

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE ECONOMISTA**

**PROYECTO:**

**CREACIÓN DE LA EMPRESA LIBRERA “ECONOMÍA TEXTUAL”**

**AUTORA:**

**Amasilia Emén Ycaza**

**2010**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Carrera de Economía  
de la Universidad Católica  
de Santiago de Guayaquil,  
por la excelente formación recibida.

## DEDICATORIA

A mis padres.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. EL SECTOR LIBRERO.....	1
2.1 LA AUTORÍA.....	2
2.2 LA IMPRESIÓN.....	4
2.3 LA EDICIÓN.....	8
2.4 LA COMERCIALIZACIÓN.....	10
3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	11
4. PLAN DE NEGOCIOS.....	13
5. PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO.....	13
5.1 MISIÓN Y VISIÓN.....	13
5.1.1 MISIÓN.....	13
5.1.2 VISIÓN.....	14
5.2 PLAN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	14
5.2.1 FORTALEZAS.....	14
5.2.2 OPORTUNIDADES.....	14
5.2.3 DEBILIDADES.....	14
5.2.4 AMENAZAS.....	15
5.3 POTENCIAL DE EXPANSIÓN.....	15
6. ANÁLISIS DE MERCADO.....	15
6.1 DEMANDA.....	15
6.2 OFERTA.....	16
7. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.....	17
7.1 PRODUCTOS.....	17
7.2 PRECIOS.....	17
7.3 DISTRIBUCIÓN.....	17
8. ASPECTOS TÉCNICOS.....	18
8.1 CAPACIDAD Y PERIODICIDAD DE PRODUCCIÓN.....	18
8.2 CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN.....	18
8.3 DISPONIBILIDAD DE LOS INSUMOS.....	18
9. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO POR ÁREAS DE ACTIVIDAD.....	18
9.1 ÁREA COMERCIAL.....	18
9.1.1 VENTAS DE BIENES Y SERVICIOS.....	18
9.1.2 IMPORTACIÓN.....	19
9.2 ÁREA PRODUCTIVA (EDICIÓN).....	24
10. FUNCIONAMIENTO GENERAL DEL LOCAL DE LA EMPRESA.....	30
11. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	33
11.1 ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO.....	33
11.1.1 FLUJOS DE CAJA OPERATIVOS PROYECTADOS.....	33
11.1.2 FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO.....	39
11.1.3 ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS.....	40
11.1.4 BALANCES GENERALES PROYECTADOS.....	41
11.2 EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	42
11.2.1 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	42
11.2.2 ÍNDICES FINANCIEROS.....	43
11.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	44
12. CONCLUSIONES.....	51
BIBLIGRAFÍA / FUENTES.....	52
ANEXO.....	53

## 1. INTRODUCCIÓN

Un proyecto de titulación es en la actualidad una exigencia académica que debe cumplirse, pero más allá de eso debe constituir un aporte a la academia y a la sociedad. El presente proyecto de titulación para la obtención del título de economista en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil está referido a una empresa librera, es decir, cuya existencia gira alrededor de los libros. Las empresas dedicadas a esta rama de actividad impulsan la cultura.

## 2. EL SECTOR LIBRERO

El sector librero es la industria que concierne a la producción y distribución de todo tipo de libros (literarios, técnicos, científicos, enciclopédicos, informativos, etc.) La cadena de valor del libro consta de diferentes pasos: la concepción y desarrollo del contenido por parte del autor, la edición, la impresión y la actividad de poner la información en circulación disponible al público en general.

Se deben distinguir entonces al menos tres elementos personales en las labores que permiten que una edición, es decir un número determinado de ejemplares iguales de una obra escrita, salga a circulación, estos son:

- El autor, cuyo trabajo es puramente intelectual.
- El impresor, un artesano o industrial, cuyo trabajo se caracteriza por ser el de un obrero o administrador.
- El editor, es decir, quien en otros ámbitos se denomina productor, es un inversionista o gestor económico, en definitiva, es quien ubica el capital necesario para que un esfuerzo intelectual se convierta en un producto.

Una vez producida la edición, a estos elementos se suman los responsables de la comercialización, mercadeo, transporte, igual que sucede con cualquier otro producto.

## 2.1 LA AUTORÍA

El derecho de autor (del francés *droit d'auteur*) es un conjunto de normas y principios que regulan los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores (los derechos de autor), por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística, científica o didáctica, esté publicada o inédita.

En el derecho anglosajón se utiliza la noción de *copyright* (traducido literalmente como derecho de copia) que, por lo general, comprende la parte patrimonial de los derechos de autor (derechos patrimoniales).

Una obra pasa al dominio público cuando los derechos patrimoniales han expirado. Esto sucede habitualmente trascurrido un plazo desde la muerte del autor (*post mortem auctoris*). Por ejemplo, en el derecho europeo, 70 años desde la muerte del autor. Dicha obra entonces puede ser utilizada en forma libre, respetando los derechos morales.

En el título I de la Ley de la Propiedad Intelectual ecuatoriana (De los derechos de autor y derechos conexos), se establece:

Art. 18. Constituyen derechos morales irrenunciables, inalienables, inembargables e imprescriptibles del autor:

Reivindicar la paternidad de su obra;

Mantener la obra inédita o conservarla en el anonimato o exigir que se mencione su nombre o seudónimo cada vez que sea utilizada;

Oponerse a toda deformación, mutilación, alteración o modificación de la obra que pueda perjudicar el honor o la reputación de su autor;

Acceder al ejemplar único o raro de la obra que se encuentre en posesión de un tercero, a fin de ejercitar el derecho de divulgación o cualquier otro que le corresponda; y,

La violación de cualquiera de los derechos establecidos en los literales anteriores dará lugar a la indemnización de daños y perjuicios independientemente de las otras acciones contempladas en esta Ley.

Este derecho no permitirá exigir el desplazamiento de la obra y el acceso a la misma se llevará a efecto en el lugar y forma que ocasionen menos incomodidades al poseedor, a quien se indemnizará, en su caso, por los daños y perjuicios que se le irroguen.

A la muerte del autor, el ejercicio de los derechos mencionados en los literales a) y c) corresponderá, sin límite de tiempo, a sus causahabientes.

Los causahabientes podrán ejercer el derecho establecido en el literal b), durante un plazo de setenta años desde la muerte del autor.

También se establece el derecho de explotación de la obra que tiene el autor.

Art. 20. El derecho exclusivo de explotación de la obra comprende especialmente la facultad de realizar, autorizar o prohibir:

La reproducción de la obra por cualquier forma o procedimiento;

La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes;

La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;

La importación; y,

La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.

La explotación de la obra por cualquier forma, y especialmente mediante cualquiera de los actos enumerados en este artículo es ilícita sin la autorización expresa del titular de los derechos de autor, salvo las excepciones previstas en esta Ley.

## 2.2 LA IMPRESIÓN

La impresión es un proceso para la producción de textos e imágenes, típicamente con tinta sobre papel usando una prensa. A menudo se realiza como un proceso industrial a gran escala. Los orígenes conocidos de la impresión se remontan al Asia oriental. Se utilizaban bloques de madera con el texto y los dibujos tallados, sobre los cuales se prensaban las hojas. Este método, conocido como xilográfico, se utilizó primero para estampar el texto y los dibujos sobre tela y luego sobre papel.

Se debe a Johannes Gutenberg la iniciativa de unir un equipo de impresores y se le atribuye la invención de la tipografía. En vez de usar las habituales tablillas de madera, que se desgastaban con el poco uso, confeccionó moldes en madera de cada una de las letras del alfabeto y posteriormente relleno los moldes con hierro, creando los primeros "tipos móviles". Unía una a una las letras que sujetaba en un ingenioso soporte, mucho más rápido que el grabado en madera y muchísimo más resistente al uso.

La invención de la tipografía en el siglo XV permitió superar la difusión de los libros a través de copias manuscritas de monjes y frailes dedicados exclusivamente a la oración y a la transcripción de ejemplares por encargo del clero, reyes y nobleza.

Fue grande la repercusión de la imprenta en la cultura de la humanidad. Con los siglos, la palabra escrita pudo llegar a cualquier rincón, las personas tuvieron acceso a más libros. Las ideas cruzaban las fronteras y el arte de la tipografía fue el medio de difundirlas.

A finales del siglo XIX, se perfeccionó el proceso, gracias a la invención en 1885 de la linotipia, por Ottmar Mergenthaler.

El arte tipográfico evolucionó y llegó a crear obras maestras en la formación y estructuras de libros y ediciones especiales impresas. Actualmente las técnicas de impresión en calidad y volumen han mejorado de forma impresionante, algunas por medio de computadora olvidándose del arte tipográfico que muchos tipógrafos del mundo se resisten, con justa razón, a cambiar.

Pocos inventos han tenido tanta influencia en el ser humano como la creación de la imprenta, ese antiguo arte que si va unido a una obra en labor del tipógrafo y a la obra escrita de un buen autor tendremos una obra de arte completa, lista a conmover en belleza literaria y estética tipográfica al lector, el fin primero y último de la imprenta.

La impresión offset es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre papel o materiales similares, desarrollado por Ira Rubel a comienzos del siglo XX, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica, compuesta generalmente de una aleación de aluminio. Constituye un proceso similar al de la litografía. La plancha toma la tinta en las zonas donde hay un compuesto hidrófobo, que repele el agua (también conocido como oleófilo, aceitoso) y el resto de la plancha (zona hidrófila) se moja con agua para que repela la tinta; la imagen o el texto se trasfiere por presión a una mantilla de caucho, para pasarla, finalmente, al papel por presión.

La prensa se denomina offset (del inglés: indirecto) porque el diseño se transfiere de la plancha de impresión al rodillo de goma citado, antes de producir la impresión sobre el papel. Este término se generó por contraposición al sistema dominante anterior que fue la litografía, en el que la tinta pasaba directamente al papel.

Es precisamente esta característica la que confiere una calidad excepcional a este tipo de impresión, puesto que el recubrimiento de caucho del rodillo de impresión es capaz de impregnar, con la tinta que lleva adherida, superficies con rugosidades o texturas irregulares. Esto es debido a las propiedades elásticas del caucho que no presentan los rodillos metálicos.



La xerografía es un proceso de impresión que emplea electrostática en seco para la reproducción o copiado de documentos o imágenes. La palabra xerografía deriva del griego xeros que significa "seco" y grafos que significa "escritura".

El proceso fue descubierto el 22 de octubre de 1938 por Chester Carlson (1906-1968). Carlson, de origen pobre, logró graduarse en física. Con el tiempo consiguió un trabajo de asistente con un abogado de patentes, donde realizó un trabajo intensivo en el uso de papeles. Ahí se dio cuenta de la necesidad que existía de hacer copias de documentos de una manera simple y rápida. Entonces comenzó a experimentar con cargas electrostáticas y materiales fotoconductores, o sea materiales que modifican sus propiedades eléctricas al ser expuestos a la luz. En 1938, a la edad de 32 años, Carlson logró crear la primera imagen xerográfica en su laboratorio.

En 1947, una pequeña empresa del norte de Nueva York apostó por el descubrimiento, adquiriendo los derechos para el desarrollo y comercialización de la xerografía. La empresa se llamaba The Haloid Company, que en 1961 pasaría a llamarse Xerox Corporation. La compañía continuó desarrollando la tecnología hasta lanzar una copiadora automática de papel para oficinas, la Xerox 914, que hacía copias en blanco y negro en papel común, en forma simple y rápida. La revista Fortune la denominó “el producto más exitoso de todos los tiempos comercializado en los Estados Unidos de América”.

La xerografía es la tecnología base de las actuales fotocopiadoras, impresoras láser e impresoras digitales de producción. Es el método más usado para imprimir documentos en las oficinas. Funciona de la siguiente manera:

- Una superficie es cargada con electricidad estática en forma uniforme.
- Dicha superficie es expuesta a luz que descarga o destruye la carga eléctrica, quedando cargadas solo aquellas áreas donde hay sombra.
- Un pigmento de polvo (tinta seca o tóner) se fija en estas áreas cargadas haciendo visible la imagen, la que es transferida al papel mediante un campo electrostático.
- El uso de calor y presión fijan la tinta al papel.

Los nuevos medios de comunicación aparecieron en un momento de un cambio acelerado y de comunicaciones más veloces y fueron la respuesta a la mayor demanda de información y entretenimiento. Los nuevos sistemas y estructuras nunca borran por completos los anteriores sino que se superponen. Así, las nuevas tácticas de almacenamiento y recuperación de información han necesitado de los medios de impresión en este campo para reagrupar y encontrar nuevas colocaciones, a menudo de carácter más especializado. La revolución audiovisual se ha presenciado en medio de un diluvio de material de promoción impreso. Todo esto ha traído consigo cambios que afectan al libro, por ejemplo, la composición convencional es ahora tan cara que en tiradas mucho más grande se necesita justificar. Pero existe una variedad de métodos más fáciles y más baratos de producción que son asequibles, como la fotocopia y la litografía barata.

Actualmente, los sistemas de impresión se pueden resumir así:

- Dispositivo de impresión directamente a la placa de la casa AGFA. Usa un láser violeta para la generación de la placa litográfica.
- En relieve (Tipografía, Flexografía, Hot Stamping, Cuño seco, Timbrado)
- En superficie (Litografía, Offset)
- En profundidad (Huecograbado o rotograbado)
- Por penetración (Serigrafía, Duplicación digital)
- Digitales (Impresión digital / láser, Chorro de tinta)
- Híbridos (Tampografía flexográfica, Tampografía en profundidad, Calcografía, Offset seco)

Los sistemas más usados por la Industria Editorial de Libros, Periódicos y Revistas son la Tipografía, Litografía y el Offset. Este ultimo es uno de los más difundidos dentro de las artes graficas ya que permite realizar tirajes cortos sin demasiada elevación en los costos de impresión y resultados impresos de gran calidad.

Con el advenimiento de los ordenadores digitales y de las nuevas tecnologías de la información, el sector librero se ha extendido a nuevos escenarios, como la venta de libros por Internet.

Encontramos ahora el Dispositivo de Lectura Digital, más conocido como EBook. Con la aparición de nuevas tecnologías, como por ejemplo los Ebook, muchas editoriales integran en sus catálogos versiones electrónicas de sus publicaciones sin necesidad de imprimir como paso fundamental de la llegada del producto materializado a sus consumidores.

Actualmente la industria editorial se encuentra en un arduo debate sobre el rol de estos nuevos aparatos electrónicos y su impacto en la producción de libros.

Otra innovación tecnológica es la Espresso Book Machine (EBM), capaz de producir un libro de bolsillo de 300 páginas a partir de un fichero digital, entre seis y ocho minutos, a pedido del usuario. Conectada a una base de datos de la empresa fabricante, permite que una persona pueda elegir una obra de un fichero almacenado en la editorial. El usuario marca dos o tres números sobre un teclado, espera varios minutos y tiene entre sus manos un ejemplar del libro recién impreso y encuadernado a cambio de sólo unos dólares, que pueden pagarse con tarjeta de crédito.

### 2.3 LA EDICIÓN

La existencia de un libro depende de un proceso compuesto de diversos pasos, los cuales van desde la creación del libro por parte del autor hasta el consumo de este por parte del lector. Entre el autor y el lector media la producción editorial.

El proceso se inicia con la entrega del original al editor por parte del autor, el que puede ser presentado de diversas formas, incluso manuscrito.

Al editor le corresponde evaluar la obra y decidir si puede o no publicarse. Puede contar con un consejo editorial o con su propio criterio.

Para la evaluación, se tiene en cuenta:

a) Si el original entregado tiene el nivel de elaboración adecuado. (Es decir, si es un libro “bien hecho”).

b) Si el original cumple a cabalidad con las funciones para las cuales fue concebido.

c) Si, a través de un análisis de los costos, la fabricación del libro es factible. Es decir, la evaluación comercial, pues no toda obra con calidad científica o literaria puede encontrar acogida en el mercado.

Finalmente se acepta o rechaza la publicación del libro. También puede darse el caso, muy corriente, de que se devuelva el original al autor con el fin de que lo reelabore, lo amplíe o le haga las correcciones que vengan al caso. En tal caso, la obra no se publica hasta que dicho proceso se realice.

En esta etapa la editorial también tendrá en cuenta si el original del autor esta encuadrado dentro de los Derechos de Autor, que en el caso del Ecuador están contemplados en la Ley de la Propiedad Intelectual.

Aceptada la publicación de la obra por la editorial, ésta encarga la corrección del texto que debe ser previamente levantado, si es necesario, en un borrador digitalizado que al corregirse pueda ser enviado a la imprenta.

La corrección se hace en cuanto a gramática, estilo, ortografía, puntuación, acentuación o redundancias. La corrección de estilo consiste en preparar el original teniendo en cuenta la estructura gramatical del idioma. En un nivel avanzado y completo debe incluir una revisión filológica consiste en la investigación del texto para hallar el trasfondo cultural y vital que subyace tras este, pues a veces no todos comprenden las palabras del autor.

Luego pasa a la imprenta, donde se da el proceso de pre prensa que se realiza allí y que tiene la función que su nombre indica y que conviene que sea supervisado por el editor, pues es común que existan errores. Incluso, en el caso del offset, es conveniente que el editor verifique la exactitud de la fotomecánica (elaboración de la planchas), para evitar que un error, que sería en todo caso de responsabilidad de la imprenta, retrase la salida de la edición.

Cada libro editado debe contar con su correspondiente Número Internacional Normalizado para Libros (conocido en inglés como Internacional Standard Book Number o por sus siglas ISBN), el cual es un sistema internacional de numeración basado en el estándar ISO 2108, de la Organización Internacional de Estándares (International Standard Organization). Este sistema permite:

- Identificar cada libro, al registrar el título, edición, editor, tiraje, extensión, materia, país, lengua original, etc.
- Sistematizar la producción editorial de cada país, al proveer los elementos que hacen posibles las estadísticas.
- Facilitar los procesos de comercialización y ventas en las librerías (control de inventarios, pedidos, facturas) y en las bibliotecas.
- Difundir rápida y efectivamente información sobre la producción de un país, que es publicada en catálogos internacionales.

## 2.4 LA COMERCIALIZACIÓN

Una vez plasmada una obra en una edición con un número determinado de ejemplares terminados, el conjunto de hojas adheridas dentro de una carátula, a menudo vistosa, se convierte, desde el punto de vista comercial, en un producto como cualquier otro, susceptible de pasar por una cadena de comercialización hasta llegar al usuario final: el lector.

No todo libro sigue el mismo camino, pues hay muchos que son hechos para distribución gratuita. Pero los que han sido editados para ser vendidos deben recorrer un camino que es común a muchos productos comerciales: distribución, ubicación en puntos de venta, venta al menudeo.

En nuestro medio vender libros científicos no se considera una tarea fácil, pues como veremos existen serias debilidades y amenazas que perjudican esta labor, a lo que

se suma que, tratándose de ediciones o importaciones limitadas, la inversión en publicidad no es factible.

Por ello, es importante posicionar el punto de venta atrayendo clientes con giros comerciales adicionales apropiados, como los que aquí se proyectan y mostrar los productos. Eventualmente, es necesario cambiar de estrategia comercial y buscar al cliente en lugar de esperarlo, para lo que se puede contar con comisionistas que se dirijan en busca de potenciales clientes, lo que en este caso significa visitar oficinas públicas y privadas donde laboran economistas y profesionales afines y ofrecer nuestro producto.

### 3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

El proyecto busca incorporar diversos ámbitos que se refieren a la actividad librera, desde la venta al menudeo, hasta la importación directa, distribución, promoción, difusión, comercialización al por mayor y edición. No realiza directamente la impresión, pues ésta se contrata.

Esta empresa en particular tiene como referencia fundamental a los textos que versan sobre la economía y sus ciencias afines, pero no descarta atender otras áreas del conocimiento y la cultura, considerando que el limitarse puede llevar al fracaso a un proyecto cuyo desarrollo no es fácil por razones fundamentalmente de mercado. Especialmente, se planea atender el ámbito jurídico, sobre todo en el área de edición, por la posibilidad de que existan más autores que traten sobre temas en función nacional.

En esta visión, es necesario dividir el proyecto, o más bien, la actividad empresarial que contiene, en dos áreas que permitan individualizar gestiones que guardan relación pero se diferencian unas de otras. Así, tenemos el área que gira alrededor de las ventas de bienes y servicios y la importación previa (comercial) y el área de edición, que la consideramos productiva.

El proyecto se delinea con miras a un desarrollo progresivo y comenzaría con un modesto punto de venta de libros, para luego crecer en base a las posibilidades propias,

sobre todo en materia de acreditación, y con la ayuda de un crédito que se podría obtener para el segmento productivo del proyecto. Para el capital inicial inevitablemente tendría que contar con recursos propios o garantía ante la banca privada, ya que no existen líneas de crédito para negocios de comercialización en la Corporación Financiera Nacional, que es donde podría orientarse la obtención de recursos para un proyecto.

La empresa se configura como una propiedad de persona natural, la que tiene el derecho de dominio de los bienes, acreencias, signos distintivos y naturalmente, actúa por sus propios derechos, cumpliendo con las disposiciones legales y reglamentarias vigentes que regulan el desenvolvimiento de sus actividades y tributa, precisamente, como persona natural, llevando contabilidad si el monto de sus ingresos brutos, gastos deducibles o capital, lo exige.

En su Registro Único de Contribuyentes debe constar lo siguiente en lo que concierne a la actividad económica que desenvuelve:

- Venta de libros, folletos y otros materiales impresos nacionales y extranjeros.
- Importación de libros, folletos y otros materiales impresos.
- Edición de libros, folletos y otros trabajos.
- Venta de suministros de oficina.
- Servicios de fotocopiado e Internet.

La empresa tiene como eje, además del Registro Único de Contribuyentes, un signo distintivo del tipo nombre comercial y de naturaleza mixta (denominativo y figurativo) que se debe obtener en la oficina regional del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual ubicada en el edificio que ha sido llamado “Gobierno del Litoral”, aunque dicho ministerio ahora ha desaparecido, situado en la avenida Francisco de Orellana, muy cerca de la oficina principal en Guayaquil del Servicio de Rentas Internas.

Su nombre comercial es: ECONOMÍA TEXTUAL. La solicitud para el registro del nombre comercial se encuentra al final como anexo, donde se puede ver también el elemento mixto (denominativo y figurativo) que servirá como logotipo.

## 4. PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocios o plan de empresa puede describir ya sea un negocio que aún no se ha puesto en marcha o uno que ya se encuentra en ejecución. El plan de negocios facilita a inversionistas y prestamistas tomar, de manera informada, la decisión de colocar su dinero en el negocio analizado, con la expectativa de que genere beneficios.

Si se trata de un negocio nuevo, el objetivo del plan es determinar si es conveniente o no iniciarlo. El plan debe explicar como será el negocio en su conjunto, para lo cual incluye diversos aspectos del mismo. Si el plan se refiere a un negocio ya existente, generalmente sugiere a los administradores mejoras estratégicas, y presenta distintas alternativas. Si durante la ejecución del plan surgen imprevistos, éste debe ser modificado para reflejarlos.

Fundamentalmente, en el plan de negocios se concluye si el negocio proyectado es económicamente viable, es decir, si se espera que genere los beneficios deseados. Permite además tener una comprensión del negocio como un sistema, en el cual sus elementos interactúan para alcanzar el resultado. Los promotores de un negocio nuevo (o emprendedores) usualmente presentan el plan ante instituciones financieras y en ocasiones otros inversionistas para obtener los recursos suficientes que les permitan ponerlo en marcha.

## 5. PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO

### 5.1 MISIÓN Y VISIÓN

#### 5.1.1 MISIÓN

Economía Textual tiene como misión la difusión de la cultura y el conocimiento, especialmente en el ámbito de las ciencias económicas y afines, siendo una empresa facilitadora de la relación entre quien quiere enseñar, explicar u opinar y quien desea conocer o debatir.



### 5.1.2 VISIÓN

Cubrir una necesidad del medio del acceso a textos de economía y ciencias afines, sobre todo con la presencia de expertos nacionales y de autores externos no considerados en nuestro país en el aprendizaje básico, pero si necesarios sobre todo en estos tiempos en que el Ecuador busca el desarrollo de nuevas herramientas académicas y, llegar a ser con los años, referente fundamental en el estudio de las ciencias económicas en el medio.

## 5.2 PLAN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

### 5.2.1 FORTALEZAS

La perspectiva de desarrollo progresivo sobre bases que se van construyendo, es la principal fortaleza del negocio. “Tener los pies sobre la tierra” es importante en un medio considerado difícil.

La visualización de apertura a actividades complementarias es otra fortaleza, pues las amenazas se pueden superar no ingresando en un solo segmento de la actividad librera e inclusive añadiendo servicios, para que el decaimiento circunstancial de un área se apoye en otras, haciendo posible la permanencia y eventual expansión de la empresa. La tradición, la costumbre y la comodidad que representa tener en las manos un texto impreso es también una fortaleza.

### 5.2.2 OPORTUNIDADES

No existen vías suficientes para que los especialistas se expresen con sus obras, pero si existen quienes pueden escribir, porque somos un país con gente capaz.

### 5.2.3 DEBILIDADES

El libro no es un producto de primera necesidad como, por ejemplo, los alimentos. Además, por la red circula mucha información, incluso libros virtuales.

#### 5.2.4 AMENAZAS

La competencia, la situación económica del país, la estrechez natural del mercado, la posibilidad de equivocarse en la acogida que puede tener una obra, el fotocopiado.

#### 5.3 POTENCIAL DE EXPANSIÓN

En el futuro, Economía Textual podría contar con su propia página Web, donde promocionaría sus productos.

### 6. ANÁLISIS DE MERCADO

#### 6.1 DEMANDA

El estudio de la economía, la investigación y el análisis de sus diversos temas, si bien es cierto tienen una perspectiva global, debe tener también, necesariamente, una referencia regional, nacional e incluso local. No hay ninguna duda de que los profesionales ecuatorianos de las ciencias económicas y afines estarán interesados tanto en escribir como en conocer lo que otros opinan sobre la realidad nacional, lo que es fundamental para el desarrollo del país.

Si bien es cierto que la producción de textos digitales y los libros virtuales puede disminuir la demanda de libros impresos, el problema parece ser menor de lo que podría pensarse. En emol tecnología se recoge un estudio publicado en los Estados Unidos en el 2008, en el que se afirma que parece que la comodidad de sentarse o recostarse a leer un libro impreso es difícil de batir, pues el 82% de los estadounidenses prefieren los libros de papel.

En cuanto a los otros segmentos del negocio, es decir, lo demás aparte de la editorial, siempre tendrán demanda en el medio, pues aunque existe una oferta variada y frecuente, ciertos detalles de atención, presentación del local y ubicación permitirán atraer clientes.

## 6.2 OFERTA

Economía Textual busca cubrir un nicho de mercado que se ha venido caracterizando por su debilidad, pues si bien es cierto que instituciones académicas, organizaciones no gubernamentales o esfuerzos particulares producen en el Ecuador algún material científico en el área de las ciencias económicas y afines, no existe una editorial comercial con interés en una amplia distribución a nivel nacional de este tipo de textos, lo que sí ocurre en otro campo científico como es el Derecho, y también por supuesto, en lo literario.

La producción editorial en el Ecuador se ha incrementado. Los temas educativos son los preferidos en cuanto a producción y adquisición de textos, aunque la literatura desplazó a los títulos de Ciencias Sociales al tercer lugar.

Abdón Ubidia, editor de El Conejo y escritor, afirmó que existen talentosos autores ecuatorianos, muchos de ellos nuevos, y una oferta constante de obras. A mediados del 2008, editorial El Conejo publicaba un libro por semana.

Javier Vásconez, narrador ecuatoriano, cuestionó las formas de distribución de las obras literarias. Sostuvo que el público lector no siempre tiene acceso a lo que se produce, ya que los libros que se presentan en determinada ciudad suelen venderse solo en las librerías locales. Para él hace falta una distribuidora nacional que promocióne las obras en todo el país.

Según Vásconez, los costos altos también son un factor que impide al lector acceder con mayor facilidad a la obra nacional, la misma que debe competir con la variedad española, por ejemplo.

Además de los obstáculos citados, la producción literaria nacional debe enfrentarse al problema de la piratería, tema que se relaciona directamente con la Ley del Libro y los derechos de autor. Ecuador cuenta con una Ley del Libro, pero lamentablemente ésta no siempre es aplicada. En el 2005 se piratearon 12 400 títulos y

se reprodujeron 12 256 000 ejemplares en América Latina, según estudios del Centro regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe.

Pese a los problemas que afectan tanto a los creadores como a las casas editoriales, es válido resaltar eventos como la Feria del Libro que se realiza en Guayaquil, y convoca a muchas personas que acceden a las novedades literarias.

En ese contexto, y en cuanto a publicaciones científicas, el desarrollo editorial del sector universitario es una de las notables posibilidades de crecimiento en cuanto a la producción de textos.

En relación con las nuevas tecnologías, los editores ecuatorianos señalan que, junto a la reprografía ilegal y la piratería de libros impresos, la oferta digital en la web es una nueva amenaza y desafío.

## 7. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

### 7.1 PRODUCTOS

Se venderán libros, folletos, formularios y material de oficina en general. Se brindará el servicio de fotocopiado, digitación e impresión, conexión a Internet.

### 7.2 PRECIOS

Dada la bifurcación de actividades y la concepción progresiva del negocio, que tiende a la masificación en determinados segmentos, será posible tener precios competitivos.

### 7.3 DISTRIBUCIÓN

Una vez posicionada el área comercial y de servicios, y con un impulso de mercadeo para el área editorial productiva, no es difícil, si los primeros productos editoriales obtienen la calidad que se busca, ubicar a minoristas a quienes se les pueda vender de acuerdo con los criterios aquí establecidos.

## 8. ASPECTOS TÉCNICOS

### 8.1 CAPACIDAD Y PERIODICIDAD DE PRODUCCIÓN

El ritmo creciente, progresivo, del negocio en su área productiva está reflejado en este trabajo, y constituye uno de los pilares y fortalezas de la concepción del negocio. “Tener los pies sobre la tierra” es fundamental, por eso, se tiene decidido, en un primer año de actividad editorial publicar únicamente dos libros.

### 8.2 CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN

La producción de libros en tamaño bond A5 y rústica es probablemente una de las más fáciles de manejar, a la vez que guarda un equilibrio entre, por ejemplo, el papel cuché y el periódico, entre la carátula dura y el anillado. Se trata entonces de un producto, el libro, que no es de lujo, pero tampoco pierde su presencia básica.

### 8.3 DISPONIBILIDAD DE LOS INSUMOS

El insumo fundamental del libro es el papel, y éste, eventualmente, puede escasear, pero siempre recupera su disponibilidad. En cuanto a la tinta, generalmente no hay problema. La empresa, como aquí se explica, no produce directamente, lo que sí hace necesario considerar que, en ocasiones, el tiempo de espera para que las imprentas entreguen su trabajo puede variar, sobre todo en determinadas épocas del año, como hacia los meses finales, en que se hacen calendarios, agendas, etc.

## 9. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

### 9.1 ÁREA COMERCIAL

#### 9.1.1 VENTAS DE BIENES Y SERVICIOS

La ejecución del proyecto se iniciaría con la instalación de un punto de venta de textos científicos, particularmente de ciencias económicas y afines en un amplio

espectro, incluyendo, por ejemplo, libros y folletos de tributación, leyes relacionadas, etc. El punto de venta podría estar ubicado, de ser posible, muy cerca o en el interior de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para lo cual se suscribiría un contrato de arrendamiento con el formato usual de la Universidad.

Con la finalidad de atraer clientes, es necesario ampliar la gama de productos, pues mantener un stock muy selectivo podría reducir la presencia de potenciales compradores hasta languidecer el negocio. Por ello, se plantea vender hojas de papel ministro, formularios, material menudo de oficina, y otros elementos acordes con la ubicación del punto de venta. De igual manera, instalar una máquina fotocopidora y un minicyber con servicio de Internet.

De no ser posible ubicarse en el interior del campus universitario se proyecta el alquiler de un local en la edificación ubicada en la esquina suroeste de la intersección de las avenidas Quito y Nueve de Octubre de la ciudad de Guayaquil. En este caso se ampliaría en lo posible la gama de productos vendidos al menudeo con la finalidad de atraer clientes y sostener inicialmente el negocio. El local tendría un frente de 3 m y un área aproximada de 25 m<sup>2</sup>.

Los precios de los libros vendidos deberán estar dentro del rango apropiado para el mercado objetivo, por tanto, se prevé que no sobrepasen los \$40. Se puede esperar que los clientes potenciales con mayor poder adquisitivo adquieran los libros, especialmente aquellos que son extranjeros, por otra vía, como por ejemplo mediante compras por Internet o en viajes.

### 9.1.2 IMPORTACIÓN

Comenzando con un stock pequeño, se proyecta importar textos de economía y ciencias afines que permitan a los expertos y a los estudiantes profundizar en sus conocimientos y contribuir así a la excelencia académica.

La partida arancelaria a ser utilizada es la partida 4901999000, que corresponde a libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas. El capítulo 49 incluye

productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas, textos manuscritos o mecanografiados y planos.

La importación de libros está exenta de todo impuesto, gravamen o depósito previo, con la condición de que se presente certificado de afiliación a la Cámara del Libro.

La Cámara Ecuatoriana del Libro es una asociación gremial que reúne a los principales actores de la producción, distribución y comercialización del libro en el Ecuador agrupados en editores, librereros, distribuidores, placistas y revisteros. Fue fundada en 1978 a partir de un comité promotor. Desde entonces, ha contribuido al fortalecimiento del sector mediante el impulso y la expedición de la Ley del Libro con su respectivo reglamento (1987), y la implementación de algunos servicios como la organización de ferias locales y la coordinación de la presencia del sector editorial ecuatoriano en ferias y eventos internacionales.

Actualmente, representa al Ecuador mediante su participación en organismos internacionales tales como el Grupo Interamericano de Editores (GIE) y la Unión Internacional de Editores (UIE). Además, es la agencia ISBN para Ecuador y coordina, junto al Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), las estadísticas del libro en el Ecuador.

Su visión es constituirse en una entidad eficiente, a nivel nacional, de promoción del libro y de los derechos de autor, de servicio a los socios y de representación de sus intereses.

Su misión es favorecer y garantizar la equidad en el acceso al conocimiento y la información mediante su capacidad de convocatoria y animación de los múltiples actores e instituciones relacionados con el sector, para motivar iniciativas e incidir en las políticas públicas a fin de promover la lectura y la difusión del libro como una herramienta del desarrollo.

La importación es la nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al país, para su libre disposición, uso o consumo definitivo. Las importaciones para el

consumo pueden ser realizadas tanto por ecuatorianos como por extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Pueden ser importadores casuales o frecuentes. En caso de ser frecuentes deben registrarse como tales en el Banco Central del Ecuador. Actualmente existen 679 personas, entre naturales y jurídicas, registradas como importadores autorizados de libros, folletos e impresos similares, desde empresas del sector manufacturero, que requieren importar manuales técnicos, hasta editoriales especializadas en libros religiosos.

Para iniciar el proceso de importación se requiere una factura proforma, la cual se adjunta al Documento Único de Importación. La declaración aduanera debe incluir el número del RUC, cuya validez es confirmada. Posteriormente se requiere la factura en firme para solicitar el despacho de la mercadería. El valor FOB no debe exceder de \$4000 si no se quiere pasar por la verificación en puerto de embarque.

Es decir, para realizar la importación de libros cuyo valor FOB sea inferior a \$4000 los documentos incluyen:

- Factura comercial original
- Certificado de la Cámara del Libro
- Póliza de seguro local

Para la importación de libros cuyo valor FOB sea superior a \$4000, el procedimiento sería el siguiente:

- Creación de una nota de pedido
- Creación de un Documento Único de Importación
- Solicitar una orden de inspección en origen con cualquier verificadora
- Factura comercial original
- Certificado de la Cámara del Libro
- Póliza de seguro local

La factura comercial detallará cuidadosamente el contenido del despacho, para evitar inconvenientes durante el aforo físico. También se presenta el original o una copia negociable del conocimiento de embarque, carta de porte o guía aérea. La



declaración aduanera será transmitida vía electrónica a través del SICE (Sistema de Información sobre Comercio Exterior) y luego se entregará físicamente para retirar la mercadería en el correspondiente distrito aduanero, en este caso en la ciudad de Guayaquil. Si el valor de la mercancía importada es superior a los \$2000, se requiere la intervención de un Agente Afianzado de Aduanas.

Como se ha mencionado, los libros están exentos de impuestos y aranceles. La importación de libros, revistas y otros impresos para la lectura, cultura o estudio se encuentran libres del pago del arancel ad valorem en virtud de la aplicación del Tratado de Uruguay. Los libros tampoco están sujetos a ninguna salvaguardia ni restricción, ni al Impuesto a los Consumos Especiales. Además, los libros se encuentran exentos del Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador, como lo establece la Ley de Régimen Tributario Interno. El artículo 55 de dicha ley, que se refiere al Impuesto al Valor Agregado, establecía que tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de los siguientes bienes:

7.- Papel bond, papel periódico, periódicos, revistas, libros y material complementario que se comercializa conjuntamente con los libros.

Debido a la reforma realizada en el 2009, el papel periódico o papel prensa si está gravado con la tarifa 12% del Impuesto al Valor Agregado. Sin embargo, el papel bond continúa exento. Los principales importadores de papel periódico son Grupo El Comercio, El Universo, Gráficos Nacionales (Diario Expreso), Editorial Minotauro (Diario La Hora), El Telégrafo, El Mercurio y Edimpresa (Diario Hoy). Para la edición de libros o revistas se prefiere el papel bond y el papel couché, por lo que no habría mayor impacto.

Los principales países desde donde se importan libros al Ecuador son: Perú, España, Colombia, Estados Unidos y México. Muchos libros se importan a través de la zona franca. Los costos de importación desde Estados Unidos ascienden a aproximadamente \$15 por libro, y los costos de importación desde los otros países mencionados oscilan entre \$10 y \$15 por libro.

La cantidad importada de libros ha venido aumentando sostenidamente durante los últimos cinco años. Los costos también han aumentado, excepto en el caso de Colombia, en que disminuyeron. Se importarán entre tres y ocho ejemplares de todos aquellos libros que se considere pueden encontrar acogida en el mercado. La inversión inicial será de \$3000.

Las exportaciones españolas de libros se han reorientado hacia el resto de la Unión Europea. Las exportaciones estadounidenses de libros hacia el Ecuador, y de hecho hacia el resto de la Comunidad Andina, son principalmente de libros religiosos, pero también se exporta libros de texto y libros científicos. Colombia es el principal exportador de libros de la Comunidad Andina.

Entre las editoriales de las cuales se podría importar libros de Economía se encuentran:

- Agapea
- Antoni Bosch
- Ariel
- Centro de Estudios Ramón Areces
- CIDEAL
- Civitas
- Continental
- Deusto
- Editorial VíaMagna
- Encuentro
- Etea
- Fundación Confemetal
- Germán Orbegozo
- Germania
- Gestión 2000
- Gestión y Planificación Integral
- Huygens Editorial
- Iepala
- Instituto de Tecnología

- Marcial Pons
- Método
- Rialp
- Septem Ediciones
- Tecnos

## 9.2 ÁREA PRODUCTIVA (EDICIÓN)

Establecida y en funcionamiento el área comercial y para contribuir con el desarrollo de la cultura económica en el país y dar la oportunidad al talento científico ecuatoriano de hacer partícipe a la sociedad de sus conocimientos y criterios, necesarios para el desarrollo del país para el que es crucial la comprensión debida de los fundamentos de las ciencias económicas y afines, la empresa deberá ingresar en el complejo mundo de la edición de textos, sobre todo de los que versen sobre temas de particular interés e importancia para el Ecuador.

Para ello, asignaría recursos para la corrección de pruebas y el diseño gráfico e iniciaría las gestiones tendientes a incorporar a su fondo editorial los trabajos de profesionales calificados que considere se deben publicar. Para ello, se celebraría con los autores un contrato cuyo formato se presenta más adelante.

La impresión que se prevé es del tipo OFFSET, sin que se descarte una eventual impresión digital para casos especiales de ediciones pequeñas. Se prevé mandar a imprimir a establecimientos serios, escogiendo las mejores ofertas en cada caso. Se consideran principalmente los siguientes proveedores de este servicio:

1. ARTES GRÁFICAS SENEFELDER
2. MAXIGRAF
3. IMPRENTA OFFSET GRABA
4. MATRIFLEXO
5. OFFSETEC S.A.
6. POLIGRÁFICA

Las labores de pre prensa, levantamiento de textos, diagramación y maquetación, quedarán a cargo de las imprentas. La editorial asumirá la corrección de pruebas y el diseño gráfico de carátulas y cualquier elemento interior que se requiera.

Economía Textual se dedicará a la venta de libros, folletos y otros textos impresos, y materiales de oficina. El área que se denomina productiva se dedicará a la edición de libros sobre la economía y sus ciencias afines, pero no descarta, como he indicado, atender otras áreas del conocimiento y la cultura.

Se conceptúa dar a todos los libros un formato uniforme, por consideraciones de posicionamiento en el mercado. Todos tendrán el formato A5 INEN, de quince por veintidós centímetros, en rústica, con papel bond de setenta y cinco gramos; llevarán el logotipo en la parte inferior central de la portada y tendrán en su diseño elementos constantes a escogerse, con variaciones en cada caso.

Uno de los productos que también ofrecerá la empresa es material didáctico elaborado por los profesores universitarios, en folletos, pero con formato similar a los libros.

La editorial será producto de una expansión de Economía Textual, será propiedad de la misma persona natural y estará amparada en el mismo Registro Único de Contribuyentes.

La empresa que programa dedicarse a la actividad editorial, no será nueva, puesto que tendría entonces ya más de tres años de establecida, dedicada a actividades comerciales que se relaciona con la nueva actividad hacia la que desea expandirse, ya que se dedica a la importación y venta de textos, lo que sin duda puede estimarse como una fortaleza. La empresa se ha mantenido en los mismos locales durante estos años. Las amenazas por la competencia o la situación económica del país se buscan superar precisamente no ingresando en un segmento parcelado de una gran actividad sino asumirla en su integridad e inclusive añadiendo servicios, para que el decaimiento circunstancial de un área se apoye en otras, haciendo posible la permanencia y eventual expansión de la empresa.

Los libros editados, coeditados e impresos en el Ecuador gozan de tarifa postal preferente, con un mínimo de descuento del 10%.

Para proceder a la edición, se considerará, como se ha dicho, a las imprentas que antes se detalló, cotejando y escogiendo la oferta más conveniente. Dentro de esto, se debe tener en cuenta que, tratándose del offset, a mayor número de ejemplares disminuye el costo unitario, pues si bien es cierto que la materia prima básica del libro es el papel, la labor e insumos de la fotomecánica es la misma sin importar el número de ejemplares.

Para el estimado necesario en este proyecto, tomo como referencia una edición cualquiera de mil ejemplares, que podemos considerar como el promedio adecuado para la naturaleza de los trabajos a publicarse. Así, podemos establecer el siguiente cálculo:

Mil ejemplares en el formato propio de la editorial, A5 INEN, de quince por veintidós centímetros, en rústica, con papel bond de setenta y cinco gramos, en este caso con doscientos cincuenta páginas, puestos en el local de Economía Textual, tendrán un costo aproximado de dos mil ochocientos a tres mil dólares.

A la vez, el precio de venta al público dentro del territorio ecuatoriano de cada ejemplar al menudeo se puede establecer en un mínimo de quince dólares. Un libro es un producto de contenido variable, por tanto, su demanda está condicionada por el interés o la necesidad, por lo cual el precio de venta al público puede en determinados casos ser mucho mayor, pudiendo subir en este caso hipotético a, por ejemplo, treinta, treinta y cinco o más dólares.

En lo que tiene que ver con los derechos patrimoniales de autor debo anotar que es común en el medio que estos se paguen en especie, con un número de ejemplares, sobre todo si se trata de libros científicos, lo que no quiere decir que esto necesariamente se deba dar. En todo caso, es una cuestión negociable en la que se debe tener en cuenta dos factores fundamentales. El uno, el riesgo de capital que corre el editor y, el otro, el beneficio intangible que por el crédito de la publicación obtiene el autor. Además, cuenta también la calificación y la capacidad de distribución y comercialización que tenga la empresa editora.

De cualquier manera, en el negocio editorial el margen de utilidad es alto, aunque también lo son el riesgo, el esfuerzo y el tiempo requeridos, sobre todo tratándose del libro científico, calificado como de venta lenta, a diferencia de otros, como, por ejemplo, los textos escolares, que son de venta rápida aunque estacional.

En cuanto a la distribución y comercialización, hay que anotar que los libros se venderán a nivel nacional al por mayor y también al menudeo en el local de Economía Textual. Para la venta al por mayor se establecerá la siguiente tabla de descuento sobre el precio de venta al público.

- Por la compra de cincuenta ejemplares o más, cuarenta por ciento.
- Por la compra de entre treinta ejemplares y cuarenta y nueve, treinta por ciento.
- Por la compra de entre veinte ejemplares y veintinueve, veinticinco por ciento.
- Por la compra de entre diez ejemplares y diecinueve, veinte por ciento.

No se considerarán ventas al por mayor las no alcancen al menos los diez ejemplares. Se evitará dar libros en consignación, recurriendo a ello solamente si no se observa un ritmo de ventas adecuado de una obra determinada.

Con lo dicho, y en términos generales, a los autores cuyas obras se vayan a editar, se les pedirá suscribir un contrato cuyo formato se encuentra a continuación.

## CONTRATO DE EDICIÓN DE OBRA Y EXPLOTACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Conste por el presente instrumento el contrato de edición que se suscribe al tenor de las cláusulas que siguen.

PRIMERA.- Contratantes

Intervienen en la celebración de este contrato, por una parte, el economista NN de nacionalidad ecuatoriana, con Cédula de Identidad No. 0000000000, con domicilio en la ciudad de Guayaquil, por sus propios derechos, a quien en adelante se le podrá llamar simplemente EL AUTOR, sin perjuicio de identificarle por sus nombres; y, por otra parte, la editorial ECONOMÍA TEXTUAL, con domicilio en la Av Carlos Julio

Arosemena km. 1 1/5 de la ciudad de Guayaquil, debidamente representada por su propietaria, Amasilia Emén Ycaza, a la que se podrá denominar simplemente LA EDITORIAL.

#### SEGUNDA.- Antecedentes

El AUTOR declara ser titular exclusivo y sin limitaciones, de los derechos de autor sobre la siguiente obra titulada:

#### LA ECONOMÍA ECUATORIANA

LA EDITORIAL tiene interés en incluir esta obra en su fondo editorial y ha propuesto al AUTOR su edición, a lo que éste ha accedido.

#### TERCERA.- Acuerdo de voluntades

Con estos antecedentes, las partes convienen en que el EDITOR se encargue de editar la obra antes referida. El AUTOR garantiza que la obra es inédita y por tanto, no tiene obligación alguna con otro editor que impida a LA EDITORIAL realizar esta edición.

En consecuencia, el AUTOR autoriza, en forma expresa, la publicación de las ediciones que fueren necesarias de la obra antes mencionada y cede íntegramente sus derechos de edición y comercialización a favor de LA EDITORIAL, en los términos establecidos en las cláusulas de este contrato.

LA EDITORIAL tendrá el control total de la publicación, comprendidos su impresión, encuadernación, embellecimiento o presentación y condiciones de venta en su primera y siguientes ediciones.

#### CUARTA.- Condiciones de pago

La primera edición será de MIL ejemplares, de éstos: NOVECIENTOS ejemplares serán para LA EDITORIAL y como forma de pago de sus derechos de autor por esta edición, LA EDITORIAL, entregará AL AUTOR CIEN ejemplares.

Las sucesivas reediciones, por el lapso que dura este contrato, serán de QUINIENTOS ejemplares cada vez. LA EDITORIAL pagará al autor por sus derechos, CINCUENTA ejemplares, quedando para LA EDITORIAL los restantes CUATROCIENTOS CINCUENTA ejemplares.

#### QUINTA.- Condiciones para cada edición

LA EDITORIAL, manifestará por escrito al autor con anticipación, que la edición está por agotarse y será necesaria una reedición de su obra, pudiendo EL AUTOR, incluir cambios que considere necesarios para la nueva edición, inclusive el rediseño de la portada.

LA EDITORIAL, deberá incluir en la contraportada, el precio de venta al público: (P.V.P) de 15 dólares, de cada ejemplar, además del código de barras correspondiente a su obra legalmente registrada y el número de Registro de Autor otorgado por el I.E.P.I.

En un supuesto caso de que no se realice una nueva edición por el período de más de dos años, el autor queda en libertad de realizar una edición por su propia cuenta.

**SEXTA.- Entrega de originales; pruebas**

LA EDITORIAL entregará los originales, completos, con los gráficos y fotografías, a más tardar dentro de los quince días siguientes a la celebración de este contrato.

LA EDITORIAL entregará al AUTOR, si éste expresamente así lo desea, los juegos de pruebas destinados a corregir el texto, antes de proceder a la impresión; el AUTOR deberá devolver tales pruebas revisadas y aprobadas, con los cambios del caso.

Si LA EDITORIAL se ve en la necesidad de introducir modificaciones o supresiones en el texto de la obra a editarse, el AUTOR deberá, previamente, aprobar tales modificaciones o supresiones.

**SEPTIMA.- Edición, reimpressiones durante la vigencia del contrato**

Durante la vigencia de este contrato LA EDITORIAL podrá realizar cuantas reimpressiones lo decida, de acuerdo a las condiciones del mercado. La primera edición saldrá a la venta a más tardar dentro de los 30 días posteriores a la firma de este contrato; las reimpressiones deberán realizarse dentro de los 30 días desde la fecha en que se comunique al AUTOR que se han agotado los ejemplares publicados.

**OCTAVA.- Duración de este contrato**

Las partes aceptan de mutuo acuerdo que este contrato tendrá una validez de cinco años calendario contados a partir de la fecha de su suscripción, renovables automáticamente por períodos iguales si ninguna de las partes ha comunicado por escrito a la otra su deseo de darlo por terminado con tres meses de anticipación a su fecha de término.



Las partes señalan su domicilio en la ciudad de Guayaquil, a cuyos jueces competentes y al trámite de la litis por la vía verbal sumaria se someten, para el caso de litigio.

Para constancia, firman por duplicado en Guayaquil, a 28 de febrero del 2010

#### 10. FUNCIONAMIENTO GENERAL DEL LOCAL DE LA EMPRESA

El local de la empresa, constituido en un punto de venta, y desde el cual se desarrollarán todas las actividades de la empresa, estará bajo la dirección y administración del propietario de la empresa. Se contará como único personal de planta con una secretaria y un dependiente, y deberá contar con los siguientes activos fijos:

Activo fijo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual
Computadoras	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00	\$ 500,00
Impresora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 166,67
Fotocopiadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 166,67
Estanterías abiertas	3	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 60,00
Anaqueles cerrados	4	\$ 350,00	\$ 1.400,00	\$ 140,00
Mostrador	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 20,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 10,00
Sillas	3	\$ 90,00	\$ 270,00	\$ 27,00
Focos ahorradores	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 0,90
Total			\$ 5.079,00	\$ 1.091,23

Las estanterías abiertas se presentarán de tal forma que atraigan la atención de los clientes potenciales. Los anaqueles cerrados servirán para los libros que se encuentren en bodega. Las computadoras, la impresora y la fotocopiadora se depreciarán completamente en los tres primeros años. Los demás activos fijos se depreciarán en diez años.

Para el normal funcionamiento del local y punto de venta se prevé la necesidad de incurrir anualmente en los siguientes gastos administrativos y de ventas:

Gastos administrativos y de ventas	Valor anual
Gastos de alquiler	\$ 5.400,00
Sueldos y salarios	\$ 9.627,81
Materiales de oficina	\$ 1.000,00
Energía eléctrica	\$ 360,00
Teléfono	\$ 300,00

Agua	\$ 120,00
Internet	\$ 720,00
Transporte	\$ 1800,00
<b>Total</b>	<b>\$ 9.780,00</b>

El transporte se llevará a cabo por medio de una camioneta, la cual será alquilada con un costo aproximado de \$15 por viaje, para retirar la mercadería importada. Los sueldos y salarios serán los básicos y se calculan de la siguiente manera:

Cargo	Carga Horaria				SUELDO	Valor Hora	Horas Extras 100%	Total de Ingresos
	Lunes a Viernes		Sábados					
Secretaria	8	horas	6	horas	\$ 240,00	\$ 1,00	\$ 48,00	\$ 288,00
Dependiente	8	horas	6	horas	\$ 240,00	\$ 1,00	\$ 48,00	\$ 288,00

Cargo	Aporte IESS	Neto a Pagar	13er Sueldo	14to Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte IESS Patronal	Total de Provisiones
Secretaria	\$ 26,93	\$ 261,07	\$ 24,00	\$ 18,17	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 34,99	\$ 113,16
Dependiente	\$ 26,93	\$ 261,07	\$ 24,00	\$ 18,17	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 34,99	\$ 113,16

Cargo	Total de Ingresos + Provisiones Mensuales	Total Ingresos Anuales
Secretaria	\$ 401,16	\$ 4.813,90
Dependiente	\$ 401,16	\$ 4.813,90
<b>Total</b>	<b>\$ 802,32</b>	<b>\$ 9.627,81</b>

Se considerará una inflación del 2% anual tanto para los precios de venta como para los costos y gastos.

Se anota la contratación eventual por obra de un corrector de pruebas y un diseñador gráfico, con los siguientes costos aproximados:

- Por corrección de doscientas cincuenta páginas del formato antes indicado, ochenta dólares.
- Por diseño de carátula para el formato antes indicado, sesenta dólares.

Lo que representa un costo de ciento cuarenta dólares por edición, es decir, catorce centavos por libro, adicionalmente del valor que debe ser cancelado a la imprenta.

En el área de ventas de bienes y servicios se produce, naturalmente, una rotación de inventarios claramente mayor que en el área productiva, dado que los artículos que se ofrecen son de uso masivo y regular. En cuanto a las computadoras con las que se brindará el servicio de cyber, se prevé que sean usadas al 50% de su capacidad, es decir, durante cuatro horas al día cada una. Evidentemente puede darse la circunstancia de que ambas se encuentren en uso al mismo tiempo.

Productos	Cantidad diaria	Precio Unitario	Margen
Artículos varios	150	\$ 1,00	\$ 0,05
Fotocopias	500	\$ 0,03	\$ 0,02
Cyber	8	\$ 1,00	\$ 0,90
Impresión a color	2	\$ 0,90	\$ 0,50
Impresión blanco y negro	5	\$ 0,50	\$ 0,30
DVD	2	\$ 1,00	\$ 0,60

A continuación se presenta el desglose de las ventas anuales de los diferentes bienes y servicios que ofrece el área.

Productos	Cantidad anual	Ventas	Costo de Ventas	Margen
Artículos varios	54000	\$ 54.000,00	\$ 51.300,00	\$ 2.700,00
Fotocopias	180000	\$ 5.400,00	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00
Cyber	2880	\$ 2.880,00	\$ 288,00	\$ 2.592,00
Impresión a color	720	\$ 648,00	\$ 288,00	\$ 360,00
Impresión blanco y negro	1800	\$ 900,00	\$ 360,00	\$ 540,00
DVD	720	\$ 720,00	\$ 288,00	\$ 432,00
Total	240120	\$ 64.548,00	\$ 54.324,00	\$ 10.224,00

Del cuadro anterior se desprende que el precio de ventas promedio por unidad es de \$0,27, con un margen unitario promedio de \$0,04.

## 11. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

### 11.1 ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO

#### 11.1.1 FLUJOS DE CAJA OPERATIVOS PROYECTADOS

Flujo de caja operativo proyectado del área editorial

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Venta (unidades)</b>	2.000	2.000	3.000	3.000	4.000	4.000	5.000	5.000
<b>Cobranza (unidades)</b>	1.956	2.000	2.978	3.000	3.978	4.000	4.978	5.000
<b>Saldo x Cobrar (unidades)</b>	44	44	67	67	89	89	111	111
<b>Cuentas x Cobrar (USD)</b>	667	680	1.040	1.061	1.443	1.472	1.877	1.914
<b>Días de Cartera</b>	8	8	8	8	8	8	8	8
<b>Inventario para cumplir con política (unidades)</b>	17	17	25	25	33	33	42	42
<b>Días de Inventario</b>	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>Compra para cumplir con política (unidades)</b>	2.017	2.000	3.008	3.000	4.008	4.000	5.008	5.000
<b>Saldo Inventario (USD)</b>	150	155	240	248	341	352	454	468
<b>Días Proveedores</b>	15	15	15	15	15	15	15	15
<b>Pago Compra Inventario (unidades)</b>	1.933	2.001	2.966	3.000	3.966	4.000	4.966	5.000
<b>Saldo por pagar Inventarios (unidades)</b>	84	83	125	125	167	167	209	208
<b>Saldo por pagar Inventarios (USD)</b>	756	775	1.204	1.240	1.710	1.760	2.273	2.340
<b>Precio Venta (USD / unidades)</b>	15	15	16	16	16	17	17	17
<b>Costo de Adquisición (USD / unidades)</b>	9	9	10	10	10	11	11	11
<b>Margen en la compra (USD / unidades)</b>	6	6	6	6	6	6	6	6
<b>Costo de Adquisición (USD)</b>	18.150	18.600	28.898	29.754	41.031	42.245	54.553	56.151
<b>Saldo Inventario (unidades)</b>	17	17	25	25	33	33	42	42
<b>Costo de Ventas (USD / unidades)</b>	9	9	10	10	10	11	11	11

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<b>Ingresos Operacionales</b>								
<b>Cobranza (Unidades)</b>	1.956	2.000	2.978	3.000	3.978	4.000	4.978	5.000
<b>Cobranza (USD)</b>	29.333	30.587	46.458	47.734	64.564	66.216	84.057	86.114
<b>Egresos Operacionales</b>								
<b>Pago Compra Inventario (Unidades)</b>	1.933	2.001	2.966	3.000	3.966	4.000	4.966	5.000
<b>Pago Inventario (USD)</b>	17.394	18.581	28.469	29.719	40.561	42.194	54.040	56.085
<b>Gastos Operacionales</b>								
<b>Gastos de alquiler</b>	1.800	1.836	1.873	1.910	1.948	1.987	2.027	2.068
<b>Sueldos y salarios</b>	3.209	3.273	3.339	3.406	3.474	3.543	3.614	3.686
<b>Material de oficina</b>	333	340	347	354	361	368	375	383
<b>Energía eléctrica</b>	120	122	125	127	130	132	135	138
<b>Teléfono</b>	100	102	104	106	108	110	113	115
<b>Agua</b>	40	41	42	42	43	44	45	46
<b>Internet</b>	240	245	250	255	260	265	270	276
<b>Transporte</b>	600	612	624	637	649	662	676	689
<b>Total Gastos Operacionales</b>	6.443	6.571	6.703	6.837	6.974	7.113	7.255	7.401
<b>Flujo Neto Operacional Editorial</b>	5.497	5.434	11.286	11.178	17.029	16.909	22.762	22.629

Flujo de caja operativo proyectado del área de importaciones

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Venta (unidades)</b>	1.800	1.800	2.000	2.000	2.100	2.100	2.350	2.350
<b>Cobranza (unidades)</b>	1.760	1.800	1.996	2.000	2.098	2.100	2.344	2.350
<b>Saldo x Cobrar (unidades)</b>	40	40	44	44	47	47	52	52
<b>Cuentas x Cobrar (USD)</b>	1.400	1.428	1.618	1.651	1.768	1.803	2.058	2.100
<b>Días de Cartera</b>	8	8	8	8	8	8	8	8
<b>Inventario para cumplir con política (unidades)</b>	15	15	17	17	18	18	20	20
<b>Días de Inventario</b>	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>Compra para cumplir con política (unidades)</b>	1.815	1.800	2.002	2.000	2.101	2.100	2.352	2.350
<b>Saldo Inventario (USD)</b>	435	445	507	519	558	571	654	670
<b>Días Proveedores</b>	15	15	15	15	15	15	15	15
<b>Pago Compra Inventario (unidades)</b>	1.739	1.801	1.993	2.000	2.097	2.100	2.342	2.350
<b>Saldo por pagar Inventarios (unidades)</b>	76	75	83	83	88	88	98	98
<b>Saldo por pagar Inventarios (USD)</b>	2.193	2.228	2.537	2.595	2.791	2.856	3.275	3.349
<b>Precio Venta (USD / unidades)</b>	35	36	36	37	38	39	39	40
<b>Costo de Adquisición (USD / unidades)</b>	29	30	30	31	32	33	33	34
<b>Margen en la compra (USD / unidades)</b>	6	6	6	6	6	6	6	6
<b>Costo de Adquisición (USD)</b>	52.635	53.460	60.879	62.285	66.985	68.550	78.596	80.379
<b>Saldo Inventario (unidades)</b>	15	15	17	17	18	18	20	20
<b>Costo de Ventas (USD / unidades)</b>	29	30	30	31	32	33	33	34

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<b>Ingresos Operacionales</b>								
<b>Cobranza (Unidades)</b>	1.760	1.800	1.996	2.000	2.098	2.100	2.344	2.350
<b>Cobranza (USD)</b>	61.600	64.232	72.638	74.252	79.442	81.115	92.372	94.438
<b>Egresos Operacionales</b>								
<b>Pago Compra Inventario (Unidades)</b>	1.739	1.801	1.993	2.000	2.097	2.100	2.342	2.350
<b>Pago Inventario (USD)</b>	50.442	53.426	60.570	62.226	66.789	68.485	78.178	80.305
<b>Gastos Operacionales</b>								
<b>Gastos de alquiler</b>	1.800	1.836	1.873	1.910	1.948	1.987	2.027	2.068
<b>Sueldos y salarios</b>	3.209	3.273	3.339	3.406	3.474	3.543	3.614	3.686
<b>Material de oficina</b>	333	340	347	354	361	368	375	383
<b>Energía eléctrica</b>	120	122	125	127	130	132	135	138
<b>Teléfono</b>	100	102	104	106	108	110	113	115
<b>Agua</b>	40	41	42	42	43	44	45	46
<b>Internet</b>	240	245	250	255	260	265	270	276
<b>Transporte</b>	600	612	624	637	649	662	676	689
<b>Total Gastos Operacionales</b>	6.443	6.571	6.703	6.837	6.974	7.113	7.255	7.401
<b>Flujo Neto Operacional Importación</b>	4.716	4.235	5.365	5.189	5.678	5.517	6.939	6.733

Flujo de caja operativo proyectado del área de ventas de bienes y servicios

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Venta (unidades)</b>	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120
<b>Cobranza (unidades)</b>	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120
<b>Saldo x Cobrar (unidades)</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Cuentas x Cobrar (USD)</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Días de Cartera</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Inventario para cumplir con política (unidades)</b>	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001
<b>Días de Inventario</b>	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>Compra para cumplir con política (unidades)</b>	242.121	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120
<b>Saldo Inventario (USD)</b>	453	463	474	486	497	509	520	533
<b>Días Proveedores</b>	8	8	8	8	8	8	8	8
<b>Pago Compra Inventario (unidades)</b>	236.741	240.164	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120
<b>Saldo por pagar Inventarios (unidades)</b>	5.380	5.336	5.336	5.336	5.336	5.336	5.336	5.336
<b>Saldo por pagar Inventarios (USD)</b>	1.217	1.236	1.265	1.295	1.325	1.356	1.388	1.420
<b>Precio Venta (USD / unidades)</b>	0,27	0,27	0,28	0,29	0,29	0,30	0,30	0,31
<b>Costo de Adquisición (USD / unidades)</b>	0,23	0,23	0,24	0,24	0,25	0,25	0,26	0,27
<b>Margen en la compra (USD / unidades)</b>	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
<b>Costo de Adquisición (USD)</b>	54.777	55.615	56.932	58.275	59.645	61.042	62.468	63.921
<b>Saldo Inventario (unidades)</b>	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001	2.001
<b>Costo de Ventas (USD / unidades)</b>	0,23	0,23	0,24	0,24	0,25	0,25	0,26	0,27



	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>								
<b>Cobranza (Unidades)</b>	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120
<b>Cobranza (USD)</b>	64.548	65.839	67.156	68.499	69.869	71.266	72.692	74.145
<b>Egresos Operacionales</b>								
<b>Pago Compra Inventario (Unidades)</b>	236.741	240.164	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120	240.120
<b>Pago Inventario (USD)</b>	53.559	55.596	56.902	58.245	59.614	61.011	62.436	63.889
<b>Gastos Operacionales</b>								
<b>Gastos de alquiler</b>	1.800	1.836	1.873	1.910	1.948	1.987	2.027	2.068
<b>Sueldos y salarios</b>	3.209	3.273	3.339	3.406	3.474	3.543	3.614	3.686
<b>Material de oficina</b>	333	340	347	354	361	368	375	383
<b>Energía eléctrica</b>	120	122	125	127	130	132	135	138
<b>Teléfono</b>	100	102	104	106	108	110	113	115
<b>Agua</b>	40	41	42	42	43	44	45	46
<b>Internet</b>	240	245	250	255	260	265	270	276
<b>Transporte</b>	600	612	624	637	649	662	676	689
<b>Total Gastos Operacionales</b>	6.443	6.571	6.703	6.837	6.974	7.113	7.255	7.401
<b>Flujo Neto Operacional Ventas</b>	4.546	3.671	3.550	3.417	3.281	3.142	3.000	2.856

Flujo de caja operativo global

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Flujo Neto Operacional Editorial</b>		5.497	5.434	11.286	11.178	17.029	16.909	22.762	22.629
<b>Flujo Neto Operacional Importación</b>		4.716	4.235	5.365	5.189	5.678	5.517	6.939	6.733
<b>Flujo Neto Operacional Ventas</b>		4.546	3.671	3.550	3.417	3.281	3.142	3.000	2.856
<b>Flujo Neto Operacional Total</b>		14.758	13.340	20.201	19.784	25.988	25.567	32.701	32.217
<b>Inversión Inicial Activos Fijos</b>	-2440								
<b>Inversión Inicial Capital de Trabajo</b>	-11060								
<b>Valor de Recuperación</b>									516
<b>Flujo sin Financiamiento</b>	-13.500	14.758	13.340	20.201	19.784	25.988	25.567	32.701	32.733

<b>Flujo descontado</b>	-13.500	14.758	13.340	20.201	19.784	25.988	25.567	32.701	32.733
<b>Flujo descontado acumulado</b>	-13.500	1.258	14.599	34.800	54.584	80.572	106.139	138.840	171.572

11.1.2 FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Flujo sin Financiamiento</b>	-13.500	14.758	13.340	20.201	19.784	25.988	25.567	32.701	32.733
<b>Flujo del Financiamiento</b>	8.100	-1.518	-1.518	-1.518	-1.518	-1.518	-1.518	-1.518	-1.518
<b>Flujo con Financiamiento</b>	-5.400	13.240	11.822	18.683	18.266	24.470	24.049	31.182	31.214

### 11.1.3 ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Ventas</b>	157.548	160.699	186.802	190.538	214.374	218.661	249.781	254.776
<b>Editorial</b>	30.000	30.600	46.818	47.754	64.946	66.245	84.462	86.151
<b>Importación</b>	63.000	64.260	72.828	74.285	79.559	81.150	92.627	94.479
<b>Ventas</b>	64.548	65.839	67.156	68.499	69.869	71.266	72.692	74.145
<b>Costo de Ventas</b>	124.524	127.649	146.551	150.283	167.518	171.801	195.420	200.411
<b>Editorial</b>	18.000	18.595	28.813	29.747	40.938	42.234	54.451	56.137
<b>Importación</b>	52.200	53.450	60.817	62.272	66.946	68.537	78.513	80.364
<b>Ventas</b>	54.324	55.604	56.921	58.264	59.633	61.031	62.456	63.909
<b>Margen Bruto</b>	33.024	33.050	40.251	40.255	46.856	46.860	54.360	54.366
<b>Editorial</b>	12.000	12.005	18.005	18.008	24.008	24.011	30.011	30.014
<b>Importación</b>	10.800	10.810	12.011	12.012	12.612	12.613	14.114	14.115
<b>Ventas</b>	10.224	10.235	10.235	10.235	10.235	10.236	10.236	10.236
<b>Gastos Operacionales</b>	19.328	19.714	20.109	20.511	20.921	21.339	21.766	22.202
<b>Resultado Operacional</b>	13.696	13.336	20.142	19.744	25.935	25.520	32.594	32.164
<b>Depreciación</b>	1.091	1.091	1.091	258	258	258	258	258
<b>Gastos Financieros</b>	810	739	661	576	481	378	264	138
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	11.795	11.505	18.390	18.911	25.196	24.885	32.073	31.768

#### 11.1.4 BALANCES GENERALES PROYECTADOS

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Activos Corrientes</b>	8.421	24.766	36.655	56.046	74.396	99.509	123.657	155.696	186.515
<b>Caja</b>	8.421	21.661	33.483	52.166	70.432	94.901	118.950	150.133	180.831
<b>Cuentas por Cobrar</b>		2.067	2.108	2.659	2.712	3.211	3.275	3.935	4.014
<b>Inventarios</b>		1.038	1.064	1.221	1.252	1.396	1.432	1.629	1.670
<b>Activos Fijos Netos</b>	5.079	3.988	2.897	1.805	1.547	1.290	1.032	774	516
<b>Activos Fijos</b>	5.079	5.079	5.079	5.079	5.079	5.079	5.079	5.079	5.079
<b>Depreciación Acumulada</b>		1.091	2.182	3.274	3.532	3.790	4.047	4.305	4.563
<b>Activos Totales</b>	13.500	28.753	39.551	57.851	75.943	100.798	124.689	156.470	187.031
<b>Cuentas por Pagar Proveedores</b>		4.167	4.238	5.006	5.130	5.826	5.973	6.936	7.109
<b>Deuda Bancaria CP</b>		708	779	857	943	1.037	1.141	1.255	-
<b>Pasivos Corrientes</b>		4.875	5.018	5.863	6.073	6.863	7.114	8.191	7.109
<b>Deuda Bancaria LP</b>	8.100	6.683	5.833	4.898	3.870	2.739	1.494	125	-
<b>Pasivos Totales</b>	8.100	11.558	10.851	10.761	9.943	9.602	8.608	8.316	7.109
<b>Capital</b>	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
<b>Utilidad Acumulada</b>		11.795	23.300	41.690	60.601	85.796	110.681	142.754	174.522
<b>Patrimonio Total</b>	5.400	17.195	28.700	47.090	66.001	91.196	116.081	148.154	179.922
<b>Pasivos + Patrimonio</b>	13.500	28.753	39.551	57.851	75.943	100.798	124.689	156.470	187.031

## 11.2 EVALUACIÓN DEL NEGOCIO

### 11.2.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Ventas</b>	145.753	149.194	168.412	171.627	189.178	193.776	217.708	223.008
<b>Costo de Ventas</b>	124.524	127.649	146.551	150.283	167.518	171.801	195.420	200.411
<b>Margen Bruto</b>	21.229	21.545	21.861	21.344	21.660	21.975	22.288	22.598
<b>Gastos Operacionales</b>	19.328	19.714	20.109	20.511	20.921	21.339	21.766	22.202
<b>Resultado Operacional</b>	1.901	1.830	1.752	833	739	635	521	396
<b>Depreciación</b>	1.091	1.091	1.091	258	258	258	258	258
<b>Gastos Financieros</b>	810	739	661	576	481	378	264	138
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	-	-	-	-	-	-	-	-

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>
<b>Ventas Proyectadas</b>	157.548	160.699	186.802	190.538	214.374	218.661	249.781	254.776
<b>Ventas Equilibrio</b>	145.753	149.194	168.412	171.627	189.178	193.776	217.708	223.008
<b>Porcentaje</b>	108,09%	107,71%	110,92%	111,02%	113,32%	112,84%	114,73%	114,25%

## 11.2.2 ÍNDICES FINANCIEROS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<b>ROE</b>	68,60%	40,09%	39,05%	28,65%	27,63%	21,44%	21,65%	17,66%
<b>ROA</b>	47,63%	33,72%	34,82%	26,00%	25,73%	20,47%	20,83%	17,20%
<b>Prueba Corriente</b>	19,68%	13,69%	10,46%	8,16%	6,90%	5,75%	5,26%	3,81%
<b>Apalancamiento</b>	40,20%	27,44%	18,60%	13,09%	9,53%	6,90%	5,31%	3,80%
<b>Rotación de Activos</b>	5,48	4,06	3,23	2,51	2,13	1,75	1,60	1,36
<b>Rotación de Inventarios</b>	120	120	120	120	120	120	120	120
<b>Rotación de C x C</b>	76,23	76,23	70,26	70,26	66,76	66,76	63,47	63,47

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<b>Activos Corrientes</b>	86,13%	92,68%	96,88%	97,96%	98,72%	99,17%	99,51%	99,72%
<b>Activos Fijos</b>	13,87%	7,32%	3,12%	2,04%	1,28%	0,83%	0,49%	0,28%
<b>Total Activos</b>	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

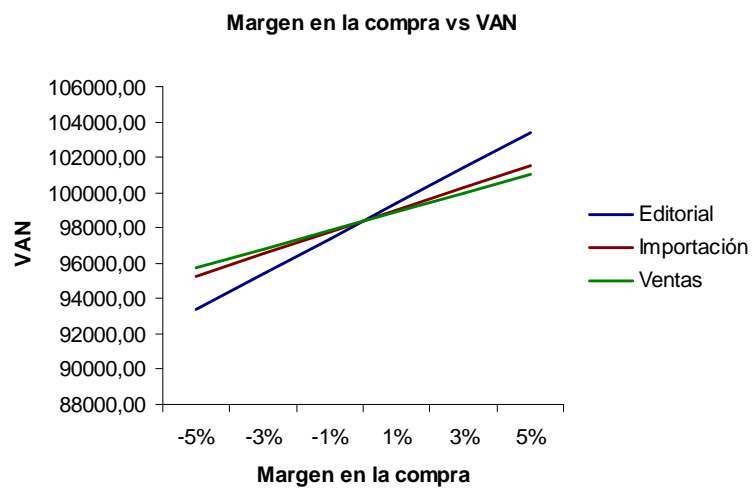
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<b>Activos Corrientes</b>	86,13%	92,68%	96,88%	97,96%	98,72%	99,17%	99,51%	99,72%
<b>Activos Fijos</b>	13,87%	7,32%	3,12%	2,04%	1,28%	0,83%	0,49%	0,28%
<b>Total Activos</b>	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

<b>Tasa interna de retorno</b>	117%
<b>Valor actual neto</b>	98.405
<b>Rendimiento promedio del capital</b>	10,80%
<b>Período de recuperación</b>	0,91

### 11.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

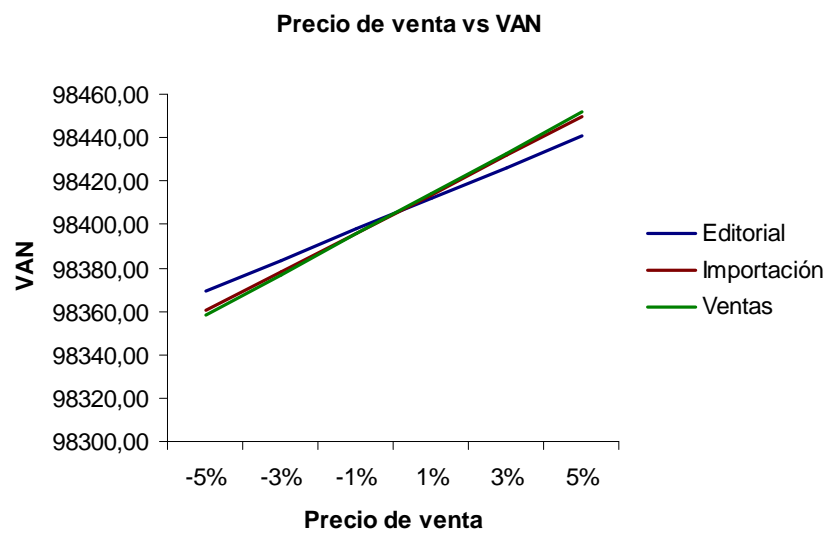
Variación del margen en la compra vs. VAN del Flujo Global

Variación del margen en la compra	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%
<b>Editorial</b>	93392,99	95397,75	97402,50	99407,26	101412,02	103416,77
<b>Importación</b>	95286,02	96533,57	97781,11	99028,65	100276,20	101523,74
<b>Ventas</b>	95761,73	96818,99	97876,25	98933,51	99990,77	101048,03



### Variación del precio de venta vs. VAN del Flujo Global

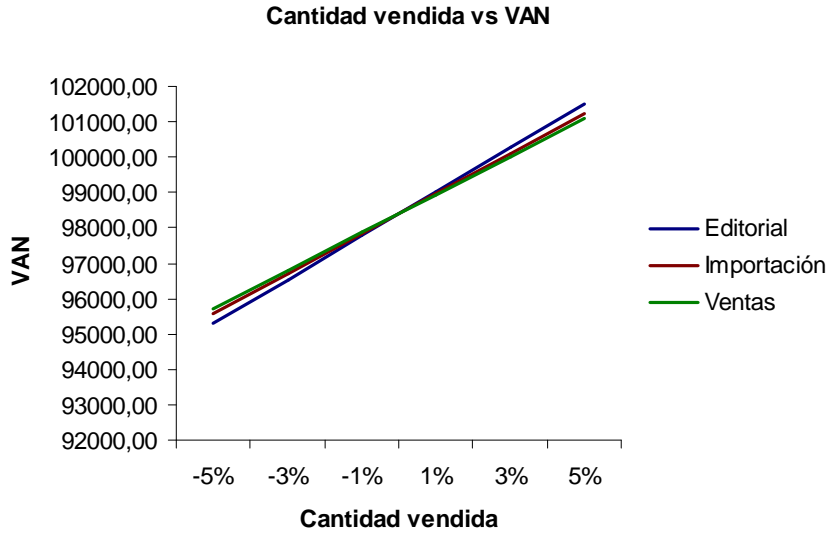
Variación del precio de venta	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%
<b>Editorial</b>	98369,28	98383,52	98397,76	98412,00	98426,24	98440,48
<b>Importación</b>	98360,15	98378,04	98395,94	98413,83	98431,72	98449,61
<b>Ventas</b>	98357,90	98376,70	98395,49	98414,28	98433,07	98451,86





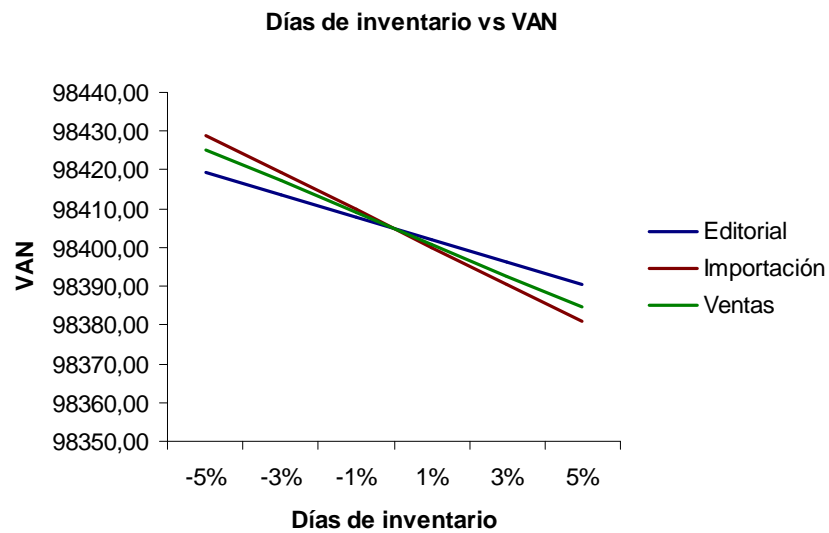
Variación de la cantidad vendida vs. VAN del Flujo Global

Variación de la cantidad vendida	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%
<b>Editorial</b>	95295,41	96539,20	97782,99	99026,78	100270,56	101514,35
<b>Importación</b>	95585,10	96713,01	97840,92	98968,84	100096,75	101224,67
<b>Ventas</b>	95714,75	96790,81	97866,86	98942,91	100018,96	101095,01



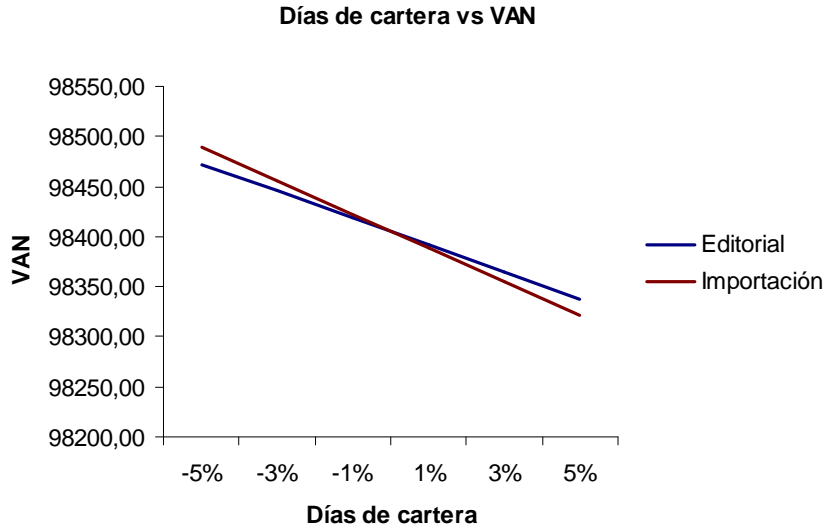
Variación de los días de inventario vs. VAN del Flujo Global

Variación de los días de inventario	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%
<b>Editorial</b>	98419,30	98413,53	98407,77	98402,00	98396,23	98390,46
<b>Importación</b>	98428,77	98419,22	98409,66	98400,10	98390,55	98380,99
<b>Ventas</b>	98425,27	98417,11	98408,96	98400,80	98392,65	98384,50



Variación de los días de cartera vs. VAN del Flujo Global

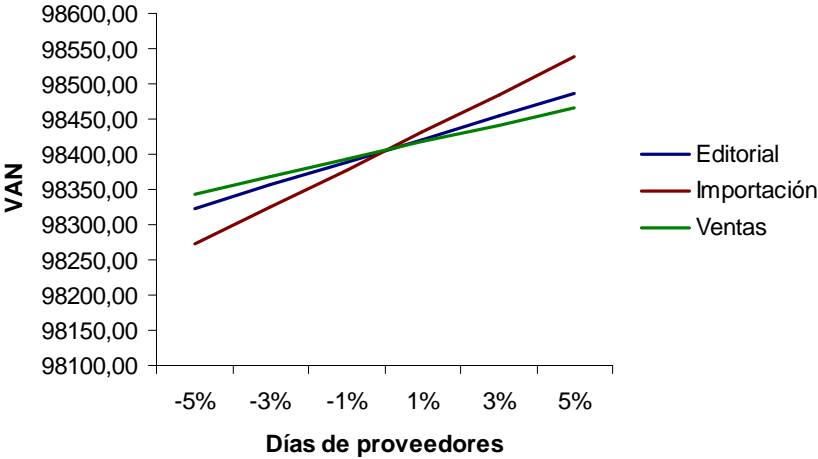
Variación de los días de cartera	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%
<b>Editorial</b>	98472,37	98445,37	98418,38	98391,39	98364,39	98337,40
<b>Importación</b>	98488,86	98455,27	98421,68	98388,09	98354,49	98320,90



Variación de los días de proveedores vs. VAN del Flujo Global

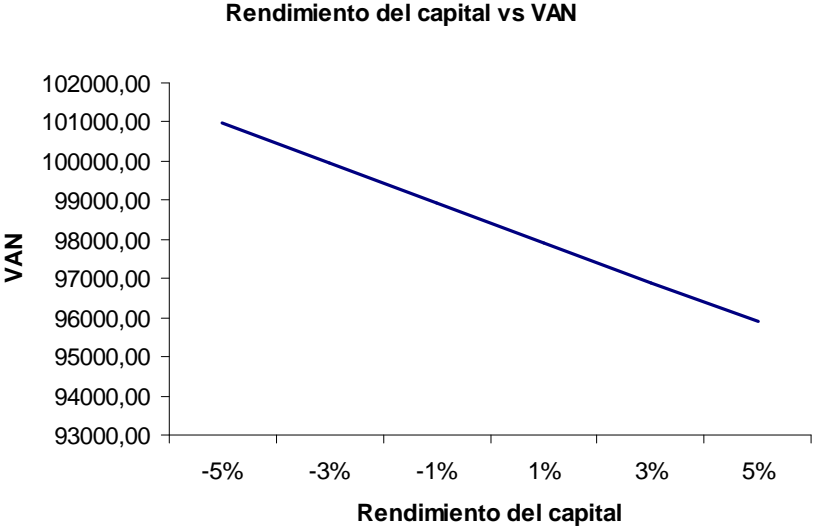
Variación de los días de proveedores	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%
Editorial	98323,63	98356,13	98388,63	98421,13	98453,63	98486,14
Importación	98271,74	98325,00	98378,25	98431,51	98484,77	98538,03
Ventas	98343,89	98368,29	98392,68	98417,08	98441,48	98465,87

Días de proveedores vs VAN



Variación de la tasa de rendimiento esperado del capital vs. VAN del Flujo Global

Variación de la tasa de rendimiento	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%
<b>Global</b>	100980,30	99939,91	98913,19	97899,91	96899,88	95912,86



## 12. CONCLUSIONES

De la investigación, estudio y proyecciones realizadas, se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- 1) La ejecución del proyecto desde el punto de vista financiero, es viable, puesto que se trata de una empresa nueva que comienza austera y con perspectivas claras de crecimiento a partir del esfuerzo y la dedicación de una persona natural emprendedora, sin tener expectativas exageradas, embarcarse en grandes deudas ni pretender un desarrollo acelerado. El crecimiento de la empresa se sustenta en el éxito de su actividad inicial, es decir, en la generación de un nuevo capital en base al trabajo previo, lo que da una medida de garantía de éxito.
- 2) Otro de los pilares del éxito de la futura empresa, dado a partir de la relación oferta-demanda, reside en que la actividad inicial, de ventas y servicios, tiene un gran auge y se conservan las posibilidades de trabajo para nuevas iniciativas, mientras que la actividad proyectada para después, la edición, es un nicho no suficientemente explotado en el que, con prudencia, esfuerzo y conocimiento, se puede alcanzar un éxito sostenido, teniendo presente la visión de posicionamiento de la empresa. Se han demostrado en el proyecto las perspectivas del mercado.
- 3) Desde el punto de vista operativo el proyecto es también viable, puesto que existen los insumos y proveedores necesarios, y no se observan inconvenientes futuros al respecto.

## BIBLIOGRAFÍA / FUENTES

- Wikipedia: Derecho de autor, impresión, impresión xilográfica, impresión offset, xerografía, impresión digital, <http://es.wikipedia.org/wiki/>
- Imprentas digitales: Historia de la imprenta digital, [http://www.imprentasdigitales.com/historia\\_de\\_la\\_imprenta.asp](http://www.imprentasdigitales.com/historia_de_la_imprenta.asp)
- Yahoo Respuestas Argentina: ¿Cómo es el proceso para editar un libro?, <http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100107094223AA4iOLz>
- Gustavo Orellana, Ecuador: Industria editorial se abre al extranjero, Papermarket, 24 de marzo del 2004, <http://www.papermarket.cl/papermarket/site/port/noticias.html#noticias>
- Vanessa Marsh, Una imprenta digital amenaza con vaciar las estanterías de las librerías, Tendencias Tecnológicas, 21 de julio del 2007, [http://www.tendencias21.net/Una-imprenta-digital-amenaza-con-vaciar-las-estanterias-de-las-librerias\\_a1691.html](http://www.tendencias21.net/Una-imprenta-digital-amenaza-con-vaciar-las-estanterias-de-las-librerias_a1691.html)
- Ecuador fortalece cimiento de producción editorial, Diario Hoy, 15 de julio del 2008, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-fortalece-cimiento-de-produccion-editorial-299004-299004.html>
- Instrumentos internacionales y regionales, Convenios y tratados multilaterales, Centro regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe, <http://www.cerlalc.org/derechoenlinea/dar/convenios.htm#Convenios>
- Directorio Latinoamericano de Editores: Ecuador, Centro regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe,
- Ediciona, la web de los profesionales del mundo editorial, <http://www.ediciona.com/>
- Cámara Ecuatoriana del Libro, <http://www.celibro.org.ec>
- Guía de Editores de España, <http://www.guia-editores.org/>
- Juan Carlos Idrobo, Instituciones ecuatorianas están en déficit en el campo de la investigación científica, Ecuador Inmediato, 29 de enero del 2009, [http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news\\_user\\_view/instituciones\\_ecuatorianas\\_estan\\_en\\_deficit\\_en\\_el\\_campo\\_de\\_la\\_investigacion\\_cientifica--96694](http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/instituciones_ecuatorianas_estan_en_deficit_en_el_campo_de_la_investigacion_cientifica--96694)
- Reuters, Estadounidenses prefieren libros impresos frente a electrónicos, Emol Tecnología, 30 de mayo del 2008, <http://emol.com/noticias/tecnologia/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=306452>

ANEXO




**INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI**

**FORMATO ÚNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS**

① <b>Nº. de Solicitud</b>		② <b>Fecha de Presentación</b>	
③ <b>Denominación del Signo</b>			
<b>ECONOMÍA TEXTUAL</b>			
④ <b>Naturaleza del signo</b>		⑤ <b>Tipo de signo</b>	
<i>Denominativo</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Marca de Producto</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Figurativo</i>	<input type="checkbox"/>	<i>Marca de Servicios</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Mixto</i>	<input type="checkbox"/>	<i>Nombre Comercial</i>	<input checked="" type="checkbox"/>
<i>Tridimensional</i>	<input type="checkbox"/>	<i>Lema Comercial</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Sonoro</i>	<input type="checkbox"/>	<i>Índica Geog/denominación origen</i>	<input type="checkbox"/>



Olfativo	<input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva	<input type="checkbox"/>
Táctil	<input type="checkbox"/>	Marca Colectiva	<input type="checkbox"/>
		Marca de Certificación	<input type="checkbox"/>
		Rótulo Enseña	<input type="checkbox"/>
<b>6</b>			
<b>Identificación del(os) solicitante(s)</b>			
Nombre(s):	Amasilia Tamine Emén Ycaza		
Dirección:	Boyacá 1700		
Ciudad:	Guayaquil	E-mail:	aemenycaza@hotmail.com
Teléfonos:	2530800	Fax:	
Nacionalidad del Signo:	ecuatoriana		
Nacionalidad del Solicitante:	ecuatoriana		
<b>7</b>			
<b>Quien(es) actúa(n) a través de</b>			
Representante	<input type="checkbox"/>	O	Apoderado <input type="checkbox"/>
Nombre:			
Dirección:			
Teléfono:		E-mail:	
Registro de poder N°:		Fax:	
<b>8</b>			
<b>Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)</b>			
Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente N°.			

<b>9</b> <i>E espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)</i>	<b>10</b> <i>Descripción clara y completa del signo</i>
<div style="text-align: center;">  <p><b>ECONOMÍA TEXTUAL</b></p> </div> <p><i>*Clasificación del elemento figurativo</i></p>	
<b>11</b> <i>Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades</i>	
<p>Economía Textual se dedicará a la venta de libros, folletos y otros materiales impresos nacionales y extranjeros, la importación de libros, folletos y otros materiales impresos, la edición de libros, folletos y otros trabajos, la venta de suministros de o</p>	
<b>12</b> <i>Clasificación Internacional N°.</i>	<b>fgh</b>
<b>13</b> <i>Signo que acompaña al lema comercial</i>	
<i>Denominación</i>	
<i>Registro N°</i>	<i>Año</i> h <i>Vigente hasta</i>
<i>Solicitud N°</i>	<i>Fecha y Año</i>
<i>Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comercial</i>	
<b>14</b> <i>Prioridad</i>	
<i>Solicitud N°:</i>	<i>Fecha:</i> ___ / ___ / ___ <i>País:</i> ___

<b>15</b> <b>Abogado patrocinador</b>				
Nombre:				
Casillero IEPI:	Quito	Guayaquil	Cuenca	Casillero Judicial en Quito:
<b>16</b> <b>Anexos</b>				
<input type="checkbox"/> Comprobante pago tasa N° _____ <input type="checkbox"/> 6 etiquetas en papel adhesivo 5x5 c. m. <input type="checkbox"/> Copia cédula ciudadanía para personas naturales <input type="checkbox"/> Copia de la primera solicitud si se reivindica prioridad <input type="checkbox"/> Poder <input type="checkbox"/> Nombramiento de representante legal <input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas) <input type="checkbox"/> Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Reseña de calidades, reputación y características de los productos (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Documento en el que se demuestre el legítimo interés, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Copia de estatutos de solicitante, (marcas colectivas, certificación, indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Lista de integrantes, (marcas colectivas o de certificación)				
<b>17</b>			<b>18</b>	
_____			_____	
Firma Solicitante (s)			Abogado patrocinador	
			Matrícula:	_____
			E-mail:	_____

Los campos en los que se usen fechas, deberán especificarse en dd/mm/aaaa

Formato único, PROHIBIDA SU ALTERACIÓN O MODIFICACIÓN

En caso de alterarse o modificarse este FORMATO, no se aceptará a trámite la solicitud