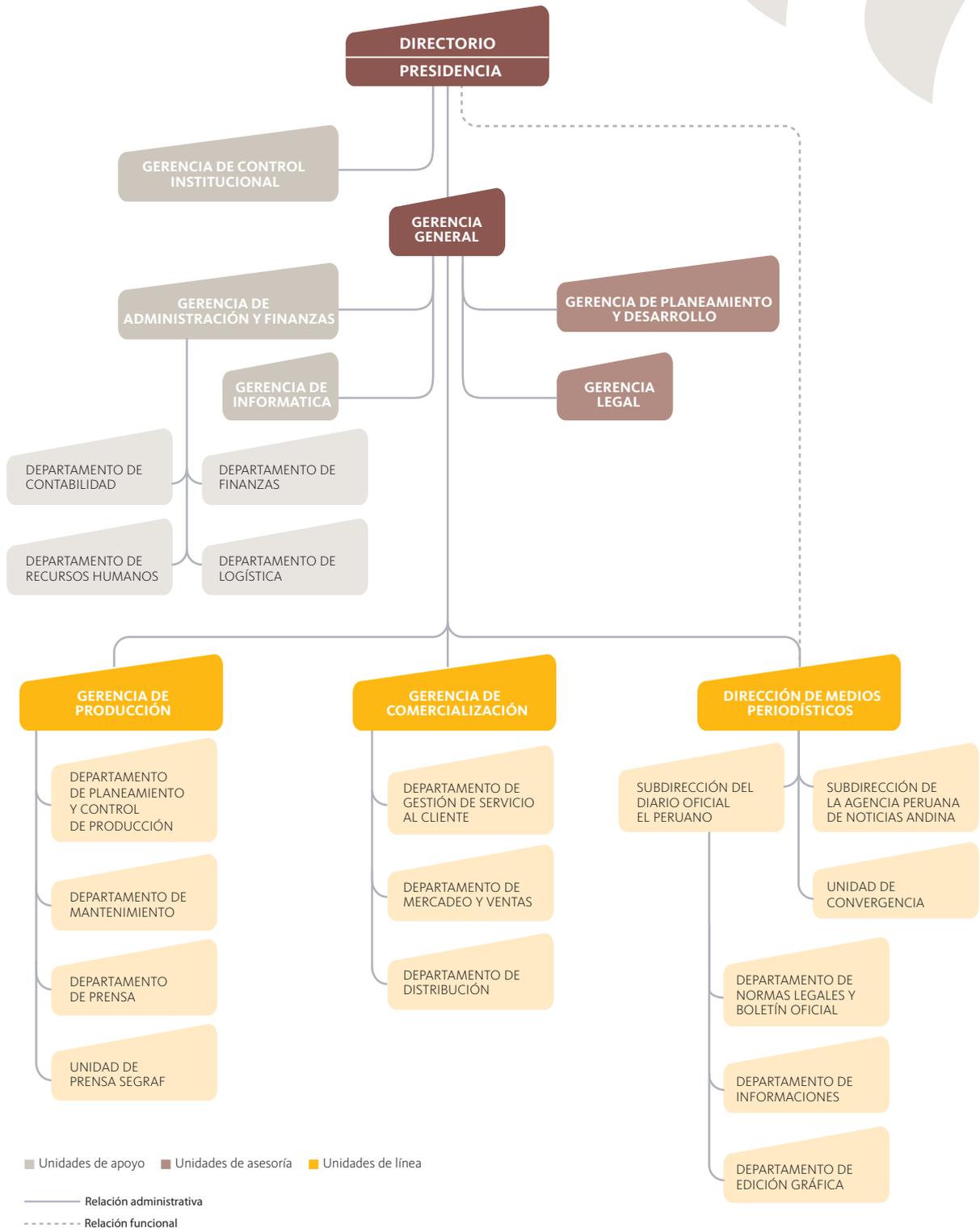


derecho, laboral, organización y métodos, contables, cultura organizacional, finanzas, logística, mercadeo, estrategias, multimedia, etcétera. Además, se realizó la Décima Convención de Operadores.

Con la finalidad de brindar bienestar al trabajador, fomentar la integración y mejorar las relaciones interpersonales entre sus miembros, se realizaron actividades de prevención de la salud, de apoyo institucional, entre otros.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE EDITORA PERÚ

(Según CAP aprobado por Acuerdo de Directorio N° 1417-971-2007 del 09-11-2007)





NUUESTRO PLAN ESTRATÉGICO

SE ENCUENTRA VIGENTE el Plan Estratégico Institucional para el período 2009 y 2013, que es el soporte para desarrollar una empresa competitiva y sostenible para los intereses del Estado y la sociedad.

Nuestro Plan Estratégico contiene los siguientes lineamientos:

UNIVERSALIZAR EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

EDITORA PERÚ considera que en un Estado democrático, la prensa televisiva, radial, escrita y digital deben contribuir a la formación de una opinión pública libre, que permita contar con ciudadanos bien informados; labor que cumple de manera imparcial, veraz, ágil, oportuna y transparente, distinguiendo cabalmente la información de la propaganda o la publicidad.

CONTRIBUCIÓN A LA VIGENCIA DEL ESTADO DE DERECHO

En un estado de derecho, la sociedad y el Estado rigen sus actividades por un absoluto respeto a la legalidad. Para ello son necesarios la difusión y el conocimiento de la ley, que permiten el respeto del orden público.

Con nuestros productos informativos, el Diario Oficial *El Peruano* y la Agencia Peruana de Noti-

cias *Andina*, EDITORA PERÚ fortalece y amplía la capacidad del Estado para hacer efectivo el derecho de los ciudadanos a la información, vital para el ejercicio de la democracia y del estado de derecho. Ello forma parte del clima nacional positivo para la inversión, que a su vez favorece actividades productivas, competitivas, sostenibles y socialmente inclusivas.

MEJORAMIENTO DE LA EDUCACIÓN Y CULTURA DE LA POBLACIÓN

En esta etapa de la humanidad, caracterizada por una profunda y acelerada revolución tecnológica, el desarrollo de la sociedad se basa en la información y en el conocimiento. Su difusión para la educación y la cultura va encontrando nuevos mecanismos y espacios que fortalecen y enriquecen a la ciudadanía; asimismo, que afianzan los valores colectivos para la integración nacional y el ejercicio democrático. Los medios de comunicación del Estado tienen como claro objetivo lograr presencia en todo el territorio nacional y, gracias a internet, más allá de las fronteras nacionales.

EDITORA PERÚ es consciente de su responsabilidad social, pues sus medios de comunicación llegan físicamente a todo el país y virtualmente a todo el mundo. Da gran importancia a la rentabilidad financiera y a su competitividad como empresa del Estado, pero está igualmente motivada por la



Peruano



Andina
agencia peruana de noticias
www.andina.com.pe

rentabilidad social en su permanente disposición a apoyar la educación y la cultura, a fortalecer la identidad, la integración y los valores que forman parte de la nacionalidad peruana.

DESTACAR LA IMAGEN DEL PERÚ EN EL EXTERIOR

La imagen del país en el exterior interesa a todos los peruanos y es de vital importancia para su desarrollo que sea la mejor posible. EDITORA PERÚ, a través de sus medios de comunicación, da a conocer al mundo globalizado la potencialidad económica y cultural de Perú.

MISIÓN

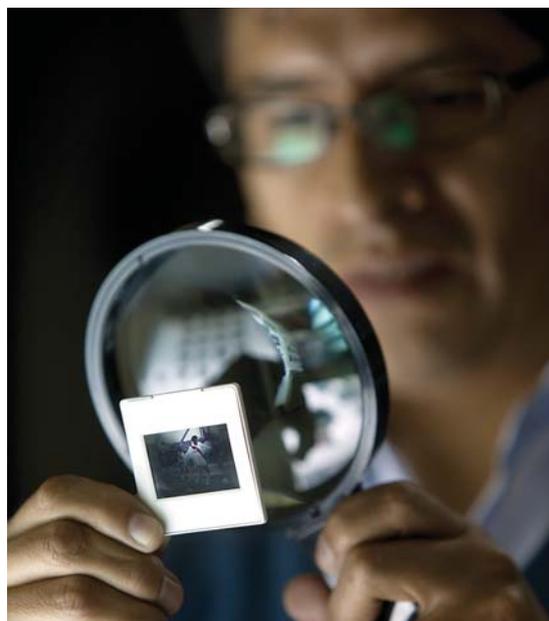
“Difundir con objetividad y credibilidad información oficial del Estado y sobre la realidad nacional e internacional, con el fin de universalizar el acceso a la información como derecho fundamental para el ejercicio de la ciudadanía, vigencia del estado de derecho e integración de los peruanos.”

VISIÓN

“Empresa peruana de comunicación, con nivel de excelencia, proyección y reconocimiento nacional e internacional, que universaliza el derecho a la información y da a conocer al mundo globalizado la potencialidad económica y cultural del Perú.”

VALORES INSTITUCIONALES

Son impulsores que rigen el accionar de la em-



presa, los cuales influyen en las decisiones empresariales. Los valores institucionales que suscribe EDITORA PERÚ son los siguientes:

- *Compromiso nacional, ético y patriótico.*
- *Veracidad.*
- *Objetividad.*
- *Pluralidad.*
- *Oportunidad.*
- *Eficiencia.*
- *Innovación y tecnología.*
- *Inclusión social e integración.*
- *Sostenibilidad.*
- *Excelencia.*



NUESTROS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
OBJETIVOS GENERALES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
Ampliar la difusión de la información oficial.	Potenciar la calidad periodística y editorial.	Sostener la calidad de los contenidos informativos.
		Capacitación permanente del capital humano, en especial, del área de prensa.
	Potenciar la calidad general.	Optimizar la coordinación con emisores de información oficial.
		Mejoramiento de la calidad de los servicios gráficos.
	Acrecentar la credibilidad y prestigio de la Agencia <i>Andina</i> en los medios y la ciudadanía en el Perú y el mundo.	Diseño de nuevas estrategias publicitarias.
		Incrementar el impacto de la Agencia <i>Andina</i> .
Mejorar la calidad y el desempeño empresarial.	Mejoramiento continuo de los sistemas productivos.	Mejora continua de procesos productivos.
		Desarrollo de nuevos productos.
	Fortalecimiento del sistema de comercialización.	Investigación de mercados.
		Fortalecimiento de la fuerza de ventas.
	Optimización del sistema de gestión, valores y desarrollo personal.	Mejora continua de procesos.
		Obtención de certificaciones internacionales de calidad.
Mantener la modernidad tecnológica de la empresa.	Modernización sostenida de infraestructura y tecnología.	Renovación de infraestructura.
		Reequipamiento de la planta de producción.
		Actualización de hardware, software y bases de datos.
	Fortalecer el control de gestión empresarial.	Seguimiento a la implementación del Sistema de Control Interno (COSO).
		Seguimiento a la implementación del Código de Buen Gobierno Corporativo (CBGC).
	Fortalecer la transparencia en la gestión.	Cumplir con la directiva de transparencia.

MAPA ESTRATÉGICO

Con la finalidad de plasmar el contenido de nuestro plan estratégico, elaboramos la representación gráfica de las relaciones causa-efecto entre los objetivos generales y los objetivos específicos, que nos proporciona una estructura para transformar la estrategia en acción, permitiendo anticipar la creación de valor por parte de la institución y alcanzar la visión estratégica.

FINANCIERA

OEG2
Mejorar la calidad y el desempeño empresarial

CLIENTES

1.3 Acrecentar la credibilidad y prestigio de Agencia Andina en los medios y la ciudadanía en el Perú y el mundo

OEG1
Ampliar la difusión de la información oficial

OEG4
Fortalecer la transparencia en la gestión

Cumplir con la Directiva de Transparencia

PROCESOS INTERNOS

1.1 Potenciar la calidad periodística y editorial

1.2 Potenciar la calidad general

2.2 Fortalecimiento del sistema de comercialización

OEG3
Mantener la modernidad tecnológica de la empresa

3.2 Fortalecer el Control de Gestión Empresarial

2.1 Mejoramiento continuo de los sistemas productivos

APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

3.1 Modernización sostenida de la infraestructura y tecnología

2.3 Optimización del sistema de gestión valores y desarrollo personal



NUESTRA ORGANIZACIÓN

EDITORA PERÚ cuenta con dos unidades de negocios que se distinguen entre sí por los productos y servicios que ofrecen, por las necesidades que satisfacen, la tecnología básica que utilizan y los clientes principales a quienes atienden. Estas unidades son:

a) Dirección de Medios Periodísticos

- Diario Oficial *El Peruano* (DOP)
- Agencia Peruana de Noticias *Andina*

b) Servicios Editoriales y Gráficos

A) DIRECCIÓN DE MEDIOS PERIODÍSTICOS

GESTIÓN PERIODÍSTICA

En el Perú, 2011 estuvo marcado por las Elecciones Generales, en que se eligió al presidente de la República del Perú, Ollanta Humala Tasso, congresistas y representantes al Parlamento Andino. En ese sentido, la gestión periodística del Diario Oficial *El Peruano* y la Agencia Peruana de Noticias

Andina tuvo como principal propósito difundir con objetividad y credibilidad la información noticiosa acontecida en el Perú. También se introdujo el criterio de servicio público, con la finalidad de acercar la oferta de servicios del Estado a la población.

a.1) EL DIARIO OFICIAL *EL PERUANO*

El Diario Oficial *El Peruano* representa la historia viva de la República. Fundado por Simón Bolívar y conducido por notables intelectuales y políticos, permanece ligado con la esencia nacional, inició sus ediciones el 22 de octubre de 1825, con el nombre de *El Peruano Independiente*. A partir del 13 de mayo de 1826 pasó a ser el diario oficial y se denominó *El Peruano*, insertándose los documentos relativos a la administración pública.

Es una herramienta de consulta imprescindible para empresas, instituciones y profesionales dependientes e independientes. Con él se otorga vigencia a las Normas Legales, que marcan la vida pública e institucional de nuestro país. Con la publicación de avisos judiciales y de curso legal, *El Peruano* da cumplimiento a los procedimientos establecidos en la administra-

ES UNA HERRAMIENTA DE CONSULTA IMPRESCINDIBLE PARA EMPRESAS, INSTITUCIONES Y PROFESIONALES DEPENDIENTES E INDEPENDIENTES. CON ÉL SE OTORGA VIGENCIA A LAS NORMAS LEGALES, QUE MARCAN LA VIDA PÚBLICA E INSTITUCIONAL DE NUESTRO PAÍS. CON LA PUBLICACIÓN DE AVISOS JUDICIALES Y DE CURSO LEGAL.

ción de justicia y en la administración pública.

El Diario Oficial *El Peruano* ha ganado credibilidad y confianza al difundir la información general, al igual que la especializada. Es una vitrina plural para diferentes opiniones, así como para el análisis



técnico de temas económicos y jurídicos.

EDITORIA PERÚ lo ha renovado, guardando fidelidad a su espíritu de progreso y de identidad nacional. De la mano de la modernidad contribuye a la consolidación del sistema democrático y del estado de derecho a través de las Normas Legales y del Boletín Oficial, a lo que se agrega la variada información que brinda su cuerpo noticioso.

VERSIÓN IMPRESA

El Diario Oficial *El Peruano* está compuesto por:

- **Cuerpo periodístico**

Contiene información variada de Economía, Política, Actualidad, Regiones, Opinión, Derecho, Deportes, Cultural, Internacional e Informes Especiales en las páginas centrales. Asimismo, páginas especiales semanales sobre Salud, Ciencia y Tecnología, Ecología, Mediana y Pequeña Empresa, y Turismo.

- **Cuerpo Normas Legales**

Contiene la publicación del marco legal y jurídico de nuestro país.

- **Cuerpo Boletín Oficial**

Incluye la publicación de:

- Avisos de curso legal (proviene de las personas naturales o jurídicas interesadas)
 - Contrataciones y adquisiciones del Estado.
 - Avisos diversos.
 - Edictos matrimoniales.
 - Petitorios de concesión y servidumbre.
 - Patentes y registros de marca.
- Avisos de Administración de Justicia (proviene de los litigantes o del Poder Judicial)
 - Edictos judiciales.
 - Edictos clasificados.
 - Remates judiciales.
 - Edictos penales.

EDITORIA PERÚ colabora en los logros económicos del Estado mediante el pago de utilidades al Fonafe y la publicación gratuita de avisos, normas legales y separatas especiales referentes a procesos constitucionales, casaciones y jurisprudencias, lo que significó para el erario nacional en 2011 un ahorro de S/. 8'892,679, tal como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

AVISAJE GRATUITO				
SECCIÓN	S/.			
	2008	2009	2010	2011
Boletín Oficial	2'147,485	1'583,292	833,620	202,960
Normas Legales	10'655,190	8'906,296	10'859,501	8'689,719
Total	12'802,675	10'489,588	11'693,122	8'892,679



Edición Perú

GOSS

GOSS



➤ **VERSIÓN DIGITAL:** www.elperuano.com.pe

Difunde diariamente los contenidos del Diario Oficial *El Peruano* a través de su página web, que comprende la información periodística, las Normas Legales y el Boletín Oficial, en la cual consigna lo publicado en la versión diaria impresa.

➤ Con motivo de la Tercera Cumbre América del Sur-Países Árabes (ASPA) publicamos en *El Peruano* tres Suplemento ASPA 2011: Mundos por descubrir, Espacio de encuentro y Tiempos de fusión.

a.2) LA AGENCIA PERUANA DE NOTICIAS ANDINA: WWW.ANDINA.COM.PE

La Agencia Peruana de Noticias *Andina*, fundada el 12 de junio de 1981, ofrece sus servicios de noticias minuto a minuto, las 24 horas, en forma gratuita en su página web, que son publicadas por los medios interesados en dar la noticia rápida, equilibrada, imparcial y objetiva. Cumple responsablemente con el importante proceso de difundir los principales acontecimientos del Perú, América Latina y otros continentes, dando prioridad a la información oficial de forma oportuna y veraz.

Andina es hoy el referente noticioso consultado por los medios de información nacional y por los medios extranjeros en Lima. Está en la cima tecnológica de la noticia transmitida y recibida con los más avanzados recursos de la multimedia, la banda ancha y la informática de punta. A pocos

minutos de ocurrir un evento, independientemente del color partidario que presente, *Andina* ya tiene en su página web (www.andina.com.pe) el adelanto de la noticia, y poco después su desarrollo, que son acogidos por los medios locales e internacionales como versión de primera mano, directa y veraz.

Es actualmente la más importante agencia de noticias de la región, con gran aceptación y credibilidad. De gran rentabilidad social e institucional, su labor se traduce en más ciudadanos mejor informados, para el ejercicio de la democracia y la toma de las mejores decisiones.

➤ 2011: ELECCIONES GENERALES Y PARLAMENTO ANDINO

Cobertura especial de las elecciones en el desarrollo de la campaña para la primera y la segunda vueltas. Con especiales multimedia en *Andina*, se trabajaron notas, fotos, vídeos, radio y *links* de todos los candidatos y sus propuestas y planteamientos. En el DOP se editaron páginas especiales con entrevistas propias y cobertura especial a todas las agrupaciones en campaña.

B) SERVICIOS EDITORIALES Y GRÁFICOS (SEGRAF)

Sus inicios se remontan a 1970 como taller de obras; en 1997, toma el nombre de Servicios Editoriales y Gráficos (Segraf). En 1999, surge como uni-

dad de negocios, con clientes en entidades públicas y privadas, logrando una mayor participación en los servicios de impresión al potenciar sus maquinarias. En 2001, suspendió su producción por un orden gubernamental y se dedicó a trabajos internos. A partir de 2003 se autorizó la reapertura de sus servicios, los que se ofrecen a las entidades de los sectores público y privado.

Segraf cuenta con equipos de última generación de la industria gráfica, en pre prensa e impresión *offset*; asimismo, con una moderna y amplia planta industrial y con personal altamente calificado, que están a disposición de nuestros clientes para procesar sus trabajos, adecuándose a sus exigencias, necesidades y plazos de entrega.

De esta manera, brindamos un óptimo servicio de calidad total en los procesamientos de diseños, composición de textos, diagramación, elaboración de fotolitos, montajes, impresiones y acabados para atender la demanda del mercado local.

Además, se caracteriza por brindar un servicio eficiente, rápido y con precios competitivos en impresión de libros, memorias, suplementos, boletines, anuarios, periódicos, revistas, afiches, separatas y folletos (dípticos, trípticos, formatos especiales, catálogos).

La tecnología de punta, con el equipo *Computer to Plate*, permite mejorar la posición competitiva en el mercado, así como disminuir tiempos y costos en los procesos de nuestra cadena de valor.



Corporación
FONAFE

MINISTERIO DE LA MUJER Y DESARROLLO SOCIAL
FONCODES
FONDO DE COOPERACION PARA EL DESARROLLO SOCIAL

FONCODES

PRESUPUESTO

LA ETAPA DE FORMULACIÓN presupues-
taria, un proceso eminentemente técni-
co, se desarrolla utilizando una metodo-
logía que permite evaluar las políticas
y directivas, así como los resultados obtenidos en
ejercicios anteriores. En ella se analizan las tenden-
cias de los principales indicadores empleados para
calificar la gestión gerencial (ingresos por ventas,
costos, precios de insumos, servicios, márgenes de
utilidad, rentabilidad, etcétera). Además, se eva-
lúan los factores externos y el comportamiento de
la empresa.

La elaboración del presupuesto institucional se
realiza tomando como base los planes de adquisi-
ciones y contrataciones aprobados por cada unidad
orgánica, y que adquieren dimensión monetaria en
términos presupuestales.

La etapa de ejecución del presupuesto, es eva-
luada mensual y trimestralmente por la Gerencia
de Planeamiento y Desarrollo y la Gerencia Gene-
ral, para luego ingresar en el sistema de informa-
ción del Fonafe, los resultados obtenidos.

Al cierre del ejercicio 2011, éstos son los resul-
tados obtenidos de la ejecución presupuestal:

CONCEPTO	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN	% DE EJECUCIÓN
INGRESOS			
De Operación	74'180,729	78'893,848	106%
EGRESOS			
De Operación	44'074,449	40'847,405	93%
De Gastos de Capital	1'684,764	1'429,966	85%
RESULTADO ECONÓMICO	28'421,516	36'616,477	129%



DE LA MANO CON LA MODERNIDAD

E DITORA PERÚ se encuentra a la vanguardia en la revolución tecnológica porque considera que es una herramienta de indiscutible valor y efectividad que permite incorporación de cambios tecnológicos, la introducción de nuevas ideas, productos, servicios y prácticas para el incremento de los niveles de productividad y competitividad, traduciéndose en un incremento de la rentabilidad económica y social. Por ello ha realizado las siguientes acciones:

UN ALMACENAMIENTO DE DATOS EXTERNO Y 6 SERVIDORES DE TECNOLOGÍA BLADE.

Se adicionó al almacenamiento externo HP EVA 4000 una caja de discos con 08 de 10K de 450 Gb cada uno, que hacen un total de 2.7 Tb de espacio en disco. Así se garantiza el espacio para todos los archivos que genera EDITORA PERÚ. Asimismo, se reemplazaron seis servidores Blade de primera generación por seis servidores de última generación.

ENLACE INALÁMBRICO.

Adquisición de enlace inalámbrico como contingencia para la planta de Andahuaylas. El enlace *wireless* o inalámbrico que interconecta los locales de Alfonso Ugarte y la planta ubicada en el jirón

Andahuaylas permite a ésta disponer de todos los servicios de comunicaciones (correo electrónico, acceso a Internet, Baan, etcétera). El proceso productivo del Diario Oficial *El Peruano*, mediante el *Computer to Plate*, se realiza óptimamente, pues el enlace inalámbrico garantiza un ancho de banda adecuado a sus necesidades.

ACTUALIZACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE LA PLATAFORMA Y SISTEMAS EN PRODUCCIÓN.

➤ Sistema SAGEC: se han realizado adecuaciones para que capture información del Sistema Baan IV, implementándose los siguientes reportes:
-Consulta de devoluciones de periódicos del punto de venta.

SE ADICIONÓ AL ALMACENAMIENTO EXTERNO HP EVA 4000 UNA CAJA DE DISCOS CON 08 DE 10K DE 450 GB CADA UNO, QUE HACEN UN TOTAL DE 2.7 TB DE ESPACIO EN DISCO. CON LO CUAL SE GARANTIZARÁ EL ESPACIO PARA TODOS LOS ARCHIVOS QUE GENERA EDITORA PERÚ.

-Consulta de clientes suscriptores pendientes de facturar.

-Consulta de stock y precio de venta de libros
➤ Sistema Minerva: se modificó la presentación del Módulo Minerva (Sistema de Trámite Documentario), a efectos de hacerlo más compatible con las necesidades de los usuarios, así como cambios para generación de reportes en el seguimiento de documentación.





PROMOVRIENDO CULTURA

CON EL OBJETIVO de promover el arte, la educación y la cultura, la empresa realizó diversas actividades, en el Museo Gráfico del DOP como en la Casona de Arequipa.

EN LIMA

➤ En el Museo Gráfico del DOP se efectuaron visitas guiadas a diversos colegios, universidades, academias e institutos que solicitaron hacer un recorrido por nuestras instalaciones. En 2011, se recibieron visitas de 843 alumnos provenientes de 12 instituciones.

➤ Se continúa elaborando, de manera mensual, la *Guía de Museos*, en la que se detallan las actividades realizadas durante el mes de los museos administrados por el Instituto Nacional de Cultura. Además, contiene notas culturales de interés.

EN LA CASONA DE AREQUIPA

EDITORA PERÚ promueve el arte, la educación y la cultura en la ciudad de Arequipa donde se realizaron diversas actividades de talleres, exposiciones, conferencias de prensa y auspicios institucionales en la Casona de Arequipa. En 2011, se recibieron las visitas de 11,855 personas y 48 instituciones educativas; se realizaron 17 muestras de pintura y fotografías de diversos artistas, 57 actividades cul-

turales y 4 exposiciones de pintura organizadas por la misma Casona. Entre las principales figuran:

➤ Conferencia de prensa del cantautor Diosdado Gaytán Castro, en la que presentó su nuevo material discográfico *Como pez en el arpa*.

➤ Visita del embajador de Holanda, señor Arjan Hamburger, con la finalidad de reunirse con la Red de Mujeres Empresarias de la ciudad, convocada por la Asociación Desarrollo y Gestión. Fue el 13 de abril.

➤ Se efectuó el Tercer Ciclo de Proyecciones El Cine y el Arte, organizado por la Casona y el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú,

➤ Seminario Gestión Cultural: El reto para Arequipa, organizado por la Casona, con la finalidad de difundir cultura en esa ciudad con exposiciones de artistas de la zona.

➤ Se inauguró una muestra fotográfica, por la celebración de las bodas de oro de la empresa de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado de Arequipa (Sedapar).

➤ Feria de interculturalidad organizada por la Asociación Científico Académica de Estudiantes de Medicina (Asociadem), con la participación de





la Tuna de la Universidad Católica de Santa María (UCSM).

- Encuentro de Mujeres Rurales, organizado por la Asociación Humanidad Libre, los días 1 y 2 de septiembre, que contó con la participación de la titular del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (Mimdes), señora Aída García Naranjo.

- Expo Arquitectura 2011, que por quinto año consecutivo es realizado por el programa académico de Arquitectura de la Universidad Alas Peruanas.

- Panel Enfoques y propuestas de los medios de comunicación sobre la delincuencia juvenil en Arequipa, evento organizado por el Observatorio de Prisiones (OPA).

- Conferencia de prensa de la Asociación Peruano-Suiza Paz Perú, para dar a conocer el inicio de sus proyectos en beneficio de niños y jóvenes de bajos recursos y extrema pobreza de nuestra región.

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS

- Decimocuarta Feria del Libro Jurídico, organizada por la Biblioteca del Colegio de Abogados de Lima; que se llevó a cabo del 28 de marzo al 1 de abril de 2011.

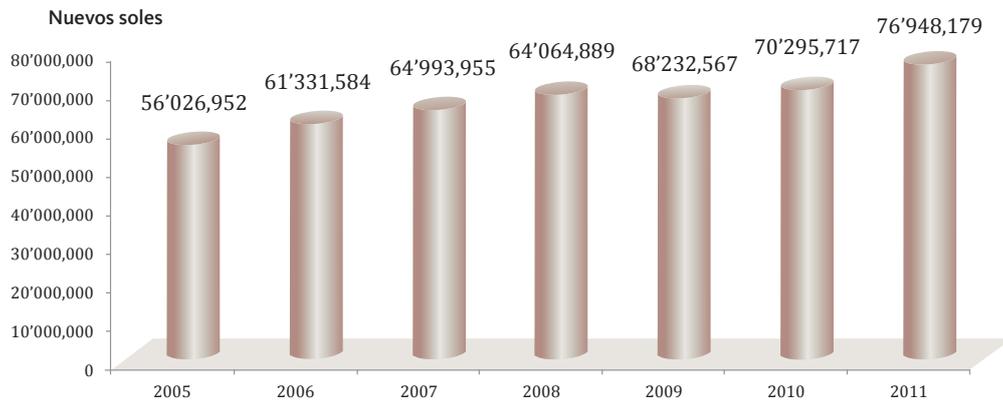
- Feria del Libro Judicial, realizada por la Corte Superior de Justicia del Callao, del 4 al 6 de abril de 2011.



LOGROS INSTITUCIONALES

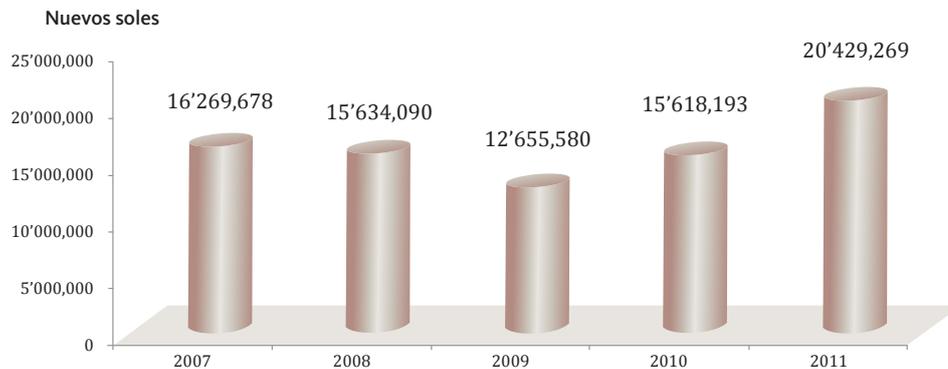
LOS INGRESOS POR VENTA DE BIENES Y SERVICIOS SE INCREMENTARON EN 9.5% EN RELACIÓN CON EL 2010.

VENTAS DE BIENES Y SERVICIOS



LA UTILIDAD NETA CRECIÓ 31% EN RELACIÓN CON EL 2010.

UTILIDAD



EDITORA PERÚ, al 31 de diciembre de 2011, ocupa el primer lugar en el *ranking* de rentabilidad respecto a los activos y patrimonio de las empresas de la corporación Fonafe.

Nº	EMPRESA	ROA* A DICIEMBRE
1	EDITORA PERÚ	35.6
2	SEAL	11.0
3	ELECTROPERÚ	10.8
4	ELECTRONORTE	8.5
5	SAN GABÁN	7.0
6	ELECTROSUR	6.8
7	ELECTROCENTRO	6.6
8	ELECTRONOROESTE	6.3
9	HIDRANDINA	4.5
10	ELECTRO SUR ESTE	4.2
11	SIMA PERÚ	4.0
12	ENACO	3.7
13	EGEMSA	3.5
14	SERPOST	3.2
15	SEDAPAL	3.2
16	FONDO MIVIVIENDA	3.2
17	EGASA	3.1
18	CORPAC	3.0
19	ELECTRO PUNO	3.0
20	SILSA ***	2.9
21	BANCO DE LA NACIÓN	2.8
22	EGESUR	2.7
23	AGROBANCO	2.3
24	COFIDE	2.2
25	SIMA IQUITOS	1.6
26	ELECTRO ORIENTE	1.1
27	PERUPETRO	0.2
28	ELECTRO UCAYALI	0.2
29	ACTIVOS MINEROS	-0.7
30	FAME	-0.8
31	ADINELSA	-1.6
32	BANMAT	-16.6
33	ENAPU	-18.3
34	ESVICSAC ***	S.I.

Nº	EMPRESA	ROE** A DICIEMBRE
1	EDITORA PERÚ	30.5
2	BANCO DE LA NACIÓN	27.9
3	SEAL	10.2
4	CORPAC	8.8
5	ELECTROPERÚ	8.0
6	SAN GABÁN	7.0
7	ELECTRONORTE	6.5
8	ELECTRONOROESTE	6.2
9	ELECTROSUR	5.6
10	ELECTROCENTRO	5.4
11	HIDRANDINA	3.9
12	ENACO	3.7
13	SIMA PERÚ	3.6
14	SILSA ***	3.4
15	COFIDE	3.3
16	ELECTRO SUR ESTE	3.3
17	AGROBANCO	3.1
18	FONDO MIVIVIENDA	2.7
19	EGASA	2.6
20	ELECTRO PUNO	2.5
21	EGEMSA	2.5
22	SEDAPAL	2.4
23	SERPOST	2.1
24	EGESUR	1.6
25	ELECTRO ORIENTE	0.9
26	ELECTRO UCAYALI	0.8
27	SIMA IQUITOS	0.3
28	PERUPETRO	0.0
29	ADINELSA	-1.0
30	FAME	-1.4
31	ACTIVOS MINEROS	-22.5
32	BANMAT	-48.2
33	ENAPU	-102.0
34	ESVICSAC ***	S.I.

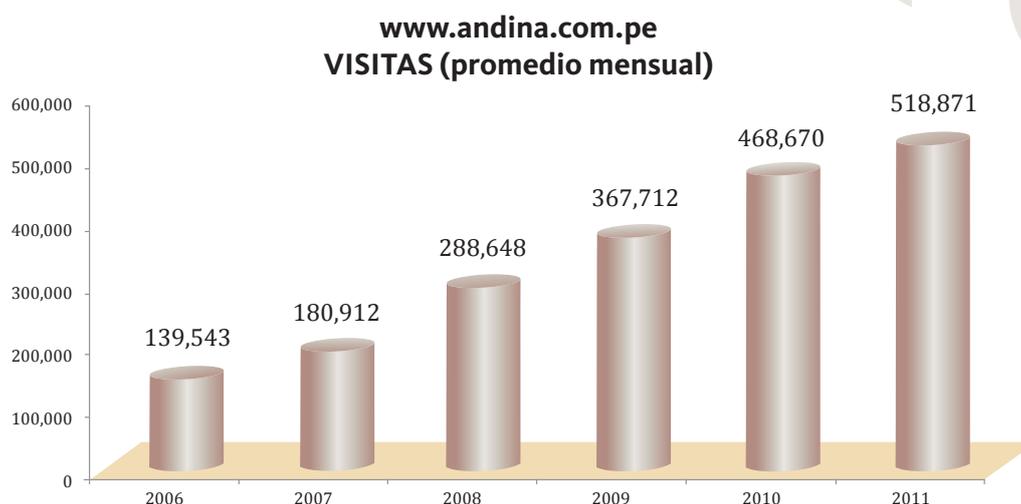


EDITORIA PERÚ ha sido calificada por el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (Fonafe) con la máxima puntuación en el *ranking* de desempeño, en relación con la publicación en el portal de transparencia de las empresas del Estado.



Nº	ENTIDAD	PUNTAJE PROMEDIO
1	EDITORIA PERÚ S.A	100
2	EGEMSA	100
3	ENACO S.A.	100
4	PERUPETRO S.A.	100
5	SIMA IQUITOS S.R.Ltda.	100
6	SIMA PERÚ S.A.	100
7	SERPOST S.A.	100
8	EGASA	100
9	SEAL S.A.	99
10	ELECTRO SUR ESTE S.A.A.	99
11	ACTIVOS MINEROS	99
12	BANCO DE LA NACIÓN	99
13	ELECTROPERÚ S.A.	99
14	ELECTROSUR S.A.	99
15	SEDAPAL	99
16	FONAFE	99
17	ELECTRONOROESTE S.A.	99
18	FONDO MIVIVIENDA	99
19	EGESUR S.A.	99
20	ELECTRO ORIENTE S.A.	99
21	COFIDE S.A.	98
22	SAN GABÁN S.A.	98
23	ELECTRONORTE S.A.	98
24	HIDRANDINA S.A.	97
25	CORPAC S.A.	97
26	ELECTRO UCAYALI S.A.	97
27	AGROBANCO	97
28	ADINELSA	96
29	ELECTROCENTRO S.A.	97
30	BANMAT S.A.C.	94
31	FAME SAC	93
32	ELECTRO PUNO S.A.A.	93
33	ENAPU S.A.	88
34	ESSALUD (**)	38
35	SILSA (**)	6
36	ESVICAS (**)	0

➤ Aumento de visitas a la página web de *Andina*



➤ Incremento de Videos Propios difundidos a través de www.andina.com.pe



➤ Se dio inicio a la digitalización de la Colección del Diario Oficial *El Peruano*, cuyo objetivo es preservar las colecciones intangibles del periódico en un formato electrónico para salvaguardar las ediciones originales. Con ello se obtendrán los siguientes beneficios:

-Dar seguridad en caso de desastre o siniestro y ante factores externos que contribuyan al deterioro de los ejemplares.

-Salvaguardar la integridad de la información contenida en las ediciones.

-Agilizar los procesos de atención de los usuarios.



SE TIENE EL SIGUIENTE AVANCE

- Inventario

Tomos inventariados	Tomos por inventariar	Páginas inventariadas
242	137	143,898

- Digitalización

Años	Ediciones	Páginas	
		Colores (jpg)	Blanco y negro (pdf)
1825-1854	1,992	8,096	8,096

➤ Digitalización de los *slides* a color de las décadas de 1970 a 1990 y negativos de 1999 a 2004. Hasta diciembre de 2011 se han digitalizado imágenes de 12,431 *slides*, las mismas que han sido ingresadas en la base de datos.

➤ Suscripción de convenio de cooperación institucional entre la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación (Promperú) y EDITORA PERÚ, a fin de difundir los productos peruanos en el exterior, para lo cual EDITORA PERÚ realizará cobertura periodística de las ferias Expoperú que se realicen en Centroamérica y Canadá.

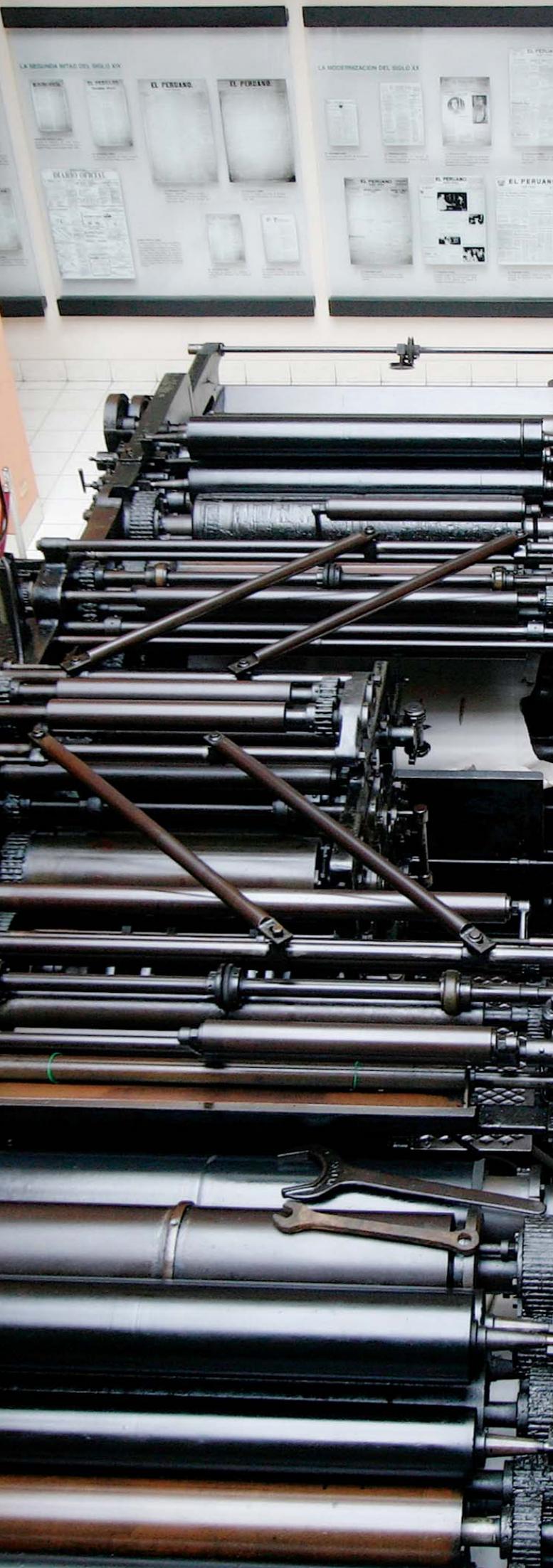
➤ Se diseñó una Base de Datos con información periodística de los diarios y revistas locales difundidas en Internet, lo cual permite dejar de usar el archivo de recortes periodísticos para reemplazarlo por un archivo digital que permita a los periodistas acceder a esa información desde sus computadoras.

➤ Durante el 2011 se suscribieron 8 convenios institucionales. A continuación detallamos los convenios que firmó EDITORA PERÚ con las siguientes instituciones:

- Tribunal Constitucional.
- Organismos de formalización de la propiedad informal (Cofopri).
- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).
- Promperú.
- Instituto Peruano del Deporte (IPD).
- Universidad Nacional de Ingeniería (UNI).
- Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (Fonafe).
- Banco de la Nación.

➤ Se mantiene el Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional con el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado, por el servicio de alojamiento del Sistema de Intercambio Electrónico de Documentos (SIED).

➤ Cumplimiento del Plan Operativo mediante las siguientes acciones:



- **Rentabilidad patrimonial**

EDITORA PERÚ ha alcanzado en el presente ejercicio una rentabilidad respecto al patrimonio (ROE) del 30%, que la ubica entre las más rentables del *holding* Fonafe, porque la empresa ha realizado una correcta y responsable gestión en el uso de los recursos logrando la optimización de los costos y gastos, así como del incremento de los ingresos.

- **Tasa de crecimiento**

En el presente año, los ingresos obtenidos por la venta de bienes y servicios se han incrementado en 9.5% en relación con similar período del 2010, producto de las mejores ventas tanto en avisaje legal como en la línea de Servicios Editoriales y Gráficos (Segraf).

- **Índice de ventas**

En 2011 se logró vender el 96% de los 4'922,629 ejemplares del Diario Oficial *El Peruano* producidos, alcanzándose la meta programada.

- **Tasa de puntualidad del DOP.**

La mayor demanda de noticias actualizadas ha generado el retraso en la hora del cierre informativo, lo que influyó en la hora de salida del Diario Oficial *El Peruano*. En el 2011 logró salir oportunamente 298 días de los 365 días del año.

- **Estudios de mercados realizados**

En el presente ejercicio se han efectuado los siguientes estudios de mercado:

–El estudio Identificación de preferencias de las ediciones oficiales ha permitido identificar los libros que requieren los clientes y sugerir cuáles son aquellos libros que se deben editar.

–El estudio de las colas de atención en la venta de avisos en la sede central permitió identificar las horas pico de concurrencia de los clientes y, al mismo tiempo, definir una estrategia para mantener la calidad de servicio al cliente.

• **Gastos de ventas respecto a ingresos por ventas**

El presente indicador obtuvo un índice de 11.4%, lo que significa que la empresa es eficiente y responsable con los recursos económicos obtenidos.

• **Acceso a la página web de la Agencia Peruana de Noticias Andina**

El promedio mensual programado de acceso a la página web de la Agencia Peruana de Noticias *Andina* en el 2011 era de 12'130,000 impresiones; sin embargo, se alcanzó un total de 15'449,407, que supera la meta establecida en 27%.

• **Productos Nuevos Generados**

La Dirección de Medios Periodísticos ha incorporado nuevos productos a la página web de *Andina*:

–Incorporación de vídeos al Servicio Radial de *Andina*, que hasta el año pasado solo se presentaba en audio; sin embargo, ahora puede ser visualizado a través del portal web (www.andina.com.pe).

– *Mirada Urbana*, bloque de espectáculos que se publica en www.andina.com.pe, sección de Miscelánea. Es un producto audiovisual destinado a difundir y a conocer las diversas manifestaciones artísticas del Perú.

• **Tasa de automatización de servicios y procesos**

En el presente año, se ha concluido la automatización de los procesos de elaboración de:

–Plan Operativo Institucional: el presente aplicativo permitirá la elaboración, seguimiento y evaluación de los planes operativos por unidad orgánica, que servirá de insumo para el Plan Operativo y el Plan Estratégico Institucional.

–Módulo de Diferencias de Diferidos: permite ubicar automáticamente las diferencias de las órdenes diferidas, específicamente entre la entrega de venta y la factura de ventas, para luego cerrarlas y contabilizarlas.

• **Renovación de Equipos y Máquinas**

EDITORA PERÚ continúa con su política de mantenerse a la vanguardia de la tecnología en beneficio de los usuarios; por ello se adquiere tecnología de punta, que permitirá mejorar los procesos en la producción de bienes y servicios que brinda la empresa.



- **Tasa de especialización de Recursos Humanos**

En el presente ejercicio se ha capacitado a 271 trabajadores, quienes recibieron cursos orientados a mejorar su desempeño en el cumplimiento de sus funciones, en beneficio de su desarrollo profesional y de la empresa.

- **Implementación del Sistema de Control Interno (COSO)**

La empresa, conocedora de los objetivos del control interno y de la necesidad y conveniencia de implementar esta herramienta gerencial como mecanismo de prevención, y que coadyuva al cumplimiento de sus objetivos, se encuentra comprometida con el proceso de implementación de la estructura de control interno en EDITORA PERÚ.

- **Implementación del Código de Buen Gobierno Corporativo (CBGC)**

El Código de Buen Gobierno Corporativo ha servido como instrumento orientador para una estrategia institucional que comprende diferentes aspectos regulatorios y organizacionales que permitirá funcionar de manera eficiente y, de esta forma, crear valor económico para la organización y nuestros accionistas.

La empresa pública en su página web (www.editoraperu.com.pe) el informe de la situación del Código de Buen Gobierno Corporativo de EDITORA PERÚ, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 30° del Reglamento del Decreto Legislativo N°

1031, que promueve la eficiencia de la actividad empresarial del Estado.

- **Cumplir con la Directiva de Transparencia**

Según el portal de transparencia de nuestro ente rector, (Fonafe), EDITORA PERÚ ha cumplido con publicar todo lo señalado en la Directiva de Transparencia.

RENTABILIDAD

La rentabilidad del patrimonio y de las ventas netas en el 2011 se incrementó en relación con la obtenida en el ejercicio anterior, como consecuencia del aumento de las ventas por bienes y servicios.

La rentabilidad neta del patrimonio señala que por cada S/. 1.00 de capital invertido se ha obtenido una utilidad neta de S/. 0.30, mientras que la rentabilidad neta de ventas indica que por cada S/. 1.00 de ventas se ha obtenido una utilidad neta de S/. 0.27.

Ratio	2011	2010
Ventas netas	76'948,179	70'295,717
Utilidad neta (después de impuesto y participación)	20'429,269	15'618,193
Rentabilidad neta del patrimonio	30%	25%
Rentabilidad neta de ventas netas	27%	22%

SOLVENCIA

La solvencia es la capacidad de la empresa para cumplir sus obligaciones financieras, producto del endeudamiento.

EDITORIA PERÚ mantiene los mismos niveles de endeudamiento que en 2010.

En general, el mayor endeudamiento del patrimonio y de los activos se deriva del menor financiamiento de las actividades de la empresa con recursos propios.

Ratio	2011	2010
Endeudamiento patrimonial	31%	31%
Endeudamiento del activo	24%	24%
Endeudamiento corriente del patrimonio	25%	23%

GESTIÓN DE COBRANZAS Y EXISTENCIAS

La rotación de cobranzas comerciales en 2011 muestra un promedio de 33 días de financiamiento a clientes, mientras que la reposición de inventarios es de 5.54 veces, cifras que demuestran un buen manejo de los recursos de la empresa, que se encuentran debajo del promedio del sector.

Ratio	2011	2010
Rotación de cobranzas comerciales	33	30
Rotación de existencias	5.54	5.47

LIQUIDEZ

Los índices de liquidez evalúan la capacidad de pago de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo.

En el 2011, la empresa contó con suficiente liquidez que le permitió gestionar sin incurrir en demanda de recursos, evitando gastos financieros en la gestión.

La liquidez general demuestra que la empresa mantiene su reserva de fondos líquidos, disponibles como margen de seguridad, cubriendo así sus compromisos y obligaciones corrientes, pues por cada S/. 1.00 de deuda dispone de S/. 3.63 para pagar, y si solo consideramos el efectivo más los activos que son convertibles en efectivo este monto sería de S/. 3.31, de los cuales dispone de S/. 2.86 en efectivo.

Ratio	2011	2010
Liquidez general	3.63	3.65
Prueba ácida	3.31	3.28
Liquidez absoluta	2.86	2.83

EL PERUANO

CT.

79

EL PERUANO

EL PERUANO

NOV.

EL PERUANO

EL PERUANO

EL PERUANO

EL

PERUANO

ON