

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EDITORIAL
EN EL DISTRITO ESPECIAL INDUSTRIAL PORTUARIO BIODIVERSO Y
ECOTURÍSTICO DE BUENAVENTURA

AUTORAS:

MARÍA CAMILA PISCO GÓMEZ

ANDREA DEL CARMEN ESTUPIÑAN YESQUEN

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS BUENAVENTURA

2022

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EDITORIAL
EN EL DISTRITO ESPECIAL INDUSTRIAL PORTUARIO BIODIVERSO Y
ECOTURÍSTICO DE BUENAVENTURA

AUTORAS:

MARÍA CAMILA PISCO GÓMEZ

ANDREA DEL CARMEN ESTUPIÑAN YESQUEN

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

DIRIGIDO:

TULIO CESAR GALLEGU TORRES

CONTADOR PÚBLICO

ESPECIALISTA EN GERENCIA FINANCIERA

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BUENAVENTURA-VALLE DEL CAUCA

2022

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos primero que todo a Dios por permitirnos culminar con vida y salud esta etapa de nuestras vidas. Agradezco a mi mamá quien me apoya en todas las maneras y a quien dedico esta investigación. Mi abuela que está en el cielo quien siempre me motivo a dar la mejor versión de mí y a lograrlo.

Agradecemos a nuestros compañeros Juan y Bryam, a Jhon, y a todos los que colaboraron y estuvieron atentos para realizar este estudio.

Agradecemos a nuestra alma mater, nuestros maestros, tutores y directores por brindarnos los conocimientos y permitirnos ser profesionales en esta hermosa carrera Administración de empresas.

Agradecemos a todas las personas que brindaron su tiempo y conocimiento para la realización de este estudio como los escritores y escritoras de esta ciudad y de otras, así como editoriales.

Agradecemos a los lectores esperamos encuentren en este un aliado en sus investigaciones.

RESUMEN

Colombia es un país rico en diversidad cultural, lingüística y un emergente potencial literario. Entre las industrias culturales con mayor antigüedad esta la editorial, la que se ha encargado de la economía del libro en el mundo sin embargo esos ejercicios económicos en la ciudad de Buenaventura son poco y los estudios acerca de este tema también. Por ello en el presente trabajo de investigación se busca estudiar la viabilidad económica, financiera, técnica, ambiental, y en el mercado de crear una empresa editorial en Buenaventura. La metodología empleada para realizar este estudio de tipo descriptivo con enfoque cualitativo cuantitativo y método inductivo deductivo. Esta investigación constata la necesidad de crear este tipo de empresas en la ciudad, así como su importancia en la economía cultural y del libro.

Palabras clave: Industria cultural, editorial, independiente, cultura, Pacífico colombiano, leer, escribir, Buenaventura.

SUMMARY

Colombia is a country rich in cultural and linguistic diversity and an emerging literary potential. Among the oldest cultural industries is the publishing house, which has been in charge of the book economy in the world. However, those economic exercises in the city of Buenaventura are few, and so are the studies on this subject. For this reason, this research work seeks to study the economic, financial, technical,

environmental, and market viability of creating a publishing company in Buenaventura. The methodology used to carry out this descriptive study with a qualitative-quantitative approach and an inductive-deductive method. This research confirms the need to create this type of company in the city, as well as its importance in the cultural and book economy.

Keywords: Cultural industry, editorial, independent, culture, Colombian Pacific, reading, writing, Buenaventura.

Tabla de contenido

Introducción	17
1. Planteamiento del Problema.	19
1.2 Formulación del Problema.....	22
1. Objetivos.....	22
2.1 Objetivo General.....	22
2.2 Objetivos Específicos	23
3. Justificación.	24
4. Marcos de Referencia.	27
4.1 Marco Teórico.....	27
4.1.1 Viabilidad.....	27
4.1.2 Emprendimiento.....	33
4.1.3 Creación de Empresas.....	38
4.1.4 Sociedades Mercantiles.....	39
4.1.5 Editoriales	42
4.1.6 Outsourcing.....	46
4.2 Marco de Antecedentes.....	49
4.3 Marco Contextual.....	50
4.4 Marco Conceptual.....	55

4.5 Marco Legal	59
5. Aspectos Metodológicos.....	64
5.1. Alcance de la investigación	64
5.1.1 Estudio Descriptivo.....	64
5.2 Enfoque de la investigación.....	65
5.2.1 Enfoque Cuantitativo	65
5.2.2 Enfoque Cualitativo	66
5.3 Método de la Investigación.....	66
5.3.1 Población.....	67
5.4 Instrumento Metodológico.....	68
5.4.1 Técnica de Recolección de la Información.....	68
5.4.2 Fuentes	68
5.4.3 Resultados	70
6. Estudio de Mercado	71
6.1 Objetivo General.....	71
6.2 Objetivos Específicos.....	71
6.2.1 Describir los servicios y productos a suministrar por la empresa editorial	72
6.2.2 Investigación de Mercado “Escritores”	74
6.2.4 Análisis De La Demanda Y Oferta De Los Escritores Y Lectores	114
6.2.5 Análisis del Entorno Empresarial	122

6.3 Conclusiones Estudio De Mercado	131
7. Estudio Técnico	133
7.1 Objetivo General.....	133
7.2 Objetivos Específicos.....	133
7.2.1 Ingeniería Del Proyecto	134
7.2.2 Factores Relevantes Que Determinen La Adquisición De Equipo Y Maquinaria.	153
7.2.4 Localización Del Proyecto.....	164
Fuente: Elaboración propia	167
7.2.5 Diseño De La Planta.	169
Primer piso	170
Ilustración 2 Primer piso Editorial.....	170
Segundo piso: Área Administrativa.....	171
Ilustración 3 Segundo Piso Editorial.....	172
7.3 Conclusiones Estudio Técnico.....	176
8. Estudio Administrativo	176
8.1 Objetivo General.....	176
8.2 Objetivos Específicos.....	177
8.2.1 Estructura Organizacional.....	177
8.2.2 Estructura Legal	184

8.2.3 Estructura Administrativa	197
8.2 Estructura Salarial.....	255
8.3 Conclusiones del Estudio.....	257
9. Estudio económico y financiero.....	258
9.1 Objetivos.....	258
9.1.1 Objetivo general.....	258
9.1.2 Objetivos específicos	259
9.2 Definir el Presupuesto de ingresos de la empresa editorial.	259
9.3.2 Depreciación y amortización de los activos fijos	266
9.4 Determinar el capital de trabajo requerido para el funcionamiento.....	272
9.4.1 Definir la inversión inicial del proyecto, determinando la inversión fija, la inversión de diferidos y el capital de trabajo.	272
9.5 Análisis financiero.	276
9.5.2 Razones Corriente.....	287
9.5.3 Indicadores De Rentabilidad.....	289
10. Estudio De Impactos.....	296
10.1 Impacto Socioeconómico.....	296
10.3 Impacto Cultural	298
10.4 Conclusiones del Estudio de Impactos	299
11. Conclusiones.....	300

12 Referencias.....	301
---------------------	-----

Tablas

Tabla 1 Descripción sociedades S.A.S.	61
Tabla 2 Normativa Colombiana del Sector Editorial	62
Tabla 3 Datos Sexo	78
Tabla 4 Ciudad y origen	79
Tabla 5 Tipo de texto	80
Tabla 6 Frecuencia Escribe	82
Tabla 7 Publicación de libros	83
Tabla 8 Gastos de publicación.....	85
Tabla 9 Ciudad de publicación	86
Tabla 10 Dispendioso en la publicación.....	88
Tabla 11 Motivos para no publicar.....	91
Tabla 12 Razones para no tener editoriales	93
Tabla 13 Editorial en Buenaventura?	94
Tabla 14 Edición de productos	95
Tabla 15 Canales Efectivos	96
Tabla 16 Base de Datos Escritores	97
Tabla 17 Sexo lectores	121
Tabla 18 Edad lectores	122
Tabla 19 Nivel de escolaridad	123

Tabla 20 Escribir	124
Tabla 21 Leer.....	125
Tabla 22 Momento de leer.....	126
Tabla 23 Lectura	127
Tabla 24 Tipos de textos que leyó	128
Tabla 25 Libros lee al año	129
Tabla 26 Que le gusta leer?	130
Tabla 27 Adquirir libro	132
Tabla 28 Comprar libro	133
Tabla 29 Texto le gusta escribir	134
Tabla 30 Frecuencia con la que escribe.....	135
Tabla 31 Demanda que se aspira atender	136
Tabla 32 Demanda Lectores	137
Tabla 33 Demanda de la editorial.....	138
Tabla 34 Proyección de la Cantidad Demanda	138
Tabla 35 Proveedores	143
Tabla 36 Costo editores	146
Tabla 37 Costo de Impresión	146
Tabla 38 Proyección de Costos de Producción	146
Tabla 39 Precios Unitarios Proyectados	147
Tabla 40 Proyección de Ventas	148
Tabla 41 Costos Fijos del proceso 1	154
Tabla 42 Costos directos del proceso 2	157

Tabla 43 Tecnología y equipos	175
Tabla 44 Personal de la Editorial	180
Tabla 45 Ponderación Ubicación Planta	183
Tabla 46 Calificación y Comparación ubicación	184
Tabla 47 Jornada Laboral	185
Tabla 48 Materiales y suministros	189
Tabla 49 Muebles y Enceres	190
Tabla 50 Equipo de cómputo y comunicación	191
Tabla 51 Otros servicios	192
Tabla 52 Modelo Constitución	202
Tabla 53 Presupuesto legalización.	214
Tabla 54 Manual de Funciones Gerente	216
Tabla 55 Manual de Funciones Contador.....	218
Tabla 56 Manual de funciones secretaria general	220
Tabla 57 Manual de Funciones jefe Editorial	223
Tabla 58 Manual de Funciones Editor	226
Tabla 59 Manual de Funciones Corrector de estilo	228
Tabla 60 Manual de Funciones diseñador editorial.....	230
Tabla 61 Manual de Funciones diseñador Grafico	233
Tabla 62 Manual de Funciones jefe Comercial	235
Tabla 63 Manual de Funciones Profesional Junior	238
Tabla 64 Manual de Funciones Ejecutivos de Ventas	240
Tabla 65 Manual de Funciones Almacenista	242

Tabla 66 Manual de Funciones creador de contenido.....	244
Tabla 67 Manual de Funciones Community manager	246
Tabla 68 Manual de Funciones Talento Humano	249
Tabla 69 Manual de Funciones Seguridad	252
Tabla 70 Manual de Funciones Oficios Varios	254
Tabla 71 Estructura salarial proyectada.....	258
Tabla 72Proyección de ventas Libros de la empresa editorial.	261
Tabla 73 Estructura Salarial	263
Tabla 74 Estructura salarial 2	264
Tabla 75 Estructura Salarial 3	265
Tabla 76 Estructura Salarial 4	266
Tabla 77Estructura Salarial 5	267
Tabla 78 Depreciación Proyectada	269
Tabla 79 Depreciación Equipos de Computo.....	270
Tabla 80 Amortizaciones.....	271
Tabla 81 Gastos de Personal	272
Tabla 82 Gastos Honorarios	272
Tabla 83 Gastos Administrativos	273
Tabla 84 Gastos de Ventas	273
Tabla 85 Gastos de Depreciación	273
Tabla 86 Gastos de Amortización	274
Tabla 87 Gastos Bancarios	274
Tabla 88 Capital de trabajo	275

Tabla 89 Inversión del Proyecto	276
Tabla 90 Financiación	277
Tabla 91 Punto Equilibrio	279
Tabla 92 Estado de resultados	280
Tabla 93 Presupuesto Efectivo	281
Tabla 94 Balance General	282
Tabla 95 Flujo de Caja del Proyecto	284
Tabla 96 Flujo de Caja del Inversionista.....	285
Tabla 97 Flujo de Caja Financiado.....	286
Tabla 98 Recuperación de la Inversión	287
Tabla 99 Razón Corriente.....	288
Tabla 100 Rotación de Activos Total	289
Tabla 101 Margen Bruto de Utilidad	290
Tabla 102 Margen Operacional de Utilidad	291
Tabla 103 Margen Neto	292
Tabla 104 Rendimiento del Patrimonio	293
Tabla 105 Rendimiento del Patrimonio después de impuestos	294
Tabla 106 Rendimiento Activo Total	295

Gráficas

Grafica 1 Tabulación Sexo	77
Grafica 2 Ciudad y origen	79
Gráfica 3 Tipo de texto	80
Gráfica 4 Frecuencia escribe	81

Gráfica 5 Publicaciones de libros	83
Gráfica 6 Gastos de publicación	84
Gráfica 7 Ciudad de publicación	86
Gráfica 8 Dispendioso en la publicación	87
Gráfica 9 Publicación Reciente	89
Gráfica 10 Publicación Reciente	89
Gráfica 11 Motivos para no publicar	91
Gráfica 12 Razones para no tener editoriales	92
Gráfica 13 Editorial en Buenaventura	94
Gráfica 14 Edición de productos	95
Gráfica 15 Canales efectivos	96
Gráfica 16 Sexo	121
Gráfica 17 Edad lectores	122
Gráfica 18 Niveles de escolaridad	123
Gráfica 19 Escribir	124
Gráfica 20 Leer	125
Gráfica 21 Momento de leer	126
Gráfica 22 Lectura	127
Gráfica 23 Tipos de texto que leyó	128
Gráfica 24 Cuantos libros lee al año	129
Gráfica 25 Que le gusta leer?	130
Gráfica 26 Adquirir libro	132
Gráfica 27 Comprar libro	133

Gráfica 28 Ingeniería del proyecto.	152
Gráfica 29 Mapa de procesos Evaluación y aprobación.	155
Gráfica 30 Mapa de procesos entrega y revisión de manuscritos	158
Gráfica 31 Tabla de equipos del proceso	160
Gráfica 32 Mapa de proceso: Corrección de estilo, diseño y diagramación	161
Gráfica 33 Proveedores Impresiones	162
Gráfica 34 Mapa de proceso final libro	165
Gráfica 35 Impresión libros	173

Figuras

Figura 1 División Política de Buenaventura.....	53
Figura 2 Geo visor de auto reconocimiento Étnico	54
Figura 3. División Étnica	55

Introducción

Las industrias culturales, nacen en el momento que la sociedad tiene mayores márgenes temporales de ocio y comienza a disponer de su capacidad de gasto para atender a esas nuevas

"necesidades" culturales. La innovación técnica de estas industrias surge y triunfa cuando una latente demanda social la está exigiendo (Ramírez, 2018).

Estas industrias se denominan pluralmente, pues en ellas entran diversos sectores económicos tales como: la música, el cine, la arquitectura, televisión y radio, artes visuales, artes escénicas y los libros, estas industrias contienen un alto valor cultural.

El presente estudio se encuentra en la industria de los libros, exactamente en la industria editorial, es una de las industrias culturales denominada tradicional pues es de las más consolidadas y antiguas en el mundo, ya que luego de que el humano aprendiera a comunicarse le siguió el proceso de codificación del lenguaje y la escritura.

Este proyecto de investigación busca estudiar la viabilidad para la creación de una empresa editorial en el Distrito Especial de Buenaventura. Es necesario resaltar que los estudios realizados en el territorio, alrededor de este tema son pocos, y existen ciertos tabúes como que en el Pacífico no se lee, o no se tiene una cultura lectora y condiciones socioculturales y de administración pública que no han permitido un mejor desarrollo de este sector en el Distrito, como las evidentes brechas de desigualdad con respecto al resto del país.

A continuación, se podrá observar el desarrollo de este estudio de viabilidad el cual consta de una fase previa en donde se encuentra el planteamiento del problema, los objetivos de esta investigación, los marcos de referencias y aspectos metodológicos para llevar a cabo la investigación y una fase posterior en donde encontrará el desarrollo del estudio de viabilidad con los siguientes 5 estudios fundamentales:

En el Estudio de Mercado se encuentra todo lo relacionado con los servicios y productos a ofrecer en la editorial, el análisis de la demanda y la oferta, del entorno empresarial y la investigación de mercados.

En el Estudio Técnico se encuentra la ingeniería del proyecto, los factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria, la localización optima de la planta y su distribución, requerimientos tecnológicos, de insumos y muebles necesarios para la creación de este tipo de empresas.

En el Estudio Administrativo se encuentra la estructura organizacional, la estructura legal, y la estructura administrativa de la empresa editorial. En el Estudio de Impactos se encuentra factores como el socioeconómico, el ambiental y el cultural.

En el Estudio Económico y Financiero se define toda el área económica de la creación de esta empresa, el presupuesto de ingresos, los costos e inversiones necesarias para materializar esta editorial, el capital de trabajo que requiere y la rentabilidad que genera.

Para finalizar el Estudio de los Impactos que generaría la creación de esta editorial en el Distrito tanto a nivel ambiental, cultural y socioeconómico.

1. Planteamiento del Problema.

Las industrias culturales no son un concepto nuevo. Theodor Adorno un reconocido filósofo alemán, comenzó a utilizarlo en 1948 refiriéndose a este, como las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales. En la actualidad, son definidas como aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción, la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial (UNESCO, 2017).

En estas industrias se encuentra el sector editorial en la categoría tradicional por su trayectoria y tiempo de existencia en el mundo. Según la Cámara de Comercio del Libro, el presidente ejecutivo Enrique González señaló que “en los últimos años el crecimiento del sector editorial ha sido bastante estable, aunque el país ostenta con un promedio de 5 libros leídos en el año por persona (Conexión capital, 2018), es un rendimiento alentador para la industria.

La existencia de las editoriales se debe a una necesidad de reconocer el valor del conocimiento. Cuando se publica algún texto se inicia con un descubrimiento de lo escrito, se valoriza desde lo atractivo que pueda llegar a ser para el público, la profundidad y relevancia de su contenido y/o su éxito en el mercado; luego, procede a difundirse mediante los medios estratégicos propicios para atraer al mayor número de personas posibles. Los distintos saberes que no se hacen visibles o no se publican, no van a causar ningún impacto ni en la ciencia, ni en la humanidad (Ingenio libre, 2017), es decir, pasa a ser contenido olvidado, pierde tanto fuerza ilocutiva como efectos perlocutivos frente al posible mensaje que contenga.

La creciente importancia de la creación de contenido, se ha convertido en un ejercicio importante para diversas comunidades, pues a través de estos procesos se marca la diferencia y generan contenido acertado con sus propios contextos, motivando al público a conocer las diversas realidades, obligando así a no caer en la única visión de un contexto, como es el caso de la reconocida escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie en la conferencia sobre su libro “El peligro de la historia única” (Adichie, 2009), evidencia como una comunidad puede ser invisibilizada y transformada al antojo del único narrador por la poca existencia de literatura referente a su contexto; y como dicho texto restringe la recreación de este a través de una sola historia o punto de vista por la inexistente variedad de publicaciones, no hay manera de contar las diversas verdades y vivencias históricas de un territorio, país o agrupación social.

En el Pacífico colombiano la manera en la que la mayor parte de las tradiciones, costumbres, relatos e historias se heredan es a partir de la oralidad, pues a través de cantos, arrullos, relatos es como de generación en generación se mantienen vivas historias, saberes y costumbre de la región. Esta práctica se considera la columna vertebral de la literatura del pacífico colombiano, pues ésta tiene sus inicios en las memorias, leyendas y relatos escritos a comienzos del siglo XIX acerca de las minas de oro y expediciones de los españoles (Macias, 2020).

En la actualidad la literatura del pacífico colombiano cuenta con más de 70 escritores reconocidos por sus obras a nivel nacional y mundial, entre los más representativos del Distrito de Buenaventura se encuentran escritores como : Baudilio Revelo, Sofonías Yacup, Helcías Martán Góngora, Mary Grueso, y María Elcina

Valencia Córdoba, además por medio de los diferentes programas que ofrece el Centro cultural del Banco de la Republica y el Ministerio de Cultura, como Leer el pacífico, Mujeres Afro Narran su Territorio, Piloto literatura africana, Narrativas Afro, se han encontrado y diversificado los escritores y las escritoras del Distrito, generando así un mercado a la editorial y unas necesidades a satisfacer en este nicho (Macias,2020).

A pesar de contar con estos tesoros literarios en el Distrito, no se cuenta con una editorial propia que recopile e inmortalice a los diferentes escritores de Buenaventura. Existe la necesidad de que se visibilicen y perpetúen sus diferentes conocimientos académicos, empíricos, artísticos, literarios y culturales de manera eficiente y accesible, que se facilite el acceso a servicios editoriales pues los excesivos costos y tramites que se caracterizan por ser tardíos, tediosos y elevados, dificultan la labor y ejercicio de publicar para los escritores nacientes y reconocidos del territorio; pues quienes logran publicar su trabajo lo hacen por medio de plataformas académicas, de búsqueda, concursos o convocatorias nacionales limitadas, si se realiza con recursos propios hay que tener una capacidad adquisitiva media-alta y tener clara las estrategias de difusión (Arboleda,2020).

Cada palabra, saber, sentimiento y conocimiento que exista en el Distrito merece la oportunidad de ser publicado y existir en las librerías, bibliotecas y casas de todo el país o el mundo.

Por todo lo anterior, se hace necesaria la creación de una empresa editorial en el Distrito Especial de Buenaventura, donde se visibilice los contenidos de estos escritores y escritoras, por medio de los distintos estilos editoriales y permita a los mismo un medio óptimo para publicar, perpetuar y promocionar sus diversos

conocimientos o pensamientos, todo esto con la finalidad de promover nuevas narrativas y sobre todo, que permita conocer las distintas verdades que se presentan, presentaron y presentarán en el territorio.

De no llegar a establecerse esta iniciativa contribuirá a la disminución de los escritores, su motivación para que ejerzan esa labor tan importante para el mundo, implicara un deterioro y retroceso a nivel de desarrollo en el Distrito, perpetuando la quietud en temas de lectura, escritura, artes y culturales, se profundizan las brechas de desigualdad, pues el contexto global está cambiando a grandes pasos, y más ahora con la contingencia actual (COVID-19) en creación de contenidos el mundo se está en constante movimiento.

1.2 Formulación del Problema

¿Es viable la creación de una empresa editorial en el Distrito Especial Portuario Industrial Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura?

1. Objetivos

2.1 Objetivo General

Realizar un Estudio de viabilidad para la creación de una empresa editorial en el Distrito

Especial Industrial Portuario Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura.

2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer y estimar la demanda de los servicios editoriales en Buenaventura y los factores o variables que afectan el comportamiento de la oferta y la demanda de estos servicios.
- Realizar un estudio técnico, que permita calcular los costos, inversiones y beneficios derivados en la creación de la empresa editorial. Analizando las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como el proceso de producción y edición de un libro.
- Elaborar un estudio administrativo orientado a lograr los objetivos de la creación de esta empresa editorial, donde se defina la estructura organizacional y los planes de trabajo administrativos teniendo en cuenta los requerimientos de recursos humanos, materiales y financieros.
- Realizar un estudio económico y financiero que identifique los procedimientos de cálculo de los diferentes costos e inversiones que deben ser considerados en la creación de la empresa editorial, permitiendo medir la rentabilidad del proyecto, la rentabilidad de los recursos propios invertidos en él o la capacidad de pago de un préstamo para financiar la inversión, comparando los beneficios y costos estimados, al igual que la interpretación de los resultados y los efectos de las distintas formas de financiación.

- Realizar un estudio del impacto que genera la creación de una empresa editorial.

3. Justificación.

“Aquel que no conoce su historia está condenado a repetirla” (Rios, 2017), esta frase se le atribuye a Napoleón Bonaparte y se ha convertido en un dicho coloquial aun incomprendido, o, en muchos casos inaplicable para algunos contextos sociales.

La razón es simple, es complejo conocer o saber lo que no tiene registro, lo que no se divulga, lo que no se escribe o quede prueba de ello durante el paso del tiempo. Y aun cuando la tradición oral es el mecanismo por el que se da la continuidad del saber ancestral en el pacífico colombiano, la memoria puede perderse y dichos conocimientos logran corromperse, congelarse u olvidarse por el interés o la réplica de dichas palabras en el transcurso de las generaciones.

Esto evidencia lo necesario que es para la palabra hablada en el contexto global contemporáneo de las culturas, la conservación de la cultura y la historia precisa y exacta a través de los mecanismos impresos, escritos o gravados como la mejor capsula del tiempo para la conservación de la identidad humana.

La lectura y la escritura son consideradas habilidades secundarias del lenguaje, pues son adquiridas, por ello son instrumentos privilegiados que dan acceso a la información y el conocimiento (Rey, 2016), este privilegio se evidencia y hace hincapié en los índices de desigualdad que existen en las periferias de este país.

Este proyecto de investigación busca garantizar el acceso y la cobertura de servicios editoriales de alta calidad a los escritores del territorio, generando así la conservación y generación de actores históricos, en el distrito, la región y el mundo.

También se busca potenciar e incentivar la generación de narrativas alternativas, acertadas, y propias del territorio. Cuando se narra la historia por quienes la viven, se vuelve cada vez más real y verídica, plasmar los cuentos y creencias de la región en las publicaciones, poder leer las poesías y relatos de los escritores, consolidar una economía alrededor del libro y sus derivados, es uno de los objetivos de las autoras de este estudio.

Este es un proyecto perteneciente al sector cultural, divergente a los proyectos habituales en el contexto local, pues se considera en su mayoría que la definición y expresión de cultura es únicamente la música, la danza y gastronomía, sin embargo, este proyecto pretende fortalecer un aspecto prejuiciado en el distrito, el comercio del libro, por ende, espera ser un espacio coherente, físico, tangible, y accesible, aportando al final riqueza cultural y diversidad económica en la ciudad.

Para la academia, promover estos espacios físicos e intelectuales en diversos niveles académicos, motivara la investigación de temas afines además de dejar legado e incidir en el Distrito y el departamento.

Para el Distrito de Buenaventura, ¿Que justifica investigar la creación de una empresa editorial? Es importante que surjan iniciativas alrededor de la lectura y escritura, pues, el efecto directos e indirectos de estas interviene en componentes como la educación, resultados en pruebas nacionales e internacionales, desarrollo del territorio en coherencia con el resto del mundo, la economía, la cultura, la salud

pública, la creación de nuevos imaginarios, estilos de vida, en fin, es tan amplia como pueda ser comprendida.

La circulación del libro y la lectura ha sido la ecuación de prosperidad que tiene a Corea entre los países más profesionalizados y ricos del planeta (Lavin, 2019), con este país, además de compartir el mismo océano, existe un fuerte arraigo cultural con el pacífico colombiano. Por esto y sin querer imitar un modelo extranjero, la globalidad les exige a los territorios un ejercicio ciudadano que combine la identidad con las habilidades para comprender el mundo actual y todas están sustentadas en la lectura.

Para las autoras la palabra escrita es un medio de vital importancia para el desarrollo individual y colectivo, pues no solo significa la comprensión de unos códigos lingüísticos sino la prueba física del conocimiento, por ello hacemos énfasis en el peligro de la historia única, como Distrito, como grupo poblacional, como cultura, la escritura y la promoción de nuestras propias historias debe constituir un lugar importante en la cotidianidad contribuyendo el desarrollo intelectual, cultural e histórico.

Este estudio de viabilidad para crear una empresa editorial se basa en promover la circulación del libro y la lectura en un proceso mixto que implica la visibilidad de los diferentes escritores y escritoras del distrito y la generación de un proyecto económico alrededor del libro.

4. Marcos de Referencia.

El marco de referencia o marco referencial es un texto que identifica y expone los antecedentes, las teorías, las regulaciones y/o los lineamientos de un proyecto de investigación, de un programa de acción o de un proceso. (chen, 2020).

Por lo tanto, se presenta en el siguiente orden los diferentes marcos requeridos para este estudio: Marco Teórico, Marco de Antecedentes, Marco Contextual, Marco Conceptual y Marco Legal.

4.1 Marco Teórico

El marco teórico es la recopilación de antecedentes, investigaciones previas y consideraciones teóricas en las que se sustenta un proyecto de investigación, análisis, hipótesis o experimento, permitiendo la interpretación de los resultados y la formulación de conclusiones.

(Graus, 2021)

El presente marco teórico del estudio de viabilidad para la creación de una empresa editorial en el Distrito Especial de Buenaventura busca recopilar diversas teorías y conceptos alrededor de temas como viabilidad, las editoriales, emprendimiento y la creación de empresas.

4.1.1 Viabilidad

El estudio de viabilidad de un proyecto empresarial consiste en el análisis de todos los datos internos del proyecto, así como de las características del entorno, con

la finalidad de saber si el negocio puede tener éxito, o si, por el contrario, no hay posibilidad de iniciarlo.

Los ámbitos del estudio son muy variados, pues se estudia la viabilidad comercial, económica, financiera, tecnológica, legal o de impacto ambiental con estas herramientas llegar al objetivo de decidir su puesta en marcha, este trabajo de investigación basa su marco teórico en los postulados teóricos de Nassir Sapag Chain, Gabriel Bacca Urbina, Rodrigo Varela y Marcial

Córdoba Padilla.

Según Nassir Sapag Chain, La decisión de emprender una inversión, como todo proceso decisional, tiene cuatro componentes básicos:

El decisor, que puede ser un inversionista, financista o analista; Las variables controlables por el decisor, que pueden hacer variar el resultado de un mismo proyecto dependiendo de quién sea él; Las variables no controlables por el decisor y que influyen en el resultado del proyecto.

Las opciones o proyectos que se deben evaluar para solucionar un problema o aprovechar una oportunidad de negocios.

La responsabilidad del evaluador de proyectos será aportar el máximo de información para ayudar al decisor a elegir la mejor opción. Para esto, es fundamental identificar todas las opciones y sus viabilidades como único camino para lograr uno óptimo con la decisión.

El estudio del entorno cultural obliga a realizar un análisis descriptivo para comprender los valores y el comportamiento de potenciales clientes, proveedores, competidores y trabajadores. Para ello es importante estudiar las tradiciones, valores

y principios éticos, creencias, normas, preferencias, gustos y actitudes frente al consumo.

El estudio del entorno tecnológico busca identificar las tendencias de la innovación tecnológica en los procesos de producción y apoyo a la administración y el grado de adopción que de ella hagan los competidores. Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres viabilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la viabilidad técnica, la legal y la económica. Otras dos viabilidades, no incluidas generalmente en un proyecto, son la de gestión y la política. Estas dos, si bien pueden estudiarse cada una en forma independiente.

Por otra parte, una viabilidad cada vez más exigida en los estudios de proyectos es la que mide el impacto ambiental de la inversión.

La viabilidad legal, por otra parte, se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, como la inexistencia de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse con alguno de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto.

La viabilidad económica busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la versión que demanda su implementación.

La viabilidad de gestión busca determinar si existen las capacidades gerenciales internas en la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio. En caso de no ser así, se debe evaluar la posibilidad de conseguir el personal con las habilidades y capacidades requeridas en el mercado laboral.

La viabilidad ambiental, por último, busca determinar el impacto que la implementación del proyecto tendría sobre las variables del entorno ambiental, como, por ejemplo, los efectos de la contaminación. Esta viabilidad abarca a todas las anteriores, por cuanto tiene inferencias técnicas (selección del sistema de evacuación de residuos), legales (cumplimiento de las normas sobre impacto ambiental) y económicas (la elección de una opción que, aunque menos rentable que la óptima, posibilite el cumplimiento de las normas de aceptabilidad del proyecto).

La viabilidad ambiental es diferente al estudio del impacto ambiental que se realiza en el estudio de la viabilidad económica. En este último se determinan tanto los costos asociados con las medidas de mitigación parcial o total como los beneficios asociados con los daños evitados, incluyéndose ambos efectos dentro del flujo de caja del proyecto que se evalúa.

El análisis del entorno donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables, así como para definir las distintas opciones mediante las cuales es posible emprender la inversión (Chain,2008).

Para Sapag en el proceso de evaluación y preparación de proyectos son fundamentales los siguientes estudios, en ellos se basará el desarrollo de este proyecto.

4.1.1.1 Estudio de Mercado

Para Bacca la investigación consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. La investigación de mercado, al final de un

estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.¹ Para Sapag el estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto. En su libro hace énfasis en la necesidad de que este estudio contenga la siguiente metodología de desarrollo.² El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

- a) La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- b) La comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
- c) Los proveedores, así como la disponibilidad y el precio de los insumos, actuales y proyectados.
- d) El mercado externo como contexto de competencia y oportunidades

¹ Tomado del Libro Evaluación de proyectos autor Gabriel Bacca Urbina, año 2013

² Tomado del Libro Preparación y Evaluación de Proyectos 6ta edición, autor Nassir Sapag

4.1.1.2 Estudio Técnico

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su impacto financiero. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente pero no financieramente. (Sapag, 2013)

4.1.1.3 Estudio Administrativo y legal

Se encarga de los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y normativas legales asociadas para el funcionamiento de la empresa en la realidad, materializando el estilo administrativo, el tipo de organización, la comunicación, las necesidades de personal, y aspectos legales a tener en cuenta como los impuestos.

4.1.1.4 Estudio Económico y Financiero

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad (Chain S. , 2014)

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información

necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo, el valor de desecho o la tasa de descuento del proyecto. (Chain S. , 2014)

4.1.1.5 Estudio de Impactos

La importancia de los impactos generados por un proyecto u empresa son cada vez mas importantes y preponderantes a la hora de tomar decisiones financieras como la inversión, pues el poco desarrollo de este en el pasado económico del mundo ha dejado infinitas perdidas en recursos y no solo naturales. Entre estos impactos se encuentra el ambiental, la responsabilidad empresarial, y en este caso específico el cultural.

Este estudio considera las externalidades, tanto positivas como negativas, que genera la inversión. Mientras las externalidades positivas corresponden a los beneficios generados por un proyecto y percibidos por agentes económicos distintos a los que pagan por los bienes y servicios que el proyecto ofrece, las externalidades negativas son los costos que asumen miembros de la sociedad distintos a los que se benefician de dichos bienes y servicios. (Chain S. , 2014)

4.1.2 Emprendimiento

De acuerdo a la teoría de Timmons, desarrollado por el profesor Jeffrey Timmons en su tesis doctoral en la universidad de Harvard. La generación empresarial está cansada de que se piense que liderar es administrar y gerencia, donde existe

prepotencia y arrogancia por parte de los ejecutivos, en vez de tener espíritu empresarial, como la obsesión por la oportunidad (Saavedra, 2020)

En un mundo globalizado donde las personas buscan nuevas formas de desarrollar y hacer las cosas, donde hay constancia en la búsqueda de nuevas formas de vida, se encuentran aquellos que llamamos Emprendedores, los cuales, arriesgan y toman decisiones e inician su propio proyecto.

Emprendimiento proviene del francés ‘entrepreneur’, que significa pionero, y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. (Raffino, 2020)

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más e ir más allá de donde ya ha llegado. (Raffino, 2020)

Los emprendedores están en constantes búsqueda de una independencia y mejor calidad de vida, más sin embargo, en ocasiones no lo consiguen desarrollando sus labores para otros por lo que muchas veces sus esfuerzos solo favorecen a otros, por lo tanto deciden iniciar o emprender su propio negocio, para esto las personas deben tener lo que Varela llama espíritu empresarial, “la fuerza vital, capacidad de realización, el deseo de superación y progreso, la habilidad creadora e innovadora, la facilidad de administración de recursos, coraje para enfrentar situaciones inciertas, la actitud mental que los orienta positivamente al éxito, la aceptación del cambio, la convicción de confianza en sus facultades, esa capacidad para integrar muchos hechos y circunstancias y para tomar decisiones con información incompleta (Varela,2001)

(Varela, 2011), define empresario como “la persona o conjunto de personas que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor incremental para la economía genera trabajo para él y muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo el empresario invierte dinero, tiempo y conocimiento y participa activamente en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos y su prestigio personal, pero buscando recompensas monetarias y personales.

Sin embargo, para hablar de los componentes que contribuyen con la estructura de la decisión de crear una nueva empresa o negocio, se mencionan las opiniones de diversos autores, que están de acuerdo en algunos componentes pero que difieren en otros de manera interesante:

Según (Albert Shapero, 1985), el proceso de formación de una empresa ocurre en todos los países, pero cada proceso es el resultado final de una acción humana muy especial y el comienzo de otra, y aunque se desarrolle en diferentes ambientes existe un patrón que es aplicable en cualquier situación, además, se debe tener en cuenta que existen muchas variables que influyen en el proceso de formación de una empresa.

El autor, le asigna las siguientes características y menciona que, si se implementan de manera conjunta, se dará la innovación y creatividad, la toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía relativa y la toma de riesgo.

(David Mc McClellan, , 1961), su idea se basa en las motivaciones y en las relaciones humanas con el crecimiento económico, sus ideas son fundamentales para el desarrollo del espíritu del emprendimiento, sus enunciados básicos tratan acerca de: Deseo del logro, Motivación al poder, Motivación al logro y la Relación entre motivación y logro.

Hay que tener en cuenta que en el “proceso empresarial” siempre se presentan obstáculos y barreras que van a desanimar e impedir que un nuevo empresario surja (Zamudio, 2011) (Rodrigo Varela , 2006), tomó como referencia el modelo de Shapero lo ajustó y lo dividió en cinco etapas, que son:

Etapla motivacional (gusto): esta etapa se refiere al deseo, y se da dependiendo de los sistemas educativos, sociales y culturales en los cuales la persona ha estado inmersa o no, lo cual se refleja en las características empresariales, valores propios de espíritu empresarial, y el impulso que la persona o individuo tiene al intentar las etapas del proceso.

Etapla situacional (oportunidad): esta etapa tiene que ver con la identificación de oportunidades que se presentan teniendo en cuenta el entorno que lo rodea, teniendo una actitud de búsqueda constante y de desarrollo de ideas, aplicando características creativas e innovadoras para poder desarrollar la idea y convertirla en una oportunidad de negocio, desarrollar un proceso de evaluación de ideas y oportunidades de negocio, esta etapa es el inicio de la etapa empresarial, ya que tiene un objeto específico de análisis.

Etapla psicológica (decisión): en esta etapa se toma la decisión si se elabora el plan de negocios, teniendo en cuenta el resultado de factibilidad acerca de la

oportunidad del negocio. En esta etapa se presenta el momento donde la persona decide o no ejecutar el proyecto, asignarle tiempo, recursos, para elaborar el plan de negocios. Es aquí donde la persona debe vencer sus miedos, ya sea al fracaso del proyecto o al temor de cambiar la actividad que viene desarrollando; la persona debe salir de su zona de conformidad si desea proseguir en el proceso empresarial, al pasar esta etapa llegan a un punto de no retorno, ya que la persona ha tomado la decisión de tener un futuro como empresario.

Etapla analítica (plan de negocio): se debe hacer un análisis profundo y detallado de la oportunidad de negocio para convertirla en un plan de negocio, propiamente dicho, con todas sus estrategias. Este plan debe proveer una idea de los recursos necesarios, los procedimientos a seguir, obstáculos a vencer, las metas que se desean alcanzar, y definir las estrategias y tácticas a utilizar para llevarlo a cabo y ante todo tener la factibilidad global del negocio que le permita al empresario tener la confianza para pensar, evaluar y decidir si el negocio brinda posibilidad de éxito.

Etapla económica (recursos): tiene que ver con el proceso de conseguir los recursos para el desarrollo de la empresa, ya sean financieros, tecnológicos, humanos, informáticos, físicos o de cualquier otra índole, en esta etapa se pone en práctica todo aquello hecho en los planes y estrategias que se tenían en el plan de negocios, dando así pasos firmes para el inicio de la empresa. En estas etapas se puede estudiar el cambio total de la trayectoria de vida, la decisión de ser empresario y de estar listo para empezar a ejecutarlo. (Rodrigo Varela, Desarrollo Empresarial, 2006)

4.1.3 Creación de Empresas

Para la creación de empresa se hace necesario tener espíritu de emprendedor, los cuales se caracterizan por su capacidad de innovación, es decir, por generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. El espíritu emprendedor piensa, razona y actúa orientado hacia la creación de riqueza, de oportunidades con una visión global, que se lleva a cabo mediante un liderazgo equilibrado para así crear valor que beneficie la empresa, la economía y la sociedad. (Andrea Charria 2014)

El proceso de creación de empresas en general requiere de ciertas condiciones que favorezcan el escenario que se necesita para el surgimiento y desarrollo de las organizaciones, estas condiciones están dadas por aspectos políticos, sociales y económicos, incluyendo factores como incentivos y regulaciones.

4.1.3.1 Importancia de Crear Empresas.

- Las empresas generan empleo.
- Son determinantes en el desarrollo y progreso de una región.
- Contribuyen al bienestar colectivo a través de la responsabilidad social.
- Para el emprendedor es una forma de desarrollo personal y profesional.
- Las empresas innovan y desarrollan nuevas tecnologías.
- Las empresas ayudan a suplir necesidades.

4.1.4 Sociedades Mercantiles

La sociedad mercantil es una persona jurídica que tiene como finalidad realizar actos de comercio sujetos al Derecho comercial. La sociedad mercantil posee carácter nominativo en donde existe la obligación y la aplicación de ese aporte para lograr un fin económico.

Las sociedades mercantiles se originan cuando 2 o más personas a través de un contrato se obligan a realizar aportes para construir el capital social de la empresa que se transformara en los bienes que permitan llevar a cabo la actividad comercial y, a su vez, los socios participan en las ganancias y pérdidas que sufre la empresa.

4.1.4.1 Características de las sociedades mercantiles

Las sociedades mercantiles se caracterizan por:

- Actuar a cuenta propia con un nombre o denominación bajo un domicilio
- Capacidad y patrimonio propio.
- La constitución de las sociedades mercantiles deberá realizarse mediante una escritura social que contenga todos los aspectos establecidos en el código de comercio y, luego se asentará en el Registro Público.

4.1.4.2 Tipos de sociedades en Colombia según su forma de asociarse

En Colombia las sociedades comerciales se clasifican según su forma de asociarse en dos grandes grupos: sociedades de personas y sociedades de capital.

Sociedades de personas

Lo que más importa: quienes la conforman, la calidad de los socios con sus valores éticos, morales e intelectuales, más que el capital aportado. Generalmente, son creadas por familiares y personas cercanas. Entre las más conocidas están:

- Sociedad colectiva: Con un mínimo de dos socios, el capital de la sociedad se fracciona en igual valor, y todos los socios poseen la obligación de responder por las acciones de la compañía.
- Sociedad en comandita simple: son sociedades con socios ilimitados y son identificados con el apellido de uno de los socios seguido del & Cía. Esta sociedad tiene al menos dos gestores y su capital de operaciones sociales no son limitadas.
- Sociedad de responsabilidad limitada: de siglas Ltda., son sociedades donde el capital social pertenece a cada una de las partes integradas, donde sus montos aportados serán de responsabilidad individual. Este tipo de sociedades poseen como máximo la cantidad de veinticinco socios.
- Empresa unipersonal: Una sociedad unipersonal es aquella conformada por una sola persona, pero en Colombia la sociedad unipersonal no existe como tal, pero sí existen figuras que permiten crear una empresa o persona jurídica con un solo socio.

Sociedades de capital

Lo que más importa: los aportes económicos, más que los socios. Cada socio o accionista es valorado por su aporte al capital social y el objetivo de la sociedad es la generación de rendimientos. En esta clasificación se encuentran:

- Sociedad anónima: Con al menos cinco accionistas, quienes son miembros de este tipo de sociedad, tendrán el derecho de tener a su poder el mismo valor de las acciones repartidas en fracciones equitativas. Su razón social debe contener las palabras S.A (sociedad anónima).
- Sociedad en comandita por acciones: son sociedades con socios ilimitados y son identificados con el apellido de uno de los socios seguido del & Cía. Existen al menos dos tipos de sociedades en comandita: la comandita simple, que tiene al menos dos gestores y su capital de operaciones sociales no son limitadas y la comandita por acciones, que tiene un mínimo de cinco gestores, y se caracteriza por su límite de responsabilidad con la sociedad al monto aportado por cada uno de ellos; se conforma por dos tipos de socios: los comanditarios y los gestores.
- Sociedad por acciones simplificada: La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse

por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes (Congreso de la república, 2008).

De acuerdo a lo anterior, es en esta línea donde se centra el estudio de viabilidad del proyecto dado a la flexibilidad que ofrece este tipo de asociación a la hora de formar empresa. Esta modalidad cuenta con un régimen de funcionamiento más flexible que les permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con bajo presupuesto.

- Sociedades de economía mixta: Son de economía mixta las sociedades comerciales que se constituyen con aportes estatales y de capital privado. Las sociedades de economía mixta se sujetan a las reglas del derecho privado y a la jurisdicción ordinaria, salvo disposición legal en contrario (Grupo banacolombia, 2020)

4.1.5 Editoriales

Las editoriales editan por naturaleza, se entienden como el conjunto de procesos que transforma contenidos creativos en libros para que sean distribuidos; es la función central de las editoriales. (Mincultura, 2016)

Según el publicista y profesor Alberto Greco, la primera función de una editorial es adquirir contenido (manuscritos), posteriormente desarrollar y mejorar el contenido por medio de un proceso o diseño editorial. Una vez finaliza este proceso creativo, inicia el ciclo productivo, en donde se analiza el costo del producto final o

libro, en este la editorial es el nodo central de los diversos actores de la red, en el que confluyen los elementos creativos con los elementos mercantiles, y son el actor que mayor cantidad de relaciones sostiene con otros actores de la red.

(Mincultura, 2016)

En el sector editorial se identifican 3 líneas de negocios: la edición de libros, la venta de libros y la distribución e importación de libros. La combinación de estos roles determina la sostenibilidad de cada unidad empresarial. (Mincultura, 2016)

En coherencia con las líneas anteriores, existen los siguientes grupos empresariales:

Importadores y distribuidores: Se encargan de vender a agentes intermediarios, como librerías y grandes superficies, o de hacer ventas directas a universidades, bibliotecas y organizaciones públicas.

Importadores con puntos de venta: son de origen extranjero y se caracterizan por vender libros de interés general o con fines educativos.

Puntos de venta: se dedican exclusivamente a la venta de libros al público por medio de establecimientos físicos o virtuales.

Editoriales con puntos de venta: a Empresas que tienen por actividad económica la edición de contenidos y venden los productos de sus fondos editoriales y de otras editoriales en un punto de venta propio.

Editoriales: Empresas que tienen como actividad económica la edición de contenidos, no importan libros ni tienen puntos de venta propios. Se dedican a la adquisición de manuscritos y a la edición de textos, siendo su objetivo, en algunos casos, el desarrollo de escritores.

Editores e importadores: Se dedican a la edición de contenidos y a la importación. Son principalmente empresas de origen extranjero que importan libros de su casa matriz en el exterior

Editores e importadores con puntos de venta: Combinan la actividad económica de edición de contenidos con la de importación y venta de sus fondos editoriales y otros fondos en puntos de venta propios. Este grupo concentra la mayoría de las editoriales de carácter religioso, pero hay algunas que se dedican a la edición de contenidos de interés general, didáctico y profesional universitario (Cultura, 2016).

Editoriales independientes: En Colombia son todas las empresas de tamaño pequeño o mediano que se especializan en libros de “interés general” y han seguido la tendencia de publicar autores nacionales de muchos géneros (novela, cuento, poesía, novela gráfica, ensayo, diccionarios y libros de ilustraciones, entre otros libros únicos que no corresponden con estos géneros). Su cercanía con el acervo cultural colombiano, su carácter local y el nivel de vulnerabilidad en el que se encuentran frente a empresas multinacionales, hace que resulte de suma importancia detenerse en su funcionamiento y en los retos a los que se enfrentan. Esta es la línea en la cual se encuentra enmarcado el actual proyecto de investigación.

Según Anne-Marie Métaillé, editora reconocida en la lengua castellana, portuguesa y francesa define a estas editoriales: son espacios donde uno maneja sus orientaciones ideológicas e intelectuales. Es hacer libros en los cuales uno se reconoce, libros que uno no considera como simples mercancías. Para esto se torna necesario resistir económicamente, ya que en todos los países el equilibrio de una editorial se encuentra en las intersecciones de dos ejes. Un eje simbólico e intelectual que define

la imagen y el prestigio, merecido o no, de un editor, es decir, su imagen social. A su vez, existe un eje económico, que se define por su capacidad de producir riqueza y de sobrevivir económicamente. Es de la relación de estos ejes que depende la vida de una editorial. (Metailie, 2013)

En Colombia la Cámara de Comercio del Libro es la entidad que regula la editoriales independientes, en 2008 nace la Red de editoriales independientes colombianas REIC, su objetivo que las editoriales independientes reciban un apoyo férreo del Estado en aspectos como la dotación de las bibliotecas públicas, que las condiciones comerciales sean más justas y que sean vistas como expresiones de la cultura de un país nacional, por la biodiversidad y la necesidad de hacerle saber al país que las editoriales independientes existen y que gracias a su labor, los escritores colombianos tienen la oportunidad de divulgar el valor de su inspiración. Los editores independientes colombianos, a diferencia de los grandes conglomerados editoriales, han demostrado ser promotores, por excelencia, del talento que los autores colombianos demuestran en cada publicación, y se constituyen, así, en una fuerza que transmite orgullo e identidad (Alianza internacional de editoriales independiente,2018).

Hacer parte de esta línea, genera como todo dificultades y victorias, sin embargo, el libro resiste muchísimo mejor que otras industrias culturales a las mutaciones de nuestro siglo (Nadal, 2005), o de la tendencia, la principal característica de las editoriales independientes es generar, constituir y difundir el valor de lo cultural en forma de contenidos.

Acotando las píldoras de sabiduría editorial que dejaron editores reconocidos en el mundo en el XVII Encuentro sobre la Edición Santander Universidad Internacional Menéndez y Pelayo, las editoriales independientes deben:

Tener mínimo un proyecto cultural, conocer la demanda comercial, reconocer la importancia de un buen libro, grandes catálogos y autores hacen una buena editorial, pero no es, al contrario, no hay que encontrar libros que vendan, sino vender los que se encuentran, la edición independiente es como ir en barco a vela: a veces tienes buen viento, a veces no y por último es preferible hacer un libro bello para 3000 personas que uno horrible para cuatro millones (Nadal,

2005)

4.1.6 Outsourcing

Este término fue creado por el economista Ronald Coase. Su evolución pasó desde la contratación de tareas básicas denominadas de “cuello azul”; hasta la tercerización de servicios especializados y calificados, llamados de “cuello blanco”. (BID, 2015).

Este es el proceso mediante el cual una compañía y/o organización identifica un proceso dentro de su rutina que podría aumentar la productividad y derivar en optimización, involucrando a terceros que son subcontratados para ejecutar esa tarea o actividad. En otras palabras, consiste en delegar algunas funciones a una empresa o equipo especializado en ellas, para aumentar la producción, acceder a mejores tecnologías o abaratar los costos dentro de la organización. (Lisboa,

2021)

Al ser este proyecto una empresa editorial independiente la búsqueda de generar menos costes es una necesidad, siendo el área productiva física de los libros una actividad costosa por la adquisición de maquinarias especializadas, talento humano y materiales por ello se realizará la subcontratación de este servicio de impresión de libros.

Ventajas

- Reducción de gasto en manufactura, sueldos, inversión y equipo o maquinaria.
- Respuesta oportuna y efectiva al cambio del entorno.
- Fortalecimiento de los procesos de la empresa.
- Construcción de relaciones comerciales y corporativas.
- Difusión de una nueva y mejor imagen de la organización.
- Competencia mano a mano con otras compañías del sector con mejores tecnologías y un mayor alcance.
- Familiarización con nuevas tecnologías.
- Optimización de tiempos de entrega y calidad, lo que favorece el desarrollo organizacional.
- Obtención de datos precisos para optimizar las decisiones;
- Acceso a mejores recursos tecnológicos sin la necesidad de capacitar al personal;

- Disponibilidad de servicios de información de manera oportuna; • Aplicación de talentos y recursos en sectores estratégicos de la empresa;
- Flexibilidad dentro de la organización y reducción en sus gastos fijos.

Desventajas

- Dependencia de terceros en cuanto a innovación se refiere;
- Pérdida de contacto directo con nuevas tecnologías y métodos disponibles para mejorar los procesos;
- Entrega de recetas y técnicas a otras empresas que pueden usarlas para plantar competencia;
- La falta de planificación en el proceso de outsourcing puede provocar que la reducción de costos no sea tan positiva como se espera;
- Problemas, costos y retrasos en caso de que el proveedor de servicios no pueda hacerse cargo de algún proceso y haya que buscar otro;
- Reducción de control y beneficios en el proceso de entrega de productos y servicios. (Lisboa, 2021)

Como tal la subcontratación en Colombia no está regulada, para la editorial la gestión de impresos es importante por la disminución de personal, esfuerzos y tareas en las que incurre donde al final todo se traduce en dinero.

La editorial subcontratará por medio de un contrato donde se defina plazos de pago a sea 30, 60 o 90 días, cantidades, especificaciones técnicas, y fechas de entrega.

4.2 Marco de Antecedentes

El marco de antecedentes es entendido como el balance recopilado y acumulado de información sobre un tema particular a continuación en la figura 1 se muestra un sondeo de los diferentes estudios realizados sobre empresas editoriales, pues se busca ampliar la visión y estudios alrededor del tema a nivel internacional, nacional y local.

Cuadro 1

Antecedentes Nivel Internacional

Información de la investigación	Resumen	Metodología	Conclusiones	Recomendaciones
Análisis financiero para la toma de decisiones en la empresa editorial Diario Uno S.A.C., Lima, San Miguel, periodo 2015-2016 Autores: Erik Steve Cáceres Callirgos- Piere Antony Sucuple Aguilar Universidad Privada del Norte /trabajo de pregrado Lima-Perú 2017	Revelar que el analisis financiero,permite tener una idea de los resultados en un periodo determinado para la toma de desiciones de financiamiento-inversion, y asi poder emitir una mejor decisión.	La investigación es de tipo correlacional, pues mide el grado de relación de variables, de tipo no experimental.	Las empresas cuentan con un bajo nivel de competencia pues no tienen información financiera útil, la contabilidad no tiene fines gerenciales	Las empresas editoriales deben contar con información financiera en el tiempo debido, para una planeación financiera a corto y largo plazo.
Los modelos de negocio y la transformación digital en las editoriales españolas Autores: Martha Magadan Diaz-Jesus Rivas García Artículo de revista de investigación Brasil 2019	Esta investigación estudia el impacto de la globalización sobre la industria editorial española por medio de un estudio de caso	La metodología implementada para el estudio empírico es el estudio de caso con un tipo cualitativo e	Los viejos modelos de negocio conviven con los nuevos y la digitalización hace parte fundamental de las nuevas demandas de las editoriales	Plantear para un futuro ir mas allá que la codificación del lenguaje en medios digitales
Análisis de la empresa informativa moderna. Del papel al bit : el caso de Cibeles Grupo L.L.C Autor: Juan Pablo Mateos Abarca Tesis de maestría/Universidad Complutense de Madrid Madrid -España 2018	El estudio se basa en la empresa Cibeles Grupo L.L.C., empresa internacional con gran trayectoria y recorrido, el presente trabajo busca analizar la transformación digital que ha tenido la editorial.	La metodología de esta investigación aplicada, basada en entrevista y encuesta.	La internacionalización de la empresa ha sido exitosa y le permite diversificar sus productos en tiempo horarios y lugares diferentes.	Potenciar las nuevas líneas de investigación que nacieron del estudio realizado.

Nota: Esta información fue tomada de fuentes secundarias como repositorios universitarios y estudios en Google académico. (Caceres,2016), (Diaz,2019), (Mateos, 2018).

Cuadro 2

Antecedentes Nivel Nacional

Información de la investigación	Resumen	Metodología	Conclusiones	Recomendaciones
Marín Colorado, Paula Andrea Un momento de la edición y de la lectura en Colombia (1925-1954) German Arciniegas y Arturo Zapata. Autora: Yuli Andrea Rojas Gamboa Artículo de investigación/Anuario de historia regional y de las fronteras Santander/Colombia 2019 Responsabilidad social en medios impresos	La autora aborda el proceso de profesionalización de un editor y del campo editor, el replanteamiento del concepto editor, así como un recorrido desde el siglo xx y la evolución de la literatura colombiana.	Este artículo es un análisis basado en el estudio enmarcado en el título.	El estudio propuesto por la profesora Paula Andrea Marín es importante para el campo editorial y la lectura en Colombia, pues ella afirma que son pocos los estudios que existen en el país al respecto.	Esta investigación es pertinente para los procesos del libro, la lectura y editoriales en el país es pertinente realizar estudios relacionados al tema tratado, pues esto contribuye a un análisis de la educación actual en Colombia.
Atlántico y Magdalena				
Artículo de investigación/Económicas				
Barragán, C., García-Guilián, J., Meza Rodríguez,				
V., Mercado, M. & Olarte, L				
2020	Este artículo busca analizar las empresas en medios de comunicación impreso y como se apropian de su responsabilidad social	La investigación se basó en el enfoque cuantitativo de tipo descriptiva	Se identificaron los elementos de responsabilidad social y tienen un alto nivel de sensibilización.	Articulación de esfuerzos sectoriales para lograr dinamizar las iniciativas de responsabilidad social de cara a sus grupos de interés.

Nota: Esta información fue tomada de fuentes secundarias como repositorios

universitarios y estudios en Google académico (Rojas, 2019), (Barragán, 2020)

A nivel local, aunque ha sido exhaustiva la búsqueda de información, no se ha encontrado hasta el momento datos relacionados al tema de investigación.

4.3 Marco Contextual

El marco contextual de un proyecto o tesis es el escenario físico, condiciones temporales y situación general que describen el entorno de un trabajo investigativo. De forma general, este puede contener aspectos sociales, culturales, históricos, económicos y culturales que se consideren relevantes para hacer una aproximación al objeto del estudio. (Castillo, 2020)

El presente estudio de investigación se realiza en Buenaventura conocido oficialmente

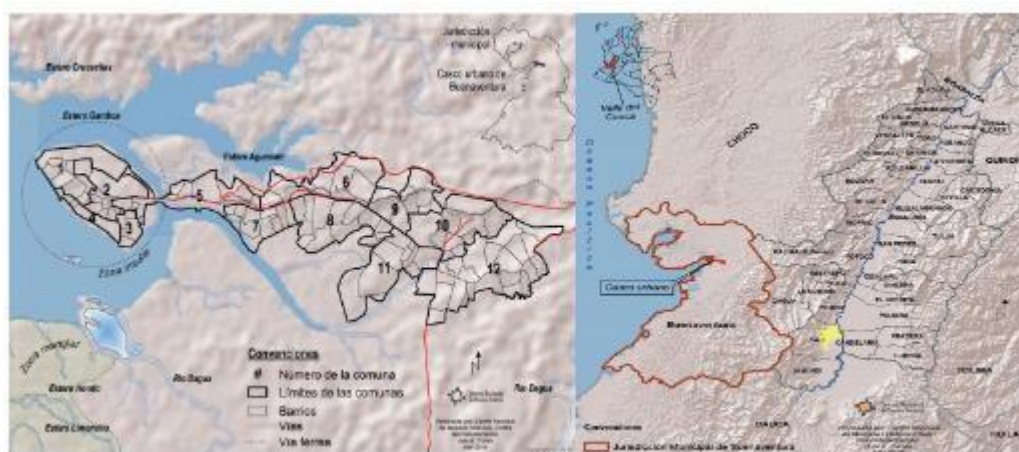
como Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico, a partir del 14 de junio del

2007 con la Ley 1617 De 2013. EL distrito fue fundado el 14 de Julio de 1540, por Juan de Ladrilleros, en cumplimiento de una orden del adelantado Pascual de Andagoya, quien llego al continente con Vasco Núñez de Balboa. (Buenaventura.gov).

Desde el ordenamiento político administrativo de Colombia, Buenaventura pertenece al departamento del Valle del Cauca-Colombia; es su municipio más extenso con cerca de 6.297 km², cifra que equivale al 29.7 % del territorio del departamento, su población promedio para el 2020 es de 440.989 personas (Population. City, 2015, s.f.), se divide en zona rural y urbana, la primera consta de 12 comunas y dos localidades isla y continente, la segunda consta de 19 corregimientos rurales y 9 resguardos indígenas pertenecientes a los grupos étnicos Waunan, Embera, Eperara

Siapidara, Nasa y Embera Chamí. (Centro Nacional de Memoria Historica, 2015)

Figura 1 División Política de Buenaventura



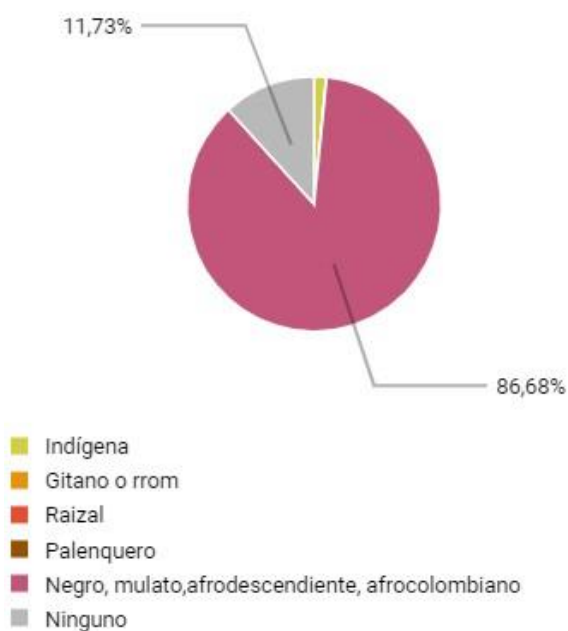
Nota: Tomado del libro Buenaventura un Puerto sin Comunidad, Informe del

Centro Nacional de Memoria Histórica, Bogotá, CNMH, 2015.

La figura 1 representa el mapa político del Distrito Especial de Buenaventura, en el primer recuadro se encuentra delimitada la zona urbana o casco urbano del distrito y en el siguiente la zona urbana y rural del distrito, se hace énfasis en ambas partes, pues, a causa de la explotación portuaria y desarrollo económico de la zona urbana, el resto del territorio no se asocia directamente a Buenaventura, o no es tenido en cuenta.

Según el Censo realizado por el DANE el año 2018 en el Distrito Especial de Buenaventura la población que se auto reconoce como negro, mulato, afrodescendiente o afrocolombiano es del 86.68%, la población que se reconoce como indígena es del 1,55% y el 11,73% de la población no se reconoce en ningún grupo étnico, esta información se observa en la figura 4.

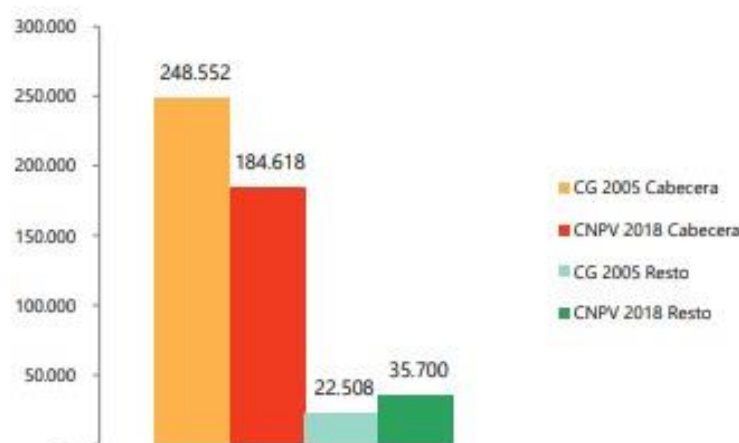
Figura 2 Geo visor de auto reconocimiento Étnico



Nota: Grafico del Geo visor de autorreconocimiento étnico, (DANE, 2018).

Entre el censo realizado en el año 2015 y el año 2018, es evidente la disminución de la población étnica residente en el distrito, en las cabeceras y un leve aumento en la zona urbana o resto, esto se debe primero a que la población censada en general disminuyó un 20,3%, y la población que se reconoce como afro disminuye en un 18,7%. (DANE, 2020, s.f.). Esta disminución principalmente está ligada a la cantidad de personas censadas, pues no fue el total de la población. La reducción de la población afro, por tanto, obedece a las mismas causas de la reducción de la población total, entre ellas la migración, las crisis económicas, las altas tasas de desempleo, el desplazamiento generado por el conflicto armado y violencia estructural.

Figura 3. División Étnica



Nota: Tomado de la información del DANE en la toma de decisiones de los municipios del país. (DANE, 2020.)

La pérdida de la identidad es uno de los efectos colaterales más sentidos que tiene este fenómeno de la migración y el desplazamiento, a pesar de esto el sentimiento de recuperar, recordar, fortalecer la identidad se está evidenciando en las representaciones artísticas y musicales, las nuevas narrativas, las artes escénicas, los procesos y corrientes políticas.

Sin embargo, la literatura afrocolombiana no es un tema reciente, pues ha hecho parte del acervo cultural en Colombia desde hace más de 60 años. La tradición oral y obras literarias afrocolombianas no son otra cosa que el legado ancestral de las memorias de África, cuando la voz sagrada y profana de los esclavizados dialogó con las lenguas indígenas y europeas. (Perez, 2011)

Buenaventura ha sido recreado literariamente por cuentistas y novelistas que nacieron o vivieron en el territorio, fortaleciendo la literatura porteña. Este comienzo con dos ensayistas y narradores: Sofonías Yacup, quien fue representante a la Cámara y realizó en 1934 el primer estudio socioeconómico sobre el Pacífico, titulado ‘Litoral recóndito’, y el etnólogo Rogerio Velásquez, autor varios estudios históricos sobre el Chocó y de la novela ‘Las memorias del odio’, que trata sobre el ajusticiamiento del negro Manuel Saturio Valencia llevado a cabo en Quibdó. (Martinez, 2017)

En 1948, Arnoldo Palacios publicó la novela ‘Las estrellas son negras’, y Carlos Arturo

Truque, en 1973, dio a la luz su libro de cuentos ‘El día que terminó el verano y otros cuentos’. (Martinez, 2017)

Buenaventura ha sido recreado literariamente por relatos de Óscar Collazos, Moro Manzi y Óscar Olarte y de las novelas de Enrique Cabezas Rher, Medardo Arias, Alfredo Vanín y William Vega. El Pacífico colombiano no es solo violencia y exclusión. Es también música, ecología, gastronomía y poesía. Esta última representada, entre otros, por el poeta del mar Helcías Martán

Góngora, Mary Grueso, María Elcina Valencia, María Teresa Ramírez, Aníbal Arias y Hernando Revelo, entre otros poetas y poetisas traídos en posteridad.

Como todo en este país es de voluntades políticas, el ministerio de cultura empezó con la creación de la Biblioteca de Literatura Afrocolombiana contiene 18 títulos y un ensayo escritos por autores Afrocolombianos/as destacados en los últimos 200 años, y ha venido generando espacio de formación en narrativas afrocolombianas (MINCULTURA, 2019, s.f.), laboratorios de literatura y demás procesos en donde se reconoce y promueve la circulación de las escritoras y escritores nativos reconocidos y nacientes.

4.4 Marco Conceptual

El marco conceptual es un resumen en la forma de posiciones teóricas más específicas y conceptos que guiarán la investigación y referidas a qué se entiende por

los fenómenos o procesos estudiados y cómo los distintos elementos se vinculan entre sí. (Vargas , 2017)

En el presente marco se abordarán conceptos acotados en el desarrollo de este estudio y necesarios para su interpretación asertiva.

Industria cultural: Hace referencia a aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

(UNESCO, 2017, s.f.)

Autores: son autores las personas físicas que realizan o crean una obra literaria, científica o artística que se publique como libro y aquellas que de conformidad con la Ley sobre Derecho de Autor se consideren como tales. (Lourenco, 2017)

Editores: son editores las personas naturales o jurídicas que por cuenta propia eligen, realizan o encargan los procesos industriales para la transformación de las obras creadas por los autores en libros. (Lourenco, 2017)

Distribuidores: son distribuidores las personas naturales o jurídicas, domiciliadas en cualquier parte del territorio nacional, que debidamente autorizadas se dedican a la venta de libros al por mayor. (Lourenco, 2017)

Impresores: son impresores las personas naturales o jurídicas que, además de ostentar la titularidad de una empresa de artes gráficas, posean las instalaciones industriales y los medios necesarios para la producción de libros. (Lourenco, 2017)

Traductores: son traductores las personas naturales que respondan profesionalmente por la traducción de una obra. (Lourenco, 2017)

Diseñadores: las personas naturales o jurídicas que respondan profesionalmente por el diseño global de impresos, carátulas, formatos, diagramación interna, ilustraciones y otros aspectos de la composición y presentación de libros. (Lourenco, 2017)

Nuevas narrativas: En la comunicación, al igual que ocurre en el periodismo, las nuevas narrativas han venido para quedarse. Las nuevas narrativas en la comunicación buscan conquistar al público. La narrativa transmedia es aquella que cuenta una historia utilizando distintos medios como son las infografías, vídeos, audios, textos o diseño en 3D. Compartiendo unos mismos códigos (hilo narrativo, calidad, veracidad, interés...) y buscan la mayor interrelación con el destinatario final. Al final se trata de tener una historia o tema de calidad e interés; de definir cómo lo vamos a contar; de crear los soportes; y de difundirlos en todos los canales posibles. Esto obviamente requiere tiempo, conocimiento e inversión, pero determina el resultado. (Catarina, 2016)

Identidad: La identidad es el centro de dos acciones indispensables para el equilibrio psíquico de la persona. La primera consiste en darse una imagen positiva de sí misma; la segunda, adaptarse al entorno donde vive la persona. Es lo que se denomina funciones de la identidad: una función de valoración de sí mismo y una función de adaptación. (Fuhén, 2016)

Etno-diverso: El termino como tal no está definido, sin embargo, la Constitución Política de Colombia de 1991 reconoce la diversidad étnica y cultural de

la nación, lo que implicaría la necesidad de una educación intercultural no solamente para los pueblos culturalmente diversos, sino también, para la toda la sociedad colombiana. Entendiéndose este término como el conjunto de los distintos grupos étnicos coherentes con su diversidad cultural. (Alvarez, 2017)

Arrullos: La cultura musical de la región Pacífico de Colombia es muy rica y diversa, entre sus aires, una de sus expresiones más populares está el arrullo, una mezcla de sincretismo religioso que se convierte en un fenómeno social que sintetiza un sistema de vida.

Arrullar en el Pacífico colombiano es adorar los santos en una fiesta de canto, luces, flores y agua. (CCBUN, 2020)

Cantos: Los cantos se dividen en cuatro ritos principales: el arrullo, el currulao, el chigualo y el alabado. El primero interpretado con tambores y marimbas está dedicado a los santos; en el segundo los hombres tocan marimbas mientras la comunidad baila, canta y narra historias tradicionales; el chigualo conmemora el velorio de un niño pequeño y los asistentes interpretan canto a capella; mientras que en el alabado se conmemora un velorio de una persona adulta y se cantan melodías con profunda tristeza. Por ser una fuente importante de identidad comunitaria y tradicional, la UNESCO clasificó esta expresión cultural como Patrimonio de la Humanidad.

(semana, 2012)

La Música de marimba, los cantos y danzas tradicionales del Pacífico Sur de Colombia, recogen en sus melodías y ritmos la herencia africana de una manifestación cuya fuerza ha sobrevivido tras generaciones, convirtiéndose en parte sustancial de la identidad de los pobladores de las selvas de esta región del país, para quienes la música es el lenguaje con que habla el espíritu.

Las músicas, y sobre todo los cantos, han sido el medio de comunicación (el medio para poner en común, para hacer común-unidad) desde donde ha sido posible la construcción del ser afro, del ser comunidad negra, del ser cuerpo colectivo con identidad y cultura llenas de contenidos, de sentidos de vida, de mil formas de alegría que tienen que seguir existiendo y resistiendo, convocando y contagiando desde su espíritu al espíritu de una Colombia que, igualmente, tiene que encontrar el camino. (Mincultura, 2019)

4.5 Marco Legal

Disposiciones legales de carácter general que rigen y reglamentan procesos de investigación en educación, política, economía para soportar un trabajo o proyecto. (Gloria Muñoz2018)

De acuerdo con la reglamentación existente en el estado colombiano, se evidenciarán en el siguiente cuadro normas y decretos asociados a la creación de empresas, derechos de autor y editoriales en una breve descripción.

Tabla 1 Descripción sociedades S.A.S.

NORMATIVIDAD COLOMBIANA VIGENTE EN SOCIEDADES POR ACCIÓN SIMPLIFICADA S.A. S	
NORMA, DECRETOS Y LEYES	DESCRIPCIÓN
Ley 1258 de 2008	Por medio de la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificada, se presenta como la principal novedad en el derecho comercial colombiano, específicamente en el campo del derecho societario

Nota: Tomado de la página web www.gerencie.com

Aspectos tributarios de la Sociedad por Acciones Simplificada – S.A.S

Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada S.A.S se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas, en especial respecto a la responsabilidad de la sociedad y los socios. (Gerencie.com, 2020)

Responsabilidades y obligaciones tributarias de las SAS

Las compañías SAS a la hora de las **responsabilidades tributarias**, son similares que las que tienen las Sociedades Anónimas. En su momento y como beneficio al ser los primeros años de la ley creadora de las SAS, se aplicaban ciertos beneficios tributarios asociados a la creación de empleo, actualmente no se aplican dichos beneficios.

- **Las SAS son responsables del impuesto sobre la renta** y sus complementarios (se paga anualmente y pagan el 33 % de renta).

- **Paga el IVA** (así lo establece el artículo 420 del Estatuto Tributario. Y se cancela bimestralmente en caso de los grandes contribuyentes; mientras que los que no lo sean cancelan el IVA cada 4 meses).
- **Paga el impuesto de Industria y Comercio** (siempre que se realicen actividades industriales, comerciales o de servicios no excluidas o exentas. Añadida mente son agentes retenedores de renta, IVA e ICA).

Visto lo anterior, puede concluirse que las **SAS** tienen que cumplir con las obligaciones de una empresa o persona jurídica como cualquiera. (El pais.com, 2019)

Tabla 2 Normativa Colombiana del Sector Editorial

Normativa Colombiana vigente relacionada sector editorial		
Norma	Nombre	Descripción
Ley 1379 del 15 de enero de 2010	Red nacional de bibliotecas públicas	En su artículo 44 contiene la exención de la renta por veinte (20) años, contados a partir del 31 de diciembre de 2013
LEY 1032 22 de junio de 2006	Modificación pena derechos de autor código penal	En el artículo 257 aumenta la pena por la violación de derechos patrimoniales de autor cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis puntos sesenta y seis (26.66) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes

Ley 98 de 1993 de 22 de diciembre	y Democratización fomento del libro colombiano.	El congreso decreta en su artículo 1 estimular, aumentar y fomentar el comercio del libro y de los centros editoriales. En el artículo 2 define a la empresa editorial como la persona jurídica responsable económica y legalmente de la edición de libros, revistas, folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural
Ley 1915 De 2018	Sobre derechos de Autor	El congreso de Colombia decreta en esta ley las disposiciones generales de los derechos de autor, la exclusividad de estos, los tipos de autores y obras, así como los mecanismos de protección, los contratos, exclusiones.
Ley de 1780 del 2 de mayo del 2016	Sobre emprendimiento juvenil	Impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes
Constitución Política de Colombia	Artículo 333	La actividad económica y la iniciativa privada son libres dentro del bien común, se delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural.

Constitución Política de Colombia	Artículo 61	Es este artículo el estado colombiano declara la protección de la propiedad intelectual.
Código de Comercio Colombiano	Artículo 19	Este artículo habla de las obligaciones de los comerciantes como inscribirse al registro mercantil, inscribir libros, documentos, actas en el mismo, no ejecutar competencia desleal, entre otras.
Ordenanza N 453 de 4 de mayo 2017	Política pública lectura, escritura y oralidad en el Valle del Cauca	Entre sus principios rectores esta la inclusión social y el enfoque diferencial, hace énfasis en apoyar, motivar e incentivar la circulación del libro, entidades como editoriales, y estrategias en pro del objetivo principal.

En Colombia la tercerización laboral como tal no está regulada, pues el decreto 583 del 2016 que la consideraba fue derogado por el decreto 683 del 2018. Como concepto, la tercerización laboral o el Outsourcing laboral existe bajo la figura de la intermediación laboral llevada a cabo por las empresas de servicios temporales. Tercerización laboral ilegal. (Gerencie, 2022)

Por regla general las empresas y empleadores deben contratar a sus trabajadores de forma directa mediante contrato de trabajo, pero excepcionalmente pueden utilizar la intermediación laboral, como en los casos que expresamente contempla el artículo 2.2.6.5.6 del decreto 1072 de 2015:

- Cuando se trate de las labores ocasionales, accidentales o transitorias a que se refiere el artículo 6 del Código Sustantivo del Trabajo.

Cuando se requiere reemplazar personal en vacaciones, en uso de licencia, en incapacidad por enfermedad o maternidad.

Para atender incrementos en la producción, el transporte, las ventas de productos o mercancías, los períodos estacionales de cosechas y en la prestación de servicios, por un término de seis (6) meses prorrogables hasta por seis (6) meses más. Por fuera de esas circunstancias la tercerización o intermediación laboral se vuelve ilegal.

También es ilegal la tercerización laboral cuando se contrata con entidades no autorizadas como CTA o cualquier otra que no sea una empresa de servicios temporales.

Nota: Elaborado de diversas fuentes secundarias como páginas web citadas en la bibliografía.

5. Aspectos Metodológicos.

5.1. Alcance de la investigación

Según Sampieri, en la sexta edición del libro Metodología de la investigación, el alcance de la investigación define las estrategias de investigación, los procedimientos para llevarla a cabo y sus componentes. (Sampieri, 2014)

5.1.1 Estudio Descriptivo

Este estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que

se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Sampieri, 2014)

El presente estudio se basará en el alcance descriptivo, pues, analizando con detenimiento, así como lo recomienda Sampieri, el planteamiento del problema, se busca identificar los escritores del distrito, la población que demandará los servicios o productos, identificar metodologías, procedimientos y procesos para llevar a cabo la viabilidad del mismo.

5.2 Enfoque de la investigación.

Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos.

Roberto HernándezSampieri

5.2.1 Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, secuenciales y probatorios, es decir cada etapa de la investigación precede a la siguiente, sin embargo, se puede redefinir las fases.

(Sampieri, 2014)

El enfoque cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población; y el cualitativo, para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado, como lo sería un grupo de personas únicas o un proceso particular. (Sampieri, 2014)

Este enfoque permitirá obtener datos confiables, numérico y duros, por medio de estadísticas y porcentajes, estos se obtendrán a través de encuestas y preguntas específicas que se realizarán a los participantes.

5.2.2 Enfoque Cualitativo

Este enfoque también se conoce como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, y es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Se basa más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. (Sampieri, 2014)

Los datos cualitativos utilizan técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades. (Sampieri, 2014)

Ambos enfoques permitirán realizar una investigación completa, pues son necesarios tanto datos numéricos como simbólicos que permitan comprender, analizar e identificar escritores, costumbres lectoras, preferencias, difusión pertinente, en sí, la viabilidad de este estudio.

5.3 Método de la Investigación.

Método Inductivo: Es relevante determinar la técnica de investigación que se van a utilizar, por lo anterior, el método inductivo será de gran importancia para el

desarrollo del proyecto y, es esta línea la que permitirá llegar a conclusiones que estén relacionadas a la investigación.

Por consiguiente, para el desarrollo del estudio de viabilidad para la creación de una empresa editorial en el Distrito de Buenaventura, se requiere conocer información específica que se obtiene en el estudio de mercado el cual ofrece un gran análisis de la población a estudiar para llegar a una verdad en particular y obtener resultados verídicos que establezcan el desarrollo del estudio viabilidad del proyecto.

Método Deductivo: La técnica de investigación que se seleccionó para la realización del estudio es el método deductivo pues permite, a través de fuentes primarias y secundarias obtener una aproximación a la información requerida y así deducir que Buenaventura cuenta con grandes ponentes literarios que pueden ser competitivos y exitosos a nivel mundial.

5.3.1 Población

Para el desarrollo de la investigación la población es fundamental, por tal motivo se utilizará una muestra significativa de la población del distrito especial entre los estratos 2, 3 y 4; a fin de realizar una encuesta que permita determinar aspectos referentes a la cultura lectora, escritores experimentados, escritores nacientes, siendo estos esenciales para el desarrollo del presente estudio de viabilidad para la creación de la empresa.

Para la determinación de la muestra se obtendrá información de la población a través de la base de datos del DANE, así como la información brindada en la Cámara de Comercio de Buenaventura u otras entidades afines al tema a investigar.

5.4 Instrumento Metodológico

5.4.1 Técnica de Recolección de la Información

Para llevar a cabo el desarrollo de la investigación y recolección de datos se utilizarán técnicas como: entrevistas, cuestionarios con preguntas abiertas, cerradas, estructuradas y semiestructuradas, con un lenguaje común y técnico, los instrumentos serán aplicados a personas de distintos sexos, profesiones, y dedicaciones con edades que oscilan entre 15 y 50 años.

La forma estructura será para conseguir información detallada como conocer sus patrones de lectura, escritura y gustos a la hora de comprar, leer o escribir un libro, además conocer hábitos, hobbies, percepciones, preferencias u otras opiniones que son relativamente importantes para el objeto de estudio que ese está realizando, por otra parte, se realizara consultas a diferentes actores conocedores del tema a investigar por medio de cuestionarios básicos propios a la investigación, para que brinden información y sugerencias que sean de apoyo y utilidad para la ejecución del estudio.

5.4.2 Fuentes

En una investigación, cuando se habla de fuentes de información o fuentes documentales es para referirse al origen de una información determinada, es decir, el soporte en el cual se encuentra información y el cual se puede referir a terceros para que, a su vez, la recuperen para sí mismos. Las fuentes de información pueden ser diversas y pueden brindar datos más o menos fidedignos, lo cual influirá de manera decisiva y determinante en los resultados que se quieran a obtener. Investigar es

obtener información, y saber investigar, por ende, saber cómo recoger la información del modo más confiable posible. (Raffino, 2020)

Fuentes Primarias: Las fuentes primarias permiten acercarse lo más posible a la comprensión de las experiencias vividas de otros y descubrir lo que realmente sucedió durante un evento. Sin embargo, lo que constituye una fuente primaria depende del contexto en el que se está utilizando. (Técnicas de Investigación, 2020)

Las fuentes primarias a implementar serán:

- 2 encuestas a grupos denominados escritores y lectores para el desarrollo del trabajo.
- Comunicaciones por internet como entrevistas vía zoom con gerentes de editoriales.
- Entrevistas a personas influyentes en el Distrito en temas alrededor del libro como la directora del Centro Cultural del Banco de la República Yuli Fernanda Ríos Palomeque y el escritor y docente Freddy Platicón Olaya.

Fuentes secundarias: Una fuente secundaria suele ser un libro académico, un artículo de revista o un documento digital o impreso creado por alguien que no experimentó o participó directamente en los eventos o condiciones bajo investigación. Las fuentes secundarias no son evidencia per se, sino que proporcionan una

interpretación, análisis o comentario derivado del contenido de materiales de fuentes primarias y / u otras fuentes secundarias. (Técnicas de Investigación , 2020)

Las fuentes secundarias a utilizar serán:

- Bases de datos universitarias como la de la Universidad del Valle, Google académico, repositorio de la universidad de los Andes, la Universidad Nacional y repositorios internacionales.
- Textos relacionados con el tema de creación de empresas editoriales y su funcionamiento.
- Libros: Evaluación de proyectos Gabriel Bacca Urbina, Preparación y evaluación de proyectos Nassir Sapag Chain, Administración Editorial Pablo A. Maradei.

5.4.3 Resultados

- 2 encuestas en formulario Google teniendo en cuenta las condiciones actuales por la pandemia Covid-19 realizadas a los posibles lectores y a los escritores existentes.
- 2 entrevistas.
- 1 base de datos resultado de la investigación de los escritores.
- Desarrollo de los cinco estudios necesarios para la viabilidad del proyecto.

6. Estudio de Mercado

6.1 Objetivo General

Conocer la disposición general del mercado editorial coherente con los servicios a suministrar para conocer la viabilidad del proyecto en el Distrito de Buenaventura.

6.2 Objetivos Específicos

1. Describir los servicios a suministrar por la empresa editorial y la naturaleza del producto.
2. Realizar una investigación de mercados donde se identifiquen los escritores en el pacífico colombiano, caracterizando sus estilos literarios.
3. Realizar una investigación de mercado donde se identifiquen los hábitos lectores de la población determinada.
4. Conocer la demanda y la oferta para los escritores y lectores.
5. Identificar el entorno empresarial para la empresa editorial y establecer la estrategia de precios y ventas que permita impulsar la creación de una empresa editorial.

6.2.1 Describir los servicios y productos a suministrar por la empresa editorial

El proyecto demostrara la viabilidad de crear una empresa editorial independiente dedicada a los siguientes servicios: edición, diseño gráfico, producción editorial y publicación en la ciudad de Buenaventura.

Esta empresa focaliza sus esfuerzos en apoyar y respetar la esencia de los escritores del territorio Pacifico, así como en incentivar el contenido textual, con diseños y ediciones de calidad competitivos con las dinámicas actuales a nivel nacional e internacional facilitando el acceso a los siguientes servicios:

6.2.1.1 Edición

Es un servicio orientado a transformar un manuscrito en un libro, fundamental para el proceso de publicación. Los escritores por medio de este servicio se les define la viabilidad, dirección u redirección de su obra si es el caso, se definen aspectos legales sobre derechos de autor, modalidades de edición, distribución y aspectos relacionados con la realización del proyecto editorial o el libro. (UNRN, 2021)

6.2.1.2 Diseño Gráfico

Es un servicio póstumo a la edición, una vez se tiene finalizado el texto comienza la etapa de diseño de páginas interiores, tapa, contratapa, solapas, en otras palabras, la etapa visual del manuscrito. Se consulta al/la autor/a o compilador/a sobre aspectos puntuales una vez que se obtienen propuestas congruentes con el estilo de la colección. (UNRN, 2021)

6.2.1.3 Producción Editorial

La producción editorial es el conjunto de actividades destinadas a transformar una obra creativa en una publicación impresa lista para su distribución, venta y lectura. Por tanto, se entiende como la fase del ciclo de vida de la publicación en la que se clasifican las materias primas que se van a utilizar mediante procesos para obtener el producto final y llevar a cabo su comercialización.

(Calvo, 2020)

Esta actividad de subcontratará con una empresa prestadora de estos servicios específicos como las imprentas.

6.2.1.4 Publicación

Etapa final del proceso editorial, servicio que se caracteriza por establecer las pautas de distribución, eso incluye cantidad de ejemplares a distribuir, medios y canales.

Todos los servicios con sus productos generados anteriormente se pueden contratar tanto individuales como en paquete.

6.2.1.5 Naturaleza y uso del servicio

La naturaleza del servicio es intangible por ser un servicio directo, sin embargo, los servicios incluyen el producto físico o digital que son los proyectos editoriales requeridos por el escritor.

Los servicios están dirigidos a personas naturales, empresas públicas, privadas, nacionales e internacionales que requieran de los servicios. Se caracterizará por ser de excelente calidad, ya que, durante todo el proceso de edición se contará con

expertos en cada área de trabajo, en el cual se hará supervisión y control para garantizar la efectividad y lograr así la satisfacción de los clientes.

6.2.2 Investigación de Mercado “Escritores”

Para cuantificar a los usuarios o clientes potenciales del servicio de edición, se recopiló información proveniente de entrevistas a actores importantes en el sector editorial en el Distrito de Buenaventura, con el fin de ampliar la información acerca de la necesidad de implementar una editorial en el distrito.

La siguiente base de datos es el resultado de la investigación de fuentes como el Centro Cultural del Banco de la República, la Biblioteca del PCN y libros como Urdimbres del ministerio de cultura y Mujeres afro narran su territorio, se evidencia la existencia su alrededor de 258 escritores en el Pacífico colombiano de los cuales el 31% son del distrito de Buenaventura.

La mayoría ha realizado una publicación en antologías o un libro y que muchos de sus ejemplares se encuentran estancados en algunas papelerías sin poder ser difundidos ni divulgados, por esta razón, se identifica la ausencia y la necesidad de implementar este servicio en la ciudad, ya que en el municipio no se encuentran empresas dedicadas a esta actividad, información que resulta de suma importancia debido a que el proyecto sería pionero en la ciudad, estas fuentes también indican, que aunque en el municipio existen programas y pequeñas papelerías que incentivan y apoyan los escritos del pacífico, no cuentan con una editorial que preste los servicios

de manera completa, quedando los ejemplares en archivos, dado a que las pequeñas papelerías existentes en la ciudad, no cuentan con programas de difusión y divulgación de libros.

6.2.2.1 Características de la Población Escritores

- El servicio va dirigido especialmente a los escritores del Distrito Especial de Buenaventura y sus alrededores con edades desde los 15 a 59 años, que no ha podido publicar sus escritos o que simplemente requieren del servicio. Se eligió esta población porque son personas que se encuentran en pleno desarrollo creativo, además que sus escritos pueden ser tan diversos como ellos.
- Cualquier persona jurídica o natural que solicite los diferentes servicios editoriales que se suministran en la empresa.
- Se les prestara los servicios a aquellas instituciones educativas, centros de estudio en general que promuevan el conocimiento, que quieran incentivar la lecto-escritura a sus estudiantes, generando alianzas con los sectores públicos y privados.
- Se prestará el servicio al público en general que lo solicite, además se enfoca la actividad en los escritores del Litoral Pacífico.

6.2.2.2 Proceso de Muestreo

En estos momentos el país y el mundo está bloqueado por la pandemia, situación que ha dificultado la investigación de este trabajo, a razón de ello y gracias a la proximidad se realizó un muestreo por conveniencia, pues ya se contaba con la investigación preliminar recopilada en la base de datos de los escritores

6.2.2.3 Alcance

La encuesta se aplicará de manera focalizada a los escritores del Distrito Especial de Buenaventura.

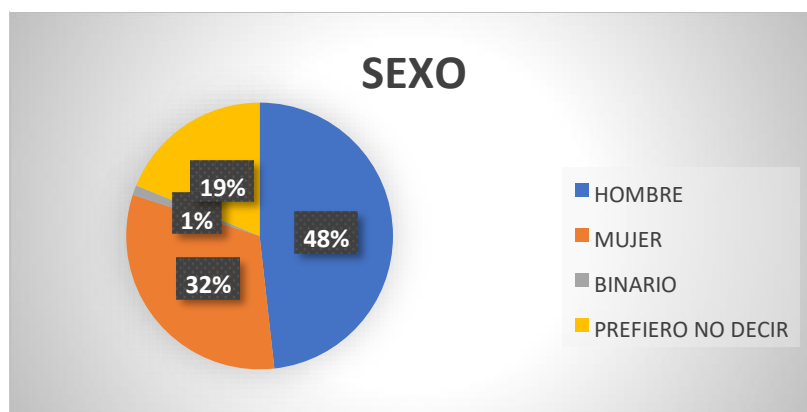
6.2.2.4 Calculo Muestral

Para el desarrollo de la investigación se ha tomado como base un aspecto fundamental la población de escritores locales. Al no existir una cifra exacta de autores locales y veredas aledañas al distrito, en este caso, se realizó una investigación profunda logrando identificar 258 escritores existentes en el pacífico, de por lo menos una publicación realizada, da como resultado 258 escritores locales, de acuerdo a esto, se implementa el cálculo de la muestra por conveniencia para los participantes de la población escritora, de la cual se obtuvo 33% de los participantes.

6.2.2.5 Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados de la Población Escritores

Por otra parte, para obtener más información se realizó una entrevista directa con
algunos

Gráfica 1 Tabulación Sexo



autores, profesores de la educación superior, se indago en las bibliotecas, dando como resultado publicaciones de escritos por partes de docentes, estudiantes, los cuales arrojaron datos significativos para esta investigación.

Como se menciona anteriormente para la recopilación de esta información se realizó una base de datos, en donde se identificaron 258 escritores. Para esta encuesta se empleó la técnica de muestreo por conveniencia, dado que la situación actual que se vive a nivel mundial por la pandemia COVID-19, el distanciamiento social y la violencia a nivel local dificulto el acceso a esta población, y aunque las plataformas digitales han apoyado el proceso acceder a todos los escritores en esta época se ha convertido en un obstáculo, tomando una muestra de 85 escritores que corresponden el 33% de la base de datos recopilada. A continuación, se detalla la tabulación de la encuesta a escritores y base de datos.

Tabla 3 Datos Sexo

SEXO		
GENERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	41	48%

MUJER		27	32%
BINARIO		1	1%
PREFIERO DECIR NO		16	19%
TOTAL		85	100%

Este ítem de la encuesta a los escritores del pacífico, se evidencia que el 48% de las preguntas, fueron contestadas por hombres, siguiendo con 32% las mujeres, un 19% de personas que no prefieren revelar su género y un 1% de personas binarias; podemos concluir que, aunque en el pacífico colombiano las mujeres en su mayoría son líderes en la tradición oral los hombres tienen un mercado más consolidado en tradición escrita.

Gráfica 2 Ciudad y origen

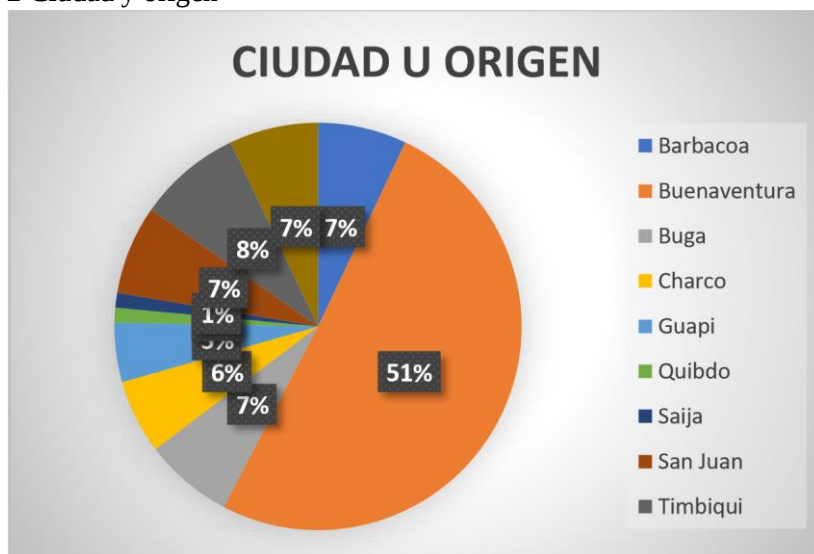


Tabla 4 Ciudad y origen

CIUDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE ESCRITORES
BARBACOA	6	7%
BUENAVENTURA	43	51%
BUGA	6	7%
CHARCO	5	6%

GUAPI	4	5%
QUIBDÓ	1	1%
SAIJA	1	1%
SAN JUAN	6	7%
TIMBIQUÍ	7	8%
TUMACO	6	7%
TOTAL	85	100%

De acuerdo con la encuesta, es determinante decir que en el Pacífico Colombia existe una demanda potencial para la editorial, dado que el 51% de los participantes pertenecen al Distrito de

Buenaventura, el 8% pertenecen al corregimiento de Timbiquí, en seguida, Barbacoas con el 7%, Buga con 7%, el corregimiento de San Juan-Choco 7%, Tumaco 7%, continuando el Charco Nariño con el 6%, Guapi 5%, Quibdó 1% y el corregimiento de Saija con 1%.

Es evidente que el Pacífico colombiano cuenta con un mercado de escritores entre ellos unos reconocidos a nivel internacional, este mercado es compartido en la región pacífica, por consiguiente, la editorial cuenta con gran potencial de demandantes que harán uso de los servicios brindados.

Santiago de Cali como capital del Valle del Cauca, es una ciudad principal del país por su nivel de comercio e interacción económica, sin embargo, no es la ciudad capital del Pacífico, Buenaventura por su ubicación y contexto histórico en una ciudad de paso y en donde distintos territorios rurales y municipios cercanos se comunican, se evidencia la importancia de tener una editorial propia donde converjan todos estos escritores.

Gráfica 3 Tipo de texto

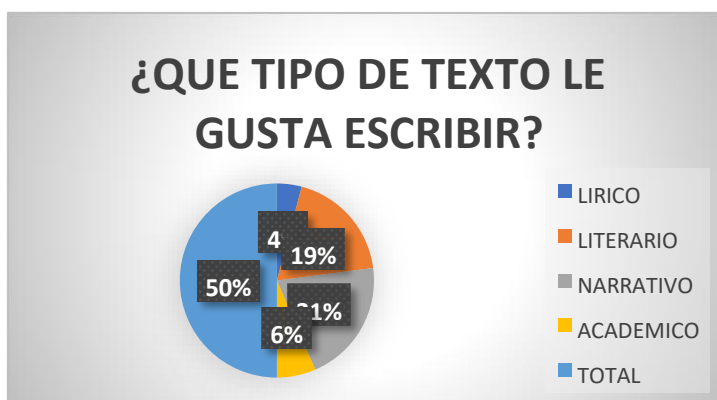


Tabla 5 Tipo de texto

TIPO	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE
LIRICO	7	8%
LITERARIO	32	38%
NARRATIVO	35	41%
ACADEMICO	11	13%
TOTAL	85	100%

Los cuatro grandes grupos de texto alojados en la investigación agrupan a la diversas de estilos literarios así: Lirico; poesías, literario; cuentos, narrativo; crónicas, novelas, académico; ensayos, investigaciones, estudios, cartillas informativas. En coherencia con ello la mayor parte de la población escritora encuestada escribe textos narrativos, le sigue los textos literarios con un 38%, a lo que deducimos la necesidad de explorar la literatura a través de narrativas propias, el 135 d ellos encuestados escribe textos académicos y el 8% poesías.

Esta información es vital para el estudio pues identifica que escriben los escritores creando una claridad objetiva sobre el mercado.

Gráfica 4 Frecuencia escribe

**¿CON QUE FRECUENCIA UD.
ESCRIBE, O TIENE UN PRODUCTO
TEXTUAL PARA EDITAR Y PUBLICAR?**

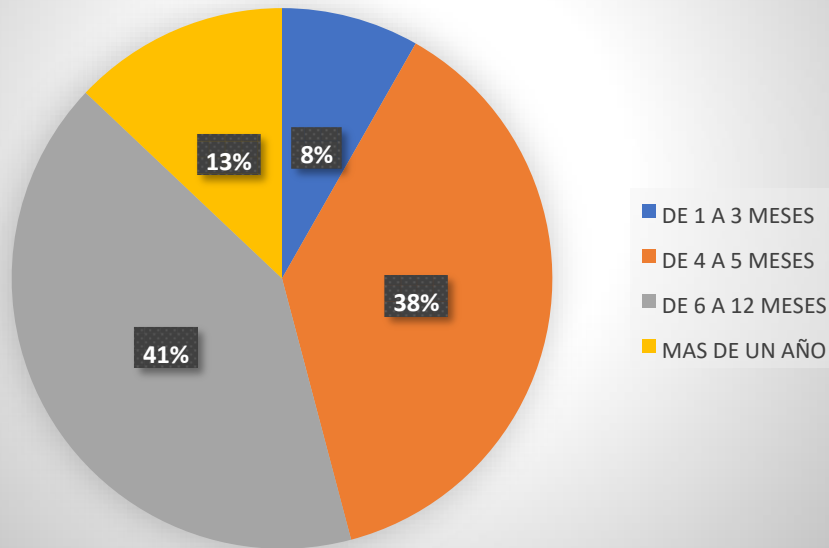


Tabla 6 Frecuencia Escribe

**¿CON QUE FRECUENCIA ESCRIBE O
TIENE UN PRODUCTO TEXTUAL?**

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
DE 1 A 3 MESES	7	8%
DE 4 A 5 MESES	32	38%
DE 6 A 12 MESES	35	41%
MÁS DE UN AÑO	11	15%
TOTAL	85	100%

Referente a este resultado, 35 participantes escriben ejemplares mayoritariamente en un lapso de 6 a 12 meses, seguido por 32 escritores que

desarrollan su texto entre 4 y 5 meses, en un tercer lugar 11 escritores que requieren más de un año para producir un escrito y como último, 7 escritores que requieren de 1 a 3 meses, con estos resultados se puede concluir que los escritores en un 79% ocupan entre 4 y 12 meses para realizar su producción.

Esta pregunta es fundamental para el estudio pues argumentan cada cuanto es posible establecer relaciones comerciales, publicaciones y productos de los escritores, en su mayoría emplean en promedio de 6 meses a 1 año para generar un escrito sin embargo no dista mucho de la población que tiene un producto escrito cada 4 o 5 meses.

Calibrando la duración de edición y demás procesos a realizar no es un resultado negativo, al contrario, genera un panorama claro en donde se puede organizar y dirigir los esfuerzos puede ser por temporadas o equilibrar el tiempo de los y las escritores para la producción de la editorial.

Gráfica 5 Publicaciones de libros

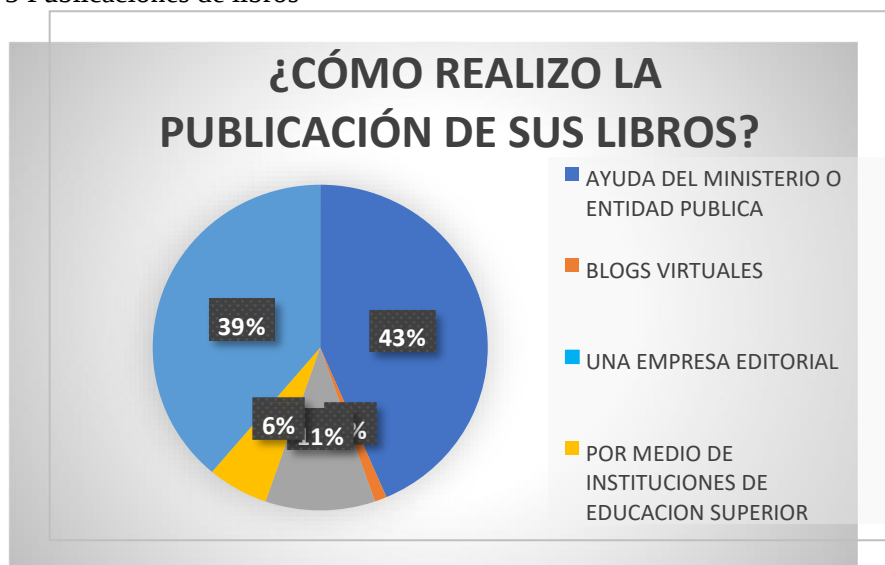


Tabla 7 Publicación de libros

¿CÓMO REALIZO LA EDICIÓN DE SUS LIBROS?

¿COMO PUBLICO?	CANTIDAD	PORCENTAJE
AYUDA DEL MINISTERIO O ENTIDAD PUBLICA	37	43,5%
BLOGS VIRTUALES	1	1,2%
EDITO POR CUENTA PROPIA	9	10,6%
POR MEDIO DE INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR	5	5,9%
UNA EMPRESA EDITORIAL	33	38,8%
TOTAL	85	100%

Según los resultados de esta pregunta el 43,5% de la población han sido apoyados para publicar sus productos textuales por el Ministerio o una entidad pública, el 38,8% lo hizo por medio de una empresa editorial, el 10,6% edito por cuenta propia, el 5,9% por medio de Instituciones de

Educación Superior y tan solo el 1,2% en blogs virtuales.

En la actualidad la publicación por cuenta propia es habitual pues el escritor o escritora cuenta con habilidades y recursos tanto virtuales, de conocimiento y económicos para ellos, en esta encuesta el 1,2% realiza esta actividad, lo que evidencia un aspecto positivo para el proyecto, pero también demuestra la poca natividad tecnológica de esta población.

En su mayoría han sido apoyados por iniciativas o convocatorias del Ministerio o algunas entidades públicas, asumiendo por esto la necesidad de crear un espacio que les brinde esas mismas comodidades con menores condiciones, pues en su mayoría para apoyar este tipo de procesos se realiza bajo un reglamento. Otra parte

importante de los resultados a publicado por medio de una empresa editorial, resultado atractivo para el estudio (sin decir que los demás no lo han sido), pues se entiende que ya existe un consumo de los servicios editoriales fácilmente aceptados en la población de escritores.

Gráfica 6 Gastos de publicación



Tabla 8 Gastos de publicación

¿CUÁNTO GASTO EN PROMEDIO PARA LLEVAR A CABO LA PUBLICACIÓN?

VALOR	CANTIDAD	PORCENTAJE
DE 100,000 A 900,000	12	14%
DE 1,000,000 A 2,000,000	36	42%
DE 3,000,000 EN ADELANTE	37	44%
TOTAL	85	100%

Como resultado a esta pregunta, tenemos que el 44% de los participantes que han logrado publicar un ejemplar ha gastado por lo menos de 3.000.000 en adelante,

el 42% invirtió de 1.000.000 a 2.000.000 y el 14% gasto entre 100.000 y 900.000 pesos.

La mayor parte de la población considerando el aumento de la inflación y valor del dinero ha invertido en sus productos textuales por lo menos \$3.000.000 de pesos a este valor en porcentaje de sigue en uno y dos millones, este es un dato necesario para el proyecto pues le permite considerar los precios de los servicios a suministrar y aproximar cuanto deberá ser el punto de equilibrio y ganancia. Además, por supuesto de brindar conocimiento de este mercado.

Se infiere que la población que invirtió entre cien y novecientos mil pesos son aquellos o aquellas que publicaron por medio de convocatorias o apoyo estatales.

Gráfica 7 Ciudad de publicación



Tabla 9 Ciudad de publicación

¿EN QUÉ CIUDAD SE REALIZÓ LA PUBLICACIÓN?

CIUDAD	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENT AJE
BOGOTA	22	26%
BARRANQUI LLA	1	1%
BOSTON	1	1%
BUENAVENT URA	12	14%
CALI	23	27%
CARTAGENA	1	1%
MEDELLIN	23	27%
PEREIRA	2	3%
TOTAL	85	100%

Medellín, Bogotá y Cali son las ciudades en donde el 80% de la población realizó sus publicaciones, pues en estas ciudades se encuentran las mejores editoriales del país. Algunos otros realizaron sus publicaciones en la costa atlántica, en el exterior y en Pereira. El 14% público en Buenaventura, es posible que se deba a las recientes iniciativas a nivel nacional para promover los procesos escritores como Mujeres Afro Narran su Territorio u otros procesos dirigidos por la gestión pública.

Gráfica 8 Dispendioso en la publicación



Tabla 10 Dispendioso en la publicación

¿QUÉ ES LO MÁS DISPENDIOSO A LA HORA DE PUBLICAR?		
OBSTACULOS	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE
Complejos canales de distribución	12	14%
Demora en procesos	14	16%

El incremento en costos logísticos	10	12%
Nada en absoluto	3	3%
Poco conocimiento en el sector	15	18%
Proceso complejo	16	19%
Todo en absoluto	15	18%
Total	85	100%

La complejidad del proceso en general, de los canales de distribución y el poco conocimiento del sector contribuye en un 55% a los factores que dilatan el proceso editorial para los escritores del pacifico, pues ya escribir no es una labor sencilla y mucho menos en un territorio donde coloquialmente se dice que no se hace. Pero este estudio demuestra lo contrario.

El 28% considera que los costos y la demora en los procesos generan son dispendiosos a la hora de publicar. En general la incomodidad hace parte del desconocimiento de este, por ende, por medio de este proyecto se enfatizará en disminuir esas brechas de conocimiento y fortalecer el sector.

Gráfica 9 Publicación Reciente

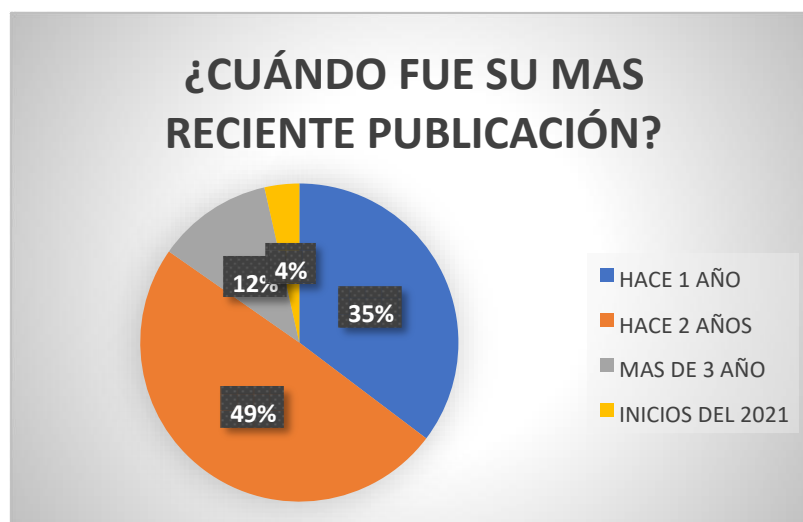


Tabla 10 Publicación Reciente

¿CUÁNDO FUE SU MÁS RECIENTE PUBLICACIÓN?			
TIEMPO DE PUBLICACIÓN	DE	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE
HACE 1 AÑO		30	35%
HACE 2 AÑOS		42	49%
MAS DE 3 AÑO		10	12%
INICIOS DEL 2021		3	4%
TOTAL		85	100%

El 49% de la población publico aproximadamente hace 2 años, el 35% de la población publico hace 1 año, el 12% de la población hace más de 3 años y tan solo el 4% publico este año 2021.

Es posible inferir que la población escritora del pacifico entre el 2019 y el 2020 se ha interesado en sacar adelantes sus proyectos escritos y publicarlos, es decir que aunque la pandemia desde su inicio a cambiado drásticamente la vida como la conocemos, no ha sido un impedimento para realizar este ejercicio al contrario se

infiere que el tiempo libre que se tuvo a causa de las cuarentena y tal vez las reflexiones del paso inminente a la muerte generaron motivación en esta población pues el 35% público en estos momentos.

El 12% no publica hace más de 3 años, esto se puede relacionar a un poco comunicación con la era digital o a la falta de recursos para ellos, queriendo decir con esto que no se cuenta con la motivación, el apoyo o la economía para hacerlo.

A pesar de que los inicios de este año en el país han sido un poco fluctuantes en términos de paz, economía y calidad de vida, el 4% ha realizado sus publicaciones.

Si su respuesta es hace más de un año.

Gráfica 11 Motivos para no publicar



Tabla 11 Motivos para no publicar

¿CUÁLES HAN SIDO LOS MOTIVOS POR LOS QUE NO HA PUBLICADO RECIENTEMENTE?

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
DIFICULTAD ECONOMICA	24	28%
FALTA DE MOTIVACION	10	12%
NO LO SABE	3	4%
NO QUIERE PASAR POR EL PROCESO DE NUEVO	5	6%
NO QUIERE PERDER SU ESFUERZO INTENTANDOLO	7	8%
QUIERO HACERLO, PERO LA PANDEMIA HA INFLUIDO DASTRICAMENTE EN LA DECISION	33	39%
AUN NO TERMINO EL ESCRITO	3	4%
TOTAL	85	100%

Según los resultados algunas personas han logrado aprovechar esta época de pandemia para publicar, para otros ha sido un factor determinante para no hacerlo pues el 39% lo evidencia, entre otras razones la variable económica también tiene fuerza en esta decisión pues el 28% lo asegura y es acertado la cantidad de negocios y procesos que se han visto afectados por esta pandemia son alarmantes y más el sector cultural. Otras razones que influyen en esta decisión es la falta de motivación, es un resultado que aporta conocimiento al proyecto pues, se debe encaminar procesos en animar a estos escritores en el proceso, que, aunque poco valorado en ocasiones contribuye al desarrollo histórico y cultural de los territorios.

Gráfica 12 Razones para no tener editoriales

¿CUÁL ES LA RAZÓN POR LA CUAL CONSIDERA QUE EN EL DISTRITO



Tabla 12 Razones para no tener editoriales

¿CUÁL ES LA RAZÓN POR LA CUAL CONSIDERA QUE EN EL DISTRITO ESPECIAL DE BUENAVENTURA NO EXISTA UNA EDITORIAL, NI UNA ECONOMÍA DEL LIBRO?

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
ES UN PROCESO POCO PRIMORDIAL	22	26%
FALTA DE VOLUNTAD POLITICA	25	29%
NO ES INTERES DEL TERRITORIO	38	45%
TOTAL	85	100%

Según los resultados de esta encuesta, el 45% considera que no existe este tipo de negocios por el desinterés en el territorio, el 29% considera que la falta de voluntad política y el 26% lo considera un proceso poco primordial.

El Distrito Especial de Buenaventura tiene dificultades a nivel económico, laboral, educativo, en salud pública, en su tejido social, en servicios públicos, y

otros cuantos, sin embargo, se entiende el resultado de esta pregunta y es acertado pues los territorios periféricos históricamente han sido usados y abandonados por el gobierno y sus mandatarios, se debe esto a el poco interés en las comunidades étnicas que lo habitan, es una cuestión de hace más de un siglo. Pero es momento de evidenciar que el pacífico es más que violencia y rutas para el narcotráfico. Es una de las banderas de este proyecto, contar desde las voces propias y las historias como se viven en carne propia, no como las quiera contar un foráneo.

Gráfica 13 Editorial en Buenaventura

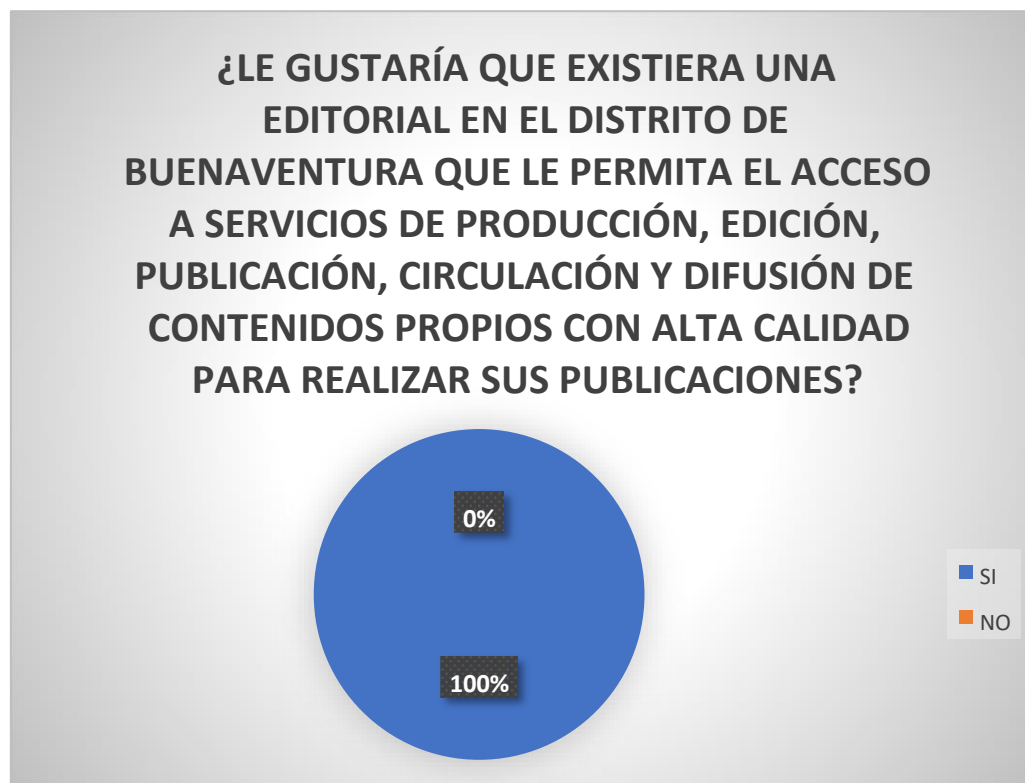


Tabla 13 Editorial en Buenaventura

¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA EN EL D. DE

**BUENAVENTURA
EDITORIAL...?**

UNA

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	85	100%
NO	0	0
TOTAL	85	100%

Como se evidencia en los resultados, el 100% de los encuestados están de acuerdo en que exista una editorial en el Distrito, en que debe existir una empresa dedicada a este mercado de libros, se manifiesta en gráficos anteriores en Buenaventura no existe una editorial que oferte estos servicios, el cual, por medio de esta se puede abastecer o proporcionar el servicio.

Esto le deja al proyecto una ventaja competitiva en el sector, pues la no existencia de una iniciativa en el territorio ya deja un mercado sin satisfacer, el cual por medio del marketing y la organización se logrará satisfacer.

Gráfica 14 Edición de productos

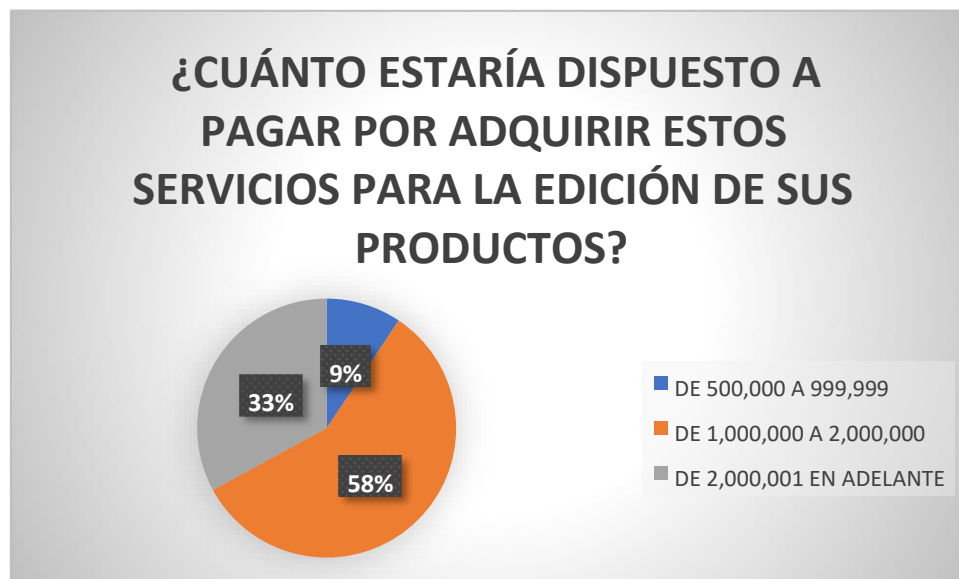


Tabla 14 Edición de productos

¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR?

VALOR	CANTIDAD	PORCENTAJE
DE 500,000 A 999,999	8	9%
DE 1,000,000 A 2,000,000	49	58%
DE 2,000,001 EN ADELANTE	28	33%
TOTAL	85	100%

De acuerdo con los resultados, la cantidad monetaria que los participantes estarían dispuestos a pagar por el servicio detalla un intervalo de \$ 1.000.000 en adelante, esto a raíz de que en gran parte la adquisición de este servicio para los escritores del pacifico, sale de la economía del propio escritor, lo que refleja que la nueva empresa editorial debe adaptarse al no brindar el servicio a tan alto poder adquisitivo de los clientes.

Gráfica 15 Canales efectivos



Tabla 15 Canales Efectivos

¿CUÁL CANAL ES MAS EFECTIVO?

MEDIO	CANTIDAD PORCENTAJE	
RADIO	6	7%
PAGINAS WEB	13	16%
REDES SOCIALES	40	47%
TELEVISION	13	15%
VOZ A VOS, TARJETAS, FOLLETOS, VALLAS	12	14%
MENSAJES DE TEXTO	1	1%
TOTAL	85	100%

En la actualidad el poder que han adquirido las redes sociales y plataformas virtuales es magnífico, pues la pandemia los posiciono y obligo a las economías y los procesos a replantearse.

El 63% de la población considera que las redes sociales y páginas web darán a conocer de manera más efectiva los servicios a suministrar por la editorial, el 21% considera que los canales tradicionales como la Televisión, la voz a vos, folletos, y la radio ayudarán a esta efectividad y el 1% considera los mensajes de texto como una opción viable.

Es imprescindible la necesidad de tener un plan de marketing digital para este proyecto, pues además de ser una publicidad menos costosa en ocasiones, su efectividad es medible y cuantificable, además se puede establecer un servicio directo con el cliente.

Para la recopilación de información se emplearon bases de datos del Centro Cultural del Banco de la Republica Buenaventura, libros físicos y páginas web de escritores, en el proceso se identificaron 258 escritores.

6.2.3 Investigación De Mercado Para Lectores

Para continuar con el desarrollo y viabilidad del proyecto, el mercado para esta investigación no solo se complementa con los escritores del pacifico, también se complementa con la población lectora que son quienes practican la lectura de forma activa y contante en Buenaventura, para ello la editorial, complementa el servicio con la comercialización de los libros para dicha población.

6.2.3.1 Definición Del Servicio

Comercializar es hacer que un producto tenga una organización y unas condiciones comerciales para su venta, por ello, la investigación del mercado se realiza partiendo de la idea de crear una editorial en el Distrito de Buenaventura, dedicada no solo a la creación de contenido textual, también se complementa con la actividad de difusión y comercialización de los ejemplares escritos por los autores del pacifico; para la empresa es de suma importancia, el poder brindar el acceso a todos los servicios editoriales que se requieren para incentivar el consumo del contenido textual en la población lectora de la ciudad quienes van a adquirir el producto final.

6.2.3.2 Naturaleza Del Servicio

Los libros y la mayoría de los productos editoriales, dependiendo su naturaleza pueden generar reediciones o actualizaciones, sin embargo, no son perecederos y su vida útil está íntimamente ligada a la necesidad de quien lo lee.

6.2.3.3 Caracterización De La Población Lectora

El servicio va dirigido a toda la población que practica la lectura activa en distrito de Buenaventura y público general que requiera adquirir el producto final.

6.2.3.4 Proceso De Muestreo Aleatorio

Se realizó una encuesta por medio de formulario Google a la población que tienen dentro de sus actividades cotidianas, el practicar la lectura. Dado que la población objeto de estudio es finita, se aplica la técnica de muestreo aleatorio simple, para obtener una muestra representativa y aplicar la encuesta que permita obtener información relevante sobre los consumidores potenciales del producto final.

6.2.3.5 Alcance

Distrito Especial de Buenaventura.

6.2.3.6 Calculo De La Muestral

Para la población lectora se utilizó en la investigación un margen de confianza y éxito del

95% para la población del Distrito de Buenaventura, quien según la proyección del DANE para el

2021 es de un total de 313.508 habitantes siendo el 61,3% el porcentaje total de personas entre los 15 y 59 años de edad, los instrumentos serán aplicados a personas de distintos sexos, profesiones, con edades que oscilan entre 15 y 59 años de edad aproximadamente.

6.2.3.7 Diseño De La Muestra

Para seleccionar la muestra y realizar la encuesta de la investigación de mercado sobre la creación de una empresa Editorial que permita incentivar la producción de contenido textual y el acceso a servicios editoriales en el Distrito Especial Industrial Portuario Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura, es necesario utilizar un muestreo aleatorio simple, para ello se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 Npq}{(N-1)e^2 + z^2 pq}$$

N=

Tamaño
poblacion

al. **n:**

Tamaño
muestral.

P:

probabilida
d de éxito.

Q:

probabilida
d del

fracaso E:
margen de
error.

Z: número de desviación estándar con relación al promedio.

En Donde:

$n = (313.508 * 61.3\%) = 192.180,404$
habitantes de Buenaventura Z= 1,96 (nivel de
confianza)

P= 95% de probabilidad de éxito

Q= 5% de probabilidad de fracaso

E= 5% de margen de error máximo tolerado

Muestra=72.9630682

Promedio: 73

$$n = \frac{(1.96)^2 (192180.404) * (0.95) (0.05)}{(192180.404 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.95) * (0.05)} = \frac{35068.3114}{480.63986} = 72.9630682$$

A continuación, se presenta la encuesta realizada para conocer la población lectora en el distrito de Buenaventura, por medio de la muestra seleccionada. La encuesta realizada por un formulario de Google consto de 6 secciones para mejorar la dinámica y separación de temas al momento de responder la encuesta y de analizarla.

6.2.3.8. Tabulación, presentación y análisis de resultados de la población lectora

Gráfica 16 Sexo

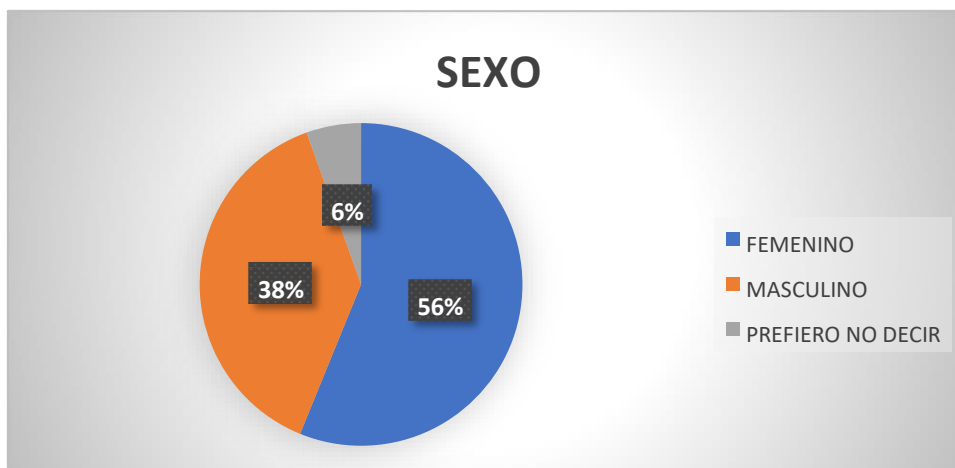


Tabla 17 Sexo lectores

SEXO	NUMERO	PORCENTAJE DE PERSONAS
M	28	38%
F	41	56%
PD	4	6%
TOTAL	73	100%

De las 73 encuestas realizadas, se obtuvo que el 56% de las preguntas, fueron contestadas por mujeres, siguiendo con 38% los hombres, y un 4% de personas que no prefieren revelar su género; obteniendo así, un resultado equivalente de hombres y mujeres, ya que la diferencia porcentual es de 18%.

Gráfica 17 Edad lectores

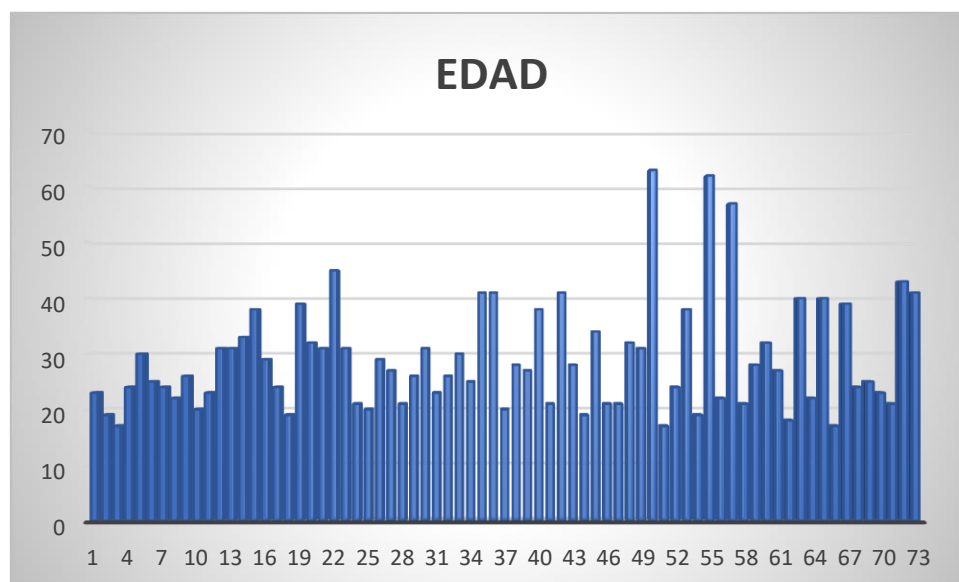


Tabla 18 Edad lectores

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE	INTERVALO
15-20	11	15.07%	
21-26	25	34.25%	
27-32	19	26.03%	
33-38	5	6.8%	
39-44	9	12.3%	
45-50	1	1.3%	
51+	3	4.1%	
TOTAL	73	100%	

Para analizar esta pregunta se agrupo la información en intervalos de cinco unidades es decir cada cinco años en edades. Esta sección expreso las edades actuales de la población objeto de estudio para conocer los hábitos de lectura, el 34,25% está en edades entre 21y 26 años, el 26,03% está en edades entre 27 y 32 años, siendo estos los resultados predominantes evidencian el mercado objetivo que puede tener la Editorial.

Gráfica 18 Niveles de escolaridad

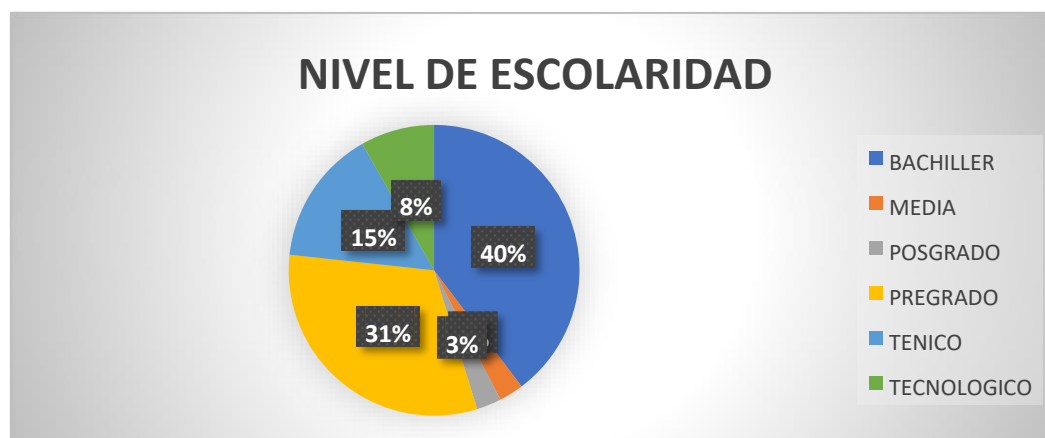


Tabla 19 Nivel de escolaridad

NIVEL DE CANTIDAD PORCENTAJE ESCOLARIDAD		
BACHILLER	29	39,7%
MEDIA	2	2,7%
POSGRADO	2	2,7%
PREGRADO	23	31,5%
TENICO	11	15,1%
TECNOLOGICO	6	8,2%
TOTAL	73	100%

Como muestran los resultados a esta pregunta, es posible afirmar que no hubo un solo encuestado que se encontrara en el analfabetismo, al contrario, se notó un público con niveles básicos, medios y especializados académicamente. Ninguna persona se encontró en el nivel de escolaridad básica primaria, el porcentaje que lidera es Bachiller, le sigue el Pregrado y el Técnico.

Gráfica 19 Escribir



Tabla 20 Escribir

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	17	23%
NO	56	77%
TOTAL	73	100%

Esta pregunta cerrada con dos opciones de respuesta puede sonar un poco etérea, sin embargo, desde el principio de la encuesta, la persona sabe que se trata de la creación de una editorial, así que sabe que el ejercicio de escribir es una profesión, no una actividad rutinaria en la vida académica y natural.

Como muestran los resultados, se puede analizar que el 77% de las respuestas corresponden a que los encuestados dicen que no han realizado ningún escrito, por su parte, el 23% de las respuestas dan como resultado que las personas si han realizado el ejercicio de escribir, este es un resultado alentador para la

investigación, pues, evidencia un mercado emergente de escritores que pueden ser clientes del proyecto y beneficiarios a su vez.

Gráfica 20 Leer



Tabla 21Leer

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	66	90%
NO	7	10%
TOTAL	73	100%

Por medio de esta pregunta se observa que existe un público lector en el cual el 90% manifiesta gustarle la lectura, por el contrario, solo el 10% manifiesta no gustarle, de acuerdo con lo anterior se puede decir que hay una cifra positiva de demandantes de los productos editoriales, además existe la creencia de que en el Pacífico no se lee, que en Buenaventura no le gusta leer a la población, pero esta encuesta demuestra lo contrario.

Gráfica 21 Momento de leer

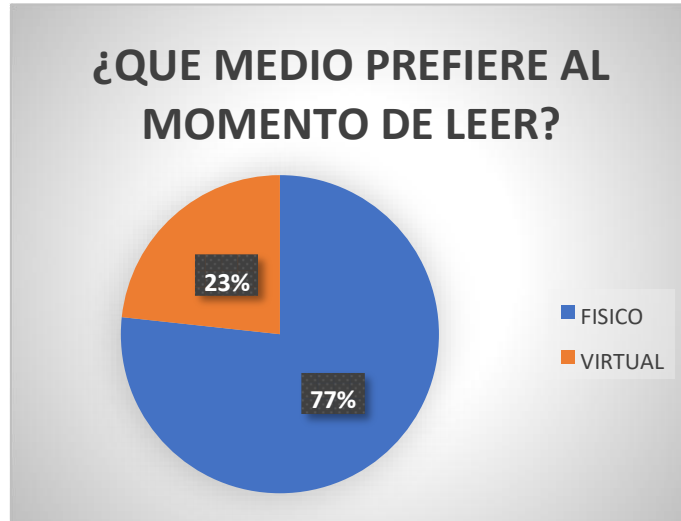


Tabla 22 Momento de leer

¿QUE MEDIO PREFIERE AL MOMENTO DE LEER?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
FÍSICO	56	77%
VIRTUAL	17	23%
TOTAL	73	100%

A través de las respuestas, se observa que el 77% de los participantes prefieren leer por medio físico, es decir, el medio más apetecido es leer a través de medios impresos, por el contrario, el 23% prefieren por medio de la tecnología virtual.

Gráfica 22 Lectura

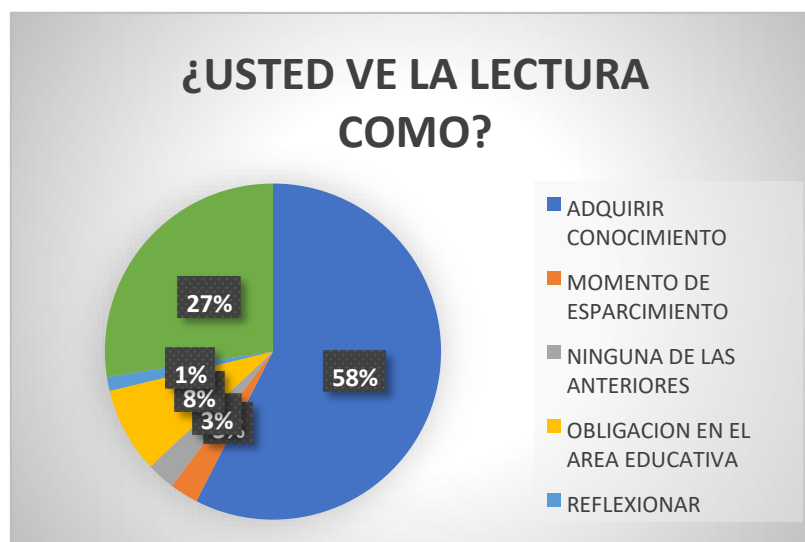


Tabla 23 Lectura

¿USTED VE LA LECTURA COMO?

RESPUESTA	CANTIDAD PORCENTAJE	
ADQUIRIR CONOCIMIENTO	42	58%
MOMENTO DE ESPARCIMIENTO	2	3%
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	20	27%
OBLIGACION EN EL AREA EDUCATIVA	6	8%
REFLEXIONAR	1	1%
TODAS LA ANTERIORES	73	100%
TOTAL	73	100%

Como muestran los resultados, en la recopilación de información nos encontramos con una población bastante activa en la lectura, dado, que ven primeramente la lectura como un medio por el cual se adquiere y se amplía el conocimiento, seguido existe una población baja, que ven la lectura como una obligación para sus estudios.

Gráfica 23 Tipos de texto que leyó

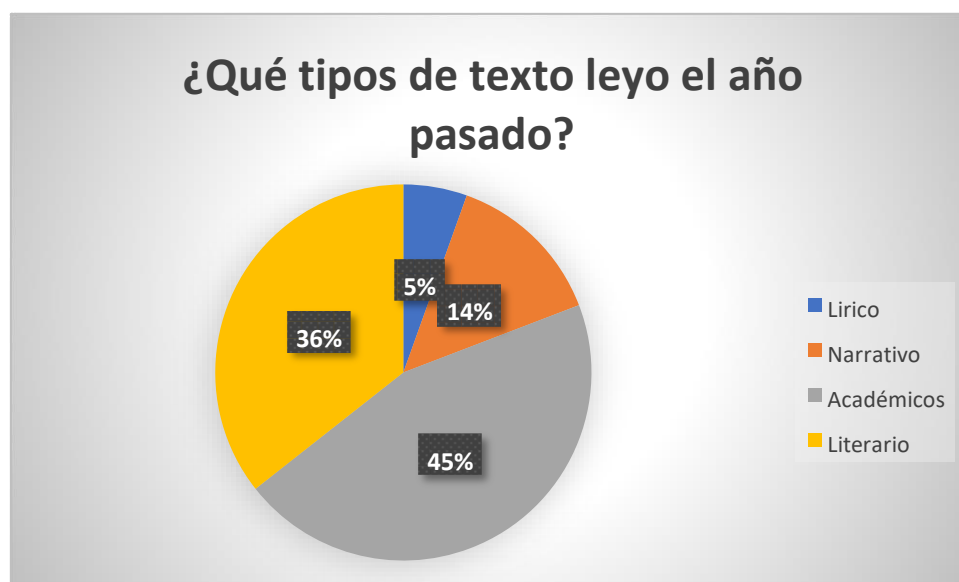


Tabla 24 Tipos de textos que leyó

RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
LIRICO	4	5%
NARRATIVO	10	14%
ACADÉMICOS	33	45%
LITERARIO	26	36%
TOTAL	73	100%

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada el 45% de la población encuestada leyó textos académicos, analizando el porcentaje la mayoría de los encuestados se encuentra estudiando un pregrado, postgrado o ha realizado maestrías, es decir que ha mayor nivel académico mayor lectura.

El 36% de la población encuestada consume textos literarios en esta categoría se encuentra el cuento, la novela, la leyenda, la fábula, el mito, entre otros, la diferencia con los textos narrativos es que son textos que relatan uno o una serie de acontecimientos que han sucedido a través del tiempo a lo cual arrojo el 14% de los encuestados.

El estilo menor leído según la encuesta son los textos liricos tan solo el 5% de los encuestados lo consume, este resultado aclara el panorama del mercado de lectores, clasificando los estilos habitualmente usados.

Gráfica 24 Cuantos libros lee al año

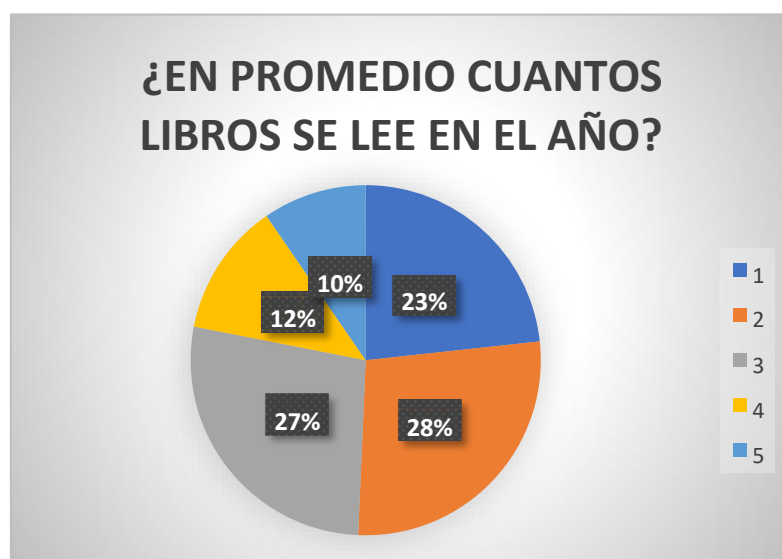


Tabla 25 Libros lee al año

¿CUANTOS LIBROS SE LEYO EL AÑO PASADO?

NUMERO LIBROS	CANTIDAD PORCENTAJE	
1	17	23%
2	20	28%
3	20	27%

4	9	12%
5	7	10%
TOTAL	73	100%

Como muestran los resultados se evidencia que el 55% las personas tienen un hábito de lectura de 2 y 3 libros por año, con el 23% encontramos en la población una costumbre de lectura de un libro por año, luego se evidencia un 12% de los encuestados lee 4 libros por año y con un 10% de los entrevistados presentan una lectura de 5 libros por año. En promedio la población encuestada presenta un regular hábito de lectura entre 2 y 3 libros por año.

Gráfica 25 Que le gusta leer?

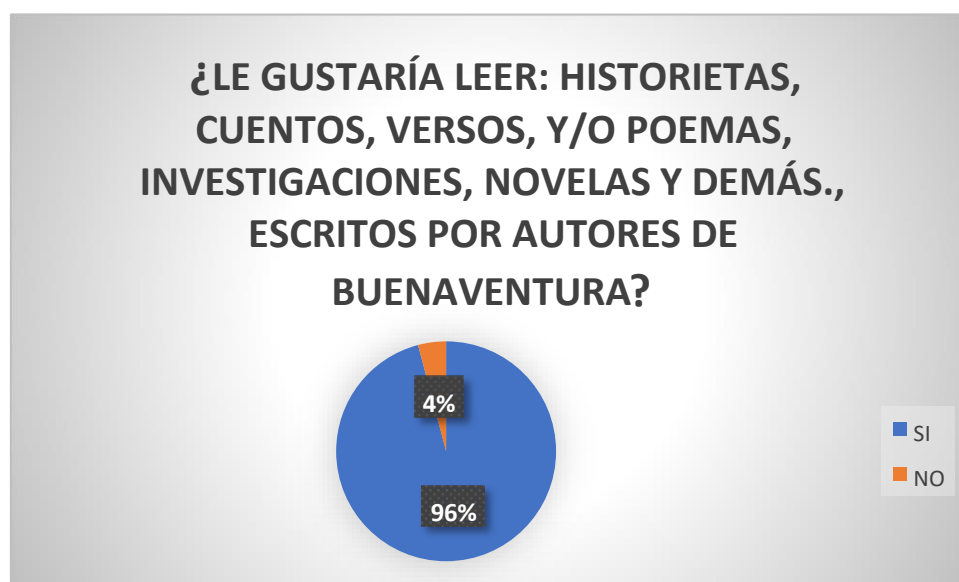


Tabla 26 Que le gusta leer?

**¿LE GUSTARÍA LEER:
HISTORIETAS, CUENTOS,
VERSOS, Y/O POEMAS,
INVESTIGACIONES,**

**NOVELAS Y DEMÁS., ESCRITOS
POR AUTORES DE
BUENAVENTURA?**

RESPUESTA	CANTIDAD PORCENTAJE	
SI	70	96%
NO	3	4%
TOTAL	73	100%

Al consultarle a los encuestados si les gustaría leer historietas, cuentos, versos, poemas, investigaciones, novelas y demás escritos por autores de Buenaventura, contundentemente la proporción más elevada fue estar de acuerdo con un 96%, por el contrario, solo el 4% no les gustaría.

RESPUESTA	CANTIDAD PORCENTAJE	
SI	72	99%
NO	1	1%
TOTAL	73	100%

Con base a las respuestas, se afirma que, de los participantes encuestados, contundentemente con un 99% les gustaría que en Buenaventura se incentive la lectura por medio de una editorial existente en el municipio y tan solo 1% no le gustaría. De acuerdo a lo anterior, se observa un público que apoya y está de acuerdo en que se cree una empresa editorial que permita incentivar los hábitos de lectura con historias, cuentos, leyendas y de más por escritores del pacífico.

Gráfica 26 Adquirir libro

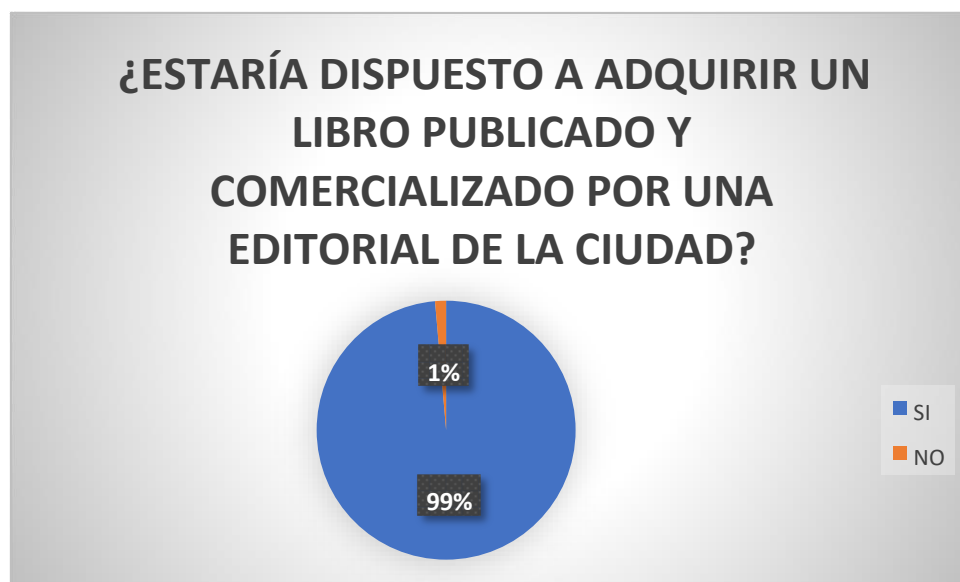


Tabla 27 Adquirir libro

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	72	99%
NO	1	1%
TOTAL	73	100%

En cuanto a la adquisición de ejemplares publicados y comercializados por la editorial en Buenaventura, el 99% de los participantes estarían dispuestos a adquirir los libros y tan solo 1% no lo haría. Se afirma que, en su mayoría, la población participante apoyaría esta iniciativa.

Gráfica 27 Comprar libro



Tabla 28 Comprar libro

VALOR	CANTIDAD PORCENTAJE	
15000-30000	42	58%
30001-60000	18	25%
60001-90000	8	11%
90001-200000	4	5%
200001- ADELANTE	1	1%
TOTAL	73	100%

En cuanto al precio de adquirir un ejemplar, el 58% de la población estaría dispuesto a comprar un libro con un costo entre 15.000 y 30.000 pesos, el 25% estaría dispuesto a adquirir un producto final por un costo de 30.001 y 60.000 pesos, el 11% de los participantes prefieren adquirir el producto entre 60.001 y 90.000 pesos, el 5% de los encuestados desearían comprarlo por un valor desde 90.001 a 200.000 pesos y finalmente el 1% lo compraría desde 200.001 en adelante.

Conocer el entorno empresarial de la editorial, estimando la demanda, la oferta y el mercado de la misma.

6.2.4 Análisis De La Demanda Y Oferta De Los Escritores Y Lectores

6.2.4.1 Análisis De La Demanda De Los Escritores

Según lo muestra el estudio de mercado realizado, en la base de datos se cuenta con 258 escritores, de ese monto total se considera que, de acuerdo con la capacidad de la empresa, se pretende atender un 8% de esa población, es decir para el primer año se trabajará con 21 escritores con distintos estilos literarios.

En el siguiente cuadro están recopilados datos arrojados por la investigación de mercado de los escritores, en él se evidencian los tipos de texto que les gusta escribir a los escritores encuestados, estos estilos fueron resumidos en tres grupos a continuación:

Tabla 29 Texto le gusta escribir

¿QUÉ TIPO DE TEXTO LE GUSTA ESCRIBIR?

LIRICOS-POETAS	21	8%
LITERARIOS-NOVELAS	97	38%
NARRATIVO-CUENTOS	106	41%
ACADÉMICO- (ARGUMENTATIVO, CIENTÍFICO, HUMANÍSTICO, INSTRUCTIVO, JURÍDICO.)	33	13%
TOTAL	258	100%

En el siguiente cuadro se analiza de acuerdo a los porcentajes resultados de la investigación de mercados con qué frecuencia escriben los 258 escritores de la base de datos, el 13% de los escritores toman más de un año para escribir y el 87% asegura tener su producto escrito para ser editado por la empresa.

Tabla 30 Frecuencia con la que escribe

FRECUENCIA CON LA QUE ESCRIBEN AL AÑO

ESTILOS	Veces al año	Cantidad escritores	Porcentaje frecuencia	e
LIRICOS-POETAS	uno X año	21	8%	
LITERARIOS-NOVELAS	uno X año	97	38%	
NARRATIVO-CUENTOS	uno X año	106	41%	
ACADÉMICO-(ARGUMENTATIVO, CIENTÍFICO, HUMANÍSTICO, INSTRUCTIVO, JURÍDICO,)	más de un año	33	13%	
TOTALES		258	100%	

Según lo muestra el estudio de mercado realizado, en la base de datos se cuenta con 258 escritores, de ese monto total se ha considerado que, de acuerdo con la capacidad de producción en planta, se pretende atender un 8% de esa población, es decir, 21 escritores con sus diferentes estilos literarios.

Tabla 31 Demanda que se aspira atender

DEMANDA QUE SE ASPIRA ATENDER 10 %

GRUPO	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad
LIRICOS	uno X año	8%	2
LITERARIOS	uno X año	38%	10
NARRATIVOS	uno X año	41%	11
ACADÉMICOS	más de un año	13%	3
<u>TOTALES</u>		<u>100</u>	<u>26</u>

Se evidencia los escritores que la empresa editorial puede , se estima que la editorial tiene una capacidad para atender 26 clientes lo que corresponde el 10% por cada año con diferentes estilos de textos, es decir, en el primer año se pretende atender 2 personas que escriben tipo de texto lirico lo que corresponde a un 8%, por consiguiente, en el mismo año atender, 10 clientes que escriben obras y/o novelas, concerniente a un 38%, por otra parte, atender 11 escritores que escriben textos narrativos como lo son los cuentos y corresponden a un 41% por año y finalmente, 3 personas con un estilo literario académico, lo que corresponde a un 13%; teniendo estos resultado se logra atender al 100% de la población estimada a atender por la editorial que son 26 escritores.

6.2.4.2 Análisis De La Demanda De Los Lectores

Hasta la fecha de este trabajo de investigación el DANE realizo la Encuesta nacional de lectura por sus siglas ENLEC en el año 2018 donde 5,1 libros es el promedio de libros leídos al año por personas de 5 años y más, que leyeron libros, en el total nacional (DANE-2021).

Teniendo en cuenta aspectos como el analfabetismo que incluyen en la necesidad de tener un libro, es basada esta demanda en el poder adquisitivo. Según el DANE, para el año 2021 proyecta que la población para el Distrito de Buenaventura será de 313.508 habitantes de esta cantidad el 14% son analfabetas a lo cual quedarían 269.617 habitantes objetivos para el proyecto, el 61,3% de esa población, es decir, **165.274** habitantes se encuentran en un rango de edad entre los 15 y 59 años, siendo esta la población objetivo se determinó un muestreo aleatorio que arrojó una muestra de 73 personas lectoras encuestadas en la investigación de mercado.

Con base en la investigación de mercado realizada para este grupo de personas al 77% de las personas encuestadas les gusta leer con libros físicos arrojando una población de 127.260 personas dato en el cual se determinará la demanda de lectores a continuación.

La cantidad de personas se definió por los resultados de la encuesta a los lectores en donde el 23% de los encuestados aseguro leer 1 libro al año, el 28% de los encuestados leyó 2, el 27% de los encuestados leyó 3 libros, el 12% de los encuestados leyó 4 y el 10% leyó 5 libros, basando estos porcentajes en el total de 127.260 personas posibles para el público objetivo de la investigación el siguiente cuadro evidencia la demanda de lectores.

Tabla 32 Demanda Lectores

DEMANDA DE LECTORES

CANTIDAD PERSONAS	CANTIDAD LIBROS LEIDOS	LIRICO 5%	NARRATIVO 14%	LITERARIO 36%	ACADEMICO 45%	TOTALES
29.270	1	1.463	4098	10537	13171	29.271
35.633	2	3.563	9.977	25.656	32.070	71.266
34.360	3	5.154	6.414	37.109	46.386	95.063
15.271	4	3.054	8.552	21.991	27.488	61.085
12.726	5	3.182	8.908	22.907	28.634	63.630
127.260	15	16.417	37.949	118.199	147.749	320.314

Fuente: Elaboración propia

La editorial espera captar el 7% de la cantidad de libros demandados por los lectores. Tabla 33 Demanda de la editorial

Lirico	Narrativo	Literario	Académico	Total
1.152	3.226	8.295	10.369	23.041

6.2.4.3 Proyección de la demanda

Tabla 34 Proyección de la Cantidad Demanda

Estilo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lirico	1152	1164	1175	1187	1199
Narrativo	3.226	3.258	3.291	3.324	3.357
Literario	8.295	8.378	8.462	8.546	8.632
Argumentativo	10.369	10.473	10.577	10.683	10.790
Total	23.042	23.272	23.505	23.740	23.978

Nota: Se pronostica que la demanda aumentara en 1% cada año.

6.2.4.3 Análisis De La Oferta

En el distrito de Buenaventura no existe una empresa dedicada a la actividad de edición, reproducción y al mismo tiempo comercialización de ejemplares escritos por personas del pacífico, sin embargo, al constituirse una empresa dedicada a este servicio, tendrá que competir directamente con sucursales que prestan sus servicios en la ciudad: las cuales son:

Sucursal - Editorial imago: se encuentra ubicada en la ciudad de Cali, esta es una editorial que presta servicios de forma indirecta en Buenaventura, la Casa Editorial Étnica Imago, hace un rescate de tradiciones que visibiliza a través de diferentes formatos, estándares, calidad y la mejor tecnología, que facilite el llegar a todos los públicos, esquemas educativos, investigativos y científicos a través de diferentes formatos como: libros, revistas, periódicos, folletos, infografías, producción gráfica, audiovisual, teatro, títeres, etc., en medios físicos y electrónicos, al igual que aporta al sentido de creación de una industria que al no ser nueva, es innovadora, con alto sentido social y cultural, acorde a lo que la humanidad requiere para sobrevivir a los continuos cambios que la globalización impone en los imaginarios. (editorialimago,2021.)

Dicho anteriormente, esta editorial se encuentra ubicada en la ciudad de Cali por ende no cuenta con instalaciones en el distrito de buenaventura lo cual es una desventaja ya que no logra abarcar en su totalidad la población de escritores urbano – rural de la región del pacífico.

Sucursal - Libros para pensar: es una editorial con sucursal en el distrito de buenaventura, se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, se dedica a

Promover la lectura y la escritura para formar personas críticas, capaces de comprender, analizar y gestar el buen desarrollo de la sociedad; acompaña, apoya, forma y promueve integralmente nuevos escritores.

(Pensarlibros-2021)

Sucursal - el 10: presta servicios en el distrito, La empresa Corporación Cultural Y Social Currulao tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, CARRERA 2 5 68 BRR ALFONSO CAICEDO ROA en la ciudad de VILLA RICA, CAUCA. Esta empresa fue constituida como ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO y se dedica a Actividades de procesos de empoderamiento, movilización e incidencia territorial en articulación permanente con procesos organizativos interculturales, especialmente para que jóvenes y mujeres, logren identificar y potenciar sus destrezas, basadas en los saberes culturales, y desde allí propiciar acciones de Sostenibilidad (Económica, Social, Ambiental, Política y Cultural) en sus proyectos de vidas individuales y colectivos.

(Corpocurrulao,2021)

Como se mencionó anteriormente, al ser en buenaventura solo una fundación que presta los servicios de forma indirecta no logra satisfacer el mercado y además no cuentan con una planta física, esto afecta su capacidad, dependiendo de proveedores de otras ciudades, lo cual causa que su oferta sea limitada en cuanto a precios.

Por otro lado, están los pequeños negocios como lo son las tipografías, que se dedican a la imprenta de productos escritos, como los son: impresión de trabajos, tarjetas corporativas, tarjetas personales, tarjetas de invitación. Etc. Los cuales tiene como aspecto positivo la gran experiencia en el mercado, pero tiene como desventajas el estancamiento tecnológico que pueda mejorar sus procesos, al no contar con una adecuada organización en sus actividades y la falta de visión para invertir en mejoras para sus instalaciones, dado que no explotan el mercado de escritores del pacifico, aquejando el no poder combinar la edición y reproducción de ejemplares que exige actualmente el mercado con su manera de trabajar, sumado a la falta de una publicidad que los haga competentes a los requerimientos en este tipo de industria.

Además de lo mencionado anteriormente, el Distrito de Buenaventura es un lugar con gran asentamiento de escritores pertenecientes tanto local como rural, quienes traen al distrito sus conocimientos, destrezas y habilidades literarias, logrando que la ciudad sea un mercado potencial en cuanto a esta industria, pero en cuanto a este tipo de ofertantes es necesario expresar que la ciudad carece de servicios que potencialicen sus escritos.

La nueva empresa será fuerte frente a los competidores, dado que les dará la oportunidad a los escritores de contar con una editorial que realice edición y reproducción de libros con alta calidad, colores y un amplio abanico de colores en diseños, no solo quedándose en diseños ya existentes, sino que también produciendo nuevos de acuerdo a las características de los clientes, permitiendo

que no tengan que desplazarse a otras ciudades, sumado a que realizara todo lo correspondiente a edición de ejemplares, es decir que los interesados no tendrán que dirigirse de un lugar a otro para realizar diferentes modificaciones en los libros, como por ejemplo, quien diseñen, luego corrija e imprima los manuscritos, será un servicio completo que no ofrece ningún competidor, haciendo que estos se sientan identificados con una empresa al contar con complementariedad, garantía y respaldo para los clientes.

6.2.5 Análisis del Entorno Empresarial

El mercado editorial en Colombia es una de las industrias culturales más consolidadas del campo cultural colombiano. Su aparición data de fines del siglo XIX y, a lo largo de la historia, se ha establecido como generador de espacios de participación en escenarios políticos y de agremiación. (MERCOSUR, 2016)

Debido a los aislamientos preventivos, las restricciones a la movilidad y demás medidas que los Estados se han visto obligados a adoptar para contener la propagación del covid-19 ha impactado considerable este mercado que es especialmente vulnerable y en general el cultural, pues su ecosistema empresarial está compuesto en su mayoría por empresas unipersonales, pequeñas y medianas. (CERLALC, 2020)

Si en el país el sector cultural ha sido vulnerable en el Pacífico colombiano el desconocimiento de las cifras es aún más alarmante, pues dificulta la necesidad estadística y científica del tema.

Por consiguiente, el presente estudio de viabilidad para la creación de una empresa editorial en el Distrito de Buenaventura, pretende aproximarse al conocimiento de este mercado para la creación de una empresa editorial en la ciudad.

6.2.5.1 Contexto Del Mercado

Para estudiar el mercado de un proyecto, es preciso reconocer los agentes que, tendrán algún grado de influencia sobre la definición de la estrategia comercial: los submercados, proveedor, competidor, distribuidor y consumidor. (Chain, 2014).

El sector editorial colombiano data a finales del siglo XIX, para el año 1900 el 66% de la población era analfabeta. Además, Colombia era uno de los países más atrasados del mundo en materia educativa en 1989, un habitante leía en promedio 0,5 libros al año. El panorama era preocupante (CCB, 2019).

Gracias a la implementación de la Ley 98 de 1993 conocida como la Ley del Libro, a partir de la cual se democratizó el libro como un medio para la difusión de la cultura, y políticas favorables para este sector mejoró el panorama de este sector, según ProColombia en el país hay más de 300 empresas especializadas en exportaciones de productos editoriales y gráficos.

En 2018, Colombia exportó US\$37,6 millones, siendo Perú, Ecuador y Estados Unidos los principales destinos, con un incremento de 17% frente al 2017. En lo corrido de ese año (eneroseptiembre), el sector exportó US\$28,6 millones, de acuerdo con cifras del DANE, con análisis de ProColombia. (Procolombia, 2019). Debido a la crisis que se vive en todo los aspectos de la vida humana por la

pandemia del COVID-19, la CERLALC (Centro Regional Para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) recomienda implementar políticas públicas que solventen y apoyen la mitigación de la crisis que vive el sector cultural como compras gubernamentales, bonos de consumo cultural, acciones gremiales, inserción en el entorno digital por parte de los agentes de esta industria, y publicación de títulos por demanda. (CERLALC, 2020)

6.2.5.2 Competencia

Las empresas editoriales se diferencian según su línea y modelo de negocio, entre estas existen tres líneas básicas:

Edición de libros. El propósito de estas empresas es editar manuscritos y transformarlos en libros. Son empresas que principalmente editan libros y, en algunos casos, venden servicios editoriales a terceros. (Lado B, 2017)

Venta de libros. A esta línea pertenecen las empresas editoriales que, además de editar libros, cuentan con puntos de venta abiertos al público. En ellos comercializan sus fondos editoriales y los de otras empresas de origen nacional o extranjero. (Lado B, 2017)

Importación y distribución de libros. Las empresas que se clasifican en esta línea se ocupan principalmente de comprar libros de fondos extranjeros, importarlos y distribuirlos en el mercado interno. Pueden establecer acuerdos para la distribución de fondos editoriales de empresas nacionales. En algunos casos, las empresas cuentan con sus propios canales de comercialización y pueden generar contenidos o servicios editoriales. (Lado B, 2017)

Editorial independiente. Son empresas de tamaño micro, pequeño o mediano que se especializan en libros de “interés general” y han seguido la tendencia de publicar autores nacionales de muchos géneros (novela, cuento, poesía, novela gráfica, ensayo, diccionarios y libros de ilustraciones, entre otros libros). Su cercanía con el acervo cultural colombiano, su carácter local y el nivel de vulnerabilidad en el que se encuentran frente a empresas multinacionales, hace que resulte de suma importancia detenerse en su funcionamiento y en los retos a los que se enfrentan. (Lado B, 2017)

Nombre	Dirección	Producto-Servicio
Librería Cristiana Manantial de Agua Viva	Calle 6 #46-60 Nivel 2 Local 10, Buenaventura, Valle	Comercializadora de libros cristianos.
Papelería Málaga	CALLE 3 3 92, BUENAVENTURA, VALLE	Comercio al por menor de libros periódicos materiales y artículos de papelería y escritorio en establecimientos especializados
Nítidos	Edificio Barreto, Cra. 2a ## 2a 12, Buenaventura, Valle del Cauca	Comercializadora, implementos de papelería y fotocopias.
La Favorita Papelería Y Cacharrería SAS	CALLE 1 A 8 A 51 BRR PUEBLO NUEVO, BUENAVENTURA, VALLE	Comercio al por menor de libros periódicos materiales y artículos de papelería y escritorio en establecimientos especializados
Distribuidora Mundicopy Sociedad Por Acciones Simplificada	DIAGONAL 3 3 A 31 ED PLAZA JOROBADA LC 1 1, BUENAVENTURA, VALLE	Mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo
Litografía Palacios	Cl. 6 #5-21 Buenaventura- Valle	Impresiones
Cosmo Publicidad	Cl. 6 #37 15 Buenaventura Valle	Impresión Digital a Gran Formato - Papelería Comercial-Diseño GráficoEstampados-Estructuras
Xpresion arte y diseño	Cl. 12 #64d 11 Buenaventura- Valle	Profesionales en diseño gráfico, encuadernación, personalización.

Tipografía impresores rosero	e Calle 2 6-99 La Virgen BuenaventuraValle	Tipografía e impresiones.
Impresores del Pacifico	Carrera 6 4A-92 Buenaventura-Valle	Fotolitografía, imprenta y tipografía.

Tabla 35 Proveedores

Fuente: Elaboración propia fuentes secundarias.

6.2.5.3 Proveedores

En esta investigación se han identificado dos proveedores que por sus precios y cantidad de productos han sido elegidos para ser proveedores de la editorial.

Distribuidores Almagro, importamos máquinas para la fabricación de Foto libros y los insumos y todo tipo de material físicos para libros, cuadernos, revistas etc. (Distribuidora almagro, 2021)

Colombia Productiva, clúster de agentes, proveedores editoriales, fortaleciendo la industria en el país.

6.2.5.4 Mercado Objetivo

Escritores: Según la investigación de mercado y la determinación de la demanda la editorial en el primer año está en capacidad de atender a 21 escritores.

Lectores: El mercado objetivo para la población lectora son colegios ,universidades, empresas privadas, publicas, organizaciones y personas naturales con gusto por la leer, según la investigación de mercado y la determinación de la demanda 127.812 son las personas objetivas a consumir los productos de la editorial dividiendo este mercado con las 3 editoriales con ofertas similares al

proyecto arroja un resultado de 31.953 personas para cada editorial segmentando a la población por nivel económico y necesidades.

6.2.5.5 Estrategia De Ventas

Estrategia de precios

Las variables que se tendrán en cuenta para determinar los precios de los servicios editoriales según investigación de fuentes secundarias son las siguientes: Servicios editoriales (Edición, diseño, tramites), costos de impresión (Cantidad de páginas *ejemplares, tipo de papel y tamaño, tipo de caratula, terminado). De esta manera se emplearán tres estrategias basadas en números de ejemplares páginas y tamaño de los libros. No se hace énfasis en los tipos de textos pues estos pueden ser variados en contenidos y no es regla general tener un numero de página o impresiones.

Los precios se basan en tres aspectos: el costo de impresión, la mano de obra y la cantidad a producir. Por ello en las siguientes tablas se explica el precio de cada estilo.

Tabla 36 Costo editores

Cargo	Cantidad	Valor x pagina	Cantidad de paginas	Total	Valor total
Editor Lirico	1	\$15.000	40	\$600.000	\$1.200.000
Editor Narrativo	1	\$15.000	150	\$2.250.000	\$22.500.000
Editor Literario	1	\$15.000	100	\$1.500.000	\$16.500.000
Editor Académico	1	\$15.000	300	\$4.500.000	\$13.500.000

Nota: Se contratará un editor por cada estilo de libro, según fuentes secundarias el precio que puede pagar la editorial por este servicio es de \$15.000 pesos por página.

Tabla 37 Costo de Impresión

Costo Impresión unidad					
Estilo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lirico (40 páginas)	\$10.000	\$10.562	\$11.156	\$11.783	\$12.445
Narrativo (150 páginas)	\$33.000	\$34.855	\$36.813	\$38.882	\$41.068
Literario (100 páginas)	\$22.500	\$23.765	\$25.100	\$26.511	\$28.001
Académico (300 páginas)	\$64.000	\$67.597	\$71.396	\$75.408	\$79.646

Nota: Según cotizaciones realizadas vía telefónica los costos de impresión a blanco y negro en promedio cuestan lo precios sugeridos en la tabla 37, está incluido el valor de la caratula.

Tabla 38 Proyección de Costos de Producción

Costo de Producción Total Unitario					
Estilo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lirico (40 páginas)	\$17.492	\$18.475	\$19.513	\$20.610	\$21.768
Narrativo (150 páginas)	\$46.425	\$49.034	\$51.789	\$54.700	\$57.774
Literario (100 páginas)	\$30.939	\$32.678	\$34.515	\$36.454	\$38.503
Académico (300 páginas)	\$71.752	\$75.785	\$80.044	\$84.542	\$89.293
TOTAL	\$166.608	\$175.971	\$185.861	\$196.306	\$207.339

Nota: En esta tabla se sumaron los costos unitarios de impresión, de los editores y del personal que interviene en este proceso el jefe editorial, Corrector de estilo y Diseñadores, basados en la proyección de la demanda esperada.

Tabla 39 Precios Unitarios Proyectados

Precios Proyectados					
Estilo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lirico	29.736	31.407	33.172	35.037	37.006
Narrativo	74.280	78.454	82.863	87.520	92.439
Literario	49.503	52.285	55.223	58.327	61.605
Académico	111.216	117.466	124.068	131.040	138.405
Total	264.734	279.612	295.326	311.924	329.454

Los precios se basaron en los costos de producción y el porcentaje de utilidad bruta a obtener, los libros de estilo lirico se obtendrá un 70% de utilidad bruta, los libros narrativos y literarios 60% y los libros académicos un 55% pues según las tablas tiene mayor cantidad de ventas. Estos precios son conscientes con las necesidades y posibilidades en el mercado.

Se debe tener en cuenta la intervención de los distintos actores y sus porcentajes de ganancia en el precio del libro así: Autores 5% pv de cada libro vendido por sus derechos de autor, distribuidores 25% del precio final de cada libro vendido, librerías físicas 25% y plataformas digitales 15%.

6.2.5.6 Proyección precios mínimos unitarios

Nota: Aumento en base de inflación 2021 la cual fue de 5.62%.

Tabla 40 Proyección de Ventas

Proyección de Ventas					
DETALLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta estilo Lirico	34.255.926	36.542.920	38.982.599	41.585.155	44.361.463
Venta estilo Narrativo	239.625.769	255.623.664	272.689.612	290.894.915	310.315.642
Venta estilo Literario	410.626.068	438.040.286	467.284.732	498.481.595	531.761.223
Venta estilo Argumentativo	1.153.195.898	1.230.185.563	1.312.315.211	1.399.927.999	1.493.389.992
Total, ventas	1.837.703.662	1.960.392.433	2.091.272.153	2.230.889.664	2.379.828.320

Nota: Para su realización se empleó la tabla de cantidades proyectadas y precios

unitarios mínimos proyectados.

En harás de simplificar los siguientes estudios se utilizan los precios de libros a blanco y negro para los estudios económicos y financieros con el fin de unificar criterios y precios.

Las variables que se tendrán en cuenta para determinar la venta de libros en el punto físico son las siguientes: Cantidad de intermediarios, medio físico o digital, transporte, cantidad de ejemplares a vender. Para ello se establecerá un porcentaje para cada agente.

Punto directo físico

Punto directo virtual

Cantidad para librerías.

Cantidad para organizaciones, empresas, personas.

Estrategia De Ventas

El año 2020 y el año 2021 son años marcados por la pandemia evento desafortunado del cual todos hemos sido víctimas, hasta la fecha no se tiene un cura a la pandemia, solo herramientas para mitigar su impacto, así mismo están todas las economías, las industrias culturales y creativas al ser necesariamente funcionales con la interacción humana han recibido mayores impactos. Entre las estrategias se encuentran:

- *Lanzamientos por medios audiovisuales y en físico con el autor.*
- *Crear un branding adecuado al perfil de la editorial.*
- *Utilizar las páginas como Amazon y SEO.*
- *Crear contenidos creativos para redes, generando tráfico.*
- *Pautar anuncios en redes.*
- *Crear alianzas con universidades, organizaciones y entidades.*

6.3 Conclusiones Estudio De Mercado

La realización de este estudio de mercado a significado un reto para las presentes, pues las condiciones externas complican cualquier tipo de interacción y es necesaria para llevar a cabo estas investigaciones, sin embargo, se logró por ello se concluye que:

1. Según las entrevistas realizadas, las encuestas y observaciones del medio, en el ambiente académico y cultura es necesaria la creación de este tipo de empresas

culturales y creativas pues el territorio tiene la necesidad de expresarse literariamente, escribir sus propias historias, y crear sus propios imaginarios coherentes con su identidad y cultura, alejándose un poco de la idolatría y monopolio de los espacios literarios.

2. Tener un espacio físico en donde encontrar libros y adquirirlos es otra de las necesidades, pues según las encuestas la mayor parte de la población aun prefiere los libros impresos.
3. En el proceso de recolección de la información se pudo entablar conversaciones con personajes importantes para este sector como Jefferson Guerrero creador de la editorial Imago, quien recalca la importancia de este proyecto y como esta estereotipada la lectura en el territorio asocia esto a momentos históricos como la diáspora africana y la herencia deconstructiva de la esclavitud.
4. En el Distrito si se lee y si se escribe es otra de las conclusiones que deja este estudio, barreras para esto son: la falta de acceso al libro, el desconocimiento del mercado, la débil cultura lectora permeada por los fenómenos de la globalización y el uso invasivo de las redes sociales, además de tener una percepción equivocada del efecto de leer.
5. Es necesario mejorar la relación que tienen las personas con los libros.
6. En el Distrito no hay una industria editorial conformada por agentes, el Centro Cultural del Banco de la Republica comprende espacios para

ello sin embargo la pandemia a mitigando las visitas y el uso de la biblioteca por la población.

7. La lectura es un aspecto motivado e impulsado por las políticas públicas, actualmente el país se está moviendo en temas alrededor de la economía naranja y el fortalecimiento de los ADN agentes de economía naranja, así que es beneficioso para la editorial aprovechar estos momentos políticos.
8. La industria cultural y creativa con mayor antigüedad es la editorial, actualmente el mercado cambia en tiempos drásticos pero el uso de la tecnología y estrategias que contribuyan a mejorar los servicios deben ser empleadas para constituir la empresa.

7. Estudio Técnico

7.1 Objetivo General

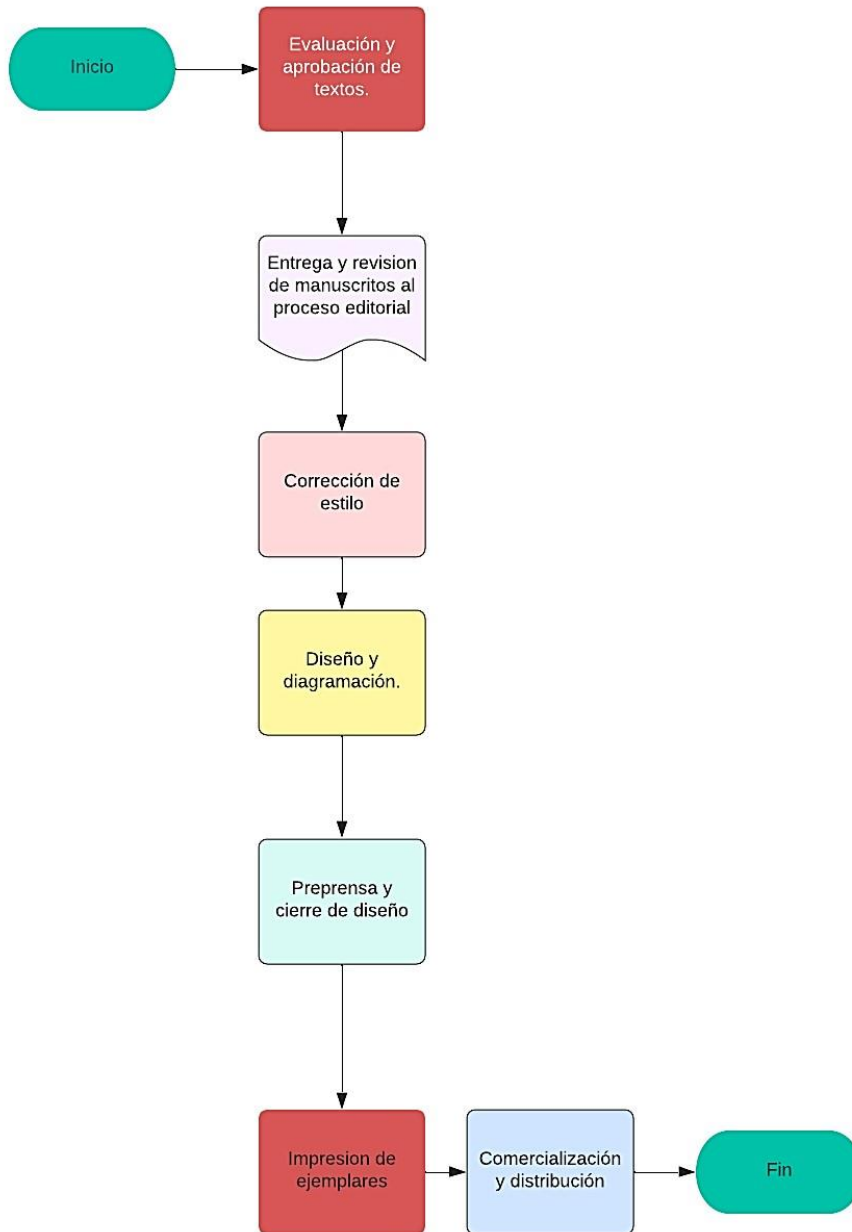
Realizar un estudio técnico que permita el análisis técnico y/o operativo de los procesos de la editorial.

7.2 Objetivos Específicos.

1. Ingeniería del proyecto.
2. Factores relevantes que determinen la adquisición de equipo y maquinaria.
3. Localización óptima del proyecto.
4. Determinación del tamaño óptimo de la planta.
5. Distribución de la planta.

7.2.1 Ingeniería Del Proyecto

Grafica 28 Ingeniería del proyecto.



Nota: *Proceso general para llevar a cabo la actividad de la empresa.*

7.2.1.1 Editorial

En esta era digital de comunicaciones y tecnologías todas las economías del mundo han cambiado o transformado sus procesos y las editoriales no se han quedado atrás, la editorial es una empresa de producción **intelectual** enfocada en la creación de contenido empleando formatos como libros físicos, e-books, audiovisuales entre otros.

La editorial cuenta con 7 procesos específicos, estos se pueden ver en el flujograma de procesos anterior, el desarrollo de estos se explica a continuación en este estudio.

7.2.1.1.2 Evaluación y aprobación

Toda obra que recibe la editorial debe ser evaluada y aprobada antes de iniciar el **proceso editorial**, pues garantizar calidad en las publicaciones es responsabilidad de la misma.

La secretaria editorial tiene el primer contacto con el escrito, es la encargada de verificar el plagio en cada uno y verifica los datos personales del autor. Al finalizar esta verificación procede a enviar los escritos al comité evaluador, en el caso que el escrito supere el 15% de plagio según el software plagirium se devuelve al autor con las aclaraciones correspondientes de dicho rechazo, con la finalidad de que el autor establezca una lectura consiente de su obra y pueda participar de las publicaciones de la editorial.

Los escritos son sometidos a un proceso de evaluación por el comité evaluador, este comité este compuesto por 3 jurados dos editores pertenecientes a la editorial y un lector externo para cada tipo de texto a evaluar (lírico, narrativo, literario, académico) ellos están encargados de leer y evaluar todos los manuscritos que sean enviados por la secretaria editorial.

Esta evaluación corresponde al cumplimiento de criterios conceptuales tales como la pertinencia, originalidad, carácter inédito, calidad, objetividad, estilo, impacto, selectividad, temporalidad y normalidad. El comité evaluador

debe tener en cuenta estos criterios siendo respetuosos e imparciales en la selección de estos textos además tener claridad del objetivo de la editorial.

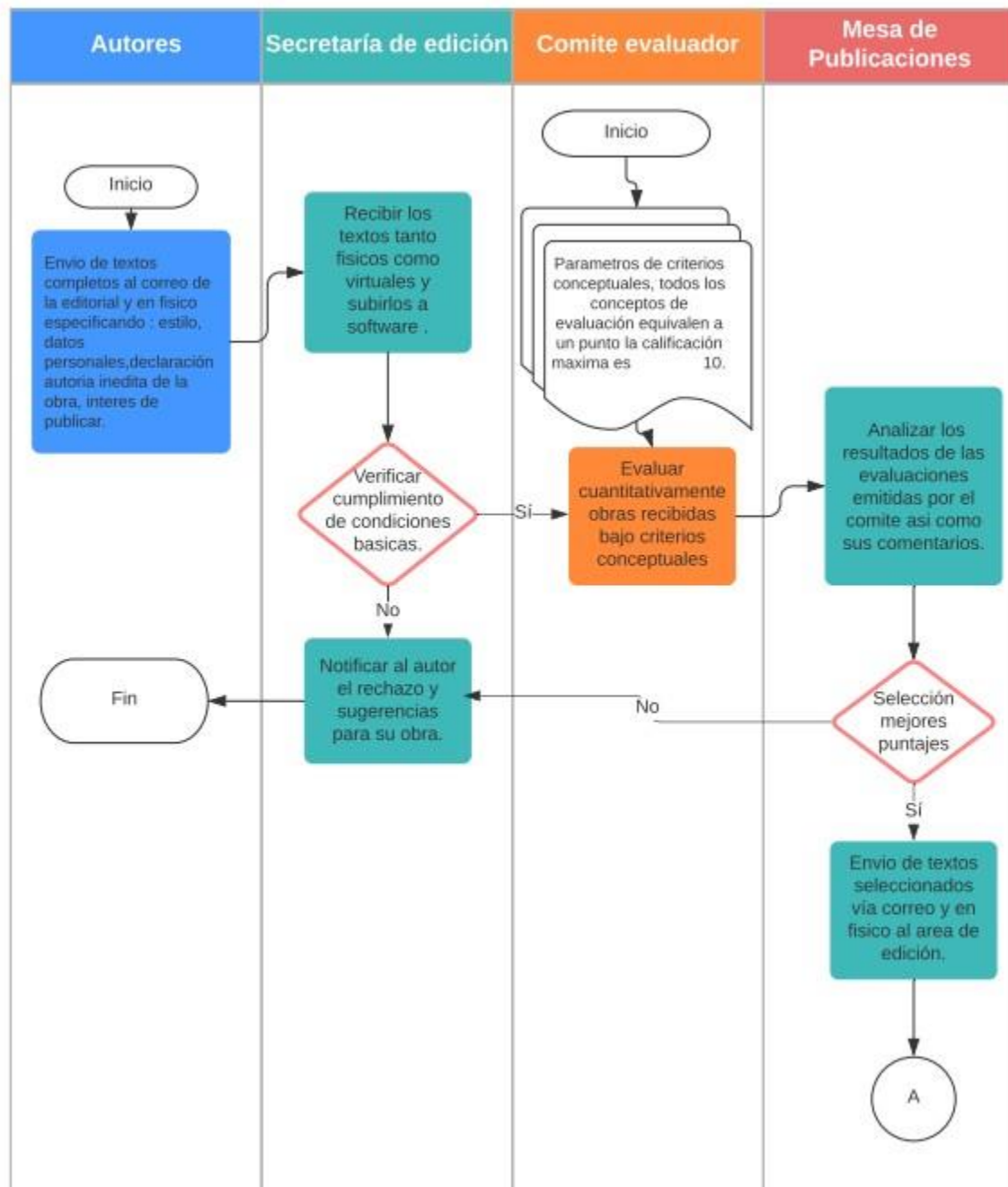
El comité califica y pondera los resultados de las evaluaciones y envía esos datos a la **Mesa de Publicaciones** compuesta por el encargado del área editorial, el área comercial y el área administrativa, esta mesa analiza los resultados de las calificaciones enviadas por el comité, aquí finalmente se escogen los mejores puntajes y se organiza un cronograma de edición en donde intervienen todos los involucrados directos del proceso para empezar el proceso productivo de la empresa.

Tabla 41 Costos Fijos del proceso 1

Costos Fijos del Proceso							
Actividad	Conceptos	Cantidad	Detalle	Tiempo	Valor		Valor Anual
Evaluación y aprobación de textos	Secretaria editorial	1	Recibe documentos, notifica y envía.	2 horas	Salario mensual	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
	Programa Plagiarism checker	1	Programa para detectar plagio en escritos.	1 hora	Compra unica	\$ 157.392	\$ 157.392
	Jefe editorial	1	Mesa de publicaciones seleccionan mejores puntajes	1 hora	Salario mensual	\$ 3.200.000	\$ 38.400.000
	Jefe comercial	1			Salario mensual	\$ 3.200.000	\$ 38.400.000
	Jefe administrativo	1			Salario mensual	\$ 3.200.000	\$ 38.400.000
Totales						\$ 11.257.392	\$ 133.357.392

La anterior tabla evidencia los valores fijos de este proceso, van a ser constantes en el desarrollo de las actividades empresariales.

Gráfica 29 Mapa de procesos Evaluación y aprobación.



7.2.1.1.3 Entrega y revisión de manuscritos al proceso editorial.

Una vez seleccionados los escritos por la mesa de publicaciones el jefe editorial se encarga de asignar un editor de acuerdo al tipo de texto del escrito, tanto el editor asignado como el autor están en constante comunicación, aquí se debe realizar un contrato interno para especificar condiciones de la editorial como las fechas, etapas del proceso, derecho de autor, derechos de edición y porcentajes de ganancia. En este acto se formaliza la relación del autor con la editorial, el autor acepta la entrega oficial del escrito e inicia su proceso editorial.

El jefe editorial realiza una revisión técnica de cada escrito donde especifica aspectos como el tipo de letra, colores por página, número de impresiones y tipo de impresión, en el caso de tener fotografías se examina la idoneidad del material gráfico para edición. El área administrativa utiliza la revisión técnica para realiza los cálculos presupuestales, cronograma y gastos asociados a su comercialización.

Tabla 42 Costos directos del proceso 2

Costos directos del proceso							
Actividad	Conceptos	Cantidad	Detalle	Tiempo	Valor		Valor Anual
Entrega y revisión de manuscritos al proceso editorial	Jefe editorial	1	Asigna editor y revisa técnicamente el escrito.	2 horas	Salario mensual ya definido		\$ -
	Autor	1	Contrato con la editorial pago derechos de autor	2 horas	Porcentaje valor derecho de autor PVP libros	10%	
	Software de proyectos	1	Cronograma proyecto editoriales	1 hora	Anual	\$ 350.000	\$ 350.000

	Jefe administrativo	1	Presupuesto del proyecto editorial	24 horas	Salario mensual	\$ 3.200.000	\$ 38.400.000
				43 horas	Totales	\$ 3.550.000	\$ 38.750.000

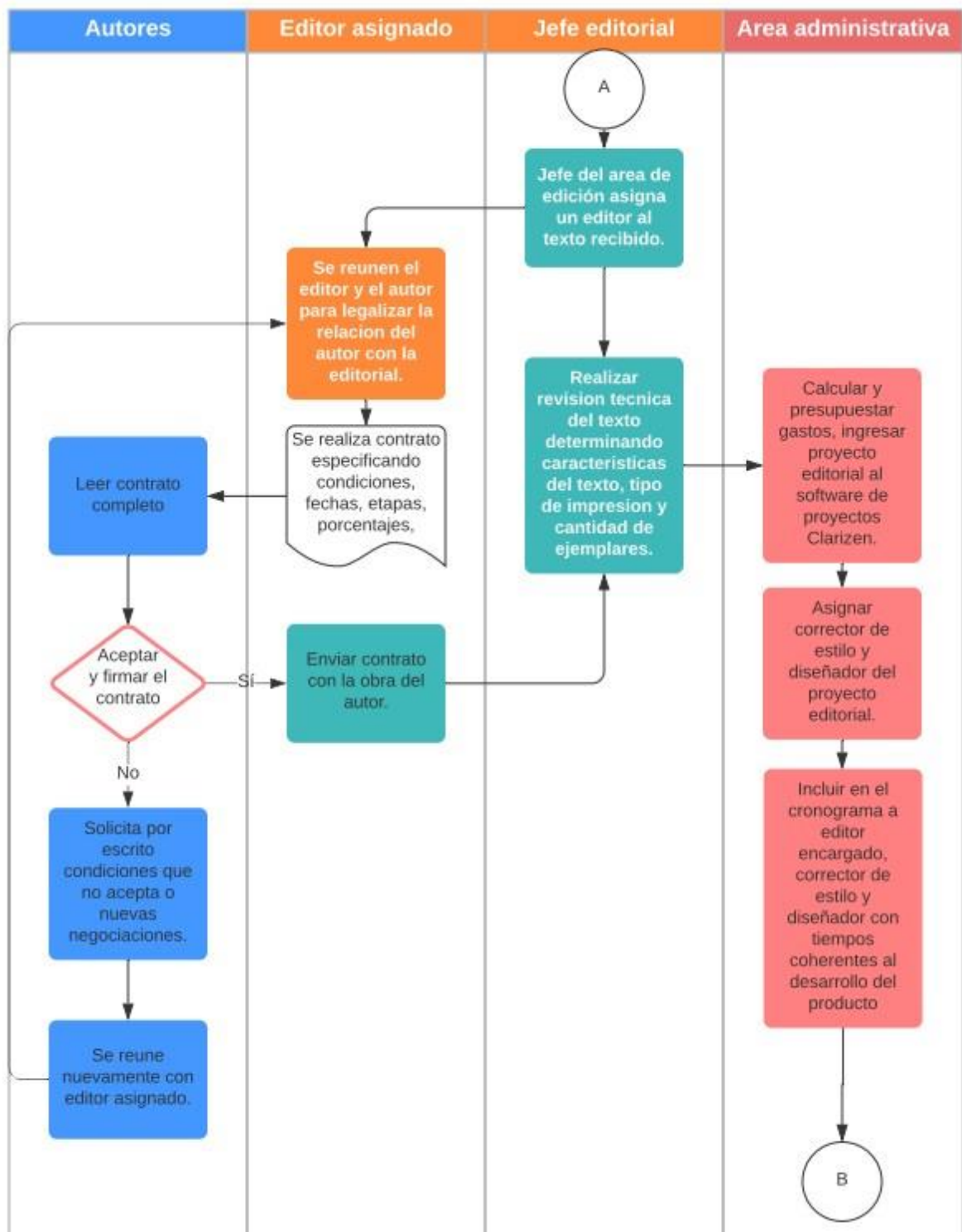
La tabla anterior evidencia los costos fijos de este proceso el software de proyecto se paga anualmente, y el valor que reciben los autores por la venta de sus libros es del 10% sobre el precio de venta de la editorial.

El valor de la edición por pagina se encuentra en el estudio de mercado.

La tabla anterior evidencia los costos variables de edición por tipo de texto, se contrata un editor por cada tipo de texto es decir 4 en el tiempo en que los escritos se vayan a producir.

La confidencialidad de la información es fundamental para la editorial por ello el editor asignado firma un contrato de confidencialidad en el caso que no use los portátiles de la empresa o no se encuentre la ciudad.

Gráfica 30 Mapa de procesos entrega y revisión de manuscritos



7.2.1.1.4 Corrección de estilo.

La editorial cuenta con 2 correctores de estilo, en este proceso se envía al corrector el escrito y tiene un plazo establecido previamente en el cronograma dependiendo la extensión del texto cantidad de páginas.

La corrección de estilo se rige por las normas de la RAE, citación tipo APA, IEEE o dependiendo el estilo del texto. Es posible hacer una o hasta tres correcciones de estilo, en esta fase el autor y el corrector están en constante comunicación.

El corrector debe respetar palabras autóctonas de los territorios o de la comunidad del autor si no es un texto académico, pues la editorial busca fortalecer las narrativas propias.

Al finalizar la corrección del texto el editor asignado revisa el trabajo realizado en caso de haber correcciones pertinentes se vuelve a enviar al corrector para finalizar el texto limpio, listo y planeado para diseño y diagramación.

7.2.1.1.5 Diseño y diagramación

El editor asignado al escrito conoce los requerimientos generales para el mismo esta información fue suministrada por el jefe editorial, por ello el diseñador basa su creatividad en esos requerimientos, una vez el diseñador inicie genera un estilo visual al libro.

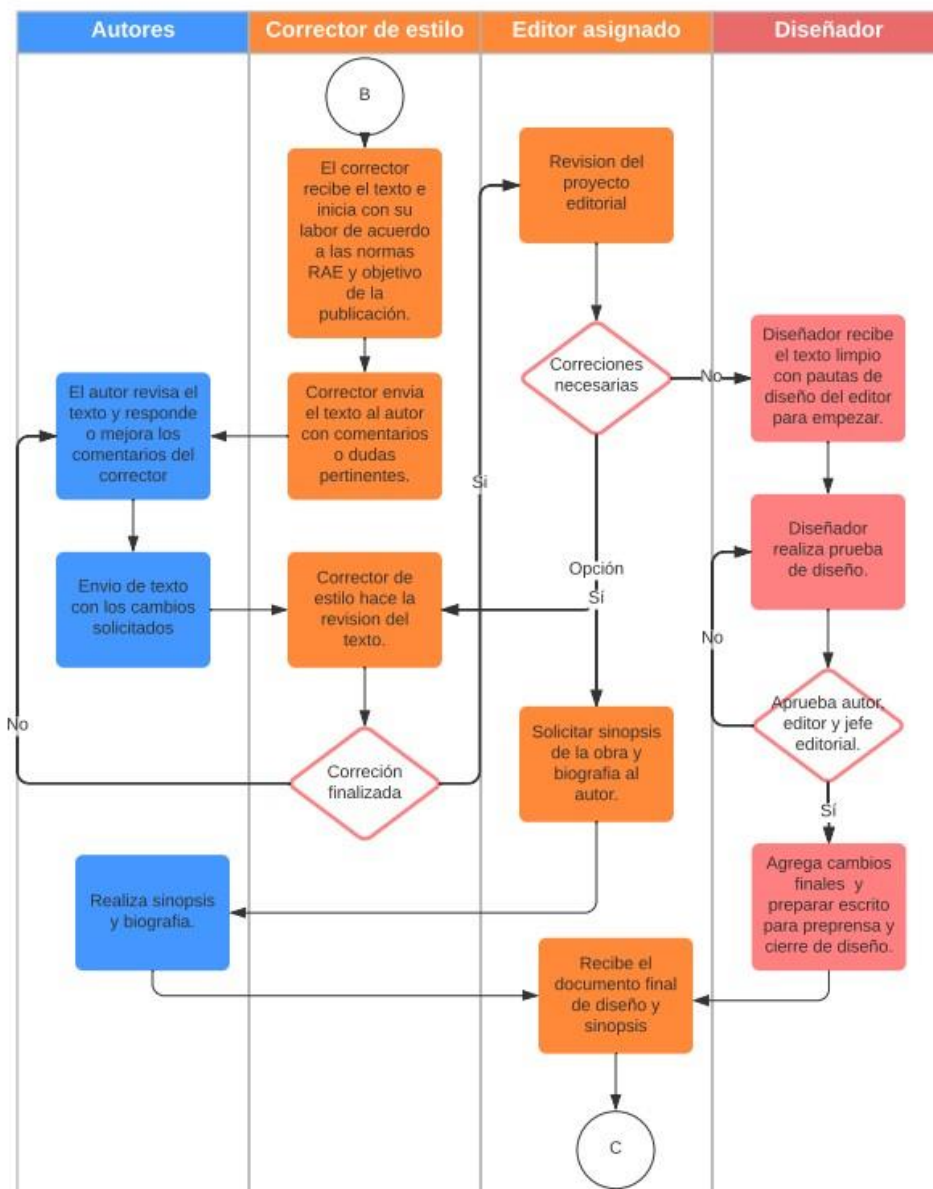
Los salarios del personal que interviene se encuentran al final del presente estudio.

Cuando el libro ya tiene un estilo diseñado se somete el resultado a una primera prueba donde tanto el editor, el autor y el jefe editorial lo aprueban, si hay comentarios el diseñador hace una segunda prueba en esta el editor decide si es suficiente o hay necesidad de más cambios. El diseñador agrega los cambios finales, una vez aprobado el diseño por el editor se prepara el escrito para pre prensa y cierre de diseño.

Tabla de equipos del proceso

Equipos			
Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Computador IMAC	3	\$ 6.029.000	\$ 18.087.000
Mesa área creativa	1	\$ 920.000	\$ 920.000
Sillas ergonómicas	6	\$ 230.000	\$ 1.380.000
Total	10	\$ 7.179.000	\$ 20.387.000

Gráfica 31 Mapa de proceso: Corrección de estilo, diseño y diagramación



7.2.1.1.6 Prerensa y cierre de diseño

La prerensa en la editorial se encarga de gestionar el ISBN o el ISSN y la ficha calcográfica en caso de necesitarlo ante librerías o entidades como bibliotecas para su comercialización. Es necesario que el autor envíe una sinopsis de su obra, el editor encargado revisa las pruebas finales, correcciones ortotipografías finales, logos, página legal, diseño o montaje final de cubierta, colofón, solapas, contra caratula y demás especificaciones, es el encargado de velar por el escrito hasta este proceso.

Los valores de los códigos son los mismo para cualquier tipo de libro y se pagan cada escrito.

7.2.1.1.7 Impresión.

La editorial preverá la gestión de la impresión por medio del outsourcing o tercerización de este proceso.

Objetivo: Efectuar la tercerización eficiente del proceso de impresión de manuscritos en la editorial.

Las razones por las cuales se ha elegido tercerizar este proceso se enfocan en disminución de costos fijos como las nóminas de operarios especializados, tiempo ocioso de las maquinas, altos costos de mantenimiento y accesorios de las maquinas. Esta tercerización se realiza bajo la modalidad de un contrato donde con el proveedor se acuerdan las siguientes clausulas:

A) Entrega de archivos a la imprenta. Se deben establecer los términos en tiempo y entregas de archivos a imprimir, así como tipo de formato, características de impresiones, tipos de papel, la comunicación debe ser fluida entre la editorial y la imprenta.

B) Obligaciones de la imprenta y de la editorial. La editorial debe suministrar la información pertinente con respecto a impresión y características específicas a la imprenta para evitar contratiempos o pérdidas financieras, la imprenta debe cumplir con los requisitos de la editorial en cuyo caso no le sea posible notificarlo con antelación.

C) Plazos de entrega y formas de pago. Los tiempos de entrega son fundamentales para las operaciones internas de la editorial por ello la comunicación es fundamental en este contrato, así como las formas de pago. Finalidad: Impresión de las obras.

Tabla 43 Proveedores Impresiones.

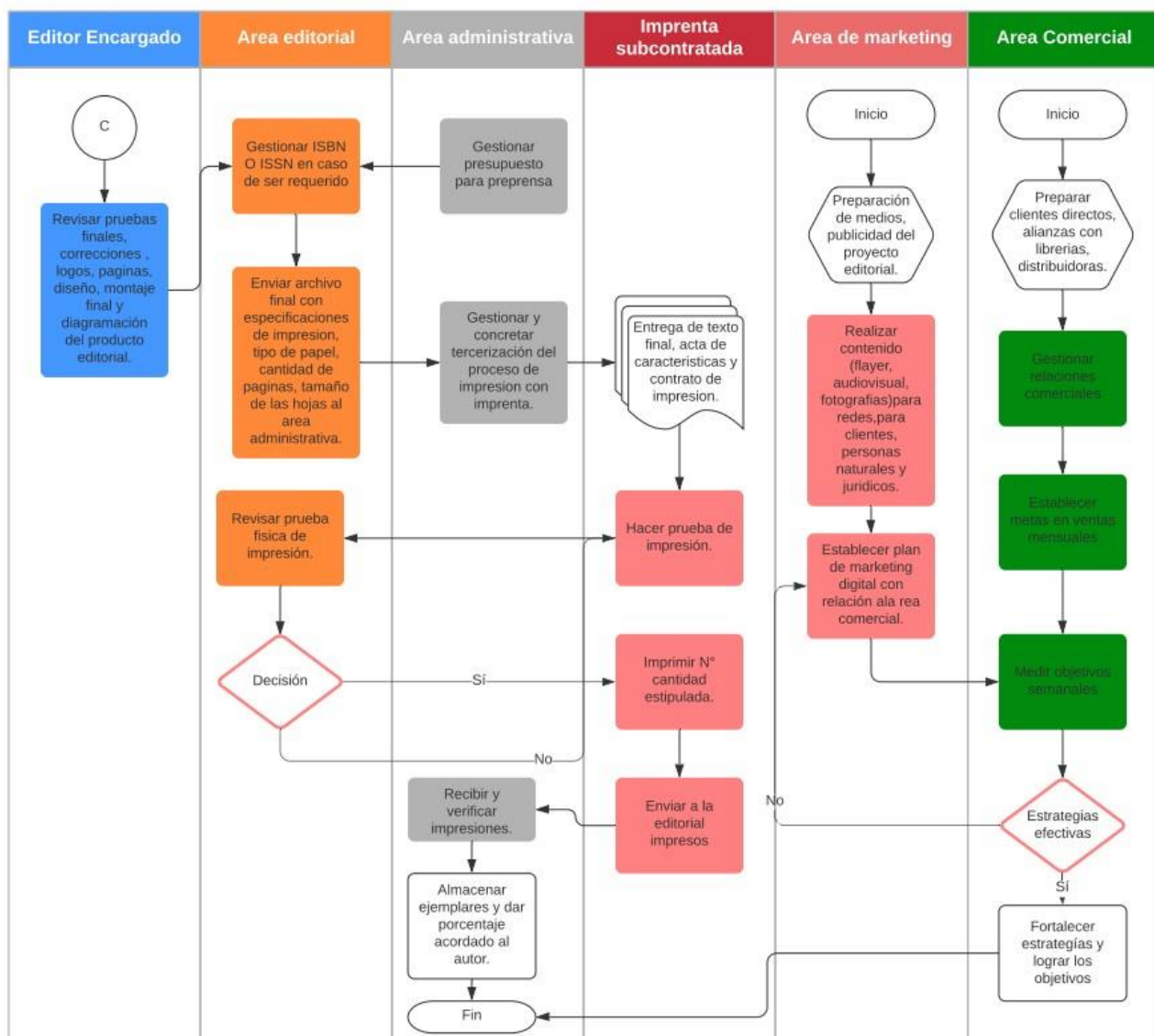
Proveedores	Ubicación
Rocco Graficas	Calle 42, No. 68-38. Barrio San Joaquín. Medellín, Colombia.
Litografía Palacios	Barrio Obrero - centro, Cl 7B #4-39, Buenaventura
Impresos Richard	Calle 56 # 5N-59 Cali

El área de mercadeo de la editorial recibe los ejemplares impresos para proceder a las entregas correspondiente al autor, a las librerías, personas.

Nota: Las impresiones cuentan con estas características, tipo de hoja bond 80 gr, Caratula tapa rustica o dura semi plastificada, a blanco y negro, dimensiones 20*15.

7.2.1.1.8 Comercialización y distribución.

En la editorial la comercialización es una actividad de venta en firme, directa o de intercambio comercial de productos editoriales, el precio se calcula basado en costos y gastos de



Gráfica 32 Mapa de proceso final libro la producción editorial. La editorial otorga

10% de la entrega gratuita al autor o autores para su uso libre. a distribución se realizará de las siguientes maneras:

- Boca a boca y eventos. La publicidad organiza voz a voz ha sido la más efectiva y económica empleada en el marketing, sin embrago sufre del efecto novedoso luego es necesario fidelizar a los clientes, la participación de eventos de lectura, cultura, ferias empresariales, ferias del libro, convenciones y demás.
- Online (tienda online + boca a boca): Generar crecimiento de las redes sociales con el objetivo de ir a la fan Page y zona de compra de la página.

- Distribución personal en tienda: La editorial contara con un punto de venta físico de sus libros donde se podrán hacer eventos pequeños con los escritores.

- Distribución profesional con distribuidora o librerías: En la efectiva gestión de vender los productos impresos la editorial por medio del área comercial podrá aliarse con distribuidora y librerías estableciendo relaciones comerciales claras. Entre estas empresas se relaciona el siguiente listado.

Armenia

- Libélula Libros: Av. Bolívar No 15 Norte -23 Local 102, Edificio Santa Margarita. Tel. 735-8646
- Librería Árbol de Libros. C. Cial Portal del Quindío, piso 3, local 6. Tel. 736-2317

Barranquilla

- Librería Nacional. Cra. 53 #75-129. Tel. (5) 368-8988
- Nido De Libros – Librería y Tienda Online. Cl. 86 #64D-58. Tel. (5) 385-8231 Bogotá
- Arteletra. Carrera 7 #70-18. Tel. 255-0681
- Casa Tomada. Transversal 19 Bis #45D-23. Tel. 245-1655
- Hojas de Parra. Cl. 29A #34A-33. Tel. 310-325-5789
- Librería Fondo de Cultura Económica. Calle 11 #5-60. Tel. 283-2200

- Librería Lerner. Centro: Avenida Jiménez #4 – 35. Tel. 334-7826 – Norte: Cra. 11 #93A-43. Tel. 636-4284
- Librería Nacional. C.Cial Andino Cra 11 #82-51 local 122. Tel. 256-5446 – 616-8227 – 3113017209
- Librería Siglo del Hombre. Carrera 31A #25B-50. Tel. 337-7700
- Librería Universidad de Los Andes. Carrera 1 #19 – 27. Tel. 339-4949
- Librería Universidad Javeriana. Carrera 7 #40 – 62. Tel. 320-8320
- Librería Universidad Nacional. Calle 20 #7 – 15. Tel. 316-5000 Ext. 29494
- Luvina. Cra. 5 #26C-06. Tel. 284-4157
- Prólogo libros. Calle 67 #6-32. Tel. 757-8069
- Panamericana Librería y Papelería. Cra. 7 #18-48, Bogotá. Tel. 336-0010
- Librería Wilborada 1047. Cl. 71 #10 47, Bogotá. Tel. 790-0012

Bucaramanga

- Profitécnicas Librería Técnica y Cultural. Calle 52 #31-162 Sede Cabecera, Calle 36#12-51 Sede Centro. Tel: (7) 6576974

-

Cali

- Librería Expresión Viva. Cl. 2 #10-28. Tel. (2) 893-6793
- Librería Nacional. Cra. 100 #169. Tel. (2) 339-5043
- Oromo Café – Librería. Cra. 72 #10A – 67. Cel. 311 704-3724

Cartagena

Ábaco Libros y Café. Cl. 36 #3-86. Tel. (5) 6511974

- Librería Nacional. Cra. 7 #36-27. Tel. (5) 6641448

El Retiro – Antioquia

- Librería Cotidiana. Cra. 20 #34-130 Mall Medialuna, local 105
- TantaTinta Librería – Café. Cl. 20 #21-11 Local 103. Cel. 300 5599989

Llanogrande, Rionegro – Antioquia

- Librería Café El Licenciado. Complex, local 26. Cel. 322 7178366

Manizales

- Libélula Libros. Cra. 23A #59 – 104. Tel. 885-4201
- Panamericana Librería y Papelería. Calle 33B #20 – 03 C.C. Fundadores, Local 230. Tel.

(6) 882-0201

-

Medellín

- Panamericana Librería y Papelería. Cra 43A #6 sur -150. Tel. 604 448-0999
- Exlibris, Café, libros y repostería. Carlos E. Restrepo Cl. 53 #64A-27. Tel. 604 230-1836
- Librería Acentos EAFIT. Universidad EAFIT. Tel 604 261-9500, ext. 9406
- Librería Al pie de la Letra Brasilia. Calle 49A #64C-42. Tel. 604 557-4279
- Librería Al pie de la Letra MAMM. Carrera 44 #19A-100. Tel. 604 557-4451
- Librería Cooprudea. Universidad de Antioquia. Tel. 604 516-7686, ext. 4
- Librería El Acontista. Calle 53 #43-81. Tel. 604 512-3052

Librería Grámmata. Estadio: Calle 49B #75-33. Tel. 604 2605685

- Librería Interuniversitaria. Carrera 44 #48-72 local 106. Tel. 604 251-1275
- Librería Nacional. C.Cial. Oviedo Av. El Poblado #6 Sur 15 Local 3288. Tel. 604 3135624
- Librería Universidad de Medellín. Cra 87 #30-65 Bloque 12. Tel. 604 340-5242, 604 3405440
- Librópolis. Carrera 49 #52-81. C.Cial. Orquídea Plaza, local 118. Tel. 604 573-0466
- Libros Antimateria. Cl. 45E #72-09. Cel. 318 2230621

-
- Librería Fondo de Cultura Económica Medellín. Cl. 49B #75-16. Cel. 320 8917139
- Casa Tragaluz: editorial, galería, café librería. Cl. 9 #43C-50. Tel: 604 448-0295

Pereira

- Librería Nacional. C.Cial. Unicentro Pereira local C05. (6) 320-2213
- Panamericana Librería y Papelería. Calle 15 #13 – 110 C.Cial Pereira Plaza Local 1584. Tel.(6) 325-8100

Algunas plataformas para E-books:

3M, ACS Nubico, Alibrate, Amabook, Amazon, Apple, Bajalibros, Baker&Taylor, Barnes & Noble, Bidi, Bookmate, Buscalibre, CEDRO, Casa del Libro, Digitalia, Kobo, Leamos, Mackin, Madrid Visor, Navision, Nubico, Odilo, Overdrive, Perlego, SKOOBE, Sanborns, Scribd, Wook, Xercode. (Silaba editores, 2022)

7.2.2 Factores Relevantes Que Determinen La Adquisición De Equipo Y Maquinaria.

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. La mayoría de la información que es necesario recabar será útil en la comparación de varios equipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores. (Urbina, 2010) A continuación se expresan ítems determinantes para la adquisición:

Proveedor: En este proyecto los proveedores tienen alto poder en la decisión de la empresa pues entre los proveedores están las imprentas, empresas donde se materializa a la idea conceptual de los productos textuales en libros, en estos momentos el país tiene una crisis de papel y gracias al incremento del dólar las importaciones incrementan su valor, estos incrementos afectan directamente los costos de producción y precios finales de los libros.

Sin embargo, aunque los precios pueden fluctuar abruptamente, invertir en equipos para imprenta es invertir en otro negocio, por ello se deben esperar en otras dimensiones el retorno de la inversión el cual oscila actualmente en unos 200.000.000 millones de pesos. Contratar a una editorial es mucho más factible para el proyecto pues se contrata por labor o proyecto y no se cuenta con maquinaria ociosa pérdidas económicas o de lento retorno.

Precio: Es un cálculo importante porque define el retorno de la inversión inicial, puntos de equilibrio y utilidades. En este proyecto la inversión es previa a la producción es decir con la concepción de un producto textual ya empiezan las inversiones y el retorno del capital puede tardar entre 6 y 10 meses. Contar con un precio adecuado intervendrá en las pérdidas o ganancias del proyecto. En el estudio de mercado se dejan establecidos precios por estilo del autor.

Dimensiones: Las dimensiones de la planta son relevantes, pero no decisorias, en su mayoría los equipos necesarios para trabajar son computadores, laptops, e impresoras además de zona creativas que fomenten el pensamiento creativo. Lo importante es generar un ambiente de trabajo saludable. En el área de ventas directas es fundamental el flujo del

aire, la iluminación y espacios para los libros donde no los dañe la humedad o el salitre del clima propio del Distrito.

Capacidad: El proyecto cuenta con capacidad de tener áreas diferenciadas para optimizar el trabajo, pero adquirir equipos de imprenta es complejo pues los requerimientos económicos, de uso energético y funcionamiento cambian por completo la capacidad del proyecto.

Flexibilidad: Esta característica se relaciona con la manera y forma de trabajo del equipo, contar con espacios ergonómicamente saludables es importante para la salud de cada uno.

Mano de obra necesaria: La mano de obra necesaria debe ser calificada es decir sean profesionales en los conocimientos técnicos y académicos. Juega un papel fundamental e importante sin la mano de obra adecuada perfiles especializados como editores, lectores profesionales, creativos creadores de contenidos, asesores literarios y correctores de estilo hacen parte de las necesidades del proyecto.

Costo de flete y de seguros: Debe brincarse si se incluyen en el precio original o si debe pagarse por separado y a cuánto ascienden, tenerlo costeadado en precios finales para no incurrir en pérdidas y desajustes financieros.

7.2.3 Factores Determinantes Del Tamaño Del Proyecto

El tamaño de un proyecto esa en función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto, es indispensable contar con un análisis de las posibilidades de elaboración técnica, se deben estudiar variables que van ligadas al tamaño del proyecto, tipo de proyecto, así como componentes determinantes para el correcto funcionamiento de la idea del negocio.

Para determinar el tamaño del proyecto es indispensable analizar variables como la demanda del mercado, suministros e insumos, tecnología, equipos y el talento humano necesario para el desarrollo del proyecto. Todos estos factores contribuyen a la simplificación del proceso para aproximarse a el tamaño del proyecto y las alternativas entre las cuáles se puede escoger se van reduciendo, a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados, y que se desarrollan a continuación.

La demanda del mercado: el desarrollo de la empresa editorial para operar requiere de un mercado que motive e incentive su desarrollo, lo cual se identificó a través del estudio de mercado demostrando que existe una demanda que necesita y requiere una alternativa en cuanto a la edición y reproducción de libros, justificando la presencia de la nueva empresa para satisfacer sus necesidades.

De acuerdo con el estudio de mercado realizado para escritores, se espera atender de la base de datos de **258 escritores** realizada por las autoras, el 8% de la población escritora (21 escritores), pues según el estudio y la capacidad operativa del proyecto es la cantidad óptima para iniciar actividades. En este sentido se atenderán 2 escritores líricos, 8 literarios, 8 narrativos y 3 académicos.

De acuerdo con el estudio de mercado de la población lectora la demanda corresponde al 77% esto en términos de población equivale a 127.812, pues este porcentaje según el resultado de la investigación les gusta leer con libros físicos, dato calculado con las cifras del DANE proyectadas al 2021 y resultados del estudio de mercado. Con mayor detalle la cantidad de libros por estilo que se proyecta en la demanda de lectores esta diversificada así: 16.458 del estilo lírico, 46.082 del estilo narrativo, 118.498 del estilo literario y 329.161 del estilo académico. Se proyecta producir el 7% de libros para los lectores arrojando un total de 23.041 libros impresos en las siguientes categorías:

Gráfica 33 Impresión libros

Estilo	Página por libro.	Libros a producir	Encuadernación	Tipo de papel	Tamaño	Paginas Totales
Lirico	40	1152	Rustica	Blanco o beige 80grs	17*24	46.080
Narrativo	300	3.226	Rustica	Blanco o beige 80grs	17*24	967.800
Literario	140	8.295	Rustica	Blanco o beige 80grs	14*21	1.161.300

Académicos	500	10.369	Rustica	Blanco o beige 80grs	17*24	5.184.500
Totales	980	23.042	1	2	2	7.359.680

La cantidad de página a imprimir por ambas caras en total es de 7.359.680.

Capacidad instalada para escritores: La Capacidad Instalada es definida como el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular puede lograr durante un período de tiempo establecido. Para ello, se deben tener en consideración la relación con los proveedores de material y de imprentas, la planta física o instalaciones y los recursos de capital con el que cuentan.

En otras palabras, la capacidad instalada está referida a la disponibilidad de la infraestructura que se requiere para producir determinados bienes o servicios. (Josefina Pachecho, 2021).

En el caso del proyecto objeto de estudio, la capacidad instalada será de 258 escritores, con el objetivo de utilizar una capacidad del 10% de la demanda anual, que corresponde a 26 escritores en sus diferentes estilos literarios, que presenta la población de Buenaventura y que estarían dispuestos a adquirir los servicios de la editorial. (Información obtenida del estudio de mercado).

Al inicio del proyecto no se pretende utilizar toda la capacidad de la planta, debido a que es conveniente que las organizaciones no trabajen con un porcentaje superior al 90%, porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extras, y si los hace, puede verse afectada significativamente en los costos; adicional a lo anterior, el posicionamiento en el mercado es algo que se debe ir ganando gradualmente.

Capacidad instalada para lectores: la capacidad instalada para atender esta población es 192.180, pero, se atenderá el 77% de los lectores encuestados, el cual corresponde a 127.812 personas de buenaventura que les gusta leer, con base a la capacidad utilizada para el primer año será del 7% para la venta de libros, que corresponde

a un total **23.041**, el cual se espera superar gradualmente la capacidad para los siguientes años y en el quinto poder utilizar toda la capacidad instalada.

Suministros e insumos: El proyecto basa su producción en el conocimiento del talento humano, sin embargo, para el desarrollo de las actividades se emplea materiales de oficina.

La impresión de libros requiere de materiales como papeles de distintos gramajes y características, tintas, materiales de encuadernación y maquinarias específicas, este proceso se llevará a cabo mediante la subcontratación de imprentas, para ello son necesarias las negociaciones previas, efectuar un contrato por un tiempo determinado, con unas características definidas y formas de pago como mínimo. A continuación, se relacionan los posibles proveedores los precios por lo general varían dependiendo cantidad de impresiones a mayor cantidad menor precio.

Tecnología y equipos: En la actualidad, un gran porcentaje de los procesos empresariales se han automatizados, con base en esto y dado que Colombia ha mostrado grandes avances en cuanto a la tecnología, este auge contribuirá a la búsqueda de la optimización en cuanto a los procesos, tratando de adquirir algunos de los equipos que han dado éxito en ciudades cercanas.

Tabla 44 Tecnología y equipos

Maquinaria	Características	Función	Proveedor	Valor
	IMac 2020 27 pulgadas 5K. Intel Core i5 3.3GHz Turbo Boost a 4.8GHz. 512Gb SSD 8Gb RAM ampliable hasta 128Gb. Radeon Pro 5300 con 4Gb VRAM. Ideal para diseño gráfico.	Equipo para diseñadores gráficos y editoriales.	Alkosto	\$6.029.000

	Impresora multifunción HP LaserJet Pro 135W con wifi blanca y negra 110V - 127V MFP 135w. Para imprimir textos a editar, editados y demás papelería necesaria.	Impresora de área de oficina administrativa	Alkosto	\$1.049.000
	Router Inalámbrico N 300Mbps TL-WR840N Velocidad de transmisión	Segundo piso de la planta	Alkosto	\$199.900
	Inalámbrica de 300Mbps ideal tanto para las tareas sensibles a banda ancha y trabajo básico. Necesario para estabilizar la señal en los equipos.			

	Discos duro Externos 1 tera de memoria: Se usan para hacer Backups (copias de seguridad) y bibliotecas de imágenes, textos y fuentes varias. También se usan para guardar ediciones pasadas.	Equipo creativo	Alkosto	\$279.000
	Impresora a tinta a color Epson Epson Artisan835 Imprime cd / DVD inalámbrica: Se usa para funciones varias, entre las más importantes, imprimir publicidad, documentos internos, fotocopiar y hacer pruebas menores.	Área creativa	Alkosto	\$933.900

	Tableta Digitalizadora Genius M610 6" X 10": usada principalmente en el área de diseño, ayuda a ahorrar tiempo en retoque fotográfico o en ilustración. Es importante para detallar procesos de diseño.	Diseñadores	Alkosto	\$441.500
	Back-UPS Pro con ahorro de energía de APC 700 son almacenadores pequeños de energía (muy similar a un regulador convencional) que permiten tener un tiempo determinado para guardar cambios en cualquier programa, en caso de un corte de energía.	Computadores de la planta	Alkosto	\$231.900

	Computador corporativo Deel, ideal para el trabajo de oficina, archivos editoriales y trabajo administrativo.	Área administrativa	Alkosto	\$1.899.000
	Teléfono Inalámbrico Dect PANASONIC ID TGC350 Negro, necesario para la comunicación con la editorial.	Área administrativa	Alkosto	\$109.900
	Yamaha Yht 4950u Sistema de sonido envolvente	Primer y segunda planta	Alkosto	\$3.699.999

	Sistema de aire CRV Toshiba	Para toda la planta, necesario para control de humedad y ácaros, evitar	Alibaba	\$4.744.656
		deterioro de los libros.		
	Cámaras de seguridad Kit Hikvision Hilook Dvr 1080 4 Ch + 4 Cámaras Seguridad	Empleadas en ambos pisos para generar registro en tiempo real de la editorial.	Mercadolibre	\$429.000

	Computador			Empleado para área de marketing y comercial	Alkosto	\$1.299.000
	Portátil	ASUS	14"			
	Pulgadas					
	X415JABV1097TS					
	Procesador					
	Intel Pentium Gold -					
	4GB RAM - Disco					
	Estado Sólido 128GB -					
	Azul					

Nota: Elaboración de fuentes como páginas web de Alkosto, Éxito, MAC, Hp.

El talento humano: Es fundamental para el funcionamiento de este proyecto pues lo más valioso es el conocimiento del equipo para llevar a cabo el desarrollo de los productos editoriales. Es necesario encontrar el quipo calificado y óptimo para el proyecto.

En el siguiente cuadro se describe la cantidad de equipo humano necesario para la editorial, entre ellos se dividen cinco áreas: administrativa, creativa, de producción, intelectual y comercial

Tabla 45 Personal de la Editorial

ADMINISTRATIVOS	
GERENTE GENERAL	\$ 4.555.760
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$ 2.299.071
SECRETARIA EDITORIAL	\$ 2.299.071
SEGURIDAD	\$ 2.071.283
HIGIENE Y LIMPIEZA	\$ 1.995.354
SUBTOTAL	
PRODUCCIÓN	
JEFE EDITORIAL	\$ 3.492.749

CORRECTOR DE ESTILO	\$	3.990.708
DISEÑADOR	\$	4.901.860
SUBTOTAL		
COMERCIAL		
JEFE COMERCIAL	\$	3.340.891
PROFESIONAL JUNIOR	\$	2.906.506
EJECUTIVO DE VENTAS	\$	4.431.098
SUBTOTAL		
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS		
Community manager	\$	1.500.000
Creador de contenido	\$	1.300.000
Abogado	\$	2.500.000
Contador	\$	2.500.000
HONORARIOS PRODUCCIÓN		
Editor Lirico	\$	1.200.000
Editor Narrativo	\$	22.500.000
Editor Literario	\$	16.500.000
Editor Académico	\$	13.500.000

Nota: El personal por honorarios tiene horarios flexibles, el resto se acoge a lo que dice la ley.

Fuente: Elaboración propia.

7.2.4 Localización Del Proyecto

7.2.4.1 Diseño de la Ubicación

Para determinar la ubicación del negocio es necesario dividir este estudio en dos partes:

7.2.4.2 Macro-Localización

La empresa estará ubicada en Buenaventura - Colombia. Se ha elegido estos lugares, porque Colombia es un País con mucho potencial para la creación de nuevas empresas, adicionalmente, el sector editorial es muy importante y aporta el 3,7% del PIB nacional. Por otro lado, se quiere incursionar en el mercado a nivel regional en el Valle del Cauca porque cuenta con la infraestructura, índices de capital humano y una economía creciente. Además, la investigación se está realizando en este territorio.

Los factores que han sido considerados para la ubicación son los siguientes:

Cercanía con el mercado objetivo, Proveedores, costos bajos en arriendo, infraestructura, seguridad y aceptación de la comunidad.

Ilustración 1 Mapa de Colombia



Fuente tomado de: <https://www.istockphoto.com/>

7.2.4.3 Micro-Localización

Para diagnosticar el lugar exacto donde estará ubicada la empresa dentro del distrito, se utilizó el método de localización por puntos ponderados, el cual se fundamenta en fijar determinados Factores importantes que pueden condicionar la ubicación del proyecto concediendo un valor porcentual o numérico a cada factor identificado, para posteriormente sumarlos y así obtener un valor total, como último con base en la comparación de los totales se elige el sector el cual obtuvo la mayor puntuación. Es pertinente aclarar que este método se desarrolla, a partir de los criterios y conocimientos de los investigadores.

7.2.4.4 Posibles Sitios De Ubicación

- Comuna 12
- Bellavista
- Centro de la ciudad

De acuerdo con el método mencionado anteriormente, se fijan los factores a los sitios mencionados y a cada uno de estos se le asignan puntos, por consiguiente, se realiza una tabla de calificación para determinar el lugar, el cual se selecciona con mayor puntuación, es importante resaltar que se escogieron estos tres sitios, dado que el mercado objetivo se encuentra disperso por los distintos sectores de la ciudad.

7.2.4.5 Definición De Factores

- Cercanía con el mercado objetivo.
- Proveedores.
- Costos bajos en arriendos.
- Infraestructura.

- Seguridad.
- Aceptación de la comunidad.

Tabla 46 Ponderación Ubicación Planta

Factor	Peso	Peso %
1. Cercanía con el mercado objetivo.	0,16	16
2. Proveedores.	0,3	30
3. Costos bajos en arriendos.	0,14	14
4. Infraestructura	0,18	18
5. Seguridad.	0,1	10
6. Aceptación de la comunidad.	0,12	12
TOTAL	1	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47 Calificación y Comparación ubicación

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN PONDERADA		
		Comuna 12	Bellavista	Centro	Comuna 12	Bellavista	Centro
1	0,3	6	8	7	1,8	2,4	2,1
2	0,16	5	6	8	0,8	0,96	1,28
3	0,14	10	8	5	1,4	1,12	0,7
4	0,18	6	6	8	1,08	1,08	1,44
5	0,1	6	6	7	0,6	0,6	0,7

6	0,12	8	8	9	0,96	0,96	1,08
TOTAL	1				6,64	7,12	7,3

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados en la tabla, se evidencia que el lugar con mayor puntuación es la parte céntrica de la ciudad, lo que concluye que es el lugar donde se localizara la empresa, dado que es una zona muy atractiva e importante para la población a la hora de comprar y adquirir sus productos, queda cerca a grandes empresas, centros comerciales, bibliotecas y demás organizaciones que desarrollan actividades de exposición cultural.

Es una excelente área en donde en consideración de los otros espacios, no presenta muchas fallas a la hora de prestar servicios a la comunidad, además es la zona más comercial del distrito, lo cual facilita el cubrimiento de imprevistos.

La zona céntrica cuenta con mejor infraestructura, brindando garantías de calidad y estética, como también, disponibilidad de encontrar construcciones que se adecuen y se adapten a los requerimientos de arrendar, por otra parte, esta área brinda una mayor seguridad en comparación a los otros sitios, tanto para los trabajadores de la organización, clientes e instalaciones, al ser un lugar dinámico y activo, da tranquilidad a todos, ya que se puede circular en cualquier horario.

7.2.4.6 Jornada Laboral.

Tabla 48 Jornada Laboral

Jornada laboral	Horas	Descanso de	Hora	Horas	Horas semana
Jornada mañana	8 horas	25 horas	1.25 horas	horas	Lunes a viernes
7:30 a.m. a 12:30 p.m.					30 h.+5 h. del
8:30 a 1:30 pm					

Descanso 15 minuto					
Almuerzo (12:30 a 1:30)					
Jornada tarde					
1:30 pm a 4:30 pm 2.30					

Horas día disponible: 6 horas.

Horas semanales disponibles: 35 horas semanales.

Horas año disponible: 6 horas x 242 días laborables = 1452 horas/año.

7.2.5 Diseño De La Planta.

7.2.5.1 Áreas De La Planta

Primer piso: en esta área de la editorial se encuentra el comercio del libro, se tiene un espacio de librería, almacén y oficinas del área comercial.

- Zona de ventas
- 7 estanterías para libros
- 1 encargado de caja
- 1 asesor
- Espacio ventas al público

- 1 baño
- Sala de espera y lectura para los clientes
- escaleras
- Área de almacén, acondicionada para guardar producción.

Primer piso

Ilustración 2 Primer piso Editorial



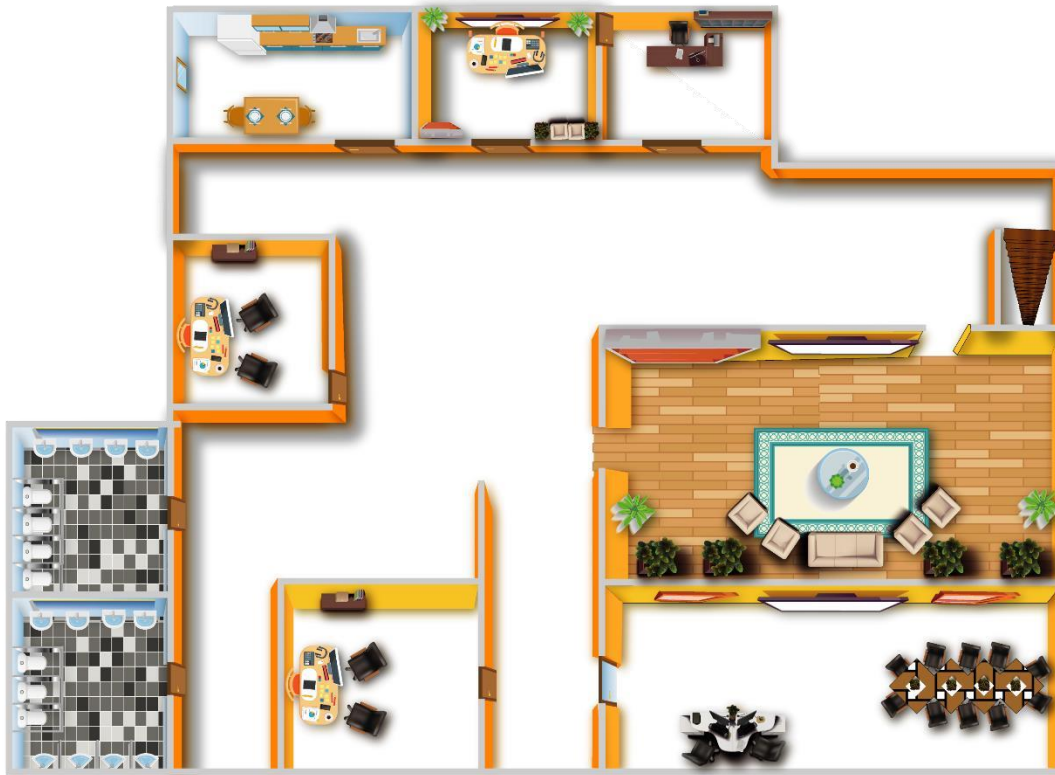
Fuente: Elaboración propia.

Segundo Piso: en esta área de la planta se encuentran las oficinas administrativas, editoriales, creativas, y de recursos humanos de la empresa.

Segundo piso: Área Administrativa

- Sala de espera
- Área Comercial
- Área de marketing
- Oficina administrativa
- Baños para mujeres y hombres
- 1 cocina y espacio para descanso
- Área intelectual y creativa.

Ilustración 3 Segundo Piso Editorial



Fuente: Elaboración propia.

7.2.5.2 Presupuesto De La Planta

Tabla 49 Materiales y suministros

Materiales y suministros	Proveedor	Precio de venta	de	Valor Anual
Papel blanco resma y reciclado	Surtitodo S.A.S.	\$ 22.500		\$ 270.000
Bolígrafos	Surtitodo S.A.S.	\$ 16.800		\$ 84.000
marcadores	Surtitodo S.A.S.	\$ 18.900		\$ 226.800

Grapadora clásica	Surtitodo S.A.S.	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Grapas clásicas	Surtitodo S.A.S.	\$ 4.800	\$ 57.600
Grapadora industrial 220 hojas	Surtitodo S.A.S.	\$ 56.900	\$ 113.800
Grapas industriales	Surtitodo S.A.S.	\$ 7.900	\$ 39.500
Cartuchos de impresoras 1000 pág.	Surtitodo S.A.S.	\$ 162.500	\$ 1.950.000
Bolsas de envío	Mercado libre	\$ 14.500	\$ 174.000
Cajas de envío	Mercado libre	\$ 44.900	\$ 538.800
Alcohol de aseo	Químicos SA	\$ 26.000	\$ 312.000
Escoba	D1	\$ 4.000	\$ 48.000
Producto de limpieza	D1	\$ 50.000	\$ 600.000
Total		\$ 579.700	\$ 6.214.500

Nota: Cantidades para toda la empresa Tabla 50 Muebles y Enceres

Muebles y enseres	Cantidad	Precio Venta Unitario
Estanterías de almacén	8	\$377.000
Estanterías de madera con colores	9	\$199.900
Estantería de pared	2	\$150.000
Escritorio ejecutivo tonos madera oscura de gerencia.	5	\$319.900
Silla de Escritorio Neumática PVC con brazos Negro	5	\$430.000
Mesa de sala de juntas	1	\$870.000
Mesa de diseño	1	\$1.100.000
Escritorio doble	1	\$563.900
Escritorio sencillo	2	\$179.900
Escritorio de recepción	2	\$1.290.000
Sillas sencillas de escritorio	12	\$154.000

Sillas para mesa	15	\$147.900
Conjunto de sala	3	\$1.869.000
Sillas	8	\$199.000
Escritorio	8	\$239.900
Sistema de Aire	1	\$4.744.656
Total	83	\$12.835.056

Nota: muebles para toda la empresa.

Tabla 51 Equipo de cómputo y comunicación

Equipos de Cómputo y Comunicaciones	Cantidad	Precio Venta Unitario
Computador	3	1.899.000
Computador IMAC	5	6.029.000
Portátil ASUS	7	1.299.000
Caja registradora	1	1.299.999
Impresora Multifuncional	1	1.049.000
Teléfono	2	109.900
Router	1	199.900
Módems	1	100.000
Impresora Epson	3	933.900
Tableta digitalizadora	2	441.500
TV Samsung 55 pulg	4	2.199.000
Cámaras de seguridad kit	2	429.000
Sistema de sonido	2	3.699.999
Back Ups	9	231.900
TOTAL	43	19.921.098

Nota: Equipos para toda la empresa.

Tabla 52 Otros servicios

Otros servicios			
Descripción	Detalle	Proveedor	Valor
Sistema de aire	Instalación sistema de aire		\$ 4.000.000
Diseño interior para planta de dos pisos mide aproximadamente 156m2	Pisos y paredes	Charlote diseñadores	\$ 2.500.000
	Alfombras y tapetes	Charlote diseñadores	\$ 650.000
	Proyecto de iluminación	Charlote diseñadores	\$ 1.100.000
	Plantas	Charlote diseñadores	\$ 480.000
Cocina	Instalación de cocina con elementos, nevera, estufa y mesa.	Acabados Buenaventura	\$ 4.500.000
Baños	1 baño mixto para cuatro personas y un baños de mujer y hombre para cuatro personas.	Acabados Buenaventura	\$ 6.429.800
Total			\$ 19.659.800

Nota: Requeridos para el efectivo funcionamiento de la planta.

7.3 Conclusiones Estudio Técnico

La realización de este estudio aclaro el funcionamiento de la economía del libro para la investigación, entre esas aclaraciones es necesario resaltar y concluir que:

El equipo humano es fundamental para el desarrollo de la editorial, pues son las personas quienes tienen los conocimientos para generar estos productos textuales y convertirlos en libros.

El personal debe tener perfiles orientados a diseño gráfico, artes, literatura, y marketing ya que la editorial hace parte del sector económico creativo y cultural.

Los equipos tecnológicos requeridos son específicos para diseñadores por ende son más costosos ya que manejan requerimientos diferentes al de los computadores para el área administrativa o de oficina.

Además de los espacios requeridos en el diseño de la planta requiere de tratamiento especial el almacenamiento, porque Buenaventura tiene una humedad relativa que prolifera la vida y daña las hojas así que es necesario cuidar del ambiente a los libros.

Los tiempos para desarrollar los procesos son específicos y de necesario cumplimiento para llevar a cabo un buen producto por ello es beneficioso para el proyecto ofertar las convocatorias de manera estratégica.

8. Estudio Administrativo

8.1 Objetivo General

Realizar un estudio administrativo orientado a lograr los objetivos de la creación de esta empresa editorial, donde se defina la estructura organizacional y legal.

8.2 Objetivos Específicos

1. Definir la estructura organizacional.
2. Definir la estructura legal.
3. Establecer la estructura administrativa en el proyecto.

8.2.1 Estructura Organizacional

Según Marcial Córdoba Padilla en su libro *Formulación y Evaluación de Proyecto* 3ra Edición, las organizaciones buscan agrupar las funciones para el logro de los objetivos propuestos, asignando actividades a los diferentes niveles y definiendo unos mecanismos de coordinación. (Padilla, 2011)

Todo cuanto existe tiene una estructura y las organizaciones son las principales en ser estructuradas para su funcionamiento, según el escritor Gareth R. Jones en su libro *Teoría Organizacional* diseño y cambio en las organizaciones el principal propósito de la estructura organizacional es el control: controlar la manera en que las personas coordinan sus acciones para lograr los objetivos organizacionales y controlar los medios que se utilizan para motivar a las personas que logren esos objetivos.

El control organizacional es esencial en cualquier tipo de organización, por ello este proyecto editorial busca definir una estructura organizacional coherente con los objetivos de su creación, las diversas actividades que desarrolla en sus propósitos y la manera eficiente de llevar y coordinar los procesos de la misma.

Las organizaciones pueden clasificarse según sus fines como empresariales, sin ánimo de lucro, gubernamentales, según su tamaño, según su formalidad, según su jerarquía, según su informalidad, según su adaptación al cambio (González, 2019)

Parte de este sistema cambiante a causa del entorno a generado en las organizaciones la necesidad de responder al cambio, este tipo de organización se denominan organizaciones inteligentes, se definen como una organización que aprende constantemente, el conocimiento

constituye una variable central, la capacidad de innovación y creatividad se amplía y el aprendizaje se convierte en una filosofía organizacional y de vida.

8.2.1.1 Teorías Organizacionales

La administración actual le debe su existencia a los diversos enfoques como el humanista, el neoclásico, el estructuralista, el de comportamiento, el sistémico, el situacional y el clásico, le han dado vida con el paso del tiempo a la administración rememorando siempre a los padres de esta ciencia, la administración científica de Taylor en EEUU con la racionalización del trabajo y la sumatoria de eficiencia laboral o la teoría clásica de la administración que busca garantizar la eficiencia en todas las partes de la organización entre sus mayores exponentes Fayol con los principios organizacionales. (Chiavenato, 2004)

El presente proyecto busca adaptarse a las tendencias actuales del entorno pues es evidente como el mismo puede generar crecimiento o pérdidas, el mundo se encuentra en una pandemia que piensa migrar a endemia el Covid-19, además de múltiples estallidos sociales, económicos y políticos, por ello basara su estructura en la organización inteligente.

Son varios los teóricos que han aportado a este tipo de organización pues es una teoría reciente, entre ellos está el estadounidense Peter Snee con la teoría de decisión y aprendizaje organizacional de donde hace énfasis en el desarrollo de una organización inteligente y Peter Drucker padre del management moderno.

En la teoría de Snee (1990) el Aprendizaje es el centro de todo y de el se desprenden 5 disciplinas elementales para las organizaciones inteligentes:

- **Dominio personal:** Una persona se encuentra en constante aprendizaje, manteniendo un alto nivel de conocimiento y habilidad para desarrollar las actividades de su puesto (López E. J., 2019). El conocimiento es fundamental en este proyecto y la especialización del mismo más.
- **Modelos Mentales:** conocer y dominar los pensamientos e ideas, así como el modo de percibir el mundo permitirá una comunicación más efectiva dentro de la empresa.

Es vital desmontar estos paradigmas arraigados en las personas donde solo facilita la discriminación, miedos y violencias.

- **Construcción de una visión compartida:** La visión motiva y da objetivo a las funciones de las organizaciones, motivar a todos a participar de esa visión logra el compromiso y cumplimiento.
- **Aprendizaje en equipo:** El diálogo es fundamental para el aprendizaje en equipo, permite consolidar un pensamiento conjunto. Es mediante la interacción colaborativa que se percibe todo aquello que permanece invisible ante una mirada solitaria. (López E. J., 2019)
- **Pensamiento sistémico:** Esta disciplina desarrolla en conjunto todas las disciplinas anteriores, la creación de un sistema funcional da paso a la organización inteligente.

Para esta teoría los principios básicos se basan en mantener una visión personal, criticar los propios paradigmas, construir un liderazgo en equipo, valorar el equipo, e integrar todo. (López E. J., 2019)

En la teoría de Peter Drucker (1909-2005) apunta sus principios a la Dirección de las empresas labor que si se realiza correctamente produce progreso económico y armonía social, entre sus lecciones esta:

- **La descentralización:** es fundamental para el crecimiento y el fortalecimiento de las compañías, porque para los grupos pequeños resulta más fácil ser conscientes de su importancia y de su contribución a los objetivos globales de la organización. (Vela, 2019)
- **Establecer objetivos:** La gestión debe darse por medio de los objetivos así es posible medir y evaluar el desempeño, diagnosticar fallos y aumentar la productividad. (Vela, 2019)
- **Autogobierno de la empresa:** Dejar parte de las gestiones en manos del equipo de trabajo, fomentando a adquirir responsabilidades propias en sus puestos, entre esas decisiones esta las vacaciones, turnos, beneficios. (Vela, 2019)

- **Enfocarse en las oportunidades:** En los momentos de dificultad lo más importante no son los problemas, sino las oportunidades. Es en ellas donde deben enfocarse las empresas, porque son las que permiten que las organizaciones crezcan y se desarrollen. (Vela, 2019)
- **El valor de los recursos humanos:** Los empleados son una inversión para las empresas y no un coste o una simple máquina, este postula obliga a dejar atrás las teorías mecanicistas. (Vela, 2019)
- **Trabajadores del conocimiento:** El mundo y la economía se transforman a partir del conocimiento no es el capital sino el saber que caracteriza al profesional, la innovación y el emprendimiento. (Vela, 2019)
- **El CEO y la eficiencia:** El CEO eficiente es aquél que sabe controlar su tiempo, dirigir sus esfuerzos hacia unos resultados previamente establecidos, construir con todas sus fuerzas y las de quienes le rodean, priorizar su trabajo en unas pocas áreas y tomar decisiones efectivas. (Vela, 2019)
- **El cliente sabe más que nosotros:** los consumidores son más listos que las empresas y no necesitan que se les diga lo que tienen que hacer. Si acaso, la labor de las organizaciones debe consistir en guiar y acompañar a los clientes, para que no encuentren ninguna dificultad a la hora de hacer lo que quieren hacer. (Vela, 2019)
- **El poder del cambio de las empresas:** las empresas son una organización humana, social y política por ello son el principio integrador de la sociedad. (Vela, 2019)
- **Liderazgo es responsabilidad:** El liderazgo tiene que estar sujeto irremediabilmente a la responsabilidad y la rendición de cuentas. (Vela, 2019)

La organización basara sus esfuerzos funcionales en estos principios y claves declaradas por estos teóricos.

8.2.1.2 Formulación Estratégica

La organización basa su funcionamiento en la era digital, era actual donde el internet y la tecnología ha permeado la economía y sociedad en el mundo dejando atrás procesos o modificándolos para esta nueva realidad.

Según Marcial Córdoba la organización diseña una formulación estratégica para desarrollar su proceso administrativo, esta formulación proporciona la dirección que guiará la misión, la visión, los objetivos y las estrategias de la empresa, pues facilita el desarrollo de planes para cada una de sus áreas funcionales.

Nombre: LECO ediciones

Objeto Social: La edición, redacción, impresión, publicación, distribución, venta y explotación publicitaria de periódicos, revistas y demás impresos unitarios por cuenta propia y/o ajena. La creación, desarrollo y explotación de agencias de noticias y colaboraciones, de publicidad y relaciones públicas, de acuerdo con las disposiciones legales. La edición, impresión, redacción, publicación y distribución de libros, folletos y cualquier tipo de material informativo y audiovisual. La producción y suministro de información por medios telemáticos, informáticos o cualquier otro soporte multimedia. La explotación y prestación de servicios de telecomunicaciones, incluidos los de telefonía, radio, televisión, transmisión de datos y cualesquiera otros medios electrónicos todos ellos en cualquiera de sus modalidades. La realización de actividades en internet, incluida la creación, desarrollo y explotación de portales, así como el suministro de servicios de información, formación y comercio electrónico. La adquisición, alquiler, venta, producción, transmisión y comercialización de cualquier tipo de obras sonoras o audiovisuales, en cualquiera de sus modalidades. La realización de estudios y análisis de mercado y opinión pública, de medición de audiencia de medios de comunicación, ya sean estos propios o ajenos. la prestación, comercialización y asesoramiento de servicios y productos en materias de información, publicidad, cultura, ocio, entretenimiento, así como de formación y enseñanza, y organización de cualquier tipo de acontecimientos relacionados con ellos.

Homonimia: La homonimia implica la existencia de dos comerciantes (personas naturales, sociedades comerciales o establecimientos de comercio) con nombres idénticos, sin tener en cuenta la naturaleza jurídica (S.A., Ltda.) o nombres reservados para las instituciones financieras o comunes sin reserva para el uso del público en general. No hay homonimia cuando dos nombres son similares. (CCB, 2022)



Consulta de Homonimia

Para el diligenciamiento de los formularios el usuario debe registrarse en el portal. Para ellos se debe solicitar algunos datos necesarios

Buscar Por Nombre

Buscar Por Palabra Clave

Razón Social

LECO editores

Buscar

El Nombre 'LECO EDITORES' No Existe. Este Nombre Estará Sujeto A Revisión Posterior Por Parte De La Cámara De Comercio.

Propuesta de logo:



Blanco y negro



A color

Elaboración propia.

Misión

LECO ediciones es una empresa editorial independiente de la ciudad de Buenaventura que tiene como misión la edición de libros de carácter académico, lírico, literario y narrativo, así como la prestación de servicios publicitarios y editoriales con una estructura eficiente que busca satisfacer las necesidades de las personas e instituciones que requieran los servicios.

Visión

LECO ediciones para 2026 será una empresa líder en el Pacífico colombiano con la industria del libro haciendo realidad la actividad editorial y lectora del territorio enfocando sus esfuerzos en generar narrativas propias, creativas e innovadoras. Contará con el mejor equipo humano y tecnológico mejorando sus estándares de calidad acercando el pacífico al mundo.

Objetivo

Ofrecer servicios integrales para escritores como lectores evidenciando la calidad y originalidad de la editorial en cada producto y servicio.

Valores Corporativos

En LECO ediciones se actúa siempre de manera honesta, practicamos en todas las relaciones con los lectores, distribuidores, autores, proveedores y empleados los más elevados principios éticos porque éstos brindan a la empresa credibilidad, permanencia y proyección internacional.

El lema “Hacemos realidad el concepto de calidad” es el fundamento para todos los procesos de la empresa, para lo cual estamos en un proceso permanente de capacitación y actualización en todos los niveles de la organización.

8.2.2 Estructura Legal

Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley. La estructura legal abarca fundamentalmente los siguientes aspectos de la organización. (Padilla, 2011)

8.2.2.1 Elección de forma jurídica

LECO ediciones emplea la forma jurídica de sociedad pues las creadoras del proyecto así lo han dispuesto según los beneficios y responsabilidades de cada una.

8.2.2.2 Sociedad S.A.S.

A partir de la entrada en vigor de la Ley 1258 de 2008 (ley que crea las sociedades por acciones simplificadas) la gran mayoría de las empresas que se crean en Colombia son SAS dada a libertad que estas generan en los socios para configurar los estatutos y así determinar las reglas que regirán cada acto de la sociedad. (AGT abogados, 2021)

8.2.2.3 Modelo estatutos de la CCB

Estatutos Sociedad Por Acciones Simplificada Empresa Leco Editores

Buenaventura 2 de marzo del 2022

Por medio del presente documento privado, LECO editores

Tabla 53 Modelo Constitución

NOMBRE	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
María Camila Pisco Gómez	Cédula de Ciudadanía	1111813660	Buenaventura	Buenaventura
Andrea del Carmen Estupiñán Yesquen	Cédula de Ciudadanía	1111912454	Buenaventura	Buenaventura

Manifestamos con la firma de este documento nuestra voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se registrará por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto Y Duración De La Sociedad

Artículo 1. Nombre, Nacionalidad Y Domicilio.

La Sociedad Se Denomina Leco Ediciones SAS. Es Una Sociedad Comercial Por

Acciones

Simplificada, De Nacionalidad Colombiana. El Domicilio Principal De La Sociedad Es La Ciudad De Buenaventura. La Sociedad Podrá Crear Sucursales, Agencias Y Establecimientos Por Decisión De Su Asamblea General De Accionistas.

Artículo 2. Objeto:

La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil asociada a la edición, redacción, impresión, publicación, distribución, venta y explotación publicitaria de periódicos, revistas y demás impresos unitarios por cuenta propia y/o ajena. La creación, desarrollo y explotación de agencias de noticias y colaboraciones, de publicidad y relaciones públicas, de acuerdo con las disposiciones legales. La edición, impresión, redacción, publicación y distribución de libros, folletos y cualquier tipo de material informativo y audiovisual. La producción y suministro de información por medios telemáticos, informáticos o cualquier otro soporte multimedia. la explotación y prestación de servicios de telecomunicaciones, incluidos los de telefonía, radio, televisión, transmisión de datos y cualesquiera otros medios electrónicos todos ellos en cualquiera de sus modalidades. La realización de actividades en internet, incluida la creación, desarrollo y explotación de portales, así como el suministro de servicios de información, formación y comercio electrónico. La adquisición, alquiler, venta, producción, transmisión y comercialización de cualquier tipo de obras sonoras o audiovisuales, en cualquiera de sus modalidades. La realización de estudios y análisis de mercado y opinión pública, de medición de audiencia de medios de comunicación, ya sean estos propios o ajenos. la prestación, comercialización y asesoramiento de servicios y productos en materias de información, publicidad, cultura, ocio, entretenimiento, así como de formación y enseñanza, y organización de cualquier tipo de acontecimientos relacionados con ellos.

Artículo 3. Duración.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

ARTICULO 4. CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	0
CLASE DE ACCION	NOMINATIVAS Y ORDINARIA
CAPITAL AUTORIZADO	
N° DE ACCIONES	VALOR TOTAL
0	0
CAPITAL SUSCRITO	
N° DE ACCIONES	VALOR TOTAL
0	0
CAPITAL PAGADO	
N° DE ACCIONES	VALOR TOTAL
0	0

Nota: ejemplo de constitución.

Artículo 5. Derechos Derivados De Cada Acción.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su

participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Capítulo Mii.

Dirección, Administración, Representación Y Revisoría Fiscal De La Sociedad

Artículo 6. Órganos Sociales:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

Artículo 7. Dirección De La Sociedad: Asamblea General De Accionistas.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que

represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

Artículo 8. Administración Y Representación Legal De La Sociedad

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas designará a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

Artículo 9. Facultades De Los Representantes Legales

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

Artículo 10. Revisoría Fiscal.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

Capítulo Iv

Estados Financieros, Reservas Y Distribución De Utilidades Artículo 11.

Estados Financieros Y Derecho De Inspección.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

Artículo 12. Reserva Legal:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

Artículo 13. Utilidades, Reservas Y Dividendos.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarse sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la

misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

Capítulo V

Disolución Y Liquidación

Artículo 14. Causales De Disolución.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración

Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

3.Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.

4.Por las causales previstas en los estatutos.

Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único

Por orden de autoridad competente.

Artículo 15. Liquidación.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

Artículo 16. Liquidador.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

Artículo 17. Sujeción A Las Normas Legales.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

Capítulo Vi

Resolución De Conflictos

Artículo 18. Arbitramento.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por 2 árbitros que decidirán en Equidad, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

Capítulo Vii

Remisión

Artículo 19. Remisión Normativa.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

Capítulo Viii

Disposiciones Transitorias

Artículo 1. Transitorio. Nombramientos.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

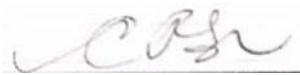
Representante Legal principal

Se designa en este cargo a: María Camila Pisco Gómez, identificado con la Cedula No.

1.111.813.660 de estando presente acepta el cargo.

La persona designada como Representante Legal principal acepta el cargo.

Firmas:



María Camila Pisco Gómez

CC1111813660

8.2.2.4 Otros aspectos legales

Afiliación Cámara de Comercio del Libro:

A la Cámara Colombiana del Libro podrán afiliarse...

Las personas jurídicas, de derecho público o privado que tengan como objeto social las actividades propias de editor, distribuidor o librero.

Las instituciones académicas que editen o distribuyan los libros y/o cuenten con librerías.

Las empresas que desarrollen estas actividades según reglamentación de la Junta Directiva Nacional (Artículo 10, capítulo IV, de los Afiliados – Estatutos Cámara Colombiana del Libro).

Los nuevos afiliados aceptados a partir del 1 de octubre de 2012 disfrutarán de los beneficios de participación en Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBO) siempre y cuando:

Tengan un año cumplido e ininterrumpido de afiliación o hayan pagado anticipadamente las cuotas de sostenimiento que hagan falta hasta cumplir el término señalado.

La empresa se encuentre a paz y salvo por todo concepto.

Para tener la calidad de Afiliado a la CCL se requiere:

Estar ejerciendo, con domicilio en el país, cualquiera de las actividades de qué trata el artículo anterior.

Gozar de buen crédito comercial y de sana reputación gremial.

No haber desarrollado actividades contrarias a la defensa y protección del derecho de autor.

Comprometerse a cumplir fiel y lealmente los estatutos, las decisiones adoptadas por la Asamblea

General de Afiliados y los reglamentos y resoluciones que con base en sus facultades expida la Junta Directiva Nacional, y

Ser admitido por la Junta Directiva y cancelar oportunamente la cuota de afiliación.

Artículo 11, capítulo IV, de los Afiliados. Estatutos Cámara Colombiana del Libro.

Proceso:

1. Diligenciar el formulario de solicitud de ingreso y anexar los siguientes documentos:

Certificado de existencia y representación legal de la empresa, expedido máximo 30 días antes por la Cámara de Comercio.

Cédula del Representante Legal.

Registro Único Tributario – RUT.

Catálogo(s) como editores o distribuidores, o muestra de la producción editorial, o documentos que acrediten los fondos editoriales que representan.

Últimos estados financieros anuales firmados por el contador o el revisor fiscal y el representante legal (especifique lo que corresponde al fondo editorial en caso de no ser una empresa o entidad editorial propiamente).

Copia de la declaración de industria y comercio de los últimos dos años.

Copia de la última declaración de renta.

Tres cartas con referencias comerciales del sector.

Formato de autorización de tratamiento de datos personales diligenciado y firmado por el representante legal.

2. Enviar esta documentación física a:

3. La Cámara verifica los documentos y pasan a ser estudiados por la Junta Directiva

4. En caso de ser aprobada la solicitud, la Cámara establece el valor de la cuota única de afiliación y de la cuota mensual que deberá pagar la empresa.

5. La Cámara Colombiana del Libro le informa oficialmente al solicitante su respuesta.

Solo hasta realizar el pago de la cuota de afiliación única se considera que la empresa pertenece al gremio. (CAMLIBRO, 2022)

Licencias Creative Commons: inscribir en la página www.creativecommons.org seleccionar la licencia que beneficie a la obra.

Tarifa Tributaria de Impuestos: Las sociedades anónimas simplificadas según el artículo 420 del Estatuto Tributario son responsables de: impuesto sobre la renta anualmente el 33%. Paga el IVA (así lo establece el artículo 420 del Estatuto Tributario. Y se cancela bimestralmente en caso de los grandes contribuyentes; mientras que los que no lo sean cancelan el IVA cada 4 meses) Paga el impuesto de Industria y Comercio (siempre que se realicen actividades industriales, comerciales o de servicios no excluidas o exentas. Añadida mente son agentes retenedores de renta, IVA e ICA). (Rankia, 2020)

8.2.2.5 Presupuesto de legalización

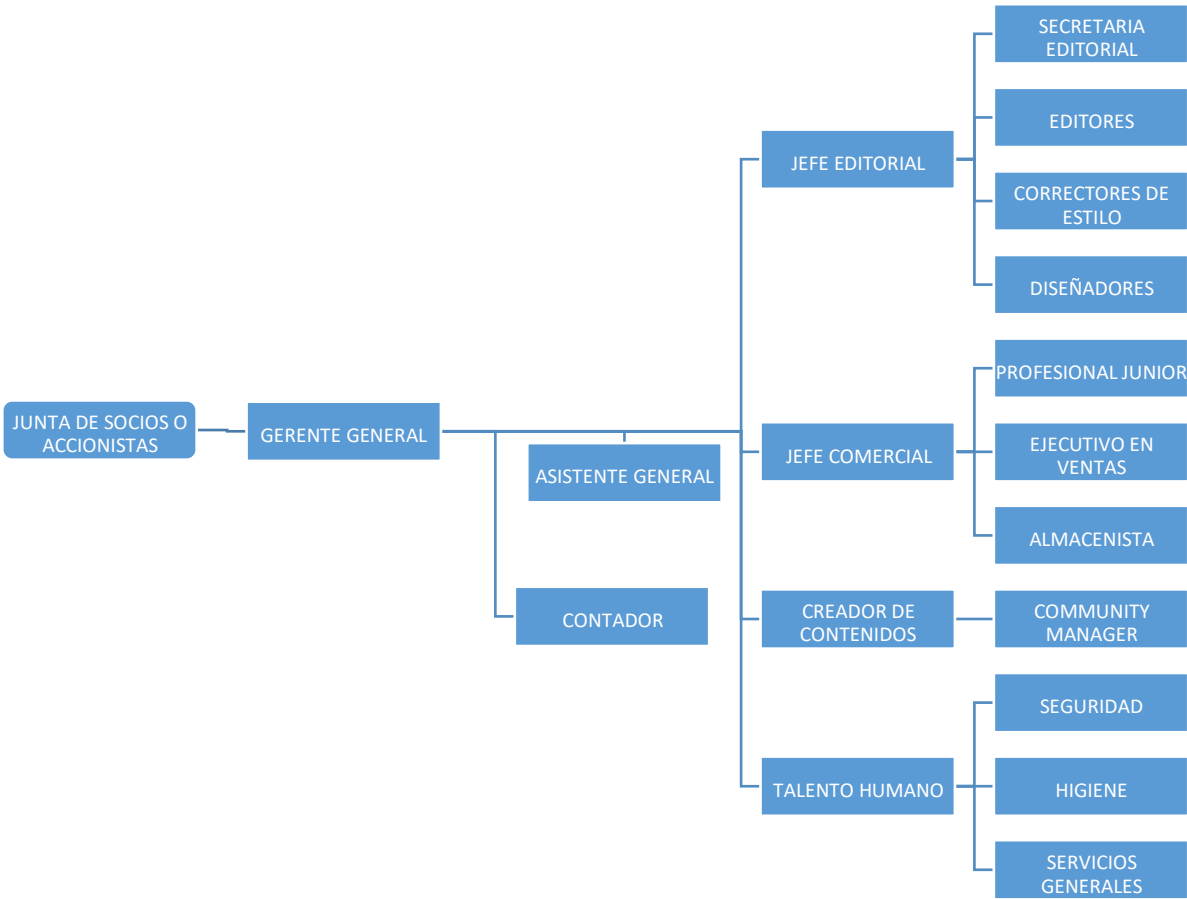
Tabla 54 Presupuesto legalización.

Tramite	Entidad	Costo
Acta de Constitución	Notaria	100.000
Estatutos	Notaria	100.000
Matricula Mercantil	Cámara de Comercio	106.000
Apertura de Cuenta bancaria	Banco	150.000
RUT	DIAN	0
Registro sanitario Fumigación	Invima	180.000
Certificado de Seguridad	SSL	80.000

Software de facturación	DIAN	1.200.000año
ICA	ICA	254.000
Registro de marca		80.000

8.2.3 Estructura Administrativa

8.2.3.1 Organigrama



Nota: El Gerente y su equipo suplen al jefe de Talento Humano

Tabla 55 Manual de Funciones Gerente

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE Gerente General

ÁREA Administrativa

JEFE INMEDIATO Junta de accionistas

CARGO	BAJO	SU Asistente administrativo, área editorial, área comercial, área de marketing, área talento humano
RESPONSABILIDAD		

1.2 FUNCION PRINCIPAL

Planificación, organización y supervisión general de las actividades de la empresa.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Administrar y coordinar los recursos de la editorial, tomar decisiones para el crecimiento de la empresa, motivar, supervisar y mediar el trabajo en equipo, conducir estrategias para la organización.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	9:00am a 6:00pm, horario de oficina
--------------------	-------------------------------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Administración de empresas con conocimientos específicos en administración de industrias culturales.
---------	--

EXPERIENCIA	2 años en proyectos culturales y/o creativos
-------------	--

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

. Hablar dos idiomas inglés y español. Manejo administrativo. Trabaja en equipo. Asigna tareas y h al día en el mercado editorial.
Proactivo. Manejo de relaciones sociales y diplomacia. Creativo.

Tabla 56 Manual de Funciones Contador

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO
--

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Contador
AREA	Administrativa
JEFE INMEDIATO	Gerente General

CARGO	BAJO	SU
RESPONSABILIDAD		

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Está a cargo de los estados financieros de la empresa.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Elaborar	los	estados	financieros.
Realizar		auditorías	financieras.
Proporcionar		asesoría	financiera.
Elaborar	informes	financieros	y tributarios.

Realizar	presupuestos	financieros.
Analizar	registros	contables.
Preparar	los presupuestos de una	empresa.
Encargarse	de la	nómir
Elaborar declaraciones de impuestos.		

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	A convenir
--------------------	------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Contador profesional con énfasis en industrias culturales.
EXPERIENCIA	2 años en el sector
SEXO	Indiferente
EDAD	Indiferente

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Confidencialidad, profesionalismo, objetivo e integro Tabla 57 Manual de funciones secretaria general

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Secretaria General
--------	--------------------

AREA	Administrativa
------	----------------

JEFE INMEDIATO	Gerente General
----------------	-----------------

CARGO	BAJO	SU
-------	------	----

RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCION PRINCIPAL

Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de

correspondencia, llevar agenda al gerente, digitar y registrar las transacciones contables

de las operaciones de la compañía y

verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas del conmutador.

- Recibir la correspondencia, radicar y entregar, tanto interna como externa · Atender todas aquellas personas que necesiten información.

- Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal

que lo requiera.

- Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social.

- Revisión de la contabilización de los documentos

- Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los

documentos contables

- Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación

de acciones de
mejora para su prevención

- Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas.
- Colaboración continua en otras labores asignadas por su jefe inmediato.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO Técnico o profesional en el área administrativa o
contables

EXPERIENCIA Mínimo 6 meses de experiencia en cargo similar.

FORMACIÓN

Manejo de los programas de Office (Word, Excel)

- Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria
- Manejo de herramientas de oficina · Conocimiento como mínimo de un programa contable
- Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece

EDAD

Indiferente

2.2REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Competencias comunicacionales, interpersonales intrapersonales y de gestión.

- Trabajo en equipo

- Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad.
- Orientación al servicio

Tabla 58 Manual de Funciones jefe Editorial

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Jefe Editorial
AREA	Editorial
JEFE INMEDIATO	Gerente General
CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD	Área editorial

1.2 FUNCION PRINCIPAL

Supervisan, organizan, dirigen y evalúan la implementación de las buenas prácticas, políticas y procedimientos en las publicaciones editoriales.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Definir las buenas prácticas y políticas de las empresas editoriales, tales como periódicos, revistas

y afines:

Evaluar y revisar los programas y procedimientos para garantizar el cumplimiento de la normativa

de la empresa.

Supervisar la concepción, planificación y ejecución de las publicaciones (libros, artículos,

revistas, columnas editoriales, entre otros).

Implementar métricas sociales y campañas de marketing para fomentar la lealtad de los lectores. Establecer un calendario editorial y administrar lo concerniente a la impresión o publicación digital de contenido

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	9:00am a 6:00pm horario de oficina
--------------------	------------------------------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Profesional en filología, filosofía, en letras o similares con énfasis en gestión de proyectos editoriales.
---------	---

EXPERIENCIA	2 años en el sector editorial
-------------	-------------------------------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Emprendedor, investigador, proactivo, creativo, visionario. Conocimientos en derechos de autor, gestión de proyectos.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Secretaria editorial
--------	----------------------

ÁREA	Editorial
------	-----------

JEFE INMEDIATO	Jefe editorial
----------------	----------------

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Archivar, planificar y coordinar las actividades generales de la oficina editorial.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

- Gestionar todas las llamadas, correos electrónicos, correspondencia y faxes, tanto entrantes como salientes, además de encargarse de la agenda general.
- Interactuar con clientes y atender consultas.
- Archivar, organizar, guardar y revisar todo tipo de documentos.

- Realizar fotocopias.
- Solicitar suministros y acordar el mantenimiento o reparación de los equipos de oficina.
- Organizar reuniones y encargarse de la logística.
- Procesar y registrar información mediante la actualización de bases de datos o archivos informáticos.
- Mantener su área de trabajo limpia y ordenada

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	9:00 am a 6:00 pm de lunes a viernes
--------------------	--------------------------------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Estudiante de últimos semestres de filosofía, administración o áreas afines.
---------	--

EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 6 meses.
-------------	--------------------------------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Puntualidad, responsabilidad, orden, manejo de bases de datos, programas de plagio, programa de proyectos, herramientas Microsoft, respeto, integridad.

Tabla 59 Manual de Funciones Editor

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Editor
--------	--------

ÁREA	Editorial
------	-----------

JEFE INMEDIATO	Jefe Editorial
----------------	----------------

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Revisan, ordenan y preparan el material antes de su impresión o publicación.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Establecer un diálogo permanente con el autor o autores de la obra a editar.

Desarrollar el manuscrito hasta su impresión

Elaborar slots

Gestionar oportunidades para los autores

Trabajar en conjunto con el área comercial para una efectiva viabilidad de los escritos.

Orientar al corrector de estilo y diseñador dando las pautas necesarias para un trabajo armonioso con la idea del manuscrito.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	A convenir
--------------------	------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Comunicación social, filosofía, literatura, licenciatura en español, con énfasis en áreas específicas de los estilos literarios.
---------	---

EXPERIENCIA	Mínimo un año como editor.
-------------	----------------------------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Confidencialidad, compromiso, innovación, pasión por la lectura, analista, investigador, gusto por aprender.

Tabla 60 Manual de Funciones Corrector de estilo

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
1.1 IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE	Corrector de estilo
ÁREA	Editorial
JEFE INMEDIATO	Jefe Editorial
CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD	
1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL	
Leer, corregir y editar segundas pruebas de corrección y textos diagramados en su versión final, impresos o en la computadora en versión Office, PDF o InDesign, con el afán de entregar un producto de calidad; todo el proceso se trabaja de acuerdo al marco legal, técnico y normativo establecido.	

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Leer, corregir y editar segundas pruebas de corrección y textos diagramados para

versión final.

Entregar productos finales al equipo de diseño y diagramación para realizar la

maquetación del libro o incorporar los cambios finales.

Coordinar con autores, Jefatura y Dirección las correcciones sugeridas.

Apoyo logístico en eventos: presentaciones de libros, conversatorios y actividades con

los autores de la DPI, en instituciones públicas y privadas

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO

Horario de oficina

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO Comunicador, periodista, filósofo,

editor.

EXPERIENCIA 1 año en el área editorial.

SEXO Indiferente

EDAD Indiferente

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Integridad, orden, control, manejo del tiempo, seguir pautas, manejo de programas de proyectos y cronogramas, conocimiento de normas literarias.

Tabla 61 Manual de Funciones diseñador editorial

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Diseñador Editorial
--------	---------------------

ÁREA	Editorial
------	-----------

JEFE INMEDIATO	Jefe Editorial
----------------	----------------

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCION PRINCIPAL

Elaborar y diseñar lo correspondiente a los productos clave de la empresa como son los libros.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Maquetar y componer diferentes tipos de publicaciones.

Estructurar y presentar el contenido de una publicación, tanto impresa como digital, de forma visual, atractiva y ordenada.

Elaborar un primer documento en el que quedan claras las instrucciones del editor. Comunicar efectivamente las pautas solicitadas en cada proyecto editorial.

En el caso de algún tipo de publicaciones, será de ayuda que el diseñador conozca el contenido. También que se familiarice con las tendencias estéticas de ese tipo de publicación.

Selección de elementos gráficos que serán clave en el arte final.

Trabajar en primer lugar con bocetos. Pueden hacerse a mano o con algún tipo de software que permite mover bloques de texto, formas e imágenes.

Crear una retícula homogénea y escoger una paleta de colores adecuada para el tipo de publicación y su temática.

Asegurarse de que el producto final es fácil de leer.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO

A convenir

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Diseño con especialización en editoriales.
---------	--

EXPERIENCIA	Mínimo un año en trabajos afines
-------------	----------------------------------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Mayor de edad
------	---------------

2.2REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Habilidades comunicativas, creatividad, disciplina, concepto artístico, estética visual.

Tabla 62 Manual de Funciones diseñador Grafico

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Diseñador Gráfico
--------	-------------------

ÁREA	Editorial
------	-----------

JEFE INMEDIATO	Jefe Editorial
----------------	----------------

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Realizar el diseño gráfico de los requerimientos en la empresa LECO editores para publicaciones físicas y digitales.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Ser responsable de los diseños, desarrollo y actualización, en colaboración con el Diseñador editorial.

Trabajar, en coordinación con las áreas de la empresa que soliciten aspectos de diseño.

Diseñar y producir materiales de comunicación de la Institución.

Hacer animaciones y multimedia.

Realizar imagen gráfica en eventos de la empresa.

Diseñar e imprimir las identificaciones de empleados llevando a cabo el resguardo de las fotografías de todo el personal.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	A convenir
--------------------	------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Diseño gráfico o afines titulado
---------	----------------------------------

EXPERIENCIA	Mínimo 6 meses en el área editorial.
-------------	--------------------------------------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Conocimientos en Microsoft Office 11.- Suite de Adobe. - Cantáis Studio, Proactividad, Confidencialidad, Responsabilidad, Integridad, Calidad en el trabajo Orientación al usuario, Iniciativa.

Tabla 63 Manual de Funciones jefe Comercial

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Jefe Comercial
--------	----------------

ÁREA	Comercial
------	-----------

JEFE INMEDIATO	Gerente General
----------------	-----------------

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD	Área Comercial
-------------------------------	----------------

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Planear, dirigir, coordinar, supervisar y controlar las actividades comerciales y

administrativas del Área de Mercadeo y Ventas, con el propósito de cumplir

con las políticas, objetivos y metas establecidas en LECO ediciones.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Establecer las metas de ventas anuales, así como los márgenes de utilidad: precio y costo, en coordinación con: Finanzas, Logística, Coordinadores de Categoría y con los Coordinadores de Puntos de Venta.

Coordinar y supervisar las actividades comerciales del negocio, mediante

la consolidación de los planes promociones generales, la integración y

seguimiento de la operación de los libros.

Coordinar, diseñar e implementar estrategias publicitarias orientadas a aumentar las ventas del negocio.

Elaborar estudios especiales de rentabilidad, competitividad, posicionamiento y rotación para los productos de las categorías con las que se opera.

Construir pronósticos de mercado para impulsar un crecimiento potencial de las ventas.

Diseñar instrumentos de trabajo para analizar el comportamiento del mercado y coadyuvar en la elaboración de estrategias para la venta. Velar y procurar que el servicio de ventas se cumpla a cabalidad y a

satisfacción del cliente.

Dirigir, controlar y evaluar la formulación de los presupuestos anuales de

ventas, compras, gastos, promoción de ventas, en coordinación con las áreas de marketing y administrativas.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	9:00am a 6:00pm
--------------------	-----------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Administrador de empresas, con especialización en comercio o afines.
---------	--

EXPERIENCIA	3 años
-------------	--------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Sensibilidad social, orientación por resultados, orientación al cliente, trabajo en equipo, liderazgo

Tabla 64 Manual de Funciones Profesional Junior

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
1.1 IDENTIFICACIÓN		
NOMBRE	Profesional Junior	
ÁREA	Comercial	
JEFE INMEDIATO	Jefe Comercial	
CARGO	BAJO	SU Ejecutivos en ventas, almacenistas
RESPONSABILIDAD		

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Alcanzar las metas establecidas en el plan de ventas de la empresa, manteniendo activa la relación con los clientes, logrando así una fidelización permanente del mismo. Asesorar el proceso de planeación, formulación y puesta en práctica de las políticas de comercialización y mercadeo, diseñando programas y estrategias de oferta y el portafolio de productos y servicios.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Coordinar los proveedores, material publicitario, material de dotación y otros elementos requeridos en acciones de promoción y marketing en eventos.

Cotización, órdenes de compra y seguimiento de pedidos de los proveedores seleccionados para suministro de materiales y artículos necesarios.

Actualización de base de datos de clientes y proveedores

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	9:00am a 6:00pm
--------------------	-----------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Ingeniero industrial, mercadeo y publicidad, comunicación
---------	---

EXPERIENCIA	Mínimo 6 meses
-------------	----------------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Debe poseer comunicación asertiva y efectiva, creatividad, debe enfocar su trabajo siempre en trato hacia el cliente, la calidad y el servicio. Debe ser proactivo y tener tolerancia al estrés puesto que debe trabajar bajo presión y manejar el conflicto. Excelente presentación personal y fluidez verbal, ser a una persona propositiva y que este orientado al mejoramiento continuo

Tabla 65 Manual de Funciones Ejecutivos de Ventas

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Ejecutivos en ventas
--------	----------------------

ÁREA	Comercial
------	-----------

JEFE INMEDIATO	Profesional Junior
----------------	--------------------

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Orientar a la empresa en temas de inversiones, realidades de mercadeo y estrategias de mercadotécnica, realizar la previsión de ventas, planificar los objetivos y estrategias de ventas.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Conocer los servicios y productos de la organización.

Ofrecer un excelente servicio post venta, con el análisis de objetivos, informe de gestión diario y atender reclamaciones e incidencias.

Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas y visitas.

Durante la venta tiene que realizar la presentación, oferta, tratamiento de objeciones y cierre de la venta.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	9:00am a 6:00 pm
--------------------	------------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Tecnólogo o en técnico ventas o mercadeo
---------	--

EXPERIENCIA	1 año
-------------	-------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Altamente creativo, critico, emprendedor, capaz de adelantarse a las necesidades del cliente, transmitir confianza al cliente, capacidad de buscar el producto que se ajuste a la medida del cliente, ser estratégico frente a las expectativas del cliente, tener estrategias de mercadeo, habilidad de líder innata.

Tabla 66 Manual de Funciones Almacenista

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Almacenista
ÁREA	Comercial
JEFE INMEDIATO	Profesional Junior

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Almacenar y administrar flujo de inventarios.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Resguardar documentos, expedientes y demás información de interés para la institución, ejecutando actividades de recepción, archivo y custodia de documentos, en una unidad de archivo, a fin de mantener información organizada a disposición de la empresa.

Empacar, embalar, marcar, rotular, unitarizar y consolidar la mercancía y/o carga según requerimientos de los clientes y métodos. Revisar y controlar los productos según la naturaleza y sistema de almacenaje. Inspeccionar, formalizar y desconsolidar la llegada de insumos y mercancías contra facturas y otros documentos.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO

8:00am a 5:00pm

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO

Técnico en manejo de
inventario.

EXPERIENCIA	Mínimo 6 meses
-------------	----------------

SEXO	Hombre
------	--------

EDAD	25-30
------	-------

2.2REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

. Manejo de Excel (indispensable)

- Creativo
- Buena presentación
- Orientado a resultados
- Trabajo en equipo • Apertura para aceptar

sugerencias

- Proactivo
- Responsable
- Organizado
- Excelente ortografía

Tabla 67 Manual de Funciones creador de contenido

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Creador de contenidos
--------	-----------------------

ÁREA	Marketing
------	-----------

JEFE INMEDIATO

Jefe de Marketing

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Redactar y elaborar materiales de valor para compartir en el ámbito digital, normalmente como parte de una estrategia integral de marketing online en la empresa.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Los objetivos se han marcado para conseguir con los contenidos a crear, escribirá pensando en el Bayer persona definido anteriormente, buscará el engagement y la aportación de valor y empleará las palabras clave adecuadas para que el posicionamiento orgánico sea óptimo.

Algunas de las pautas para la estrategia de contenidos:

La atracción de tráfico hacia nuestra página web

El aumento de conversiones como consecuencia de una mayor visibilidad

La mejor situación en el posicionamiento orgánico gracias a las publicaciones de valor

El posicionarnos como expertos de nuestro sector, como marca y como embajadores de la marca

Mediante los contenidos podemos hacer branding

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO

A convenir

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO

Profesional creativo con
conocimiento en marketign
digital

EXPERIENCIA

Mínimo 6 meses

SEXO

Indiferente

EDAD

Indiferente

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Estar en constante actualización, excelentes habilidades escritas, conocer el mercado de la empresa. Ser creativo y constante.

Tabla 68 Manual de Funciones Community manager

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Community manager
--------	-------------------

ÁREA	Marketing
------	-----------

JEFE INMEDIATO	Jefe de Marketing
----------------	-------------------

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Crear contenido atractivo y de calidad ajustado a cada producto a publicar, así como para las funciones de la empresa.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Estrategia y planificación

Edición de contenidos: Blogging

Lean Change Management

Herramientas del Community Manager

Herramientas de diseño para Community Manager

Content Curation y Cool Hunting

Story Telling y Narrativa Transmedia

Dinamizador de Comunidades

Monitorización y escucha activa

Medición y Reporting

Conocimiento profundo de las características de las redes sociales

Redes sociales principales: Facebook, Twitter

Redes sociales B2B: LinkedIn

Redes sociales de imagen: Instagram, Youtube, Pinterest, Snapchat

Neurocopyrighting y SEO On page

Search Marketing: SEO y SEM

Inbound Marketing & Social CRM

Social Ads (Facebook, Twitter, Outbrain)

Hacking Social Media

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO

A convenir

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO

Marketing, creativo, diseño,
afines.

EXPERIENCIA

Mínimo 1 año

SEXO

Indiferente

EDAD

Indiferente

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Capacidad de empatía y comunicación, moderación, creatividad, conocer la

tendencia.

Tabla 69 Manual de Funciones Talento Humano

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
1.1 IDENTIFICACIÓN		
NOMBRE	Jefe Talento Humano	
ÁREA	Talento Humano	
JEFE INMEDIATO	Gerente General	
CARGO	BAJO	SU Area talento humano
RESPONSABILIDAD		
1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL		

Administrar el personal de la empresa gestionando procesos de selección, control y retiro de empleados, y liderar programas de salud ocupacional, afiliaciones a EPS, ARP, AFP, CCF, liquidaciones de nómina, seguridad social y parafiscales, velar por el cumplimiento de las funciones y ejecutar sanciones disciplinarias.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Diseñar el modelo de talento humano de manera participativa y de acuerdo con políticas y parámetros de calidad establecidas.

Definir objetivos, políticas y estrategias del talento humano de acuerdo con el direccionamiento estratégico de la entidad.

Estandarizar los procesos y procedimientos de acuerdo con parámetros establecidos.

Elaborar planes, programas y proyectos de gestión del talento humano, periódicamente y según procedimientos.

Dirigir, coordinar y ejecutar la planeación, dirección y control de los procesos inherentes de talento humano.

Coordinar estudios, diagnósticos y evaluaciones, que midan las condiciones laborales y ocupacionales de los servidores públicos.

Coordinar y supervisar las actividades y procedimientos de administración de personal, contratación y vinculación, según normatividad vigente y procedimientos establecidos.

Identificar las necesidades y requerimientos del servicio según normas y procedimientos establecidos.

Definir cargas de trabajo de acuerdo a metodologías establecidas.

Fijar y coordinar el desarrollo de los programas de inducción y reinducción de acuerdo con los lineamientos institucionales y los plazos establecidos.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	9:00am a 6:00pm
--------------------	-----------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Psicología, Economía, Administración pública empresas, Administración Ingeniería industrial y afines
---------	--

EXPERIENCIA	2 años
-------------	--------

SEXO	Mujer
------	-------

EDAD	35 en adelante.
------	-----------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Liderazgo

Planeación

Toma de decisiones

Dirección y desarrollo personal

Conocimiento del entorno

Tabla 70 Manual de Funciones Seguridad

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE

Seguridad

ÁREA

Talento Humano

JEFE INMEDIATO

Jefe Talento Humano

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Brindar seguridad a el personal que trabaja dentro de la obra y de los equipos, maquinaria, herramientas, o cualquier artículo que se encuentre dentro de las instalaciones de la empresa/obra.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Vigilar el ingreso a las instalaciones por parte del personal, teniendo pleno conocimiento de quien entra y sale de los mismos.

Vigilar todo artículo que los contratistas, trabajadores de la empresa o la empresa tengan dentro de las instalaciones.

Tener una bitácora con todas las entradas y salidas de elementos importantes.

Realizar rondas por las instalaciones para verificar que todo este marchando con normalidad

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO	A convenir
--------------------	------------

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Seguridad y vigilancia
---------	------------------------

EXPERIENCIA	Mínimo 6 meses
-------------	----------------

SEXO	Indiferente
------	-------------

EDAD	Indiferente
------	-------------

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Deben ser personas ágiles, con buen estado físico y compromiso de servir a la comunidad. Debe tener conocimiento en defensa personal y manejo de armas de dotación.

Tabla 71 Manual de Funciones Oficios Varios

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL CARGO

1.DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.1 IDENTIFICACIÓN

NOMBRE	Oficios varios
ÁREA	Talento Humano
JEFE INMEDIATO	Jefe Talento Humano

CARGO BAJO SU RESPONSABILIDAD

1.2 FUNCIÓN PRINCIPAL

Mantener el orden y aseo de las instalaciones de la empresa.

1.3 FUNCIONES ESPECIFICAS

Velar por la eficiente recolección, clasificación y disposición final de los desechos orgánicos e inorgánicos de las instalaciones.

1.4 CONDICIONES DE TRABAJO

HORARIO DE TRABAJO

2. ESPECIFICACIONES DEL CARGO

2.1 REQUISITOS GENERALES

ESTUDIO	Bachiller
EXPERIENCIA	1 años
SEXO	Indiferente
EDAD	Indiferente

2.2 REQUISITOS PERSONALES

COMPETENCIAS

Persona respetuosa, con capacidad de seguir instrucciones de superiores, con disposición de servicio, buena relación interpersonal y buen espíritu de trabajo.

8.2.3.3 Administración Del Personal

La administración de personal busca coordinar eficazmente los esfuerzos individuales del grupo de personas que conforman una organización, además de propender por asegurar su bienestar, con la finalidad de lograr la consecución de ciertos objetivos planteados por la dirección. Entre los objetivos de la administración de personal en la empresa editorial se busca:

- Lograr una planta estable de trabajo
- Desarrollar al máximo las potencialidades, habilidades, capacidades y competencias del personal que integra la organización o empresa.
- Mejorar la calidad de vida en el trabajo
- Mejorar el clima y cultura organizacionales
- Desarrollar personal altamente motivado, satisfecho y comprometido con la organización.
- Capacitar al talento humano.
- Promover ascensos en el interior de la empresa.
- Tener horarios flexibles de trabajo.
- Plan interno de cuidado y bienestar coherente con la contingencia del COVID

19.

Para LECO editores es fundamental administrar efectivamente el personal, teniendo en cuenta que es el área más importante de la empresa pues por medio de sus conocimientos se desarrolla la misma.

8.2.3.5 Reclutamiento Y Contratación.

Primera fase:

- Definición del perfil ● Hacer pública la vacante
- Recepción de currículos.
- Selección entre 3 o 4 candidatos para proceder con las entrevistas

Segunda fase:

- Entrevistas
- Aplicación de las pruebas técnicas y psicotécnicas

Tercera fase:

- Selección del candidato idóneo para el cargo.

Cuarta fase:

- Comienzo del proceso de contratación
- Propuesta económica ● Funciones a realizar
- Exámenes de ingreso
- Afiliación a seguridad social
- Fecha de ingreso

8.2 Estructura Salarial.

Tabla 72 Estructura salarial proyectada

PROYECCION PERSONAL						
CARGO	Valor mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			5,62%	5.62%	5.62%	5.62%
ADMINISTRATIVOS						
GERENTE GENERAL	\$ 4.555.760	\$ 54.669.120	\$ 57.741.525	\$ 60.986.598	\$ 64.414.045	\$ 68.034.114
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$ 2.299.071	\$ 27.588.853	\$ 29.139.347	\$ 30.776.978	\$ 32.506.644	\$ 34.333.518
SECRETARIA EDITORIAL	\$ 2.299.071	\$ 27.588.853	\$ 29.139.347	\$ 30.776.978	\$ 32.506.644	\$ 34.333.518
SEGURIDAD	\$ 2.071.283	\$ 24.855.397	\$ 26.252.270	\$ 27.727.648	\$ 29.285.942	\$ 30.931.812

HIGIENE Y LIMPIEZA	\$ 1.995.354	\$ 23.944.245	\$ 25.289.912	\$ 26.711.205	\$ 28.212.375	\$ 29.797.910
SUBTOTAL		\$ 158.646.469	\$ 167.562.400	\$ 176.979.407	\$ 186.925.650	\$ 197.430.871
PRODUCCIÓN						
JEFE EDITORIAL	\$ 3.492.749	\$ 41.912.992	\$ 44.268.502	\$ 46.756.392	\$ 49.384.101	\$ 52.159.488
CORRECTOR DE ESTILO	\$ 3.990.708	\$ 47.888.490	\$ 50.579.824	\$ 53.422.410	\$ 56.424.749	\$ 59.595.820
DISEÑADOR	\$ 4.901.860	\$ 58.822.314	\$ 62.128.128	\$ 65.619.729	\$ 69.307.558	\$ 73.202.643
SUBTOTAL		\$ 148.623.797	\$ 156.976.454	\$ 165.798.531	\$ 175.116.408	\$ 184.957.950
COMERCIAL						
JEFE COMERCIAL	\$ 3.340.891	\$ 40.090.688	\$ 42.343.785	\$ 44.723.505	\$ 47.236.966	\$ 49.891.684
PROFESIONAL JUNIOR	\$ 2.906.506	\$ 34.878.069	\$ 36.838.217	\$ 38.908.524	\$ 41.095.184	\$ 43.404.733
EJECUTIVO DE VENTAS	\$ 4.431.098	\$ 53.173.172	\$ 56.161.504	\$ 59.317.781	\$ 62.651.440	\$ 66.172.451
SUBTOTAL		\$ 128.141.929	\$ 135.343.506	\$ 142.949.811	\$ 150.983.590	\$ 159.468.868
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS						
Comunity manager	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 19.011.600	\$ 20.080.052	\$ 21.208.551	\$ 22.400.471

Creador de contenido	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000	\$ 16.476.720	\$ 17.402.712	\$ 18.380.744	\$ 19.413.742
Abogado	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000	\$ 31.686.000	\$ 33.466.753	\$ 35.347.585	\$ 37.334.119
Contador	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000	\$ 31.686.000	\$ 33.466.753	\$ 35.347.585	\$ 37.334.119
HONORARIOS PRODUCCIÓN						
Editor Lirico		\$ 1.200.000	\$ 1.267.440	\$ 1.338.670	\$ 1.413.903	\$ 1.493.365
Editor Narrativo		\$ 22.500.000	\$ 23.764.500	\$ 25.100.065	\$ 26.510.689	\$ 28.000.589
Editor Literario		\$ 16.500.000	\$ 17.427.300	\$ 18.406.714	\$ 19.441.172	\$ 20.533.765
Editor Académico		\$ 13.500.000	\$ 14.258.700	\$ 15.060.039	\$ 15.906.413	\$ 16.800.354
SUBTOTAL		\$ 147.300.000	\$ 155.578.260	\$ 164.321.758	\$ 173.556.641	\$ 183.310.524
TOTAL	\$ 44.084.350	\$ 582.712.194	\$ 615.460.620	\$ 650.049.507	\$ 686.582.289	\$ 725.168.214

Nota: Incluyen los diferentes tipos de contratación.

8.3 Conclusiones del Estudio.

1. Para este estudio las personas o el talento humano son fundamentales para su funcionamiento por ello en este apartado se detalla esa relación laboral, como se espera que sea el clima, horarios, contrataciones y perfiles profesionales necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa.
2. Se requiere de talento humano especializado pues sus conocimientos son necesarios para la producción.

3. El modelo administrativo se enfoca en el conocimiento y la generación del mismo, pues esta empresa basa sus pilares en las organizaciones inteligentes donde se valora en gran medida el conocimiento.

9. Estudio económico y financiero

Según Sapag, Nassir y Reinaldo (2003), los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. Es decir, en esta etapa se realizan los estados proforma (estado de resultados y balance general), para su posterior análisis mediante el uso de razones financieras. Pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (PADILLA, 2004)

9.1 Objetivos

9.1.1 Objetivo general

Realizar un estudio económico y financiero que identifique los procedimientos de cálculo de los diferentes costos e inversiones, así como la rentabilidad que deben ser considerados en la creación de la empresa editorial.

9.1.2 Objetivos específicos

1. Definir el Presupuesto de ingresos de la empresa editorial.
2. Identificar los costos e inversiones de la creación de una empresa editorial.
3. Determinar el capital de trabajo requerido para el funcionamiento
4. Medir la rentabilidad del proyecto

9.2 Definir el Presupuesto de ingresos de la empresa editorial.

En coherencia con las proyecciones de ventas de la empresa editorial y teniendo en cuenta que la misma espera atender el 7% de la demanda insatisfecha, con un 5% de ganancia por libro vendido a los autores de ellos, con una proyección de crecimiento de acuerdo a la inflación del año anterior la cual es del 5,26% se evidencias los resultados en la siguiente tabla

Tabla 73 Proyección de ventas Libros de la empresa editorial.

DETALLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta estilo Lirico	34.255.926	36.542.920	38.982.599	41.585.155	44.361.463
Venta estilo Narrativo	239.625.769	255.623.664	272.689.612	290.894.915	310.315.642
Venta estilo Literario	410.626.068	438.040.286	467.284.732	498.481.595	531.761.223
Venta estilo Argumentativo	1.153.195.898	1.230.185.563	1.312.315.211	1.399.927.999	1.493.389.992
Total ventas	1.837.703.662	1.960.392.433	2.091.272.153	2.230.889.664	2.379.828.320

La información de este cuadro se encuentra en el estudio de mercado página #

9.3 Identificar los costos e inversiones de la creación de una empresa editorial

9.3.1 Costos de Personal

La empresa editorial Leco cuenta con personal contratado por prestación de servicios, honorarios, y nómina, en total son 24 personas que hacen parte de esta empresa indiferentemente de su tipo de contratación.

A continuación, se presentan agrupados en tablas el personal de producción, el personal administrativo y comercial.

Tabla 74 Estructura Salarial

	CARGO	POCENTAJE	JEFE EDITORIAL	CORRECTOR DE ESTILO	DISEÑADOR	TOTAL
	CANT. EMPLEADOS		1	2	2	5
ESTRUCTURA SALARIAL PRODUCCIÓN	SALARIO BASICO		\$ 2.300.000	\$ 1.200.000	\$ 1.500.000	\$ 5.000.000
	DIAS LABORADOS		30	30	30	30
	SALARIO		2.300.000	2.400.000	3.000.000	\$ 7.700.000
	AUXILIO DE TRANSP.		\$ -	\$ 234.344	\$ 234.344	\$ 468.688
	BASICO MENSUAL		\$ 2.300.000	\$ 2.634.344	\$ 3.234.344	\$ 8.168.688
	PRIMAS	8,33%	\$ 191.667	\$ 219.529	\$ 269.529	\$ 680.724
	CESANTIAS	8,33%	\$ 191.667	\$ 219.529	\$ 269.529	\$ 680.724
	INTERESES SOBRE CESANTIAS	1%	\$ 23.000	\$ 26.343	\$ 32.343	\$ 81.687
	VACACIONES	4,17%	\$ 95.910	\$ 100.080	\$ 125.100	\$ 321.090
	DOTACION		\$ -			\$ -
	SALUD	8,50%	\$ 195.500	\$ 223.919	\$ 274.919	\$ 694.338
	PENSION	12%	\$ 276.000	\$ 316.121	\$ 388.121	\$ 980.243
	APORTES INSTITUCIONALES	9%	\$ 207.000	\$ 237.091	\$ 291.091	\$ 735.182
	ARL	0,522%	\$ 12.006	\$ 13.751	\$ 16.883	\$ 42.641
	SUBTOTAL APORTES		\$ 1.192.749	\$ 1.356.364	\$ 1.667.516	\$ 4.216.628
	TOTAL		\$ 3.492.749	\$ 3.990.708	\$ 4.901.860	\$ 12.385.316

Tabla 75 Estructura salarial 2

	NOMINA		CARGO	GERENTE GENERAL	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	SECRETARIA EDITORIAL	SEGURIDAD	HIGIENE Y LIMPIEZA	TOTAL
ESTRUCTURA SALARIAL MENSUAL GASTOS DE PERSONAL	CANT. EMPLEADOS			1	1	1	1	1	5
	SALARIO BASICO			\$ 3.000.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.250.000	\$ 1.200.000	\$ 8.250.000
	DIAS LABORADOS			30	30	30	30	30	30
	SALARIO			3.000.000	1.400.000	1.400.000	1.250.000	1.200.000	\$ 8.250.000
	AUXILIO DE TRANSP.			\$ -	\$ 117.172	\$ 117.172	\$ 117.172	\$ 117.172	\$ 468.688
	BASICO MENSUAL			\$ 3.000.000	\$ 1.517.172	\$ 1.517.172	\$ 1.367.172	\$ 1.317.172	\$ 8.718.688
	PRIMAS	8,33%		\$ 250.000	\$ 126.431	\$ 126.431	\$ 113.931	\$ 109.764	\$ 726.557
	CESANTIAS	8,33%		\$ 250.000	\$ 126.431	\$ 126.431	\$ 113.931	\$ 109.764	\$ 726.557
	INTERESES SOBRE CESANTIAS	1%		\$ 30.000	\$ 15.172	\$ 15.172	\$ 13.672	\$ 13.172	\$ 87.187
	VACACIONES	4,17%		\$ 125.100	\$ 58.380	\$ 58.380	\$ 52.125	\$ 50.040	\$ 344.025
	DOTACION			\$ -			\$ -	\$ -	\$ -
	SALUD	8,50%		\$ 255.000	\$ 128.960	\$ 128.960	\$ 116.210	\$ 111.960	\$ 741.088
	PENSION	12%		\$ 360.000	\$ 182.061	\$ 182.061	\$ 164.061	\$ 158.061	\$ 1.046.243
	APORTES INSTITUCIONALES	9%		\$ 270.000	\$ 136.545	\$ 136.545	\$ 123.045	\$ 118.545	\$ 784.682
	ARL	0,522%		\$ 15.660	\$ 7.920	\$ 7.920	\$ 7.137	\$ 6.876	\$ 45.512
	SUBTOTAL APORTES			\$ 1.555.760	\$ 781.899	\$ 781.899	\$ 704.111	\$ 678.182	\$ 4.501.851
	TOTAL			\$ 4.555.760	\$ 2.299.071	\$ 2.299.071	\$ 2.071.283	\$ 1.995.354	\$ 13.220.539

Tabla 76 Estructura Salarial 3

Cargo	Cantidad	Valor x pagina	Cantidad de paginas	Total	Valor total
Editor Lirico	1	\$15.000	40	\$600.000	\$1.200.000
Editor Narrativo	1	\$15.000	150	\$2.250.000	\$22.500.000
Editor Literario	1	\$15.000	100	\$1.500.000	\$16.500.000
Editor Académico	1	\$15.000	300	\$4.500.000	\$13.500.000

Tabla 77 Estructura Salarial 4

ESTRUCTURA SALARIAL MENSUAL GASTOS DE	CARGO NOMINA		JEFE COMERCIAL	PROFESIONAL JUNIOR	EJECUTIVO DE VENTAS	TOTAL
	CANT. EMPLEADOS		1	1	2	4
	SALARIO BASICO		\$ 2.200.000	\$ 1.800.000	\$ 1.345.000	\$ 5.345.000
	DIAS LABORADOS		30	30	30	30
	SALARIO		2.200.000	1.800.000	2.690.000	\$ 6.690.000
	AUXILIO DE TRANSP.		\$ -	\$ 117.172	\$ 234.344	\$ 351.516
	BASICO MENSUAL		\$ 2.200.000	\$ 1.917.172	\$ 2.924.344	\$ 7.041.516
	PRIMAS	8,33%	\$ 183.333	\$ 159.764	\$ 243.695	\$ 586.793
	CESANTIAS	8,33%	\$ 183.333	\$ 159.764	\$ 243.695	\$ 586.793
	INTERESES SOBRE CESANTIAS	1%	\$ 22.000	\$ 19.172	\$ 29.243	\$ 70.415
	VACACIONES	4,17%	\$ 91.740	\$ 75.060	\$ 112.173	\$ 278.973

OPERACIÓN	DOTACION		\$ -		\$ -	\$ -
	SALUD	8,50%	\$ 187.000	\$ 162.960	\$ 248.569	\$ 598.529
	PENSION	12%	\$ 264.000	\$ 230.061	\$ 350.921	\$ 844.982
	APORTES INSTITUCIONALES	9%	\$ 198.000	\$ 172.545	\$ 263.191	\$ 633.736
	ARL	0,522%	\$ 11.484	\$ 10.008	\$ 15.265	\$ 36.757
	SUBTOTAL APORTES		\$ 1.140.891	\$ 989.334	\$ 1.506.754	\$ 3.636.978
	TOTAL		\$ 3.340.891	\$ 2.906.506	\$ 4.431.098	\$ 10.678.494

Tabla 78Estructura Salarial 5

Prestación de Servicios	Cantidad	Valor Unitario	Valor anual
Community manager	1	1.500.000	18.000.000
Creador de contenido	1	1.300.000	15.600.000
Abogado	1	2.500.000	30.000.000
Contador	1	2.500.000	30.000.000
Total	4	7.800.000	93.600.000

PROYECCION PERSONAL						
CARGO	Valor mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			5,62%	5.62%	5.62%	5.62%
ADMINISTRATIVOS						
GERENTE GENERAL	\$ 4.555.760	\$ 54.669.120	\$ 57.741.525	\$ 60.986.598	\$ 64.414.045	\$ 68.034.114
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$ 2.299.071	\$ 27.588.853	\$ 29.139.347	\$ 30.776.978	\$ 32.506.644	\$ 34.333.518
SECRETARIA EDITORIAL	\$ 2.299.071	\$ 27.588.853	\$ 29.139.347	\$ 30.776.978	\$ 32.506.644	\$ 34.333.518
SEGURIDAD	\$ 2.071.283	\$ 24.855.397	\$ 26.252.270	\$ 27.727.648	\$ 29.285.942	\$ 30.931.812
HIGIENE Y LIMPIEZA	\$ 1.995.354	\$ 23.944.245	\$ 25.289.912	\$ 26.711.205	\$ 28.212.375	\$ 29.797.910
SUBTOTAL		\$ 158.646.469	\$ 167.562.400	\$ 176.979.40	\$186.925.650	\$197.430.871
PRODUCCIÓN						
JEFE EDITORIAL	\$ 3.492.749	\$ 41.912.992	\$ 44.268.502	\$ 46.756.392	\$ 49.384.101	\$ 52.159.488
CORRECTOR DE ESTILO	\$ 3.990.708	\$ 47.888.490	\$ 50.579.824	\$ 53.422.410	\$ 56.424.749	\$ 59.595.820
DISEÑADOR	\$ 4.901.860	\$ 58.822.314	\$ 62.128.128	\$ 65.619.729	\$ 69.307.558	\$ 73.202.643
SUBTOTAL		\$ 148.623.797	\$ 156.976.454	\$ 165.798.53	\$175.116.408	\$184.957.950
COMERCIAL						
JEFE COMERCIAL	\$ 3.340.891	\$ 40.090.688	\$ 42.343.785	\$ 44.723.505	\$ 47.236.966	\$ 49.891.684
PROFESIONAL JUNIOR	\$ 2.906.506	\$ 34.878.069	\$ 36.838.217	\$ 38.908.524	\$ 41.095.184	\$ 43.404.733
EJECUTIVO DE VENTAS	\$ 4.431.098	\$ 53.173.172	\$ 56.161.504	\$ 59.317.781	\$ 62.651.440	\$ 66.172.451
SUBTOTAL		\$ 128.141.929	\$ 135.343.506	\$ 142.949.81	\$150.983.590	\$159.468.868
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS						
Comunity manager	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 19.011.600	\$ 20.080.052	\$ 21.208.551	\$ 22.400.471
Creador de contenido	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000	\$ 16.476.720	\$ 17.402.712	\$ 18.380.744	\$ 19.413.742
Abogado	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000	\$ 31.686.000	\$ 33.466.753	\$ 35.347.585	\$ 37.334.119
Contador	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000	\$ 31.686.000	\$ 33.466.753	\$ 35.347.585	\$ 37.334.119
HONORARIOS PRODUCCIÓN						
Editor Lirico		\$ 1.200.000	\$ 1.267.440	\$ 1.338.670	\$ 1.413.903	\$ 1.493.365
Editor Narrativo		\$ 22.500.000	\$ 23.764.500	\$ 25.100.065	\$ 26.510.689	\$ 28.000.589
Editor Literario		\$ 16.500.000	\$ 17.427.300	\$ 18.406.714	\$ 19.441.172	\$ 20.533.765
Editor Académico		\$ 13.500.000	\$ 14.258.700	\$ 15.060.039	\$ 15.906.413	\$ 16.800.354
SUBTOTAL		\$ 147.300.000	\$ 155.578.260	\$ 164.321.75	\$173.556.641	\$183.310.524
TOTAL	\$ 44.084.350	\$ 582.712.194	\$ 615.460.620	\$ 650.049.50	\$686.582.289	\$725.168.214

9.3.2 Depreciación y amortización de los activos fijos

Se debe tener en cuenta el valor invertido en activos fijos y hay que entender que estos pierden valor con el tiempo, así mismo se debe tener en cuenta el valor que se puede recuperar de ellos. Por esta razón se analizó la depreciación de los activos fijos y el valor de amortización en un periodo de 5 años como se muestra a continuación.

Tabla 79 Depreciación Proyectada

Muebles y enseres											
Nombre activo	Cantidad	Unitario	Costo total	vida	Cuota	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Saldo por
Estanterías de almacen	8	\$ 377.000	\$ 3.016.000	10	301.600	301.600	301.600	301.600	301.600	301.600	1.508.000
Estanterías de madera con colores	9	\$ 199.900	\$ 1.799.100	10	179.910	179.910	179.910	179.910	179.910	179.910	899.550
Estantería de pared	2	\$ 150.000	\$ 300.000	10	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	150.000
Escritorio ejecutivo tonos madera oscura de gerencia.	5	\$ 319.900	\$ 1.599.500	10	159.950	159.950	159.950	159.950	159.950	159.950	799.750
Silla de Escritorio Neumática PVC con brazos Negro	5	\$ 430.000	\$ 2.150.000	10	215.000	215.000	215.000	215.000	215.000	215.000	1.075.000
Mesa de sala de juntas	1	\$ 870.000	\$ 870.000	10	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	435.000
Mesa de diseño	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	10	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	550.000
Escritorio doble	1	\$ 563.900	\$ 563.900	10	56.390	56.390	56.390	56.390	56.390	56.390	281.950
Escritorio sencillo	2	\$ 179.900	\$ 359.800	10	35.980	35.980	35.980	35.980	35.980	35.980	179.900
Escritorio de recepción	2	\$ 1.290.000	\$ 2.580.000	10	258.000	258.000	258.000	258.000	258.000	258.000	1.290.000
Sillas sencillas de escritorio	12	\$ 154.000	\$ 1.848.000	10	184.800	184.800	184.800	184.800	184.800	184.800	924.000
Sillas para mesa	15	\$ 147.900	\$ 2.218.500	10	221.850	221.850	221.850	221.850	221.850	221.850	1.109.250
Conjunto de sala	3	\$ 1.869.000	\$ 5.607.000	10	560.700	560.700	560.700	560.700	560.700	560.700	2.803.500
Sillas	8	\$ 199.000	\$ 1.592.000	10	159.200	159.200	159.200	159.200	159.200	159.200	796.000
Escritorio	8	\$ 239.900	\$ 1.919.200	10	191.920	191.920	191.920	191.920	191.920	191.920	959.600
Sistema de Aire	1	\$ 4.744.656	\$ 4.744.656	10	474.466	474.466	474.466	474.466	474.466	474.466	2.372.328
Total depreciación muebles y enseres	83	\$ 12.835.056	\$ 32.267.656	10	3.226.766	3.226.766	3.226.766	3.226.766	3.226.766	3.226.766	16.133.828

80 Depreciación Equipos de Computo

Nombre	Cantidad	Precio	Costo total	vida	Cuota	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Saldo activo	Venta útil anual
depre												
(años)												
Computador	3	1.139.400	3.418.200			1.139.400	1.139.400	1.139.400	1.139.400	1.139.400		
		1.139.400		5	1.139.400							
Computador	5	6.029.000	30.145.000	5	6.029.000	6.029.000	6.029.000	6.029.000	6.029.000	6.029.000		
		6.029.000										
			9.093.000									
Caja registradora	1	1.299.999	\$1.299.999	5	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000
Impresora Multifuncional	1	1.049.000	\$1.049.000	5	209.800	209.800	209.800	209.800	209.800	209.800	209.800	209.800
Teléfono	2	109.900	\$219.800	5	43.960	43.960	43.960	43.960	43.960	43.960	43.960	43.960
Router	1	199.900	\$199.900	5	39.980	39.980	39.980	39.980	39.980	39.980	39.980	39.980
Módems	1	100.000	\$100.000	5	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Impresora Epson	3	933.900	\$2.801.700	5	560.340	560.340	560.340	560.340	560.340	560.340	560.340	560.340
Tableta digitalizadora	2	441.500	\$883.000	5	176.600	176.600	176.600	176.600	176.600	176.600	176.600	176.600
TV Samsung 55 pulg	4	2.199.000	\$8.796.000	5	1.759.200	1.759.200	1.759.200	1.759.200	1.759.200	1.759.200	1.759.200	1.759.200
Cámaras de seguridad kit	2	429.000	\$858.000	5	171.600	171.600	171.600	171.600	171.600	171.600	171.600	171.600
Sistema de sonido	2	3.699.999	\$7.399.998	5	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000
IMAC												

Tabla

Equipos de Cómputo y Comunicaciones							
Portátil ASUS	7	1.299.000	5	1.818.600	1.818.600	1.818.600	1.818.600
	1.818.600						
Back Ups	9		5				
TOTAL	43		5				

Tabla 81 Amortizaciones

AMORTIZACIÓN CARGOS DIFERIDOS	Costo total	Años	Cuota anual	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Adecuación de instalación	\$19.659.800	5	\$3.931.960	\$3.931.960	\$3.931.960	\$3.931.960	\$3.931.960	\$3.931.960
Software Contable + Proyectos +Plagio	\$2.800.000	5	\$560.000	\$560.000	\$560.000	\$560.000	\$560.000	\$560.000
Registro de marca	\$2.500.000	5	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000
Gastos constitución	\$2.000.000	5	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000
TOTAL AMORTIZACIÓN	\$26.959.800	5	5.391.960	5.391.960	5.391.960	5.391.960	5.391.960	5.391.960

10.3.3 Gastos de operación

Los gastos de operación son todos aquellos gastos en los que debe incurrir una empresa para el desarrollo de

231.900	\$2.087.100	417.420	417.420	417.420	417.420	417.420	417.420
19.921.098	\$70.629.497	14.125.899	14.125.899	14.125.899	14.125.899	14.125.899	14.125.899

su actividad. Cabe resaltar que las proyecciones de crecimiento vienen dadas por la inflación del 3% y en el caso de los

gastos de impuestos se maneja la tarifa de impuesto de industria y comercio del 10 por1000. A continuación, se presentan los gastos de operación para la creación de la agencia travesía pacífica. Proyección crecimiento de acuerdo a la inflación 5,26%.

82 Gastos de Personal

Gasto de personal	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios Producción	\$98.024.256	\$103.533.219	\$109.351.786	\$115.497.356	\$121.988.308
Gastos de nómina Producción	\$50.599.541	\$53.443.235	\$56.446.745	\$59.619.052	\$62.969.642
Contratistas Producción	\$ 53.700.000	\$ 56.717.940	\$ 59.905.488	\$ 63.272.177	\$ 66.828.073
Subtotal Producción	\$202.323.797	\$213.694.394	\$225.704.019	\$238.388.585	\$251.786.023
Salarios Ventas	\$ 84.498.192	\$89.246.990	\$94.262.671	\$99.560.233	\$105.155.518
Gastos Nomina Ventas	\$ 43.643.737	\$46.096.515	\$48.687.139	\$51.423.357	\$54.313.349
Contratistas Ventas	\$ 33.600.000	\$ 35.488.320	\$ 37.482.764	\$ 39.589.295	\$ 41.814.213
Subtotal Ventas	\$ 161.741.929	\$170.831.826	\$180.432.574	\$190.572.885	\$201.283.081
Salarios Administrativos	\$104.624.256	\$110.504.139	\$116.714.472	\$123.273.825	\$130.201.814
Gastos Nomina Administrativos	\$54.022.213	\$57.058.261	\$60.264.935	\$63.651.825	\$67.229.057
Subtotal Administrativo	\$ 158.646.469	\$167.562.400	\$176.979.407	\$186.925.650	\$197.430.871
Total, Gastos Personal	522.712.194	552.088.620	583.116.000	615.887.119	650.499.976

Tabla 83 Gastos Honorarios

Gastos honorarios	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
--------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Tabla

Contador	\$30.000.000	\$31.686.000	\$33.466.753	\$35.347.585	\$37.334.119
Abogado	\$30.000.000	\$31.686.000	\$33.466.753	\$35.347.585	\$37.334.119
Total gasto honorarios	\$60.000.000	\$63.372.000	\$66.933.506	\$70.695.169	\$74.668.238

Tabla 84 Gastos Administrativos

Gastos administrativos	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Licencia ISBN (papel y digital)	\$1.950.000	\$2.059.590	\$2.175.339	\$2.297.593	\$2.426.718
Servicios públicos	\$36.480.000	\$38.530.176	\$40.695.572	\$42.982.663	\$45.398.289
Gastos legales	\$900.000	\$950.580	\$1.004.003	\$1.060.428	\$1.120.024
Mantenimiento de equipos de computo	\$6.000.000	\$6.337.200	\$6.693.351	\$7.069.517	\$7.466.824
Elementos de aseo, cafetería y papelería	\$6.214.500	\$6.563.755	\$6.932.638	\$7.322.252	\$7.733.763
Almacenamiento Digital	\$219.900	\$232.258	\$245.311	\$259.098	\$273.659
Póliza de seguro	\$9.600.000	\$10.139.520	\$10.709.361	\$11.311.227	\$11.946.918
Dotación Personal	\$3.600.000	\$3.802.320	\$4.016.010	\$4.241.710	\$4.480.094
Arrendamiento Local-oficina	\$24.000.000	\$25.348.800	\$26.773.403	\$28.278.068	\$29.867.295
Total gastos administrativos	\$88.964.400	\$93.964.199	\$99.244.987	\$104.822.556	\$110.713.583

Tabla 85 Gastos de Ventas

Gastos ventas	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad y propaganda	\$30.000.000	\$31.686.000	\$33.466.753	\$35.347.585	\$37.334.119

Tabla 86 Gastos de Depreciación

Gastos depreciaciones	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Equipo de oficina	\$3.226.766	\$3.226.766	\$3.226.766	\$3.226.766	\$3.226.766
Equipo de cómputo y comunicación	\$14.125.899	\$14.125.899	\$14.125.899	\$14.125.899	\$14.125.899
Total gastos depreciaciones	\$17.352.665	\$17.352.665	\$17.352.665	\$17.352.665	\$17.352.665

87 Gastos de Amortización

Gastos amortizaciones	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos diferidos	\$5.391.960	\$5.391.960	\$5.391.960	\$5.391.960	\$5.391.960
Total gastos amortización	\$5.391.960	\$5.391.960	\$5.391.960	\$5.391.960	\$5.391.960

Tabla 88 Gastos Bancarios

Gastos bancarios	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos 4x1000 (80% ingresos brutos)	\$5.880.652	\$6.273.256	\$6.692.071	\$7.138.847	\$7.615.451
Gastos representación bancaria	\$300.000	\$316.860	\$334.668	\$353.476	\$373.341
Total gastos bancarios	\$6.180.652	\$6.590.116	\$7.026.738	\$7.492.323	\$7.988.792

Tabla

9.4 Determinar el capital de trabajo requerido para el funcionamiento

Tabla 89 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto personal	\$43.559.350	\$45.850.571	\$48.262.311	\$50.800.909	\$53.473.037
Honorarios	\$5.000.000	\$5.263.000	\$5.539.834	\$5.831.229	\$6.137.952
Gasto administrativos	\$22.241.100	\$23.410.982	\$24.642.400	\$25.938.590	\$27.302.960
Gastos Variables Producción	\$74.503.000	\$78.421.858	\$82.546.848	\$86.888.812	\$91.459.163
Total capital de trabajo	\$145.303.450	\$152.946.411	\$160.991.392	\$169.459.539	\$178.373.111
Incremento de capital de trabajo		7.642.961	8.044.981	8.468.147	8.913.572

9.4.1 Definir la inversión inicial del proyecto, determinando la inversión fija, la inversión de diferidos y el capital de trabajo.

Tabla 90 Inversión del Proyecto

INVERSIONES EN EL PROYECTO				
Detalles	Cantidad	Precio Venta Unitario	Costo total	Vida Util
Muebles y enseres	83	12.835.056	32.267.656	
Estanterías de almacén	8	\$377.000	\$3.016.000	10
Estanterías de madera con colores	9	\$199.900	\$1.799.100	10
Estantería de pared	2	\$150.000	\$300.000	10
Escritorio ejecutivo tonos madera oscura de gerencia.	5	\$319.900	\$1.599.500	10
Silla de Escritorio Neumática PVC con brazos Negro	5	\$430.000	\$2.150.000	10
Mesa de sala de juntas	1	\$870.000	\$870.000	10
Mesa de diseño	1	\$1.100.000	\$1.100.000	10
Escritorio doble	1	\$563.900	\$563.900	10
Escritorio sencillo	2	\$179.900	\$359.800	10
Escritorio de recepción	2	\$1.290.000	\$2.580.000	10
Sillas sencillas de escritorio	12	\$154.000	\$1.848.000	10
Sillas para mesa	15	\$147.900	\$2.218.500	10
Conjunto de sala	3	\$1.869.000	\$5.607.000	10
Sillas	8	\$199.000	\$1.592.000	10
Escritorio	8	\$239.900	\$1.919.200	10
Sistema de Aire	1	\$4.744.656	\$4.744.656	10
Equipos de Cómputo y Comunicaciones	Cantidad	Precio Venta Unitario	70.629.497	
Computador	3	1.899.000	\$5.697.000	5
Computador IMAC	5	6.029.000	\$30.145.000	5
Portátil ASUS	7	1.299.000	\$9.093.000	5
Caja registradora	1	1.299.999	\$1.299.999	5
Impresora Multifuncional	1	1.049.000	\$1.049.000	5
Teléfono	2	109.900	\$219.800	5
Router	1	199.900	\$199.900	5
Módems	1	100.000	\$100.000	5
Impresora Epson	3	933.900	\$2.801.700	5
Tableta digitalizadora	2	441.500	\$883.000	5
TV Samsung 55 pulg	4	2.199.000	\$8.796.000	5

Cámaras de seguridad kit	2	429.000	\$858.000	5
Sistema de sonido	2	3.699.999	\$7.399.998	5
Back Ups	9	231.900	\$2.087.100	5
Diferidos			\$26.959.800	
Capital de trabajo			\$145.303.450	
TOTAL, INVERSIÓN			\$275.160.403	

9.4.1.1Financiación.

La financiación es la que demuestra la procedencia del capital económico para el funcionamiento y el valor del interés anual, bien sea si es capital propio o préstamo.

Tabla 91 Financiación

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				
SECTOR	MONTO	Participación	Costo o Interés	Prom. Ponderado
Inversionistas	\$ 140.000.000	50,88%	6,50%	3,31%
Crédito bancario	\$ 135.160.403	49,12%	14,30%	7,02%
TOTAL	\$ <u>275.160.403</u>			10,33%

Teniendo en cuenta que la inversión inicial para el proyecto es de \$

\$275.160.403 la inversión de los socios que será de \$140.000.000 con una participación de 46,77 % sobre la inversión y un préstamo bancario de \$135.160.403 con una participación del 49,12% sobre la inversión inicial del proyecto.

9.4.1.2 Cuotas

Calcular la cuota del préstamo bancario, sirve para saber el interés que se paga mensual, el interés que se paga al final del período y el respectivo pago de las deudas de la empresa hasta quedar en cero. (rivas, 2019)

De acuerdo con lo anterior el valor por el cual se realizó el préstamo es de \$135.160.403, el cual se debe pagar al banco con un interés del 18,30% efectiva anual a 4 cuotas, quedando a un valor de \$ \$ 39.654.249 anuales, quedando la tabla de amortización de la siguiente manera:

El interés de los inversionistas está dado por la tasa de interés pagada por los CDT que actualmente oscila alrededor del **6,5%**.

Tabla 82. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Año	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
				\$ 135.160.403
año 1	\$ 39.654.249	\$ 19.327.938	\$ 20.326.312	\$ 114.834.091
año2	\$ 39.654.249	\$ 16.421.275	\$ 23.232.974	\$ 91.601.117
año3	\$ 39.654.249	\$ 13.098.960	\$ 26.555.289	\$ 65.045.827
año 4	\$ 39.654.249	\$ 9.301.553	\$ 30.352.696	\$ 34.693.131
año 5	\$ 39.654.249	\$ 4.961.118	\$ 34.693.131	\$ 0
Total	\$ 158.616.997	\$ 58.149.726	\$ 100.467.271	

9.4.1.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la herramienta que permite determinar la cantidad de ventas que debe tener la agencia para las ventas cubran los costos.

Tabla 92 Punto Equilibrio

Punto de Equilibrio					
Elemento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos fijos	\$ 749.929.809	\$ 786.866.835	\$ 825.631.570	\$ 866.290.930	\$ 908.910.450
Ingresos	\$ 1.837.703.662	\$ 1.960.392.433	\$ 2.091.272.153	\$ 2.230.889.664	\$2.379.828.320
Gastos variables	\$ 985.921.183	\$ 1.042.300.445	\$ 1.101.913.013	\$ 1.164.944.925	\$1.231.592.963
Márgen de contribución	\$ 851.782.478	\$ 918.091.988	\$ 989.359.140	\$ 1.065.944.739	\$1.148.235.357
Márgen de contribución %	46,35%	46,83%	47,31%	47,78%	48,25%
Punto de Equilibrio	\$ 1.617.958.564	\$ 1.680.188.705	\$ 1.745.190.641	\$ 1.813.039.093	\$1.883.804.410

La empresa debe tener un promedio de venta de \$ 268, 795,367 para no ganar ni perder, antes de intereses e impuestos, el cual viene dado de la división del total sobre los 5 años.

9.5 Análisis financiero.

Para desarrollar un análisis financiero se procede según los autores y la naturaleza del mismo con el estado de resultado para conocer la utilidad que genera la creación de una empresa editorial perteneciente al sector económico cultural, teniendo en cuenta todos los análisis anteriores.

Tabla 93 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO					
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso ventas	\$ 1.837.703.662	\$ 1.960.392.433	\$ 2.091.272.153	\$ 2.230.889.664	\$ 2.379.828.320
TOTAL INGRESOS	\$ 1.837.703.662	\$ 1.960.392.433	\$ 2.091.272.153	\$ 2.230.889.664	\$ 2.379.828.320
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Costo Producción	\$ 1.170.555.297	\$ 1.248.703.909	\$ 1.332.069.880	\$ 1.421.001.529	\$ 1.515.870.433
TOTAL COSTOS PRODUCCIÓN	\$ 1.170.555.297	\$ 1.248.703.909	\$ 1.332.069.880	\$ 1.421.001.529	\$ 1.515.870.433
UTILIDAD BRUTA	\$ 667.148.365	\$ 711.688.524	\$ 759.202.273	\$ 809.888.135	\$ 863.957.887
COSTO DE VENTAS					
Nomina Ventas	\$ 84.498.192	\$ 89.246.990	\$ 94.262.671	\$ 99.560.233	\$ 105.155.518
Gastos Personal Ventas	\$ 43.643.737	\$ 46.096.515	\$ 48.687.139	\$ 51.423.357	\$ 54.313.349
Gastos Ventas (Publicidad)	\$ 30.000.000	\$ 31.686.000	\$ 33.466.753	\$ 35.347.585	\$ 37.334.119
Contratistas Ventas	\$ 33.600.000	\$ 35.488.320	\$ 37.482.764	\$ 39.589.295	\$ 41.814.213
Comisión Autores 5%	\$ 91.885.183	\$ 98.019.622	\$ 104.563.608	\$ 111.544.483	\$ 118.991.416
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Nomina administrativa	\$ 104.624.256	\$ 110.504.139	\$ 116.714.472	\$ 123.273.825	\$ 130.201.814
Gastos Personal Administrativo	\$ 54.022.213	\$ 57.058.261	\$ 60.264.935	\$ 63.651.825	\$ 67.229.057
Honorarios	\$ 60.000.000	\$ 63.372.000	\$ 66.933.506	\$ 70.695.169	\$ 74.668.238
Gastos Administrativos	\$ 88.964.400	\$ 93.964.199	\$ 99.244.987	\$ 104.822.556	\$ 110.713.583
Depreciaciones	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665
Amortización diferidos	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 613.982.606	\$ 648.180.672	\$ 684.365.461	\$ 722.652.953	\$ 763.165.933
UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	\$ 53.165.759	\$ 63.507.852	\$ 74.836.812	\$ 87.235.183	\$ 100.791.954
GASTOS FINANCIEROS	\$ 25.508.589	\$ 23.011.391	\$ 20.125.698	\$ 16.793.876	\$ 12.949.910
Gastos 4x1000 (80% ingresos brutos)	\$ 5.880.652	\$ 6.273.256	\$ 6.692.071	\$ 7.138.847	\$ 7.615.451
Gastos representación bancaria	\$ 300.000	\$ 316.860	\$ 334.668	\$ 353.476	\$ 373.341
Gastos financieros-intereses	\$ 19.327.938	\$ 16.421.275	\$ 13.098.960	\$ 9.301.553	\$ 4.961.118
UTILIDAD/PERDIDA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 27.657.170	\$ 40.496.461	\$ 54.711.114	\$ 70.441.307	\$ 87.842.044
Provisión impuesta de renta 0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Provisión impuesto industria y comercio (4*1000)	\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559	\$ 9.519.313
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 20.306.355	\$ 32.654.892	\$ 46.346.026	\$ 61.517.748	\$ 78.322.731
Reserva legal	\$ 2.030.636	\$ 3.265.489	\$ 4.634.603	\$ 6.151.775	\$ 7.832.273
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 18.275.720	\$ 29.389.403	\$ 41.711.423	\$ 55.365.973	\$ 70.490.458

Tabla 94 Presupuesto Efectivo

PRESUPUESTO EFECTIVO					
DETALLE	2022	2023	2024	2025	2026
Entradas de efectivo	\$	\$	\$	\$	\$
	2.112.864.064	1.960.392.433	2.091.272.153	2.230.889.664	2.379.828.320
Ingreso ventas	\$	\$	\$	\$	\$
	1.837.703.662	1.960.392.433	2.091.272.153	2.230.889.664	2.379.828.320
Aporte de socios	\$ 140.000.000				
Crédito bancario	\$ 135.160.403				
salidas de efectivos	\$	\$	\$	\$	\$
	1.944.835.946	1.928.225.891	2.048.736.792	2.176.979.987	2.313.454.096
Equipo de oficina	\$ 32.267.656				
Equipo de cómputo y comunicación	\$ 70.629.497				
Pago cargos diferidos	\$ 26.959.800				
Costo Producción	\$	\$	\$	\$	\$
	1.170.555.297	1.248.703.909	1.332.069.880	1.421.001.529	1.515.870.433
				\$ 190.572.885	\$ 201.283.081
Gastos Personal ventas	\$ 161.741.929	\$ 170.831.826	\$ 180.432.574		
Gasto personal administrativo	\$ 158.646.469	\$ 167.562.400	\$ 176.979.407	\$ 186.925.650	\$ 197.430.871
Comisión Autores 5%	\$ 91.885.183	\$ 98.019.622	\$ 104.563.608	\$ 111.544.483	\$ 118.991.416
Honorarios	\$ 60.000.000	\$ 63.372.000	\$ 66.933.506	\$ 70.695.169	\$ 74.668.238
Gastos Administrativos	\$ 88.964.400	\$ 93.964.199	\$ 99.244.987		
Gastos Financieros	\$ 25.508.589	\$ 23.011.391	\$ 20.125.698	\$ 16.793.876	\$ 12.949.910
Abono a Capital deuda	\$ 20.326.312	\$ 23.232.974	\$ 26.555.289	\$ 30.352.696	\$ 34.693.131
Impuesto de industria y comercio	\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559	\$ 9.519.313
FLUJO NETO EFECTIVO	\$ 168.028.118	\$ 32.166.543	\$ 42.535.361	\$ 53.909.677	\$ 66.374.224
Flujo de efectivo acumulado	\$ 168.028.118	\$ 200.194.660	\$ 242.730.022	\$ 296.639.699	\$ 363.013.923
EFFECTIVO INICIAL (requerido en caja)					

EFFECTIVO BANCO	CAJA	\$ 168.028.118	\$ 200.194.660	\$ 242.730.022	\$ 296.639.699	\$ 363.013.923
----------------------------	-------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Desde el punto de vista financiero el proyecto es posible, debido a que genera suficiente efectivo para que la empresa pueda liquidar todas las obligaciones para su funcionamiento.

9.5.1 Balance General de la Empresa editorial LECO editores SAS

Tabla 95 Balance General

LECO Editores SAS						
Estado de Situación Financiera						
ACTIVO	AÑO BASE	2022	2023	2024	2025	2026
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo caja y banco	\$ 145.303.450	\$ 168.028.118	\$ 200.194.660	\$ 242.730.022	\$ 296.639.699	\$ 363.013.923
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 145.303.450	\$ 168.028.118	\$ 200.194.660	\$ 242.730.022	\$ 296.639.699	\$ 363.013.923
ACTIVO NO CORRIENTE						
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		\$ 102.897.153	\$ 102.897.153	\$ 102.897.153	\$ 102.897.153	\$ 102.897.153
Equipo de oficina	\$ 32.267.656	\$ 32.267.656	\$ 32.267.656	\$ 32.267.656	\$ 32.267.656	\$ 32.267.656
Equipo de cómputo y comunicación	\$ 70.629.497	\$ 70.629.497	\$ 70.629.497	\$ 70.629.497	\$ 70.629.497	\$ 70.629.497
DEPRECIACIÓN		\$ 17.352.665	\$ 34.705.330	\$ 52.057.995	\$ 69.410.660	\$ 86.763.325
Equipo de oficina		\$ 3.226.766	\$ 6.453.531	\$ 9.680.297	\$ 12.907.062	\$ 16.133.828
Equipo de cómputo y comunicación		\$ 14.125.899	\$ 28.251.799	\$ 42.377.698	\$ 56.503.598	\$ 70.629.497
NETO PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 102.897.153	\$ 85.544.488	\$ 68.191.823	\$ 50.839.158	\$ 33.486.493	\$ 16.133.828

OTROS	\$	\$	\$	\$	\$ 5.391.960	\$ -
ACTIVOS	26.959.800	21.567.840	16.175.880	10.783.920		
Amortización	\$	\$	\$	\$	\$ 5.391.960	\$ -
Diferidos	26.959.800	21.567.840	16.175.880	10.783.920		
TOTAL ACTIVO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	275.160.403	275.140.446	284.562.363	304.353.100	335.518.152	379.147.751

PASIVO

OBLIGACIONES	\$	\$	\$	\$	\$	\$ -
FINANCIERAS	135.160.403	114.834.091	91.601.117	65.045.827	34.693.131	
Obligaciones		\$	\$	\$	\$ 34.693.131	\$ -
financieras		114.834.091	91.601.117	65.045.827		
IMPUESTOS						
GRAVAMENES						
Y TASA						

impuesto de ind y
comercio

TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$ -
PASIVOS	135.160.403	114.834.091	91.601.117	65.045.827	34.693.131	
CORRIENTES						

PATRIMONIO

CAPITAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$
SOCIAL	140.000.000	140.000.000	140.000.000	140.000.000	140.000.000	140.000.000
aportes sociales		\$	\$	\$	\$	\$
				140.000.000		140.000.000
140.000.000	140.000.000	140.000.000		\$ 9.930.727		
RESERVAS		\$ 2.030.636		\$ 5.296.125	\$	\$
					16.082.502	23.914.775
reservas		\$ 2.030.636	\$ 5.296.125	\$ 9.930.727	\$	\$
obligatorias					16.082.502	23.914.775
RESULTADOS DE	\$	\$	\$	\$	\$	\$
EJERCICIO	18.275.720	29.389.403	41.711.423	55.365.973	70.490.458	
utilidad del	\$	\$	\$	\$	\$	\$
ejericio	18.275.720	29.389.403	41.711.423	55.365.973	70.490.458	
RESULTADO			\$	\$	\$	\$
DE EJERICIOS		18.275.720	47.665.122	89.376.545	144.742.518	
ANTERIORES						
Revalorización						
del patrimonio						
utilidades acumuladas			\$	\$	\$	\$
			18.275.720	47.665.122	89.376.545	144.742.518
TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$
PATRIMONIO	140.000.000	160.306.355	192.961.247	239.307.272	300.825.020	379.147.751

TOTAL PASIVO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Y PATRIMONIO	275.160.403	275.140.446	284.562.363	304.353.100	335.518.152	379.147.751

Tabla 96 Flujo de Caja del Proyecto

Flujo de Caja del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas		\$ 1.837.703.662	\$ 1.960.392.433	\$ 2.091.272.153	\$ 2.230.889.664	\$ 2.379.828.320
Costos de producción y ventas		\$ 1.170.555.297	\$ 1.248.703.909	\$ 1.332.069.880	\$ 1.421.001.529	\$ 1.515.870.433
Gastos de operación		\$ 591.237.981	\$ 625.436.047	\$ 661.620.836	\$ 699.908.328	\$ 740.421.308
Depreciación		\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665
Amortización diferidos		\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 53.165.759	\$ 63.507.852	\$ 74.836.812	\$ 87.235.183	\$ 100.791.954
Impuesto causado		\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559	\$ 9.519.313
Impuesto pagado			\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559
Depreciación		\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665
Amortización Capital de Trabajo		\$ 145.303.450				
Amortización diferidos		\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$	\$ 221.213.833	\$ 78.901.663	\$ 89.739.868	\$ 101.614.719	\$ 114.613.020
VPN	75.160.403 39.048.883					
TIR del Proyecto	40,92%					

Tasa oportunidad inversionista		6,50%
Tasa industria turismo	de y	0,4%

De acuerdo con la tabla 95 Los resultados de las proyecciones del flujo de caja son positivos, analizando que con una inversión de \$ 275.160.403 y una tasa de oportunidad del 6,50% el VPN de la empresa editorial es de \$239.048.883 y la TIR de 40,92% anual, con lo que se puede decir que el proyecto es viable y rentable para efectuar una inversión, generando de esta manera utilidad para los inversionistas.

Tabla 97 Flujo de Caja del Inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$ 1.837.703.662	\$ 1.960.392.433	\$ 2.091.272.153	\$ 2.230.889.664	\$ 2.379.828.320
Flujo de Caja del inversionista		\$ 1.170.555.297	\$ 1.248.703.909	\$ 1.332.069.880	\$ 1.421.001.529	\$ 1.515.870.433
Ingreso por ventas						
Costos de producción						
Gastos de operación		\$ 591.237.981	\$ 625.436.047	\$ 661.620.836	\$ 699.908.328	\$ 740.421.308
Depreciación		\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665
Amortización diferidos		\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960

Gastos financieros		\$ 19.327.938	\$ 16.421.275	\$ 13.098.960	\$ 9.301.553	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 33.837.821	\$ 47.086.577	\$ 61.737.853	\$ 77.933.629	\$ 100.791.954
Impuesto causado		\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559	\$ 9.519.313
Impuesto pagado		\$ -	\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559
Depreciación equipo de oficina		\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665
Amortización diferidos		\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960
Abono a préstamo		\$ 20.326.312	\$ 23.232.974	\$ 26.555.289	\$ 30.352.696	\$ 34.693.131
FLUJO NETO DE EFECTIVO	.000.000	\$ 36.256.135	\$ 39.247.413	\$ 50.085.618	\$ 61.960.470	\$ 79.919.889
VPN	604.798					
TIR del Proyecto	22,35%					
Tasa oportunidad inversionista	6,50%					
Tasa de impuesto de renta	0,4%					

Tabla 98 Flujo de Caja Financiado

Flujo de Caja con	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	financiación	Ingreso por ventas	\$	\$	\$	\$	\$
				1.837.703.662	1.960.392.433	2.091.272.153	2.230.889.664	2.379.828.320					
Costos de producción				\$	\$	\$	\$	\$					\$
		1.170.555.297		1.248.703.909	1.332.069.880	1.421.001.529	1.515.870.433						
operación			\$ 591.237.981	\$ 625.436.047	\$ 661.620.836	\$ 699.908.328	\$ 740.421.308						

Depreciación	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665
Amortización diferidos	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960
#¡REF!					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 53.165.759	\$ 63.507.852	\$ 74.836.812	\$ 87.235.183	\$ 100.791.954
Impuesto causado	\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559	\$ 9.519.313
Impuesto pagado	\$ -	\$ 7.350.815	\$ 7.841.570	\$ 8.365.089	\$ 8.923.559
Depreciación	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665	\$ 17.352.665
Amortización diferidos	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960	\$ 5.391.960
				\$ 101.614.719	\$ 114.613.020
FLUJO NETO DE -\$ VPN	\$ 75.910.384	\$ 78.901.663	\$ 89.739.868	EFFECTIVO 275.160.403	
TIR del Proyecto	18,44%				
Costo promedio ponderado de capital	10,33%				
Tasa Ind Comercio	0,4%				

Tabla 99 Recuperación de la Inversión

PERIODO RECUPERACION DE LA INVERSION						
PERIODOS	FLUJO ANUAL	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION DE LA INVERSION	SALDO	RECUPERACIÓN ACUMULADA	PERIDOD DE RECUPERACION
AÑO 0				\$ 275.160.403		
AÑO 1	\$ 221.213.833	\$ 17.885.426	\$ 203.328.407	\$ 71.831.995	\$ 203.328.407	
AÑO 2	\$ 78.901.663	\$ 4.669.080	\$ 74.232.583	-\$ 2.400.588	\$ 277.560.990	
AÑO 3	\$ 89.739.868	-\$ 156.038	\$ 89.895.906	-\$ 92.296.494		\$ 1,91
AÑO 4	\$ 101.614.719					
AÑO 5	\$ 114.613.020					

Como podemos apreciar en la tabla anterior, el proyecto recuperará su inversión en un plazo de 1.91 años, esto se debe a que un tiempo coherente con la inversión del proyecto.

9.5.2 Razones Corriente

La razón corriente indica que, por cada peso debido, la empresa tendrá 1.46 pesos para el primer año hasta llegar al año 4 con 12.13 pesos para responder a la deuda.

Tabla 100 Razón Corriente

AÑO 1		1,46
Razón	\$	
corriente	<u>168.028.118</u>	
	\$	
	<u>114.834.091</u>	
AÑO 2		2,19
Razón	\$	
	<u>200.194.660</u>	
corriente	<u>\$ 91.601.117</u>	
AÑO 3		4,56
Razón	\$	
	<u>296.639.699</u>	
corriente	<u>\$ 65.045.827</u>	
AÑO 4		12,13
Razón	\$	
	<u>420.854.625</u>	
	<u>\$ 34.693.131</u>	
		corriente

- Indicador de rotación.

Tabla 101 Rotación de Activos Total

año 1		6,28
Rotación		\$
1.837.703.662	de \$ 292.493.111	
activo		
total		
año 2		6,14
Rotación		\$
1.960.392.433	de \$ 319.267.693	
activo		
total		
año 3		5,87
Rotación de	\$	
activo total	\$ 356.411.095	2.091.272.153
año 4		5,51
Rotación de	\$ 2.230.889.664	activo
total	\$ 404.928.812	
año 5		5,11
Rotación de	\$ 2.379.828.320	activo total \$
465.911.076		

9.5.3 Indicadores De Rentabilidad

Tabla 102 Margen Bruto de Utilidad

		año 1
Margen	\$ 667.148.365	36,30
Bruto	\$	
	1.837.703.662	
	año 2	36,30
Margen	\$ 711.688.524	
Bruto	\$	
	1.960.392.433	
	año 3	36,30
Margen	\$ 759.202.273	
Bruto	\$	
	2.091.272.153	
	año 4	36,30
Margen	\$ 809.888.135	
Bruto	\$	
	2.230.889.664	
	año 5	36,30
Margen	\$ 863.957.887	
Bruto	\$	
	2.379.828.320	

Tabla

103 Margen Operacional de Utilidad

	año 1		
Margen	\$ 53.165.759	2,89	Operacional
\$			
	1.837.703.662	año 2	
Margen	\$ 63.507.852	3,24	Operacional
\$			
	1.960.392.433	año 3	
Margen	\$ 74.836.812	3,58	Operacional
\$			
	2.091.272.153	año 4	
Margen	\$ 87.235.183	3,91	Operacional
\$			
	2.230.889.664	año 5	
Margen	\$ 100.791.954	4,24	Operacional
\$			
	2.379.828.320		

El margen neto indica que por cada 1,10 pesos vendidos aumenta la utilidad neta gradualmente por año después de sacar todos los costos operativos, producción, impuestos, no operacionales

Tabla

104 Margen Neto

AÑO 1		
Margen	\$ 20.306.355	1,10
Neto	\$	
	1.837.703.662	AÑO 2
Margen	\$ 32.654.892	1,67
Neto	\$	
	1.960.392.433	AÑO 3
Margen	\$ 46.346.026	2,22
Neto	\$	
	2.091.272.153	AÑO 4
Margen	\$ 61.517.748	2,76
Neto	\$	
	2.230.889.664	AÑO 5
Margen	\$ 78.322.731	3,29
Neto	\$	
	2.379.828.320	

- Rendimiento del patrimonio

En el rendimiento del patrimonio, la utilidad neta impacta en 37.98 pesos por cada

100 pesos, generando confianza patrimonial en el aumento por años.

Tabla

105 Rendimiento del Patrimonio

año 1		
Rentabilidad del patrimonio antes de impuestos	\$ 37,98	
	<u>53.165.759</u>	
	\$	
	140.000.000	
año 2		
Rendimiento del patrimonio	\$ 63.507.852	39,62
	\$ 160.306.355	
año 3		
Rendimiento del patrimonio	\$ 74.836.812	38,78
	\$ 192.961.247	
año 4		
Rendimiento del patrimonio	\$ 87.235.183	36,45
	\$ 239.307.272	
año 5		
Rendimiento del patrimonio	\$ 100.791.954	33,51
	\$ 300.825.020	

Tabla

106 Rendimiento del Patrimonio después de impuestos

año 1		
Rentabilidad del patrimonio después de 5	\$ 20.306.35	14,50 impuestos
	\$ 140.000.00	
año 2		
Rendimiento del patrimonio	\$ 32.654.89	20,37
	2	
	\$ 160.306.35	
año 3		
Rendimiento del patrimonio	\$ 46.346.026	24,02
	\$ 192.961.24	
	7	
año 4		
Rendimiento del patrimonio	\$ 61.517.748	25,71
	\$ 239.307.27	
	2	
año 5		
Rendimiento del patrimonio	\$ 78.322.731	26,04
	\$ 300.825.02	

Tabla

0

- Rendimiento del activo total

Los activos tienen buen rendimiento, por cada 100 pesos del activo total se genera un rendimiento de 6.94 pesos que se aumentan cada año.

Tabla 107 Rendimiento Activo Total

AÑO 1		
Rendimiento	\$	6,94
del activo	<u>20.306.355</u>	
total	\$	
		292.493.111
AÑO 2		
Rendimiento	\$	10,23
del activo	<u>32.654.892</u>	
total	\$	
		319.267.693
AÑO 3		
Rendimiento	\$	13,00
del activo	<u>46.346.026</u>	
total	\$	
		356.411.095
AÑO 4		
Rendimiento	\$	15,19
del activo	<u>61.517.748</u>	
total	\$	
		404.928.812
AÑO 5		
Rendimiento	\$	16,81
del activo	<u>78.322.731</u>	
total	\$	
		465.911.076

10. Estudio De Impactos

10.1 Impacto Socioeconómico

El presente proyecto, pretende contribuir al desarrollo y crecimiento económico del Distrito de Buenaventura, mediante la generación de empleo directos e indirectos, logrando aplacar un poco la falta de oportunidades laborales en la ciudad y así poder aportar y mejorar la calidad de vida, de un grupo de familias asentadas en esta.

Toda organización empresarial que desarrolla actividades económicas en un territorio debe realizar los pagos de impuestos, por consiguiente, LECO ediciones no será la excepción y contribuirá con estos, los cuales son administrados por los Gobiernos, quienes a su vez destinan todos esos ingresos al mejoramiento y desarrollo de la ciudad, a través de proyectos de inversión social, lo cual tendrá un impacto en la comunidad Bonaverense.

Una vez creada y posicionada Leco Ediciones, empezara con los compromisos de responsabilidad social, no solo con la población del Distrito, sino también, con los eventos de lectura que se efectúen o desarrollen en sus alrededores, estimulando e incentivando y apoyando la iniciativa de la lecto-escritura, a su vez, perpetuar y promocionar sus diversos conocimientos y pensamientos, todo esto con la finalidad de promover nuevas narrativas y sobre todo, que permita conocer las distintas verdades que se presenta en el territorio.

Sumado a lo anterior, la creación de la idea de negocio contribuye a que los escritores nacientes y los existentes, puedan darse a conocer, a través de la publicación de sus contenidos se fomentara:

- La Economía del libro.

- El Crecimiento del sector editorial en el Distrito.
- Fortalecer la industria cultural en el área editorial.
- Impulsar políticas públicas orientadas a la lectura, escritura y oralidad.
- Facilitar el acceso al libro a la población y autores locales.
- Ofrecer entretenimiento diferente y de calidad.

En términos generales, la nueva organización “LECO EDICIONES” tendrá un impacto positivo en la población Bonaverense, dado a que aportará a la minimización del desempleo e incentiva la escritura y lectura en el territorio para así contribuir a la economía local.

10.2 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el conjunto de estudios y análisis técnicos que permiten visualizar la práctica que un establecido proyecto puede generar en el medio ambiente, ya sea de manera positiva o negativa.

En el caso de “LECO EDICIONES” la cual es una editorial, no una imprenta, presenta de manera mínima impacto negativo ambiental, pues no tiene procesamiento de materias primas ambientales sino intelectuales, el impacto ambiental que puede generar “LECO

EDICIONES” tiene que ver con consumo de energía eléctrica, agua potable y alcantarillado.

El consumo de la energía eléctrica es requerido por el uso de las herramientas de computación y la acometida de la planta física, la energía eléctrica es suministrada por la empresa de servicio de energía, la cual es la que genera el impacto directo ambiental en su proceso de generación de energía en los ríos a través de la hidroeléctrica.

El dispendio de agua potable se hace necesario para la elaboración de diferentes bebidas tales como café, aromáticas entre otros, para nuestros colaboradores y visitas, también es necesaria para el lavado y vaciado de los enseres y baños de la planta física. El impacto generado con las aguas residuales es mínimo, puesto se utiliza poca cantidad de agua para la producción de la Editorial, se cuenta con una empresa de acueducto y alcantarillado encargada de suministrar y administrar estos servicios.

Las fábricas que producen el papel para los libros son perjudiciales para el medio ambiente pues emiten CO₂, al ser Leco ediciones una editorial que subcontrata este servicio entre las políticas de contratación esta usar papeles con menos contaminación y por lo general no se emplea encuadernación tipo tapa dura.

En contraposición al contaminante de la producción un libro es una herramienta de desarrollo empleada desde el nacimiento de las imprentas para heredar, guardar, contrastar y perdurar el conocimiento de las culturas en el mundo, en otras palabras, un tesoro cultural.

LECO EDICIONES por ser una Editorial, no genera ningún tipo de ruido como maquinarias que impacten el ambiente auditivo, por el contrario, requiere de mucho silencio para producción intelectual.

10.3 Impacto Cultural

Imaginemos por un segundo que la humanidad no tuviera dentro de sus haberes la música, la danza, la pintura, la escultura, la literatura, las artes escénicas... Sería una sociedad pobre, una

sociedad sin expresión espiritual y carente de emociones. Pero esto es irreal, pues el ser humano, por su propia naturaleza, tiene sentimientos, inteligencia y voluntad, cualidades que le han permitido, a lo largo de su existencia, cantar su origen, pintar su entorno, esculpir sus emociones, versificar sus anhelos y expresar todo aquello que quiere preservar y mantener como memoria histórica. (CERLAC, 2022)

El Pacífico colombiano es un territorio rico en diversas formas y su biodiversidad cultural es de sus mayores reconocimientos pues cuenta con expresiones artísticas, culturales, costumbres y tradiciones donde concentra a tres continentes África, Europa y América.

Para la CERLAC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe bajo los Auspicios de la UNESCO) el reconocimiento a la actividad creadora del hombre está íntimamente relacionado con el derecho a la cultura, pues son los autores los que la originan y la enriquecen; sin un estímulo y reconocimiento a sus creaciones solo reinaría la pobreza intelectual.

Las editoriales cumplen la misión de generar espacios económicos y físicos para el libro y sus autores, por ello la creación de esta editorial a mediano y largo plazo intervendrá positivamente en la cultura del Pacífico, de las comunidades étnicas, de la población que no tienen fácil acceso al libro, generando un efecto positivo en el territorio al fomentar la publicaciones de narrativas propias, narrativas diferentes, diversas y culturales, pues todo cuanto somos es cultura, plasmarla e inmortalizarla en escritos propende por el desarrollo de la misma.

10.4 Conclusiones del Estudio de Impactos

La creación de un proyecto genera impactos tanto positivos como negativos sin embargo se debe propender porque estos sean en su mayoría positivos o con mejores efectos, para el Distrito contar con una editorial la impacta en todas las áreas del entorno, al ser esta empresa parte de las

industrias culturales diversificara el abanico cultural del territorio motivando a la generación de más narrativas, visiones diferentes y todo cuando los autores quieran crear.

11. Conclusiones

En la actualidad, en este siglo se entiende la palabra y la letra escrita como algo más que figuras con significado, se entiende como el poder que las conlleva y la energía que transmiten, si partimos del hecho que la energía no se destruye sino se transforma, como autoras de este trabajo de investigación evidenciamos y esperamos fomentar la comprensión del poder de escribir, de leer, de narrar.

El presente estudio, permitió conocer la viabilidad para la creación y puesta en marcha de una empresa editorial y comercializadora de libros en el Distrito de Buenaventura, el cual a través del estudio también arrojó otros resultados importantes como:

El Distrito de Buenaventura posee gran variedad de escritores los cuales no cuentan con una editorial accesible en costos y distancia motivo por el cual hace más viable el desarrollo real de esta investigación.

Se hace muy notorio la poca divulgación de escritos etnos-culturales, puesto que las editoriales no ven como mercado fructuoso la publicación de estos lo cual conlleva a la necesidad de materializar este proyecto.

De acuerdo, al estudio económico y la población indicada, la viabilidad de la creación de una editorial y comercializadora en el distrito de Buenaventura es positiva e innovadora, generando así la transmisión de conocimientos y costumbres ancestrales, perpetuándolos en libros y revistas.

También se puede concluir que el desarrollo de esta editorial es un generador de empleo, mejorando la situación socio económica de algunas familias en el distrito, se contribuye e incentiva a la escritura y lectura de la población del Distrito de Buenaventura.

Este estudio también determinó que la creación y materialización de la editorial es viable tanto comercial, técnico, económico y financieramente, demostrando ser un proyecto de inversión atrayente.

Esta investigación es novedosa e innovadora pues apuntarle a una industria de clases en un territorio sin ellas es para nosotras un reto, esperamos lograr materializar esta investigación pues los efectos de la misma se verán a corto, mediano y largo plazo.

12 Referencias

Adichie, C. (2009). El peligro de la historia única. (T. global, Entrevistador) Alianza Internacional de Editoriales Independiente.

Andrea Charria 2014. (2014). Estudio de viabilidad para la creación de una empresa que se dedicará a la prestación de servicios especializados en todo lo relacionado con la belleza infantil en la ciudad de Cali. Santiago de Cali: Trabajo de grado Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/91537c52-df55-4ee3-883f-8927c60fc8da/content>

Arboleda, J. C. (2022). Formación ciudadana, humanidades y comunidad. *Revista Boletín Redipe*, 16-29. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1665>

Arcila Molina, F. E., & Murillo, L. M. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa Incubadora Proyectar Candelaria S.A.S.* Santiago de Cali: Universidad del Valle
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/9720/CB-0456379-ADM.pdf?sequence=1>

Bancolombia. (11 de noviembre de 2020). *Bancolombia.com*. Clasificación de las sociedades comerciales en Colombia obtenido de:
301

<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/emprendimien%20to/tipos-de-sociedades-comerciales-en-colombia>

Michel Bertrand, Richard Marin y Anne-Marie Métaillé, «Regard d'un éditeur sur la production littéraire latino-américaniste», Caravelle [En línea], 100 | 2013, Publicado el 02 diciembre 2013, consultado el 08 agosto 2021.
URL:<http://journals.openedition.org/caravelle/151> DOI:

<https://doi.org/10.4000/caravelle.151>

Connect americans (7 de junio 2021) *¿Cómo surgió el concepto de tercerización?*
<https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFc%C3%B3mo-surgi%C3%B3-el-concepto-de-tercerizaci%C3%B3n-0>

Euroinnova (7 de junio 2021) *Curso de producción editorial*.
<https://www.euroinnova.co/cursos/produccion-editorial>

Carnaval Palacios. (2008). *Manual de propiedad intelectual* Editorial Universidad del Rosario.

Cámara de Comercio de Bogotá (12 de septiembre 202). *Así está el panorama del sector editorial en Colombia* . <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Impresion-y-Packaging/Noticias/2019/Abril-2019/Asi-esta-el-panorama-del-sector-editorial-en-Colombia>

Cámara de Comercio de Buenaventura. (6 de julio 2021) *Vamos arrullar en el pacífico*. <https://www.ccbun.org/articulos/vamos-arrullar-en-el-pacifico>

Centro Nacional de Memoria Histórica. (2015) *Buenaventura: un puerto sin comunidad*. CNMH.

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. (13 de agosto 2021) *Importancia del autor en la cultura*. <https://cerlalc.org/recomendaciones-para-autores/importancia-del-autor-en-la-cultura/>

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. (2020) *El sector editorial iberoamericano y la emergencia del covid-19*. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc-Unesco) https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2020/05/Cerlalc_Sector_editorial_Covid_Impacto_052020.pdf

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y Evaluación* segunda edición. Chile, Editorial Pearson.

Chain, S. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* sexta edición. México: Mac Graw Hill.

Significados (24 de febrero de 2020). *¿Qué es un Marco de referencia?*. <https://www.significados.com/marco-de-referencia/>

Centro de Investigación para la Paz (23 de febrero de 2021). *Dossier para una educación intercultural*. Madrid. <https://www.fuhem.es/cip-ecosocial/dossier-intercultural/contenido/introduccion.htm>

Conexión capital. (6 de 04 de 2021). *¿Qué, cómo y cuánto leen los colombianos?* <https://conexioncapital.co/cuanto-leen-los-colombianos/>

Ley 1258. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada, 5 de diciembre del 2008. D.O. No 47.194

DANE. (2020). *Triage población territorial de Colombia* . (Archivo PDF)
<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Triage-poblacional-lanzamiento.pdf>

Cinik Coworking. (5 de Abril de 2021). *Modelo Timmons: 3 claves para emprender*. <https://cinkcoworking.es/modelo-timmons-claves-para-emprender/>

Distribuidora almagro. (9 de septiembre de 2021). *Productos*.
<https://www.distribuidoralmagro.com.ar/productos.html>

Equipo editorial Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Emprendimiento*.
<https://concepto.de/emprendimiento/>

Gerencie.com. (1 de mayo del 2022) *Razones financieras*.
<https://www.gerencie.com/razones-financieras.html>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014).
Metodología de la investigación (6ta ed.). México D.F: Mc Graw Hill.

Imago (12 de febrero 2022) *Primera editorial étnica en Colombia*.
<http://www.editorialetnicaimago.com/index.html>

Editorial libros para pensar (12 de febrero del 2022) *Nosotros*.
<https://librosparapensar.com/nosotros/>

Corporcurrulao (12 de febrero de 2022) *Narrando Territorios*.
<https://www.corpocurrulao.org/narrativas-y-memorias.html>

Lado B Economía creativa . (2017). *Red Editorial en Colombia: Compilaciones de investigaciones sobre el secto*. (Archivo PDF) <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2021/12/Estudio-sector-Editorial-Lado-B.pdf>

Vuelan las plumas cultura para compartir (18 de Junio de 2021). Corea del Sur: una historia editorial antigua. <http://www.vuelanlasplumas.cl/corea-del-sur-una-historia-editorialantigua/vlp/2019-08-28/205538.html>

Rockcontent (12 de marzo de 2022) Lisboa, R. (2021). *Outsourcing: ¿qué es y por qué es importante en la era digital?* <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-outsourcing/>

Macías Sánchez, A. M. (2020). *La oralidad como elemento fundacional en la construcción y la preservación de los imaginarios, los conocimientos y las tradiciones del pacífico colombiano: Creación y Escritura de las letras de la Agrupación Herencia de Timbiquí*. Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana.

Martínez, F. (2019). *Narradores del Pacífico colombiano*. Colombia: Editorial Sial Pigmalión.

McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. New York: A Free Press Paperback.

MERCOSUR. (23 de septiembre del 2021). *El mercado editorial en Colombia:Una breve aproximación a sus dinámicas.(Archivo PDF)* https://oibc.oei.es/uploads/attachments/43/El_sector_editorial_en_Colombia.pdf

Mincultura. (2016). *Estudio de Sector Editorial* . Bogotá D.C: Ministerio de Cultura - República de Colombia.(Archivo PDF) Obtenido de [https://culturayeconomia.org/wp-](https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/Estudio-sector-Editorial-Lado-B.pdf)

[content/uploads/Estudio-sector-Editorial-Lado-B.pdf](https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/Estudio-sector-Editorial-Lado-B.pdf)

Ministerio de Cultura. (2019). *Informe se gestión Sector Cultural* . Bogotá D.C: MINCULTURA.

Ministerio de Cultura. (2019). *Músicas de marimba y cantos tradicionales del pacífico sur*. Bogotá D.C: MINCULTURA. Obtenido de

<https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/descargas/Informaci%C3%B3n%20para%20Premio%20de%20M%C3%BAgicas%20de%20marimba%20y%20Cantos%20tradicionales%20del%20Pac%C3%ADfico%20Sur.pdf>

C

3%B3n%20para%20Premio%20de%20M%C3%BAgicas%20de%20marimba%20y

y

%20Cantos%20tradicionales%20del%20Pac%C3%ADfico%20Sur.pdf

Molina Alvares, M. (2017). Rincón Guapo Loveran: un pueblo negro que resiste en la Ciénaga Grande de Santa Marta. *ORALOTECA*, 82-92.

Montalván Padilla, H. A. (2004). *Estudio económico-financiero y evaluación económica-financiera para la creación de una empresa de comercialización y ventas de activos extraordinarios*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Montalvan-Hector.pdf>

Nadal, J., & García, F. (2005). *Libros o velocidad: reflexiones sobre el oficio editorial*. Librería.

Procolombia. (23 de agosto del 2021). *Colombia pisa fuerte en la industria editorial de Latinoamérica*. Procolombia.co. Obtenido de

https://procolombia.co/noticias/colombia-pisa-fuerte-en-la-industria-editorial-delatinoamerica?_cf_chl_jschl_tk_=d188899dbd8944d18191473371a4e43a8f22240

Raffino, M. A. (2020). *Fuentes de información*.

Ramirez, E. B. (2018). Las industrias culturales y creativas. *Manual Atalaya*. Obtenido de <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/industrias-culturales-y-creativas>

Rey, E. U. (2011). Relaciones entre el desarrollo de lenguaje oral, la lectura y la escritura.

Quaderns Digitals(70). Obtenido de

http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_823/a_11115/1111

5.

html

rivas, K. m. (2019). Obtenido de

[bibliotecadigital.univalle.edu.co:](http://bibliotecadigital.univalle.edu.co)

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/xmlui/handle/10893/14348>

Rojas Ríos, M. A. (14 de Septiembre de 2017). *Aquel que no conoces su historia está condenado a repetirla*. Obtenido de Pro Y Contra: <https://proycontra.com.pe/aquelque-no-conoce-su-historia-esta-condenado-a-repetirla/>

Sancho, J. (2009). *Codigos qr*. Obtenido de <https://www.codigos-qr.com/>

Shapero, A. T. (1985). *The Entrepreneurial Event*. Ohio: College Of Administrative Science

- Ohio State University.

Significados. (2021). *Significados.com*. Obtenido de Marco

Teórico:

<https://www.significados.com/marcoteorico/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20Marco%20te%C3%B3rico,%20an%C3%A1lisis%20hip%C3%B3tesis%20o%20experimento>

o,%20an%C3%A1lisis%20hip%C3%B3tesis%20o%20experimento

o,%20an%C3%A1lisis%20hip%C3%B3tesis%20o%20experimento

Silaba editores. (2022). Obtenido de

<https://silaba.com.co/la-editorial/librerias-ydistribuidores/>

UNESCO. (2017). *Unesco.org*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of%09cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobredefiniciones-%09que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>

UNRN. (2021). *Universidad Nacional de Rio Negro*. Obtenido de Guía publicar : <file:///C:/Users/camip/Downloads/guia-publicar-2021.pdf>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Varela, R. (1998). *Innovación empresarial: un nuevo enfoque de desarrollo*. R. Alcaraz: ICESI.

Varela, R. (2001). *Desarrollo Empresarial*. Cali: ICESI.

Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá D.C: Prentice Hall.

Vargas, 2017. (agosto de 2017). *Maestría taller de investigación*. Obtenido de Maestría: <https://sites.google.com/site/maestriaitallerdeinvestigacion/unidad-5-marcoteorico/6-4-marco-conceptual>