



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EDITORIAL FÍSICA Y ELECTRÓNICA PARA ESCRITORES DE LIBROS DE FICCIÓN Y NO FICCIÓN EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA C.P.A.

AUTOR: WILSON ANDRÉS ENRÍQUEZ HERNÁNDEZ

DIRECTORA: ING. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN Msc

IBARRA, Marzo del 2019

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto desarrolla una investigación para la introducción de una editorial física y electrónica, para escritores de libros de ficción y no ficción, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, el objetivo central es el crear una nueva línea de negocio atractiva hacia escritores y lectores, donde se beneficien escritores de la localidad, niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, fomentando una lectura sana, fuerte en ellos, al igual que el apoyo, seguimiento, vinculación a escritores locales, y nacionales, que requieren el servicio de una editorial enfocada en tendencias actuales, se sustentó en referencias bibliográficas claras, específicas, para mejor entendimiento a lo largo del estudio, mediante el estudio de mercado se determinó una demanda potencial insatisfecha en esta localidad, donde se podrá introducir el emprendimiento de manera eficaz y eficiente, entregar un servicio de edición cubriendo la expectativa de un óptimo servicio para escritores y lectores, se estableció los requerimientos necesarios para el óptimo funcionamiento del mismo y a su vez el monto total de la inversión que se requiere para poner en marcha la editorial, del cual el proyecto logrará obtener rentabilidad al primer año de su funcionamiento, estableciéndose como persona natural no obligada a llevar contabilidad, editorial independiente, con todos los permisos correspondientes que establece la ley, una estructura jerárquica funcional y organizacional, con la evaluación de los impactos se está minimizando los impactos negativos, y maximizando los impactos positivos, de los cuales los impactos positivos tienden a tener mucha relevancia a corto y largo plazo, finalmente se establece las conclusiones del presente proyecto y las respectivas recomendaciones.

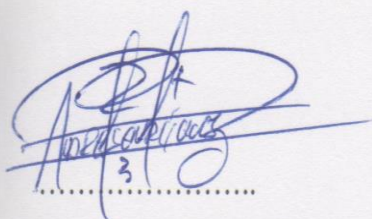
SUMMARY

This project develops a research for the introduction of a physical and electronic publishing for writers of fiction and nonfiction books, in the city of Ibarra, Imbabura province, the main objective is to create a new attractive line of business to writers and readers, where local writers, children, young people, adults, senior citizens, benefit from healthy reading, strong in them, as well as support, follow-up, link to local writers, and national writers, who require the service of an editorial focused on current trends, based on clear, specific bibliographical references, for better understanding throughout the study, through the market study determined a potential unsatisfied demand in this location, where entrepreneurship can be introduced effectively and efficient, deliver an editing service covering the expectation of an optimal service for writers and readers, the necessary requirements were established for the optimal functioning of the same and in turn the total amount of investment required to start up the publishing house, of which the project will achieve profitability in the first year of its operation, establishing itself as a person natural not obliged to keep accounting, independent publishing house, with all the corresponding permits that the law establishes, a functional and organizational hierarchical structure, with the evaluation of the impacts is minimizing the negative impacts, and maximizing the positive impacts, of which the Positive impacts tend to be very relevant in the short and long term, finally the conclusions of the present project and the respective recommendations are established.

AUTORÍA

Yo, WILSON ANDRÉS ENRÍQUEZ HERNÁNDEZ, portador de cédula de ciudadanía Nro. 040168423-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EDITORIAL FÍSICA Y ELECTRÓNICA PARA ESCRITORES DE LIBROS DE FICCIÓN Y NO FICCIÓN EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", es de mi autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.

En la ciudad de Ibarra, a los 9 días del mes de Marzo del 2019



.....

ENRÍQUEZ HERNÁNDEZ WILSON ANDRÉS

040168423-8

MSC. ING. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN Msc

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado, Sr. **Wilson Andrés Enríquez Hernández**, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EDITORIAL FÍSICA Y ELECTRÓNICA PARA ESCRITORES DE LIBROS DE FICCIÓN Y NO FICCIÓN EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige.

Dado en la ciudad de Ibarra, a los 9 días del mes de Marzo del 2019



MSC. ING. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN Msc

DIRECTORA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	DE	040168423-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	ENRÍQUEZ HERNÁNDEZ WILSON ANDRÉS	
DIRECCIÓN:		13 DE ABRIL Y TULCAN	
E-MAIL:		andresenriquez2711@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	06 3301401	TELÉFONO MÓVIL:	0996318690
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EDITORIAL FÍSICA Y ELECTRONICA PARA ESCRITORES DE LIBROS DE FICCIÓN Y NO FICCIÓN EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR:	ENRÍQUEZ HERNÁNDEZ WILSON ANDRÉS		
FECHA:	09-03-2019		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSTGRADO	

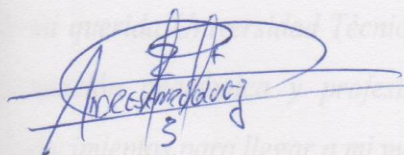
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.
ASESOR:	ING. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN Msc

2. CONSTANCIAS.

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 09 días del mes de Marzo del 2019

EL AUTOR



Wilson Andrés Enríquez Hernández

C.C. 040168423-8

ANDRÉS

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto en mi vida y haberme dado salud, sabiduría para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Martha y mi padre Wilson

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y comprensión.

A mis familiares

Mis hermanas Cristina, Soledad, por ser el ejemplo de hermanas mayores y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles que hay que superar, mis sobrinos Kamila, David, a mi esposa Paola Katherine e hijo Ethan Enríquez, por ese amor infinito, apoyo constante para que este sueño se convierta en realidad el lograr culminar mis estudios profesionales. Un Dios le pague a cada uno de ellos.

A mi querida Universidad Técnica del Norte a quien debo muchos de mis éxitos, y aquella formación académica y profesional y a todos los maestros que me impartieron sus conocimientos para llegar a mi meta.

ANDRÉS.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme sabiduría, a mis padres por darme la vida y por el esfuerzo conjunto para darme la educación que actualmente he alcanzado.

A mi familia por el apoyo moral y económico en todo el trayecto para alcanzar mi formación profesional.

A los profesores de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por haber compartido sus conocimientos para la elaboración de este trabajo.

Quiero de manera especial expresar mi gratitud aquellos profesores, personas que creyeron en mí, impartiendo su conocimiento, y aportaron valores y virtudes.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	vi
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
INDICE DE FIGURAS.....	xxi
OBJETIVOS	xxiii
Objetivo General	xxiii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxiii
CAPÍTULO I	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes	25
El problema.....	26
Planteamiento del problema.....	26
Justificación	26
Objetivo del diagnóstico	27
Objetivo General	27
Objetivos Específicos.....	27
Variables diagnósticas	28
Indicadores.....	29
Matriz de Relación Diagnóstica.....	30
Análisis de las Variables Diagnósticas	31
Ubicación	31
Extensión.....	31
Localización geográfica	31
Población.....	31
Población económicamente activa	32

Distribución de la Población por Género y Edades	32
Población ocupada por Rama de Actividad	33
Cultura y Tradiciones.....	33
Población y tasa de crecimiento.....	34
Niveles de Educación en Porcentajes y Nivel.....	34
Número de Editoriales existentes en el cantón	34
Elaboración de la Matriz AOOR.....	35
Identificación de la Oportunidad Inversión	36
CAPÍTULO II.....	38
MARCO TEÓRICO.....	38
Introducción	38
Objetivo General.....	38
Definición de los términos	39
Empresa.....	40
Definición	40
Tipos de empresas.....	40
Administración.....	41
Definición	41
Contabilidad.....	41
Definición	41
Jornalización o registro inicial	42
Consumidor.....	42
Definición	42
Servicio	42
Definición	42
Comercialización	43
Definición	43
Cliente.....	43
Definiciones	43
Oferta	44
Definición	44
Demanda	44
Definición	44
Mercado	45

Definición	45
La competencia	45
Definición	45
Los proveedores	45
Definición	45
Estudio técnico.....	46
Definición	46
Localización del proyecto	46
Definición	46
Tamaño del proyecto.....	47
Definición	47
Macro localización.....	47
Micro localización	47
Producto	48
Definición	48
Características de los productos.....	48
Clasificación de los productos	49
Precio	50
Definición	50
Plaza.....	50
Definición	50
Promoción.....	51
Definición	51
Tipos de promociones	51
Publicidad	52
Tipos de publicidad.....	52
Destino de la publicidad.....	52
Punto de equilibrio.....	53
Estados Financieros	53
Definición	53
Clasificación de los Estados Financieros	54
Estado de Situación Financiera.....	54
Estado de resultados.....	54
Estado de Flujo de Efectivo	54

Estado de Evolución de Patrimonio.....	55
Editorial.....	55
Imprenta.....	56
CAPÍTULO III.....	57
ESTUDIO DE MERCADO.....	57
Introducción.....	57
Objetivo General.....	57
Objetivos Específicos.....	57
Variables e Indicadores del Estudio del Mercado.....	58
Matriz de variable del estudio de mercado.....	59
Identificación del producto o servicio.....	60
Características.....	60
Ventajas.....	60
Identificación de la población y cálculo de la muestra.....	61
Censo.....	61
Segmento de mercado.....	62
Variables de segmentación.....	62
Mercado meta.....	62
Técnicas de investigación.....	63
Información Primaria.....	63
Información secundaria.....	63
Tabulación y análisis de la encuesta.....	64
Encuesta dirigida a los escritores de por lo menos un libro para uso en las instituciones de educación superior.....	64
Encuesta dirigida a los lectores Activos dentro de las instituciones de educación superior....	72
Identificación de la demanda.....	79
Demanda actual.....	79
Identificación de la oferta.....	80
Resultado de las entrevistas.....	81
Oferta actual.....	81
Proyección de la oferta.....	82
Balance oferta-demanda.....	83
Participación del proyecto.....	83
Precios.....	84

Análisis de los precios	84
Proyección de precios	84
Fijación de precios	85
Comercialización	85
Estrategias de promoción.....	86
Estrategias de publicidad	86
Conclusiones del estudio de mercado	87
CAPÍTULO IV.....	89
ESTUDIO TÉCNICO	89
Introducción	89
Objetivo General.....	89
Objetivos Específicos.....	89
Localización del proyecto	90
Macro localización.....	90
Micro localización	90
Análisis del lugar establecido	91
Proximidad a los consumidores, distribuidores y negocios.	91
Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	91
Diseño de instalación	93
Distribución física.....	93
Diseño del plano para la Editorial.....	93
Flujograma de procedimientos de la Editorial	94
Flujograma de contacto escritor.....	94
Descripción de contacto escritor.....	94
Requerimiento de la inversión	98
Inversión fija	98
Equipamiento	98
Muebles y enseres	99
Equipos de Computación	99
Inversiones diferidas	100
Inversión variable.....	100
Costos de Producción.....	101
Costos Directos	101
Mano de obra directa	101

Gastos de Administración	102
Personal Administrativo.....	102
Suministros de oficina.....	103
Servicios básicos	104
Gasto de ventas	104
Estructura del financiamiento	105
Conclusión	105
CAPÍTULO V.....	106
ESTUDIO FINANCIERO	106
Introducción	106
Objetivo General.....	106
Objetivos Específicos.....	106
Presupuesto de Ingresos	106
Determinación de los ingresos.....	107
Proyección de los ingresos.....	107
Costos de operación	110
Presupuesto Egresos.....	110
Costo de ventas	110
Costo de la mano de obra directa	110
Proyección de la mano de obra directa	111
Servicios Básicos	112
Proyección de los servicios básicos	113
Suministros de oficina.....	113
Proyección de suministros de oficina	114
Resumen gastos de administración	114
Gastos de ventas.....	115
Depreciaciones.....	115
Depreciación maquinaria y equipo	116
Depreciación mueble y encerres	116
Depreciación equipo de computación.....	117
Gastos de amortización	117
Estado de situación financiera	118
Estado de Flujo de Efectivo	120
Evaluación financiera.....	121

Determinación del costo de capital	121
Determinación de la Tasa de rendimiento Medio	122
Valor actual neto (VAN).....	122
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	123
Relación Beneficio Costo	124
Periodo de recuperación de la inversión con valores corrientes y reales.....	125
Punto de Equilibrio	126
Conclusiones:.....	127
CAPÍTULO VI.....	128
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL	128
Introducción	128
Aspectos estratégicos	128
Empresa.....	128
Nombre o razón social de la empresa	128
Aspecto Legal	129
Constitución Legal	129
Requisitos de funcionamiento.....	129
Logotipo	130
Slogan	131
Misión	131
Visión.....	131
Objetivos.....	132
Objetivo General.....	132
Objetivos específicos	132
Valores corporativos	132
Principios	133
Políticas.....	133
Políticas con los clientes	133
Políticas con el personal.....	134
Políticas con clientes (Librerías).....	135
Políticas con los proveedores.....	135
Políticas para la entidad	136
Estructura organizacional.....	136
Nivel administrativo.....	137

Nivel directivo y administración.....	137
Nivel área de edición y área de corrección	137
Funciones y competencia del personal	137
Conclusión	141
CAPÍTULO VII	142
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	142
Presentación	142
Objetivo.....	142
Parámetros de medición de impactos.....	142
Impacto Educación.....	143
Impacto socioeconómico	145
Impacto Comercial.....	146
Impacto empresarial.....	147
Impacto Ambiental.....	148
Resumen general de impactos.....	149
CONCLUSIONES	151
RECOMENDACIONES.....	153
BIBLIOGRAFÍA	155
LINKOGRAFIA	156
ANEXOS	157
Anexo 1.....	158
Anexo 2.....	159
Anexo 3.....	161
Anexo 4.....	163
Anexo 5.....	167
Anexo 6.....	168

ÍNDICE DE TABLAS

1. Indicadores	29
2. Matriz de Relación Diagnóstica.....	30
3. Distribución Población.....	32
4. Población rama de actividad	33
5. Niveles de educación	34
6. Número de empresas relacionadas al área Editorial	35
7. Matriz AOOR.....	35
8. Variables e Indicadores del Estudio del Mercado.....	58
9. Matriz de variable del estudio de mercado 0	59
10. Identificación del servicio.....	60
11. Contratación del servicio de Edición.	64
12. Contratación del servicio de Edición.	65
13. Frecuencia de uso del servicio	67
14. Contratación del servicio de Edición.	68
15. Implementar una editorial dentro de la ciudad.	69
16. Valor de Edición.	70
17. Publicidad del servicio.....	71
18. Adquisición de libros de escritores nacionales	73
19. Contratación del servicio de Edición.	74
20. Frecuencia de uso del servicio	75
21. Contratación del servicio de Edición.	76
22. Distribución de los Libros.....	77
23. Conocimiento sistema innovador.....	78
24. Determinación de la demanda.....	79
25. Proyección de la demanda	80
26. Determinación de la oferta de las editoriales en Quito.	81
27. Proyección de la oferta.....	82
28. Demanda potencial a satisfacer.....	83
29. Proyección de los precios.....	84
30. Distribución.....	85
31. Desarrollo de la promoción.....	86
32. Establecimiento de la publicidad	87

33. Área total de la Editorial en m2	93
34. Presentación de equipamiento.....	98
35. Muebles y enseres	99
36. Presupuesto de Equipos de computación	99
37. Resumen inversiones en activos fijos	100
38. Requerimiento Mano de obra directa.....	101
39. Resumen Costos Directos de Fabricación.....	101
40. Materiales Indirectos.....	102
41. Resumen Costos Indirectos de Fabricación	102
42. Resumen de Costos de Producción	102
43. Remuneración personal Administrativo	103
44. Suministros de oficina.....	103
45. Suministros de aseo y limpieza.....	103
46. Servicio Básicos.....	104
47. Determinación de gasto de ventas.....	104
48. Determinación del capital de trabajo requerido para los tres primeros meses.....	104
49. Requerimiento de las inversiones	105
50. Promedio de inflación	107
51. Demanda por satisfacer.....	108
52. Obtención de los ingresos	108
53. Ingresos por percibir	109
54. Requerimiento mano de obra primer año.....	111
55. Incremento del valor de la mano de obra.....	111
56. Mano de obra Proyectada.....	112
57. Gastos servicio básico.....	113
58. Servicios básicos Proyectados	113
59. Requerimiento de suministros.....	114
60. Suministros de oficina.....	114
61. Resumen gastos de administración	114
62. Estimaciones de los gastos ventas.....	115
63. Gastos de ventas proyectadas.....	115
64. Depreciación de los activos fijos de la empresa.	116
65. Distribución de la Depreciación de los equipos.....	116
66. Distribución de la depreciación de los muebles.....	116

67. Distribución de la depreciación de equipo de computación	117
68. Resumen de las depreciaciones de los activos fijos.....	117
69. Determinación de la Amortización	118
70. Estado de situación financiera inicial	118
71. Estados de resultados	119
72. Estado de flujo de efectivo.....	120
73. Costo de capital.....	121
74. Calculo de la TRM.....	122
75. Cálculo de VAN.....	123
76. Obtención de la TIR.....	124
77. Cálculo del Costo Beneficio	125
78. Análisis del tiempo de recuperación con valores corrientes	125
79. Resumen de los indicadores financieros	126
80. Funciones administrador.....	138
81. Funciones diseñador.....	139
82. Funciones editor.....	140
83. Parámetros de medición de impactos.....	143
84. Matriz de Impacto educación.....	143
85. Matriz de Impacto Socioeconómico	145
86. Matriz de Impacto Comercial	146
87. Matriz de Impacto educación.....	147
88. Matriz de Impacto ambiental	148
89. Resumen general de impactos.....	149

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Conceptos generales.....	39
Figura N° 2 Requerimientos servicio Editorial.....	64
Figura N 3 Forma de edición de los libros.....	65
Figura N 4 Número de páginas a editar.	66
Figura N 5 Frecuencia de uso de este servicio.....	67
Figura N° 6 Conocimiento de Editorial que implemente medios audiovisuales	68
Figura N 7 Disponibilidad de pago.....	70
Figura N 8 Publicidad del servicio.....	71
Figura N 9 Libros de Preferencia.....	72
Figura N 10 Adquisición de libros de escritores locales.....	73
Figura N° 11 Libros de escritores nacionales	74
Figura N 12 Frecuencia de uso de este servicio.....	75
Figura N 13 Conocimiento de Editorial que implemente medios audiovisuales.....	76
Figura N 14 Preferencia del lugar de compra	77
Figura N 15 Conocimiento sistema innovador con QR.....	78
Figura N° 16 Plano editorial	93
Figura N 17 Flujo grama de procesos de la Editorial	94
Figura N° 18 Flujograma de procedimientos de la editorial.....	96
Figura N° 19 Organigrama estructural.....	136
Figura N° 20 Organigrama funcional	137

PRESENTACIÓN

Se realiza un estudio de diagnóstico situacional, el cual ayuda a determinar el bajo índice de lectura en el cantón Ibarra, y a nivel nacional, la carencia de una editorial independiente en la zona objeto de estudio, además se describe bibliográficamente los aspectos, contables, financieros, administrativos y técnicos, los cuales permiten una más amplia comprensión del proyecto. el estudio de mercado con el fin de determinar el nivel de oferta, demanda, precios y las estrategias de comercialización, promoción y publicidad, determinando la demanda insatisfecha, y estrategias para llegar a posicionarse en el mercado, esto es aplicado por instrumentos de investigación, se realiza un estudio técnico para determinar la capacidad instalada del proyecto, ubicación, proceso de edición, de contratación, recursos humanos, tecnológicos y financieros para la ejecución del proyecto, se lleva a cabo una ejecución en términos económicos, mediante la aplicación de los indicadores financieros, se realizan las respectivas proyecciones de ingresos y gastos para conocer cuál es viabilidad del proyecto, se plantea una propuesta de estructura organizacional para el buen funcionamiento y aquel mejoramiento continuo del proyecto en el momento de su ejecución, mediante el establecimiento de una misión, visión, valores, principios y un manual de funciones y finalmente se evalúan los impactos que puede generar el proyecto en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Editorial Física y Electrónica para escritores de libros de ficción y no ficción en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación con la finalidad de determinar su factibilidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Llevar acabo un diagnóstico situacional, mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación que ayuden con la recopilación de datos de la zona objeto del estudio para el proyecto, para lograr identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la editorial.

Instaurar las bases teóricas y científicas, mediante la investigación documental, para lograr sustentar de manera adecuada el proyecto a ser realizado.

Realizar el estudio de mercado pertinente, mediante la utilización de herramientas de compilación de información, que permita conocer: la oferta, la demanda, precio, local y más variables que influyen en el mercado con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha de este tipo de empresa.

Efectuar un estudio técnico, mediante la aplicación de herramientas de proyecciones financieras, buscando conocer los espacios requeridos, las infraestructuras, la tecnología y recursos necesarios, con los cuales se podrá desarrollar favorablemente el proyecto.

Valorar la viabilidad financiera del proyecto, mediante un análisis financiero, en búsqueda de determinar si el proyecto es económicamente sustentable.

Mostrar una propuesta de estructura administrativa, por medio de la presentación de los esquemas organizativos necesarios, la constitución legal y aquellas leyes que presiden para este tipo de empresa, con el objetivo de lograr su eficaz funcionamiento.

Realizar una investigación de los posibles efectos que puedan desarrollarse como consecuencia de la implementación del proyecto, sean éstas positivas o negativas, mediante la realización y análisis de una matriz de impactos en la búsqueda de disminuir los efectos negativos y maximizar los positivos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La ciudad Ibarra se encuentra en la zona norte del Ecuador, al noroeste de Quito a 125 Km. al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18 C.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015) en el Ecuador el índice de lectura es de medio Libro por año y este valor es resultado de libros utilizados en el aula, es decir es impuesto por el profesor, realmente es un índice alarmante, levantando una gran preocupación por la educación de nuestros niños, jóvenes, quienes no tienen el hábito de la lectura.

Todo tipo de empresas están reguladas por organismos públicos, en este caso no quedan exentas las editoriales, las cuales son encargadas de hacer llegar todos esos conocimientos y experiencias que se dan a conocer por medio de la publicación de obras literarias, artículos científicos, los cuales son agentes trascendentales en la creación de una sociedad más consiente.

Las grandes editoriales han perdido el apego hacia el escritor y el lector o viceversa, la población año a año crece desmesuradamente, pero la tendencia a adquirir libros disminuye drásticamente, perdiendo el gusto por una de las actividades donde se desarrolla un país, aquellas editoriales han olvidado el innovar para atraer a los clientes.

El trabajo arduo que ha venido realizando el Ministerio de Educación a la hora de incentivar a la lectura no ha dado los resultados esperados, ya que aún se puede apreciar aquel

desinterés de parte de niños y jóvenes a la hora de intentar empaparse de todo ese conocimiento que se presenta en un libro, siendo así necesario una editorial enfocada en las tendencias actuales y que vincule estas nuevas tecnologías con el maravilloso mundo de la lectura.

Esto ha provocado un daño irreversible en la sociedad, se han creado nuevas costumbres que perjudican al potencial del niño, del joven, del adulto, causando déficit de atención, desinterés por el conocimiento, convirtiendo aquella sociedad en consumidores y no productores de ideas, lo cual se ve reflejado en la estadística que determina que América Latina tiene bajos índices de Investigación.

1.1.1. El problema

En la ciudad de Ibarra no existe una editorial independiente, que preste un servicio de calidad a los escritores locales, vinculando las tendencias actuales con la lectura; las editoriales existentes no brindan libros atractivos para los lectores, se limitan únicamente a la descripción textual lo que provoca la falta de interés hacia la lectura.

1.1.2. Planteamiento del problema

En Ibarra no existe una editorial independiente que vincule las tendencias actuales con las nuevas tecnologías para brindar un servicio de calidad a los escritores locales, esto ocasiona que muchos de los habitantes pierdan el hábito de la lectura, y aquellos lectores activos deben trasladarse a otra ciudad para adquirir los libros de su preferencia, lo cual provoca pérdida de tiempo y molestias al cliente.

1.1.3. Justificación

Bajo índice de lectura a nivel local y nacional, despreocupación por parte de padres de familia, por aquel desinterés por parte de niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, hacia una

lectura más activa y consiente, provocando problemas generales en la sociedad, por lo que es necesario implementar una editorial física y electrónica en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, que vaya de la mano con las tecnologías actuales, para dar valor agregado a los libros. innovar los libros, aquel desinterés por los libros, se viene haciendo cada vez más grande y alarmante, que no se ha realizado desde hace décadas, es necesario dar un mayor incentivo al lector y que aquellos escritos de los amantes de la redacción se vuelvan más atractivos.

Una sociedad que no lea, fácilmente será oprimida, dominada, influenciada fácilmente, poca capacidad de criterio, las nuevas generaciones perderán por completo el interés hacia los libros, hacia lecturas sanas, que fortalezcan su mente, por lo que se busca llamar de nuevo la atención de la sociedad en general, la editorial se encargará de implementar Códigos QR con la app QR Code Generator con su respectivo URL, el costo de producirlos es accesible, se trata de implementar aquellos códigos en distintas partes de la redacción, como el valor agregado que ofrece la editorial. Se procederá a la creación de audios que vayan acorde con los libros y novelas, la utilización de estos códigos es muy simple, entre los implementos a ser utilizados son Sound Cloud que es una plataforma online gratuita donde se subirán los audios de muy buena calidad, entre otras plataformas ya sea para videos, imágenes, de darse el caso.

1.2. Objetivo del diagnóstico

1.2.1. Objetivo General

Llevar acabo un diagnóstico situacional, mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación que ayuden con la recopilación de datos de la zona objeto del estudio, así lograr identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la editorial.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar la ubicación geográfica

- Estudiar los diferentes aspectos demográficos
- Investigar los aspectos culturales de la población meta
- Conocer el aspecto socioeconómico de la ciudad
- Conocer el nivel de educación del cantón Ibarra
- Existencias de Editoriales en el Cantón

1.3. Variables diagnósticas

Variable es aquella que hace referencia a los cambios intrínsecos a la hora de la implantación de un proyecto en una determinada zona, los cuales embarcan tanto consecuencias positivas y negativas.

Se ha establecido que se necesitara realizar un estudio en esta zona considerando variables como:

- Ubicación territorial
- Aspectos demográficos
- Aspectos culturales de la población
- Aspecto socioeconómico
- Niveles de educación
- Editoriales existentes

1.4. Indicadores

Indicadores son aquellas herramientas que ayudan a estudiar y medir el comportamiento de una variable, a partir de información cualitativa y cuantitativa, con el objetivo de comprender los aspectos de mayor consideración.

Las variables seleccionadas, se han establecido los siguientes indicadores que permitirán conocer con mayor amplitud la zona objeto de estudio.

Tabla 1

Indicadores

Variable	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> Ubicación geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación Clima Extensión Limites
<ul style="list-style-type: none"> Aspectos demográficos 	<ul style="list-style-type: none"> Población y tasa de crecimiento Distribución de la población por género
<ul style="list-style-type: none"> Aspectos culturales de la población 	<ul style="list-style-type: none"> Creencias Costumbres Festividades Tradiciones Principales hábitos
<ul style="list-style-type: none"> Aspecto socioeconómico 	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje PEA, Principales actividades económicas, Niveles de ingresos de la población
<ul style="list-style-type: none"> Niveles de educación 	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de la educación por niveles de instrucción
<ul style="list-style-type: none"> Editoriales Existentes 	<ul style="list-style-type: none"> Número de Editoriales existentes en el cantón Número de empresas relacionadas al área Editorial

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por el Autor (2018)

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 2

Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivo General	Objetivo Especifico	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente de Información
Llevar acabo un diagnóstico situacional, mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación que ayuden con la recopilación de datos de la zona objeto del estudio para el proyecto, para lograr identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la editorial.	Identificar de la ubicación territorial	Ubicación territorial	Ubicación Clima Extensión, Limites	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Investigar los aspectos socio demográficos	Aspectos demográficos	Población y tasa de crecimiento Distribución de la población por género, por edades.	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Investigar los aspectos culturales de la población meta	Aspectos culturales de la población	Ciencias Costumbres Festividades Tradiciones Principales hábitos	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Conocer el aspecto socioeconómico de la ciudad	Aspecto socioeconómico	Porcentaje PEA, Principales actividades económicas Niveles de ingresos de la población	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Conocer el nivel de educación del cantón Ibarra	Niveles de educación	Porcentaje de la educación por niveles de instrucción	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
	Editoriales existentes	Existencia de Editoriales	Número de Editoriales existentes en el cantón Número de empresas relacionadas al área Editorial	Investigación Bibliográfica Ficha Observación	Secundaria Cámara de Comercio de Imbabura Número de empresas relacionadas

Elaborado por el Autor (2018)

1.6. Análisis de las Variables Diagnósticas

1.6.1 Ubicación

La ciudad Ibarra está ubicada en la zona norte del Ecuador, a 115 km Al noroeste de Quito, a 125 Km al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, una temperatura promedio de 18 C.

1.6.2 Extensión

Según los datos establecidos por el Gobierno Municipal de Ibarra (GADI), cuenta con 242 km de extensión.

1.6.3 Localización geográfica

Según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Ibarra está ubicada en la provincia de Imbabura, en la sierra norte del Ecuador entre ellas al norte la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas. Al oeste con cantón Urcuqui, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro.

1.6.4 Población

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, la población del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura es de 181.2 mil habitantes, comprendidos en un 51,5 % mujeres, y en un 48,5% de hombres. De los cuales un 72,8% pertenece a la zona Urbana de este Cantón y un 27,2% a la zona Rural.

1.6.5 Población económicamente activa

Según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra la Población económicamente activa PEA de Imbabura es de 47,7%, Del cual para el cantón Ibarra es de 55,0%.

1.6.6 Distribución de la Población por Género y Edades.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010 la población del Cantón Ibarra representa el 44,5% del total de la provincia de Imbabura; ha crecido en el último periodo intercensal 1990-2001, a un ritmo del 2,3 % promedio anual. El 29,2 % de su población reside en área Rural, se caracteriza por ser una población joven ya que el 42.4% son menores de 20 años.

Tabla 3

Distribución Población

Distribución de la población del cantón Ibarra			
Total	153.256	Hombres: 74.469	Mujeres: 78.787

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial 2015
Elaborado por el Autor (2018)

1.6.7 Población ocupada por Rama de Actividad

Tabla 4

Población rama de actividad

Numero	Actividad	Porcentaje
1	Comercio al por mayor y menor	23,1
2	Industrias manufactureras	13,9
3	Agrícola, Ganadería, silvicultura y pesca	13,0
4	Enseñanza	7,3
5	Construcción	6,8
6	Transporte y alimentación	6,6
7	Administración Pública y defensa	6,2
8	Actividades de alojamiento y servicios de comida	4,5
9	Actividades de los hogares como empleadores	4,0
10	Actividades de la atención de la salud humana	3,2
11	Otros	11.5

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial 2015
Elaborado por el Autor (2018)

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial en su tabla se puede observar que la mayor actividad económica es: el comercio al por mayor y menor, seguida de industrias manufactureras y en tercer lugar Agricultura, Ganadería, Silvicultura y pesca, dando a notar la gran variedad en actividades económicas en el cantón.

1.6.8 Cultura y Tradiciones

Según la guía virtual de turismo accesible Imbabura, ha fomentado el desarrollo de las artesanías, la producción de tallados, trabajos de cuero que tienen amplia demanda en los

mercados de América y Europa, al igual que el folclor, su vestimenta, alimentos, son sus fortalezas en el área textil, sobre todo el comercio al por mayor y menor.

1.6.9 Población y tasa de crecimiento

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, la población del cantón Ibarra tiene un crecimiento porcentual de 1,63% anual, consta de una población de 108.666 habitantes, se encuentra entre uno de los cantones más poblados en el puesto número 14.

1.6.10 Niveles de Educación en Porcentajes y Nivel

Tabla 5

Niveles de educación

Porcentaje Nivel de Instrucción Cantón Ibarra	
No declarado	7,1
Postgrado	0,2
Superior	11,8
Post Bachiller	0,6
Secundario	23,9
Primario	50,6
Centro Alfabético	0,3
Ninguno	5,5

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial 2015
Elaborado por el Autor (2018)

1.6.11 Número de Editoriales existentes en el cantón

Según la Cámara de Comercio de Imbabura no se encuentra registrada legalmente ninguna editorial privada en el cantón de Ibarra, provincia de Imbabura, número de Editoriales Ibarra cero.

Tabla 6**Número de empresas relacionadas al área Editorial**

Tipo de Empresa	Número
Imprentas	17
Agencia Publicitaria	13
Librerías	7

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por el Autor (2018)

Los valores son aproximados, de lo que corresponde a empresas relacionadas al área de una Editorial, como lo son Imprentas quienes hacen uso de este nombre juntamente con papelerías lo que dificulta el muestreo, Agencia Publicitarias tienden a realizar actividades conjuntas a las Publicitarias que no se relacionan con las Editoriales y por ultimo las Librerías se tomaron las más representativas mas no las que tienen otras actividades no relacionadas a este proyecto.

1.7. Elaboración de la Matriz AOR**Tabla 7****Matriz AOR**

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> • Niveles de Educación Estándar contribuye a la utilización de libros • La ciudad se encuentra en un punto estratégico para la interacción entre principales ciudades, para la distribución de ejemplares a Librerías. • Las instituciones financieras tienen líneas de créditos destinadas a emprendimientos en fase de desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada cultura de lectura y compra de libros • Nuevos negocios con actividades similares • Ordenanzas municipales que limiten la implementación de negocios de este tipo • Disminución de compra de libros por tendencia de uso de tecnologías emergentes • Entrega gratuita de libros por parte del estado a los estudiantes

Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de Editoriales en la zona. • Crecimiento del porcentaje de instrucción en el cantón demanda una editorial • Un lugar más cercano para la edición de obras de escritores locales • No existe competencia directa en el sector 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica del país • Coste alto de edición de obras literarias • Aumento de costo del libro por motivo de tener que trasladarse a otras ciudades para la edición • Competencia desleal

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor (2018)

1.8. Identificación de la Oportunidad Inversión

Al no existir una competencia directa en el sector, aquellas instituciones financieras con líneas de crédito para emprendimientos, negocios en crecimiento, accederán a la entrega de crédito para el funcionamiento del proyecto.

La población ha aumentado su estándar de educación en los últimos años, haciendo importante la integración de una empresa que fomente aquella educación, haciendo a una sociedad más lectora, los escritores locales van a tener mayor factibilidad y opción de realizar la edición de sus obras literarias, en una ciudad ubicada en un punto estratégico, y no depender de inevitablemente trasladarse a otra ciudad, sin la pérdida de tiempo innecesaria.

Al implementar una editorial en un sector que carecía de este servicio tan primordial hará que de cierta manera se fomente la cultura de la lectura y se tienda a comprar más libros, y apoyar a los escritores locales en su intento por aportar sus conocimientos y experiencias, desde el punto de vista del diagnóstico situacional, se determina que es viable el proyecto

“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Editorial Física y Electrónica para escritores de libros de ficción y no ficción en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”,

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Introducción

Se realizará un estudio y análisis sobre conceptos que son de vital importancia, para el desarrollo del proyecto. Se citan las obras textuales de diferentes autores, de las cuales se ha seleccionado debido a su excelente contenido y considerando la relación a los aspectos administrativos, financieros, económicos y contables, que serán necesarios para disminuir la incertidumbre, a los términos que se han establecido en el proyecto.

2.1.1 Objetivo General

Instaurar las bases teóricas y científicas, mediante la investigación documental, para lograr sustentar de manera adecuada el proyecto a ser realizado.

A continuación, citando algunos de los términos más referenciales del proyecto.

2.1.2 Definición de los términos

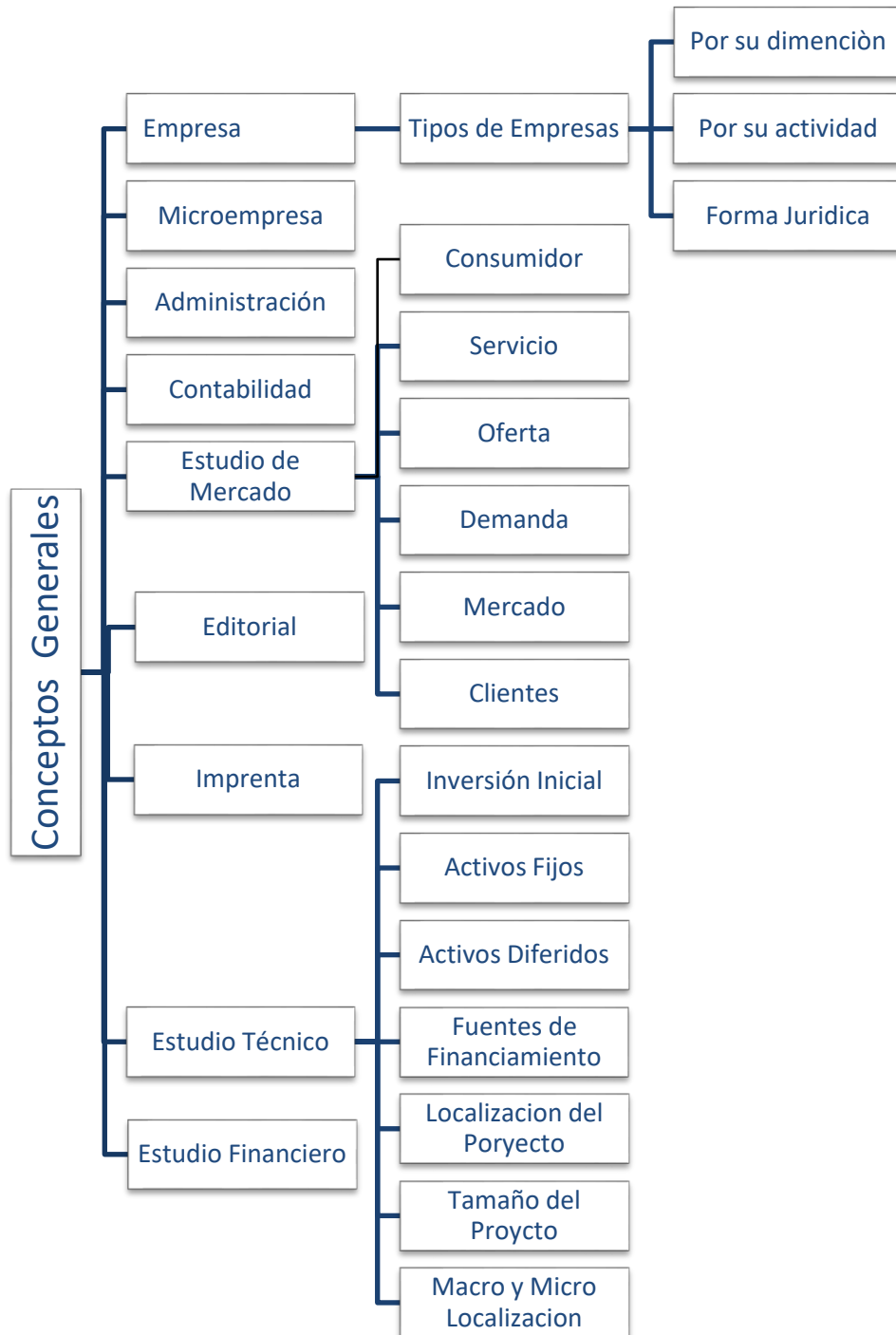


Figura N° 1 *Conceptos generales*

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor (2018)

2.2. Empresa

2.2.1. Definición

“La empresa es un agente que organiza con eficiencia el de los factores productivos (tierra, trabajo y capital) con el objetivo de producir los bienes y servicios necesarios demandados por el mercado” (LACALLE, 2014, pág. 8).

Dentro del mercado para la entrega de bienes y servicios hay un ente encargado de combinar los factores productivos, tierra, trabajo, y capital, para la satisfacción de las necesidades dentro de la ciudadanía.

2.2.2. Tipos de empresas

“Las empresas pueden ser clasificadas atendiendo a distintos criterios económicos, como son: el tamaño, el sector de la actividad, el ámbito de actuación o el destino de los beneficios, y otros de naturaleza más jurídica, como la forma jurídica o la propiedad” (BARROSO CASTRO, 2012, pág. 25).

Las empresas individuales carecen de personalidad jurídica propia (independiente del dueño) y no están obligadas a inscribirse en el registro mercantil. Personas físicas, empresario individual, Comunidad de bienes, Sociedad civil, Personas jurídicas, Sociedades mercantiles, Sociedad regular colectiva, Sociedad comanditaria, Sociedad de responsabilidad limitada nueva empresa, Sociedad Anónima S.A Sociedad Laboral Cooperativas” (REY POMBO, 2014, pág. 4 y 5).

Las empresas se clasifican en base con aquellas acciones que realicen, por la dimensión, la actividad y forma jurídica. La dimensión hace referencia al tamaño apropiado de la empresa. Según su actividad se pueden clasificar en comercial, industrial y de servicios.

2.3. Administración

2.3.1. Definición

“La administración implica planear, organizar, dirigir, y controlar el talento humano y de otro tipo para alcanzar con eficiencia y eficacia las metas de una entidad” (JONES, G., & GEORGE, J., 2014, pág. 5).

Administración es un conglomerado de principios y técnicas, de los cuales, al aplicarlos correctamente en las entidades, instituciones permiten alcanzar objetivos comunes planteado por la administración o gerencia.

2.4. Contabilidad

2.4.1. Definición

“La contabilidad es la técnica que nos ayuda a registrar. En términos monetarios, todas las operaciones contables que celebra la empresa, proporcionando, además, los medios para implantar un control que permita obtener una información veraz y oportuna a través de los Estados Financieros, así como una correcta interpretación de los mismos” (NIÑO ÁLVAREZ, R., & MONTOYA PÉREZ, J., 2014, pág. 15).

Contabilidad se entiende como el conjunto de aquellas técnicas que permiten llevar con un registrar cronológico y secuencial las transacciones que se realizan en las entidades durante un periodo determinado, con el fin de presentar a los interesados de la información a rebelar.

2.5. Jornalización o registro inicial

“Libro que permite asentar las operaciones en orden cronológico, de forma individual o por resúmenes que no exceden un mes” (SINISTERRA, G, POLANCO, E, & HENAO, H, 2011, pág. 51).

Jornalización es el registro de las operaciones contables que se llevan en consideración en las instituciones prestadoras de servicios o productoras, teniendo en cuenta que es necesario que todos los movimientos económicos y financieros ejecutados se asienten con tiempo oportuno.

2.6. Consumidor

2.6.1. Definición

“Es factible definir al consumidor como una persona que presenta ante el mercadólogo sus deseos y necesidades. El trabajo de este último es satisfacerlo de manera provechosa, tanto para el cliente como para la empresa” (SANGRI CORAL, A. , 2014, pág. 38).

Consumidor es toda aquella persona de una ciudadanía, que estará dispuesta a la adquisición de un bien o servicio que se encuentran ofertados en el mercado de acuerdo con sus necesidades de consumo y disponibilidad en términos económicos.

2.7. Servicio

2.7.1. Definición

“Un servicio es una actividad o conjunto de actividades que permiten responder a las necesidades de los clientes” (BADÍA VILA, M., & GARCÍA MIRANDA, E, 2013, pág. 25).

El servicio está comprendido por las actividades que están reconocidas, objeto primordial en una transacción brindando a los clientes o consumidores la satisfacción de sus necesidades.

2.8. Comercialización

2.8.1. Definición

“La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos; por tanto, el análisis de la oferta y demanda deberá ser complementado con el estudio de los diversos elementos de comercialización” (ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 47 Y 48).

Comercialización es la conformación de un grupo de estrategias que se realizan mediante un establecimiento de objetivos previos, que realizan las empresas para lograr mejores alternativas de mercado, logrando así vender los bienes o servicios que se posee.

2.9. Cliente

2.9.1. Definiciones

“El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “Mercado Meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser” (CÓRDOBA PADILLA, 2011, pág. 59).

El cliente es el ente más importante en el mercado ya que es quien toma la decisión de adquisición de los bienes o servicio que se ofertan, teniendo que ser valorado por el cliente este producto tomar la decisión de rechazar, ocasionará una pérdida de dinero para los productores y empresas.

2.10. Oferta

2.10.1. Definición

“La oferta es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado en estudio. La determinación de la oferta es importante para el proyecto, porque, en función del dominio y control actual del mercado existente en poder de los competidores, el proyecto podrá aprobarse y con ello tener la oportunidad de participar con éxito o no en el mercado elegido” (ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 43).

Oferta es aquella capacidad de las empresas para la producción de los bienes y servicios, se tiene en afán de su colocación en un determinado mercado, se señala que el conocer la oferta contribuye a determinar si lo que se brinda tendrá éxito o no en el mercado seleccionado.

2.11. Demanda

2.11.1. Definición

“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer las necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción” (ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 86).

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que una determinada localidad desea poseer para la satisfacción de sus necesidades de las cuales constituye el vestido, el alimento, la educación, el transporte, la corrección de manuscritos.

2.12. Mercado

2.12.1. Definición

“Definamos al mercado como el conjunto de consumidores y productores de un determinado producto, con capacidad para determinar su precio” (LACALLE, 2014, pág. 9).

Mercado es el espacio donde se realizan los intercambios comerciales de los bienes y servicios, a través de un valor monetario.

2.13. La competencia

2.13.1. Definición

“Se entiende por competencia el conjunto de empresas que desarrollan una actividad similar o igual a la nuestra, proporcionando al mercado el mismo producto u otro de característica similar y que cumplan una misma función” (LACALLE, 2014, pág. 9).

La competencia son las empresas, que poseen las habilidades, capacidades y destrezas de las personas que se encuentran a su disposición, ofrecen productos semejantes en un segmento de mercado, llegando a destacar para posicionarse en el mercado.

2.14. Los proveedores

2.14.1 Definición

“Son parte fundamental para las empresas porque de ellos depende los recursos e insumos para la manufactura de los productos a tiempo y con calidad, dentro de la cadena logística de producción y entrega de los productos a los clientes” (ORTIS VELÁSQUEZ, M., & GONZÁLES ORTIZ, J, 2014, pág. 55).

Proveedores son las personas o empresas, realizan actividades de comercialización de aquellos bienes y servicios existentes contribuyen a proveer estos productos para el abastecimiento de grandes y pequeñas ciudades.

2.15. Estudio técnico

2.15.1. Definición

“El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuándo, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio”(CÓRDOBA PADILLA, 2011, pág. 106).

Estudio técnico es aquel que ayuda a determinar la localización idónea para el proyecto; es decir conocer tanto la micro zona y la macrozona, el tamaño apropiado, el talento humano, los materiales, los tecnológicos y demás elementos necesarios para la ejecución de un proyecto.

2.16. Localización del proyecto

2.16.1. Definición

“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como Macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como Micro localización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto” (FLÓRES URIBE, 2015, pág. 73).

Es el lugar más apropiado para la implantación del proyecto; que permita atender a la ciudadanía de manera adecuada, que además contribuya al máximo rendimiento del proyecto en la localidad, y que beneficie en una amplitud mayor a la ciudadanía.

2.17. Tamaño del proyecto

2.17.1 Definición

“La dimensión o tamaño de un proyecto se define como su capacidad de producción en un determinado periodo de tiempo de funcionamiento” (PRIETO HERRERA, 2014, pág. 91).

El tamaño del proyecto se refiere esencialmente a la capacidad de producción instalada durante el periodo, tiempo de funcionamiento que tendrá la empresa, dependerá básicamente de los equipos con los que se cuenten para el trabajo, la capacidad de los trabajadores.

2.18. Macro localización

“La Macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto” (CÓRDOBA PADILLA, 2011, pág. 119).

Se considera a la macro localización o macrozona la ubicación general donde se pretende desarrollar un proyecto, puede ser un país, una ciudad, una región, provincia, el objetivo de la macrozona es encontrar los mejores sitios para la ejecución del proyecto.

2.19. Micro localización

“La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto de la macrozona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se

debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará” (CÓRDOBA PADILLA, 2011, pág. 121).

Es la ubicación donde se va a establecer definitivamente el proyecto; es decir la ubicación del terreno escogido en la cual se realizará la distribución, integración, de las instalaciones; en este caso puede ser una parroquia, una comunidad o un barrio, en el caso de la editorial una ciudad.

2.20. Producto

2.20.1. Definición

“En términos simples, el producto, que puede ser un bien o servicio, es el resultado natural del proceso productivo” (ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 84).

Es un bien o servicio que se pone a disposición de los clientes en el mercado, para cada producto se establece un valor determinado, el cliente se dispondrá a ser su pago, para la satisfacción de sus necesidades.

2.20.2. Características de los productos

“Las características o factores que diferencian a un producto de la competencia son las siguientes:

Marca. Permite identificar los productos y diferenciarlos de otros similares. En la marca se puede distinguir el nombre, que es la parte pronunciable y el logotipo, que es el grafismo que diferencia, La elección de una marca es una decisión importante, y antes de decidirse por esta se debe valorar el impacto que se puede tener sobre el mercado y el coste que supone su elaboración y registro. Envase. Tiene como objetivo facilitar el transporte, el almacenamiento y la conservación de los productos, pero también diferenciar unos productos de otros, producto ampliado: permite que el

producto sea más competitivo” (BADÍA VILA, M., & GARCÍA MIRANDA, E, 2013, pág. 23).

Los productos son aquellos que presentan características especiales, que distinguen a otras similares dentro del mercado, cada empresa debe desarrollar su propia marca, etiqueta, envase y otros atributos necesarios para desarrollarse a través del tiempo en el mercado.

2.20.3. Clasificación de los productos

“Los productos se clasifican en tres grandes grupos:

Productos de consumo

Productos de conveniencia o de compra rápida: los alimentos, los periódicos, los cigarrillos, servicios bancarios, servicios de transporte, etc.

Productos de uso infrecuente o de comparación: ropa en general, el mobiliario de una casa, los utensilios de cocina, etc.

Productos especializados: televisor a color, equipos de sonido, equipo de video, programas de computador, concierto, obra de teatro, etc.

Productos intermediarios, la mayoría de los insumos y materia primas industriales y los servicios de asesorías, productos de capital Ejemplo: tractor agrícola, un torno, un proceso tecnológico, etc.” (ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 85).

Existe una inmensa variedad de clases de productos en el mercado, estos deben ser organizados de acuerdo con cada centro de venta siguiendo estrategias, con el fin de que facilite a los clientes el proceso de compra.

2.21. Precio

2.21.1. Definición

“El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto empresarial, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos” (ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 88).

Es fijado por diversos factores como lo es el mercado, tanto proveedores y consumidores deben establecer un valor conforme a su conveniencia, conforme a los gastos y costos de producción o el coste para lograr brindar un servicio.

2.22. Plaza

2.22.1. Definición

“La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos” (TORRE DUJISIN, 2015, pág. 231).

*“Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución son:
Ubicar nuestros productos en todos los puntos de venta habido y por haber.*

Establecer Alianzas Estratégicas con otros negocios para colocar los productos en sus tiendas físicas o virtuales” (MESA HOLGUÍN, 2012, pág. 231).

Se entiende como plaza un determinado sitio geográfico o en que las empresas y clientes acuden para realizar la compraventa del producto o servicio que necesitan, lograr hacer el intercambio cliente, proveedor.

2.23. Promoción

2.23.1. Definición

“Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte de distribuidor” (ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 92).

Representan aquellas estrategias y actividades dentro de la institución hacia el cliente, que buscan dar una imagen atractiva eficientemente al cliente y hacerles sentir que la compra será una gran oportunidad de inversión, o un gasto razonable de realizar.

2.23.2. Tipos de promociones

“Entre las promociones están: establecer exhibidores en los sitios de venta; efectuar exposiciones; demostraciones, pruebas de gustaciones, etc.; realizar otras ayudas de venta que no forman parte de la actividad rutinaria, entre las cuales están: Promoción de ventas orientada hacia el consumidor final, promoción que llega al consumidor final en el hogar o al intermediario en su negocio. Promociones entre los intermediarios, el sistema de promoción, relacionado con un proyecto, exige un estudio complejo que para los fines que persigue el formulador y evaluador de proyectos, en la mayoría de las veces se supera mediante la ayuda de especialistas en el tema” (ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 92).

Busca desenvolverse en el mercado y ante una competencia lograr opacar la entrega de los productos similares, es decir que es necesaria una promoción que logre llegar al cliente y esta dependerá de la actividad de las estrategias de la empresa que vaya desarrollando.

2.24. Publicidad

“La publicidad involucra todas las actividades para la presentación de un mensaje a un público objetivo sobre un producto, servicio o idea a través de los medios masivos de comunicación, radio, televisión, prensa, revistas, periódicos, vallas fijas, niveles, elementos inflables, tableros electrónicos, publicidad aérea, en los medios de transporte, internet, el anuncio informa y estimula al mercado acerca de un producto y debe ser pagado por el patrocinador” (MESA HOLGUÍN, 2012, pág. 150).

La publicidad es el medio que el producto o servicio que posee la empresa se da a conocer al público, por lo general la difusión se realiza a través de los medios de comunicación más utilizados en la zona de implantación del proyecto.

2.24.1. Tipos de publicidad

“Sobre bienes, servicios, personajes o ideas sociales Institucional: desarrolla actitud positiva hacia la empresa, de cobertura regional, nacional, o global, local: más enfocada al negocio que al producto o la marca” (MESA HOLGUÍN, 2012, pág. 152).

Los tipos de publicidad que deben realizar las empresas dependerán de las actividades que realice en su actividad diaria, aquellas estrategias, se hará sobre los bienes o servicios que se ofrecen en el mercado establecido, destacando sus atributos, y valor agregado.

2.24.2. Destino de la publicidad

“La publicidad se da dependiendo el mercado, así: orientada hacia el consumidor: el mensaje especifica los beneficios relacionados con el uso o consumo del bien, orientada hacia el intermediario: el mensaje tiene su objetivo en la reventa de productos y la generación de utilidades, orientada hacia el usuario industrial: el contenido del mensaje está diseñado para

informar sobre el uso del producto en la empresa, como materia prima, accesorios, instalaciones o como suplementos de operación” (MESA HOLGUÍN, 2012, pág. 151).

Se establece la publicidad de la entidad estará de acuerdo con el segmento de mercado en la cual está destinada, generalmente va dirigida al consumidor final, puesto que son quienes adquieren los bienes o servicios que ofrece la entidad que está implantada en una determinada plaza o sitio.

2.25. Punto de equilibrio

“Se trata de otro planteamiento sencillo para examinar la variabilidad de las previsiones, más en concreto, la variabilidad de las ventas. El nivel de ventas suele ser el factor más importante en la determinación de la rentabilidad del proyecto y es de difícil estimación. Por ello, resulta interesante analizar en qué medida incide esta variable en la rentabilidad del proyecto” (BLANCO RAMOS, & FERRANDO BORRADO, M, 2015, pág. 220).

Se refiere a evaluar el periodo donde las ventas podrán cubrir los costos, éste es un punto de referencia que permitirá conocer las ventas y además determinar si existen utilidades o pérdidas para el negocio a implantar.

2.26. Estados Financieros

2.26.1. Definición

“Los estados financieros deben considerarse como un medio para comunicar la información y no como un fin; su objetivo es proporcionar información sobre la situación financiera, los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y el movimiento del capital contable de una entidad” (RODRÍGUEZ MORALES, 2012, pág. 4).

2.27. Clasificación de los Estados Financieros

2.27.1. Estado de Situación Financiera

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” (ZAPATA, 2011, pág. 63).

El Estado de Situación Financiera refleja la situación financiera de la empresa a una fecha establecida, lo cual permite realizar un análisis de los activos, pasivos y el capital contable, para la toma oportuna de decisiones.

2.27.2. Estado de resultados

“Este estado financiero presenta información sobre los resultados de una empresa en un periodo determinado, enfrentando a los ingresos, los costos y gastos en que se incurrieron para poder obtenerlos y calcular una utilidad o pérdida para ese periodo; muestra un resumen de los resultados de las operaciones de la empresa, si ganó o perdió durante el periodo en cuestión” (RODRÍGUEZ MORALES, 2012, pág. 5).

Es un informe que se presenta de manera automatizada y sistemática de las cuentas que conforman los costos y gastos, con la finalidad de evaluar los efectos económicos que se han producido durante un determinado periodo, permitiendo obtener datos presentados a inversionistas y encargados de la administración.

2.27.3. Estado de Flujo de Efectivo

“La finalidad del estado de flujos del efectivo es presentar, en forma condesada y comprensible, información sobre el manejo del efectivo, es decir, su obtención y utilización por la entidad durante un periodo determinado y, como consecuencia, mostrar una síntesis de

los cambios ocurridos en la situación financiera para que los usuarios de los estados financieros conozcan y evalúen la liquidez o solvencia de la entidad” (GUAYARDO CANTÚN, G, & ANDRADE DE GUAJARDO, n., 2014, pág. 138).

Informa las variaciones o movimientos que, a presentado el efectivo durante el ejercicio económico, con el objetivo de proveer a los usuarios, interesados, información financiera detallada y que consecuentemente contribuya para toma de decisiones, dentro del área administrativa.

2.27.4. Estado de Evolución de Patrimonio

“El Estado de Evolución del Patrimonio es preparado al final del periodo, con el propósito de demostrar objetivamente los cambios ocurridos en las partidas patrimoniales, el origen de dichas modificaciones y la posición actual del Capital contable, mejor conocido como patrimonio” (ZAPATA, 2011, pág. 330).

2.28. Editorial

“La casa editora o empresa dedicada a la impresión y distribución de publicaciones, por último, también recibe el nombre de editorial. Esta actividad estuvo vinculada durante muchos años a la publicación de libros, revistas y periódicos a través de sistemas de imprenta. Sin embargo, el avance de las nuevas tecnologías permite la existencia de editoriales que imprimen materiales a pedido o que se limitan a publicar los textos en formato digital.” (Perez & Merino, 2009)

Es aquella institución encargada de la corrección de textos, mejoramiento visual, para la posterior distribución, publicación de obras literarias, promoción en librerías, ferias nacionales e internacionales, con el fin de la difusión de cultura, conocimientos, que beneficien a la sociedad en general, para entretenimiento y educación.

2.29. Imprenta

“Imprenta es la técnica industrial que permite reproducir, en papel o materiales similares, textos y figuras mediante tipos, planchas u otros procedimientos. El proceso de impresión consiste en aplicar tinta sobre los tipos y transferirla al papel por presión, por extensión, se conoce como imprenta al lugar o taller donde se imprime.” (Perez & Merino, 2009)

Es aquel lugar donde se lleva a cabo la reproducción de textos, en papel o sus similares, la imprenta como tal, se encarga de la reproducción de textos, más no en su difusión, publicación, promoción, edición, corrección de fondo y forma como lo hace una editorial, limitándose a la reproducción de lo entregado por el demandante de una imprenta.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

En este capítulo mediante el uso de herramientas se recaba la información necesaria que permiten determinar la demanda, la oferta existente en la zona de estudio, así por medio del análisis e interpretación de los resultados obtenidos facilita a establecer la variación entre demanda y oferta.

El objetivo básico del presente estudio es demostrar la viabilidad del proyecto evaluando la aceptación en los habitantes sobre la creación de una editorial que permita satisfacer las necesidades de la ciudad de Ibarra.

3.1.1. Objetivo General

Realizar el estudio de mercado pertinente, mediante la utilización de herramientas de compilación de información, que permita conocer: la oferta, la demanda local y más variables que influyen en el mercado con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha de este tipo de empresa.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Cuantificar la demanda potencial del servicio de edición de obras literarias
- Realizar un análisis de la oferta existente de los servicios locales
- Conocer el tipo de producto que requieran los clientes

- Analizar los precios aceptados por los clientes
- Examinar las características del servicio que requiera el cliente, para sus textos
- Designar las estrategias de comercialización a adoptar, con la finalidad de posicionar a la Editorial en la Ciudad.

3.1.3. Variables e Indicadores del Estudio del Mercado

Se ha seleccionado las variables e indicadores siguientes:

Tabla 8

Variables e Indicadores del Estudio del Mercado

Variable	Indicadores
Demanda	Tipo de edición requerida
	Frecuencia de Utilización del Servicio
	Necesidad de una editorial innovadora
Oferta	Análisis de competencia
	Forma en que se promocionan
	Proyección de la Oferta
Producto	Calidad de las ediciones
	Variedad en tipos de Libros
	Gustos y preferencias de los lectores,
Precio	% de ganancia para fijación de precios
	Fijación de precios
Servicio	Atención personalizada al cliente
Comercialización	Volumen promedio de compra de libros por parte de las librerías
	Periodicidad de las compras de los libros por parte de las librerías

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: El Autor (2018)

3.2 Matriz de variable del estudio de mercado

Tabla 9

Matriz de variable del estudio de mercado 0

Objetivo General	Objetivo Especifico	Variables	Indicadores	Instrumentos	TIPO	Fuente de Información
Realizar el estudio de mercado pertinente, mediante la utilización de herramientas de compilación de información, que permita conocer: la oferta, la demanda local y más variables que influyen en el mercado con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha de este tipo de empresa.	Cuantificar la demanda potencial del servicio de edición de obras literarias	Demanda	Ubicación del servicio Tipo de edición requerida Frecuencia de Utilización del Servicio Necesidad de una editorial innovadora	Encuesta	Primaria	Consumidor
	Realizar un análisis de la oferta existente de los servicios locales	Oferta	Análisis de competencia Forma en que se promocionan Proyección de la Oferta	Entrevista	Primaria	Editoriales
	Conocer el tipo de producto que requieran los clientes	Producto	Calidad de las ediciones Variedad en tipos de Libros Gustos y preferencias de los lectores,	Encuesta	Primaria	Consumidor
	Analizar los precios aceptados por los clientes	Precio	% de ganancia para fijación de precios Políticas de fijación de precios	Entrevista	Primaria	Editoriales
	Examinar las características del servicio que requiera el cliente, para sus textos	Servicio	Forma de contacto con la Editorial	Encuesta	Primaria	Consumidor
Designar las estrategias de comercialización a adoptar, con la finalidad de posicionar a la Editorial en la Ciudad.	Comercialización	Volumen promedio de compra de libros por parte de las librerías Periodicidad de las compras de los libros por parte de las librerías	Entrevista	Primaria	Editorial	

Fuente: Estudio de mercado Elaborado por: El autor (2018)

3.3 Identificación del producto o servicio

Tabla 10

Identificación del servicio

Servicio		
Edición de Textos: Revisión del manuscrito, Edición, Diseño de portada, Contraportada, Diagramación, corrección ortográfica, sintaxis, creación de contenido multimedia, colocación de codificación QR, convenio con imprentas, impresión del arte final, comercialización a las librerías.	No Ficción	Científicos Literatura y lingüística De Viaje Biografías Libros de Texto Libros de Gran formato Monografías
	Ficción	Recreativos Poéticos Novelas Ciencia Ficción Terror

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por el autor (2018)

3.4 Características

Este nuevo servicio de una editorial con el que no se contaba en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, con características similar a las Editoriales que se encuentran en la ciudad de Quito, Cuenca, Guayaquil, puesto que tendrá el servicio necesario para obtener resultados de calidad competitiva, y el valor agregado de la creación y colocación en el manuscrito de contenido audiovisual, por medio de codificación QR.

3.5. Ventajas

El aspecto primordial de la Editorial es que será instalado en una ciudad careciente, puesto que la población de escritores locales ha tenido que viajar a otra ciudad para lograr la edición de sus textos, y en otros casos lo han hecho por cuenta propia, dando a recalcar la importancia de la existencia de este servicio en la ciudad.

Se cuenta con un sistema innovador de vinculación de contenido multimedia con los libros ya impresos, permitiendo que tengan mayor grado de aceptación, lo que hará que escritores nacionales se muestren interesados por utilizar los servicios de la editorial.

3.6. Identificación de la población y cálculo de la muestra

Para el desarrollo de la investigación se ha tomado en cuenta dos aspectos importantes, a la población de Escritores locales, quienes hayan publicado por lo menos un libro, y a los Lectores Activos de la ciudad.

Al no existir una cifra de autores locales, se realizó una investigación directa en las instituciones de educación superior, se indagó en las bibliotecas correspondientes, dando como resultado publicaciones por parte de docentes, estudiantes, autoridades, los cuales arrojaron datos que se detallan a continuación.

Se necesitó la investigación de un segundo grupo, tomando en cuenta a los lectores Activos de las instituciones de educación superior de la ciudad, quienes estarán interesados en gran medida en fomentar publicaciones de escritores locales, tomando en cuenta un grupo denominado “Cazadores de Libros” con más de 120 miembros que fomentan activamente la lectura, por medio de intercambio diario de libros sin ninguna especificación en particular.

3.6.1. Censo

El censo se lleva a cabo a través de la aplicación de un seguimiento estadístico o encuesta a toda la población objetiva; en esto, se proceden a reducir todos los números de dicha operación, en este caso, el total de escritores de por lo menos un libro, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, dando como resultado 40. Escritores locales.

Se toma en cuenta el total de personas pertenecientes a un grupo de lectores Activos, que fomentan de lectura activamente en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, aquel grupo denominado Cazadores de Libros, en un total de 150, participantes.

Por motivo de que las poblaciones son demasiado pequeñas, se encuestó al total de la población, realizando un censo.

3.7. Segmento de mercado

El segmento de mercado en primera instancia está enfocado en los Docentes que hayan publicado por lo menos un libro ya sea por cuenta propia o colaboración de instituciones de educación superior, al igual que se tomó en cuenta a los lectores activos pertenecientes al grupo denominado “Cazadores de Libros”

3.7.1. Variables de segmentación

Edad

La edad es una variable de gran importancia, se establece que las personas mayores a 25 años necesitan del servicio de edición de textos, al realizar sus maestrías, y que tengan poder adquisitivo.

Nivel de Educación

El proyecto está enfocado a un nivel intermedio entre pregrado y posgrado.

3.7.2. Mercado meta

El mercado meta de la editorial está Dirigido a los escritores, docentes locales, para satisfacer la necesidad del servicio de edición de textos de cualquier índole.

3.8. Técnicas de investigación

Las técnicas de recolección de la información utilizadas para la investigación de mercado son: encuestas dirigidas a los escritores, productores de ideas, a los lectores activos, en cuanto a la entrevista se la realizó a los representantes de las Editoriales más cercanas, de la ciudad de Quito.

3.8.1. Información Primaria

Encuesta

Se aplicó una encuesta por medio de la estructuración de un cuestionario con preguntas realizadas a los escritores pertenecientes a instituciones de educación superior de Ibarra, llegando a determinar la necesidad de implantar una Editorial innovadora en la ciudad, al igual que la encuesta a los lectores activos con el fin de conocer el nivel de satisfacción de los libros actuales ofertados en librerías, así como gustos y preferencias a la hora de adquirir un libro.

Entrevista

A través de la entrevista se logró tener información de las editoriales ubicadas en la ciudad de Quito, con el fin de conocer aspectos necesarios para el proyecto a ejecutarse, el cual busca brindar un servicio acorde a las necesidades de los autores en el ámbito Editorial.

3.8.2. Información secundaria

Se obtuvo datos como la tasa de inflación del Banco Central del Ecuador a diciembre 2016.

3.9 Tabulación y análisis de la encuesta

3.9.1 Encuesta dirigida a los escritores de por lo menos un libro para uso en las instituciones de educación superior.

1. ¿Alguna vez ha requerido el servicio de Edición de libros ya sea académicos, novelas u otros?

Si () No ()

Tabla 11

Contratación del servicio de Edición.

Concepto	Cantidad	%
Si	40	100%
No	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

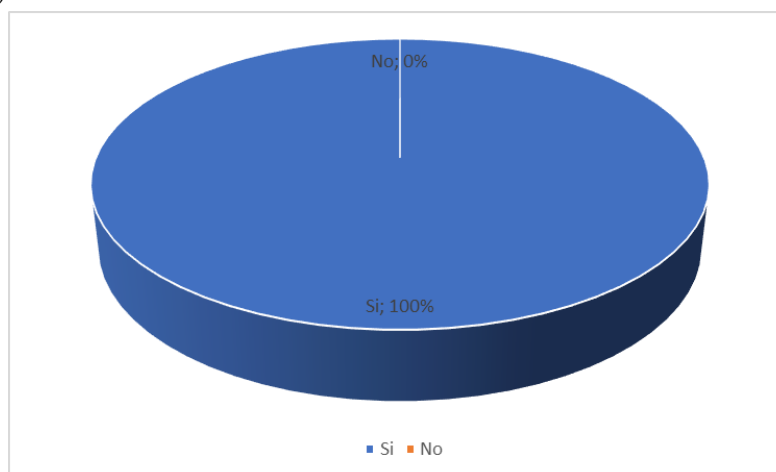


Figura N° 2 Requerimientos servicio Editorial.

Análisis:

En su totalidad aquellos docentes escritores de por lo menos un libro afirmaron que han necesitado el servicio de una Editorial para la edición de sus obras ya sea académicas o literarias, esto refleja que hay un mercado potencial atractivo para el proyecto.

2. ¿Cómo realizó la edición de su(s) libros(s)

En una Editorial fuera de la ciudad de Ibarra () ¿En qué ciudad?
 Publicada por instituciones de educación superior () ¿Qué institución?
 Edición por cuenta propia ()

Tabla 12

Contratación del servicio de Edición.

Concepto	Cantidad	%
En una Editorial fuera de la ciudad de Ibarra	0	0%
Publicada por instituciones de educación superior	36	90%
Edición por cuenta propia	4	10%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta
 Elaborado por el: Autor (2018)

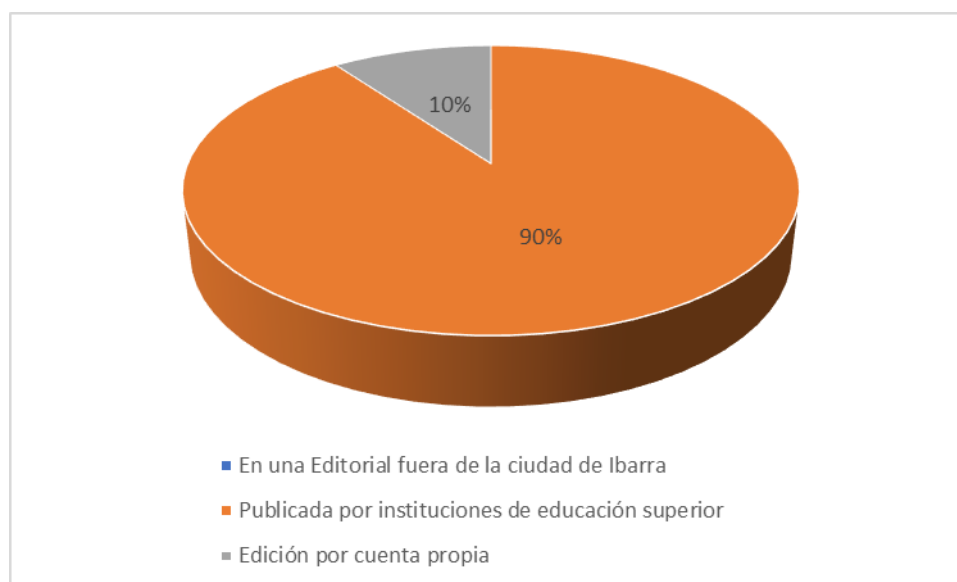


Figura N 3 Forma de edición de los libros.

ANÁLISIS

La mayoría de los escritores señalan que la forma como realizaron la edición fue mediante la publicación en editoriales de instituciones de educación superior, y los restantes realizaron la edición por cuenta propia, lo cual significa un mercado hacia el cual puede dirigirse el proyecto, ya que al implantarse en la ciudad captará aquellos escritores que editan ellos mismos sus obras y docentes que busquen el servicio exclusivo de una Editorial.

3. ¿Número de páginas Editadas?

Tabla 13

Contratación del servicio de Edición por número de páginas.

Concepto	Cantidad	%
De 1 a 100	4	10%
De 101 a 200	4	10%
De 201 a 300	30	75%
Más de 300	2	5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

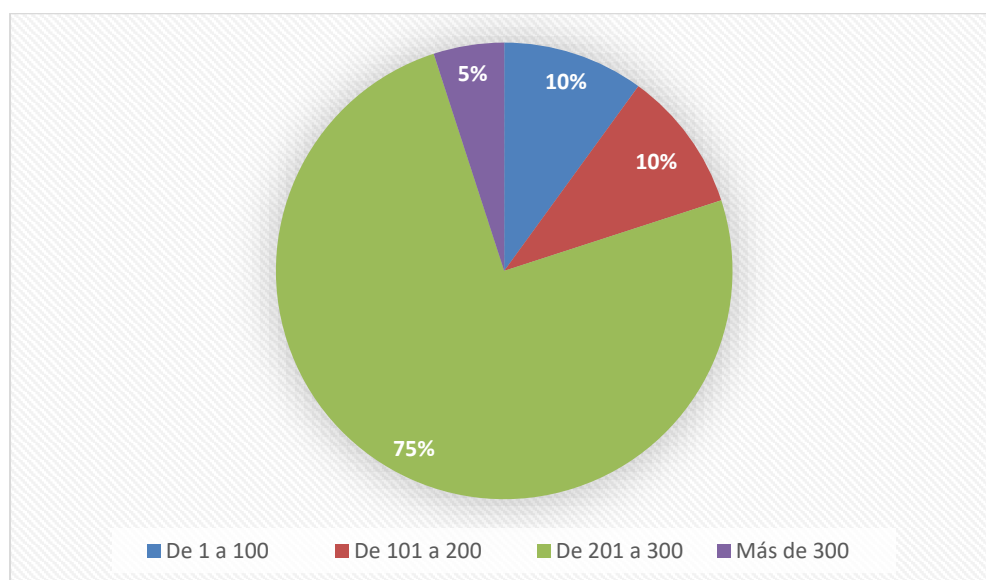


Figura N 4 Número de páginas a editar.

ANÁLISIS

El número de páginas para edición con más afluente por parte de los escritores es de 201 a 300, estos datos permiten tener una visión clara para la implantación de la Editorial en la ciudad de Ibarra, puesto que el tener una editorial en la zona, los escritores podrán hacer uso de la misma para la contratación de la edición.

4. ¿Con qué frecuencia hace uso de este servicio?

Tabla 14

Frecuencia de uso del servicio

Concepto	Cantidad	%
De 1 a 4 meses	0	0%
De 5 a 8 meses	16	40%
De 9 meses a 1 Año	20	50%
Mas de un año	4	10%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

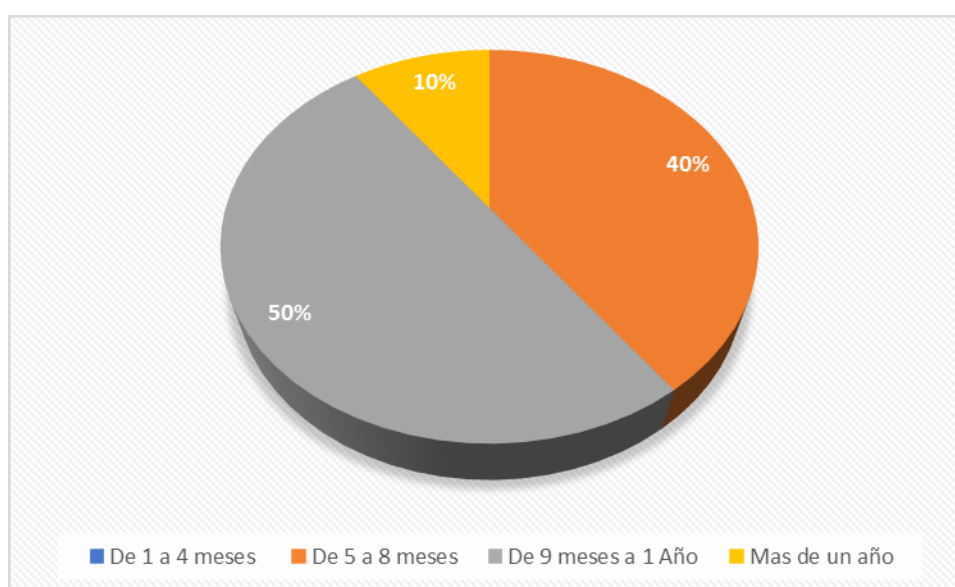


Figura N 5 Frecuencia de uso de este servicio

ANÁLISIS

La mayoría de los escritores señalan que la frecuencia de 9 meses a un año es el periodo que hacen uso de este servicio de edición, lo cual hace que sea necesario la implementación del proyecto para la edición de los manuscritos, obras de docentes que busquen el servicio exclusivo de una Editorial.

5. ¿Conoce de una Editorial que implemente el uso de medios audiovisuales a un libro?

Tabla 15

Contratación del servicio de Edición.

Concepto	Cantidad	%
Si	0	0%
No	40	100%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

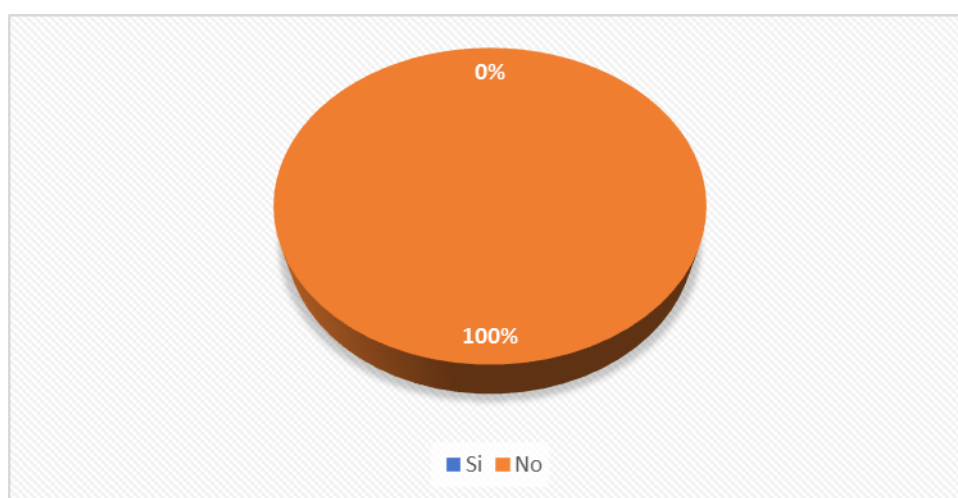


Figura N° 6 Conocimiento de Editorial que implemente medios audiovisuales

ANÁLISIS

La totalidad de los escritores señalan que no tienen conocimiento de una editorial que implemente medios audiovisuales a los libros editados, lo cual reafirma el valor agregado que se le quiere dar a la Editorial a la hora de la innovación, abriendo las posibilidades de tener mayor clientela para el servicio.

6. ¿Considera necesario implementar una editorial dentro de la ciudad de Ibarra?

Tabla 16

Implementar una editorial dentro de la ciudad.

Concepto	Cantidad	%
Si	40	100%
No	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

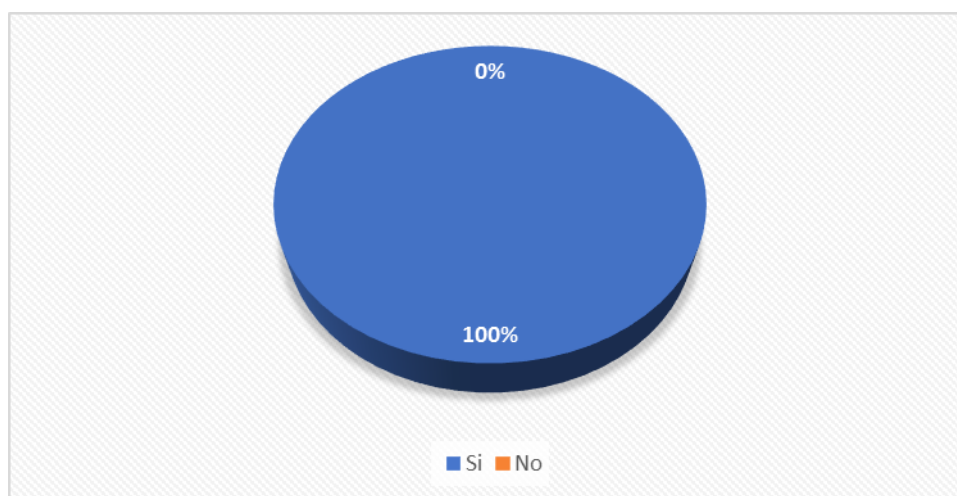


Figura N 7 Implementar una editorial en la ciudad.

ANÁLISIS

La totalidad de los escritores señalan que es realmente necesario implementar una editorial en la ciudad de Ibarra, por lo que esta carece de este servicio, aquellos escritores se sienten totalmente atraídos con la idea de este servicio en su localidad, recalcando validez del proyecto a ser puesto en marcha.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de edición?

Tabla N 1

Valor de Edición.

Concepto	Cantidad	%
De 1.500,00 a 2.000,00	40	100%
De 2.001,00 a 2.500,00	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

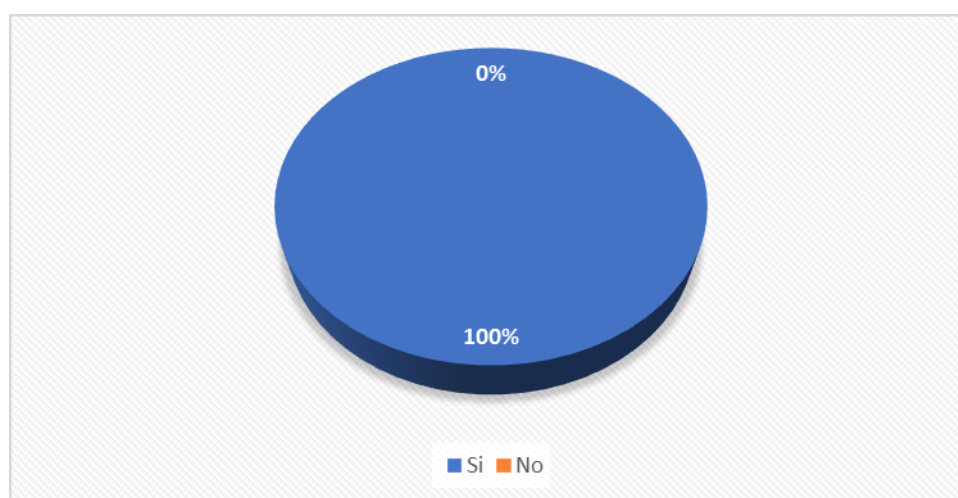


Figura N 7 Disponibilidad de pago.

ANÁLISIS

En su totalidad los escritores señalan que están dispuestos a pagar de 1.500,00 a 2.000,00 por la edición de textos con características que incluyen códigos QR, a más de eso para la realización del diseño de la portada, contraportada, imagen, publicidad, propaganda, promociones, realzando la importancia de destacar al talento local mediante una editorial responsable con la cultura y artes dentro de la literatura o académico.

8. ¿A través de qué medios le gustaría que se dé a conocer el servicio?

Tabla N 2

Publicidad del servicio

Concepto	Cantidad	%
Internet	14	35%
Redes sociales	20	50%
Radio	6	15%
Televisión	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

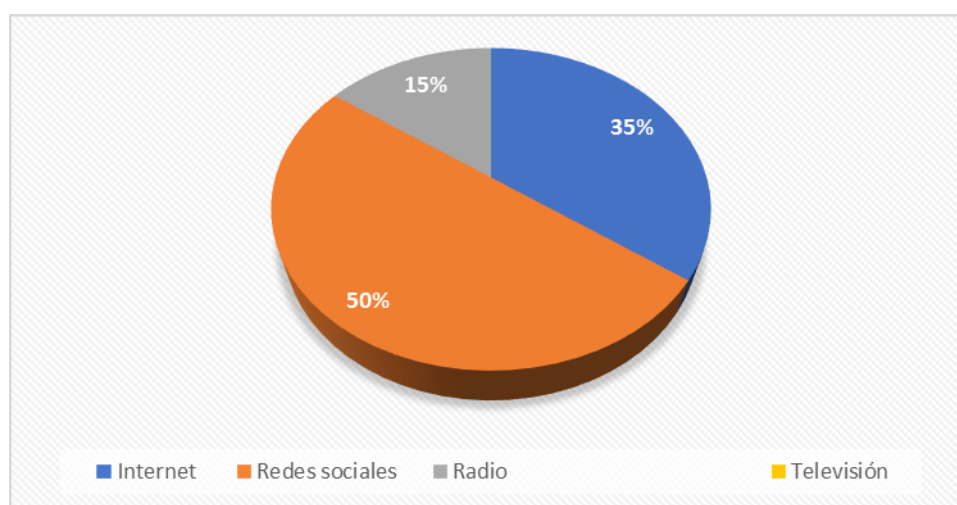


Figura N 8 Publicidad del servicio

ANÁLISIS

La mayoría de los escritores señalan que la mejor forma de publicidad para el servicio de la Editorial es por medio de Redes Sociales, lo cual concuerda con el modelo de negocio de la empresa, al igual que los escritores hacen uso a este medio de comunicación, buscando recalcar la importancia que tiene la utilización de este sistema para dar a conocer el servicio innovador de la editorial.

3.9.2 Encuesta dirigida a los lectores Activos dentro de las instituciones de educación superior.

1. ¿Qué tipo de libros son de su preferencia?

Tabla 17

Libros de Preferencia

Concepto	Cantidad	%
Ficción	66	44%
No Ficción	20	13,3%
Motivación Personal	50	33,3%
Académicas	14	9,3%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

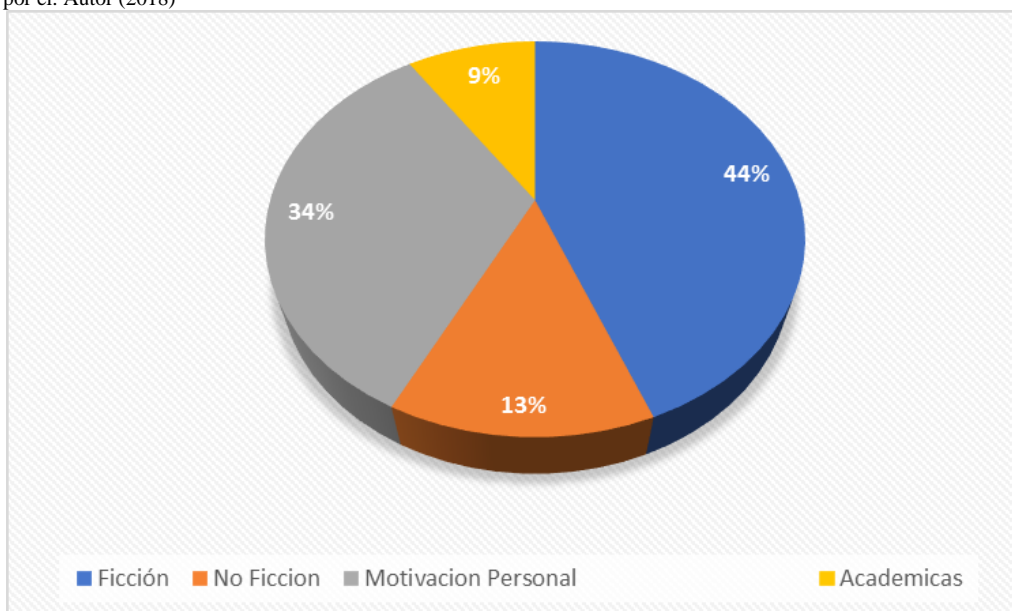


Figura N 9 Libros de Preferencia

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

En un mayor valor los lectores activos de instituciones de educación superior afirman tener mayor gusto por la lectura de textos de Ficción, lo que recalca la alineación de la editorial y la edición de la misma, incluyendo el contenido audiovisual.

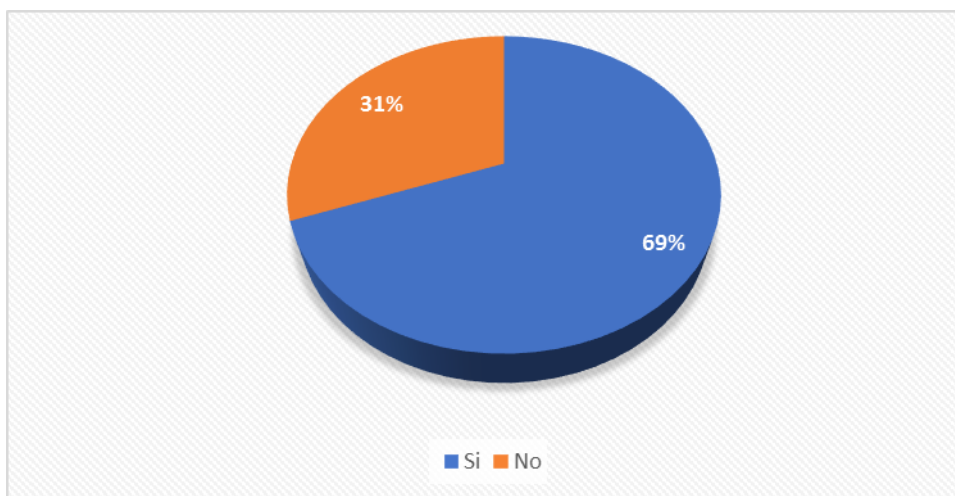
2. ¿Ha adquirido un libro de escritores nacionales?

Tabla 18

Adquisición de libros de escritores nacionales

Concepto	Cantidad	%
Si	104	69,3%
No	46	30,7%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)



Figura

N 10 Adquisición de libros de escritores locales

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS

En un valor significativo, por parte de los lectores activos, afirman la adquisición de libros provenientes de escritores locales, lo cual afianza la necesidad de tener en nuestro catálogo este tipo de textos editados adecuadamente, por parte de la Editorial, y a su vez asegurando la venta de los mismos.

3. ¿Qué tipo de libros ha encontrado de escritores locales?

Tabla 19

Contratación del servicio de Edición.

Concepto	Cantidad	%
Ficción	26	17,3%
Motivación Personal	50	33,3%
Académicos	54	36%
Otros	20	13,4%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

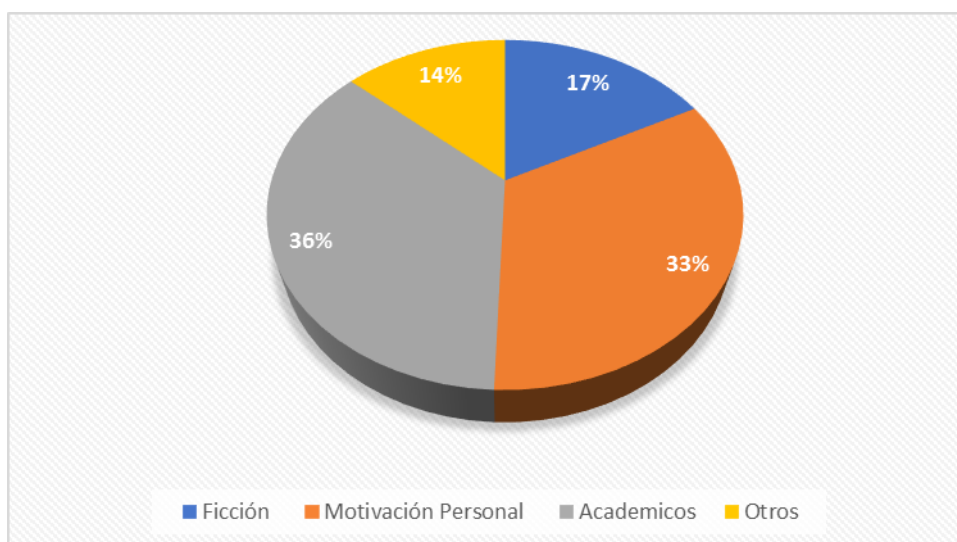


Figura N° 11 Libros de escritores nacionales

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS

Los lectores activos afirman que, en su mayoría de veces a la hora de adquirir libros de escritores locales, los han encontrado de tipo Académico. Implementación de la Editorial en la ciudad de Ibarra, los escritores podrán hacer uso de la misma para la contratación de la edición, y en grandes volúmenes si es representativo.

4. ¿La idea de que un libro incluya contenido audiovisual adicional al mismo le parece?

Tabla 20

Frecuencia de uso del servicio

Concepto	Cantidad	%
Excelente	60	40%
Muy buena	50	33,3%
Buena	32	21,3%
Mala	8	5,5%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

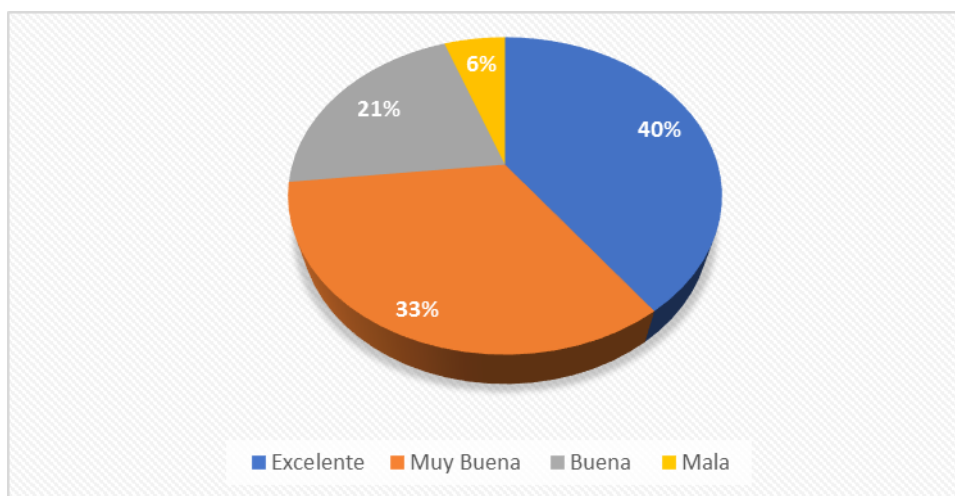


Figura N 12 Frecuencia de uso de este servicio

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS

La mayoría de los lectores señalan que la idea de que los libros incluyan contenido audiovisual adicional al mismo es excelente, por lo que afianza la necesidad de la creación de una editorial innovadora, con contenido adicional al mismo como videos, imágenes, gifs, audio que vaya dando ambientación al libro.

5. ¿La idea de vincular los libros con internet (YouTube, Facebook, Sound Cloud, Spoty u otros) le parece?

Tabla 21

Contratación del servicio de Edición.

Concepto	Cantidad	%
Excelente	76	50,7%
Muy Bueno	38	25,3%
Bueno	30	20%
Malo	6	4%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

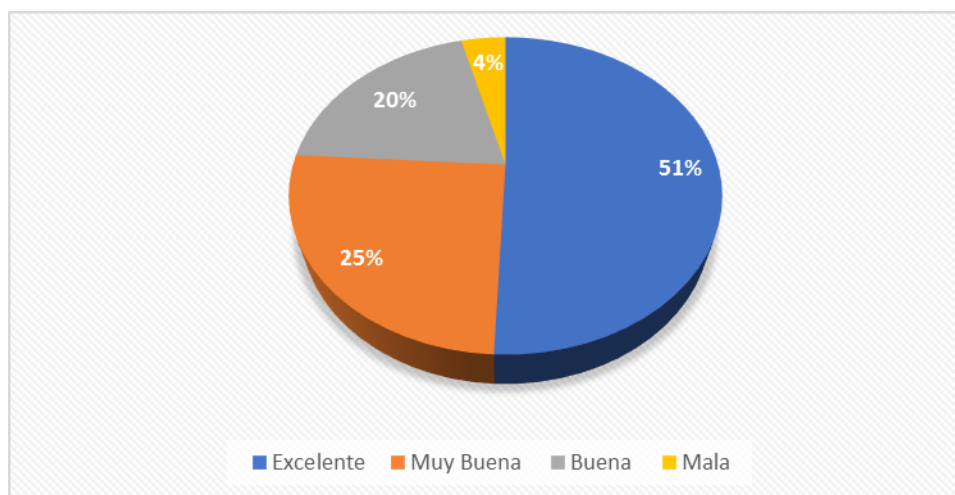


Figura N 13 Conocimiento de Editorial que implemente medios audiovisuales

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS

En su mayoría los lectores activos de instituciones de educación superior de Ibarra afirman que es una idea excelente el vincular los libros con Facebook, YouTube, Sound Cloud, Spoty, ya que son las tendencias de mayor atracción hacia el público en general y al mismo tiempo de mayor uso entre los lectores activos.

6. ¿En qué lugar prefiere comprar libros de Autores nacionales?

Tabla 22

Distribución de los Libros

Concepto	Cantidad	%
Librerías	78	52%
Centro Comercial	18	12%
Feria de Libros	42	28%
On Line	12	8%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

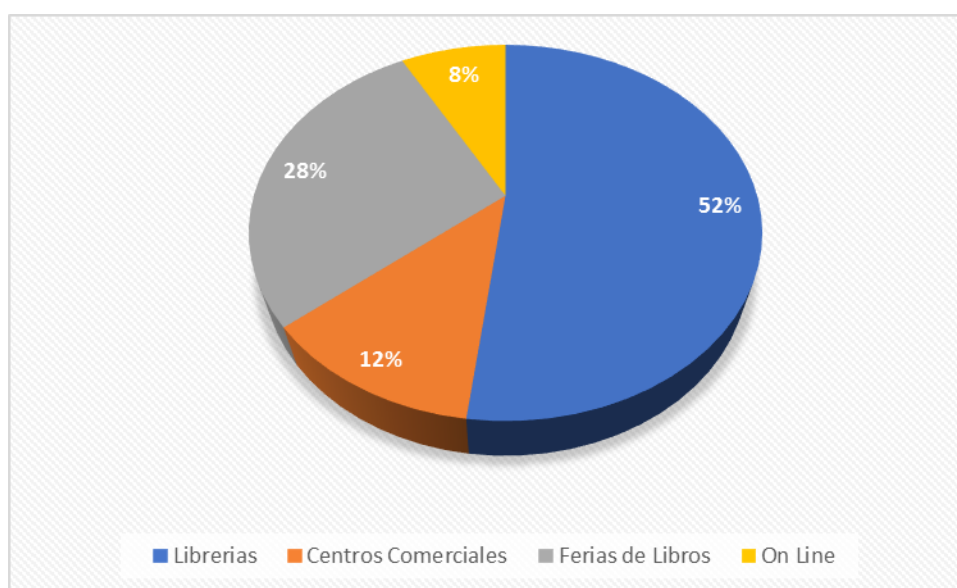


Figura N 14 Preferencia del lugar de compra

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS

En su mayoría, los lectores activos estipulan que el mejor lugar donde estarían dispuestos adquirir sus libros de escritores nacionales es en las librerías por lo cual el proyecto y sus estrategias de comercialización estarán enfocados en este aspecto primordial, el tener convenios con las librerías más representativas de la ciudad.

7. **¿Conoce de libros que contenga audio, video, ilustraciones, imágenes, por medio de codificación QR?**

Tabla 23

Conocimiento sistema innovador.

Concepto	Cantidad	%
Si	124	82,7%
No	26	17,3%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por el: Autor (2018)

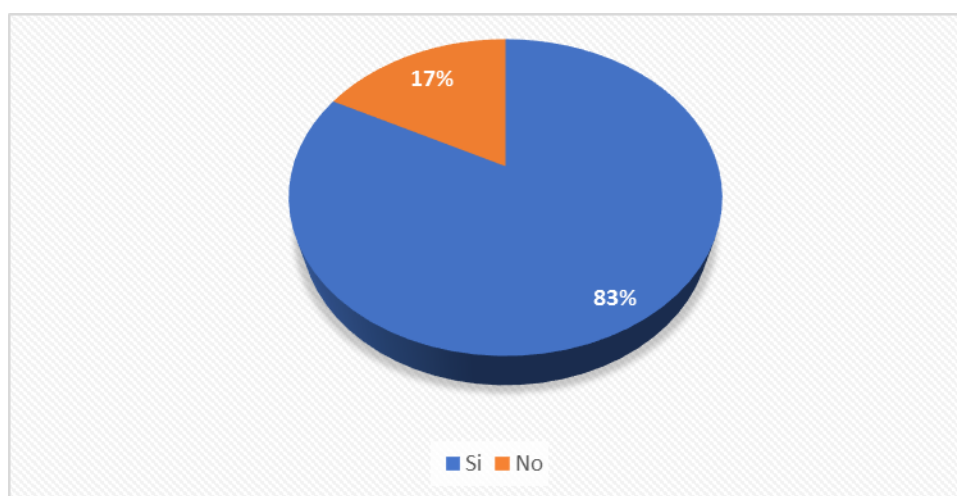


Figura N 15 Conocimiento sistema innovador con QR

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS

En su mayoría los lectores activos confirmaron que no han conocido un libro que contenga audio, video, ilustraciones, imágenes por medio de codificación QR, lo cual afianza la idea de realizar este sistema de implementación del valor agregado a los libros de cualquier índole.

3.10. Identificación de la demanda

La demanda actual se cuantifico por medio de las encuestas a los escritores de instituciones de educación superior como clientes potenciales, quienes harán uso de este servicio, del cual se obtuvo que en su gran parte necesitan de una editorial en la ciudad de Ibarra.

Por otra parte, se verificó la frecuencia de la utilización de este servicio arrojando que lo hacían de 9 meses a 1 año, los 40 escritores locales. Esto facilitó la determinación de la demanda actual.

Para el cálculo de la cantidad de dinero que destinan a la edición de sus libros, en base a precios competitivos, y reales, de las editoriales ya establecidas en la ciudad de Quito, con su respectiva publicación, se tomó en cuenta las respectivas encuestas y entrevistas, proformas.

3.10.1. Demanda actual

Tabla 24

Determinación de la demanda

Valor Económico	Frecuencia	Promedio Valor	Total, anual
Variable	Anual		
Edición completa	40	2.000,00	80.000,00
Total, Escritores	40		
Total, Anual			80.000,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por el: Autor (2018)

La demanda actual fue calculada mediante la utilización de la tasa de crecimiento en nivel de educación en la ciudad de Ibarra, lo que facilitó proyectar la demanda futura, demanda del año uno se calculó, gracias al valor de edición por cada libro, lo que corresponde a corrección de estilo, ortografía, fondo y forma, en este caso cada edición está en una

ponderación de \$ 1.8000,00 a 2.000,00 como precio fijo, y variable dependerá del número de páginas, tiempos, promedio de páginas, con un descuento del 15%, en volúmenes altos.

$$D_p = D_o(1+i)^n$$

Dónde

D_p = Demanda Proyectada

D_o = Demanda actual

$(1+i)$ = Tasa de crecimiento promedio del nivel de educación

n =años

$D_p=x$

$D_o=$

$i=1,3\%$

$n=1,2,3,4,5\dots$

Proyección de la demanda

$$D_p = \$ 80.000,00 (1+0,0136)^1 =$$

Tabla 25

Proyección de la demanda

Año	Demanda(USD)
2017	\$80.000,00
2018	\$81.088,00
2019	\$82.190,80
2020	\$83.308,59
2021	\$84.441,59
2022	\$85.589,99

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2017)

3.11. Identificación de la oferta

La oferta se la obtuvo por medio de la investigación realizada a los negocios similares, con el fin de determinar las características, número de ediciones realizadas, número de escritores que visitan este lugar, esto contribuirá para atender a los clientes apropiadamente, ofreciendo servicios similares al mejor costo.

Por la dificultad de conseguir datos por parte de todas las Editoriales por la restricción que tienen a entregar su información, aun así, se alcanzó a entrevistar a tres Editoriales con gran trayectoria a nivel nacional, con un excelente catálogo, que han logrado su posicionamiento en la publicación de obras literarias.

3.12. Resultado de las entrevistas

Entrevista N° 1 Turbina Editorial

Entrevista N° 2 Deidayvuelta

Entrevista N° 3 Fetina Lente Anexos.

3.13. Oferta actual

Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta Editoriales que no pertenecen a la zona objeto de estudio por la carencia de empresas en la localidad, este estudio se basó en la investigación realizada, es decir; mediante la aplicación de entrevistas a representantes de editoriales, por el factor de transcurso entre publicación y publicación que demanda de más de 1 mes, en este sentido para lograr obtener la ponderación se procedió con los datos obtenidos de la competencia en sí; es decir la Editorial Turbina, Deidayvuelta, Fetina Lente que registran haber realizado prestación de servicios en la zona norte aproximadamente en un promedio de 28 publicaciones anuales, el precio del mismo varía con la calidad del libro, el tiempo de edición, número de páginas, tiraje contratado; del total, se tomará un porcentaje para cada editorial.

Tabla 26

Determinación de la oferta de las editoriales en Quito.

Editoriales	%	Cantidad	Ventas Anuales
Turbina Editorial	30%	8	16.000,00
Fetina Lente	10%	3	6.000,00
Editorial Blanca	10%	3	6.000,00
Comoyoco Ediciones	10%	3	6.000,00
Deidayvuelta	10%	3	6.000,00
El Fakir	10%	3	6.000,00
Mecánica Giratoria	5%	1	2.000,00
Ruido Blanco	5%	1	2.000,00
Centro de Publicaciones Pontificia Universidad Católica del Ecuador	10%	3	6.000,00
Total	100%	28	56.000,00

Fuente: Competencia
Elaborado por el: Autor (2018)

Para el caso de las instituciones de educación superior que también realizan publicaciones de sus docentes, no tienen potestad de cobro de la edición, y el distintivo que se coloca en el libro con el sello de la Universidad correspondiente, lo cual no representa una oferta del servicio que afecte a la implantación de la Editorial.

3.13.1 Proyección de la oferta.

Al tomar en cuenta la oferta actual obtenida y la utilización de la tasa de incremento promedio de nivel de educación en la localidad de 1,36%, se determinó la oferta proyectada.

$$O_p = O_o(1+i)^n$$

Dónde

O_p = Oferta Proyectada

O_o = Oferta actual

$(1+i)$ = Tasa de incremento promedio del nivel de estudio en la ciudad

N = años

$D_p = \$ 56.000,00 (1+0,0136)^1 =$ valor representa el primer año del proyecto

Tabla 27

Proyección de la oferta

PROYECCION DE LA OFERTA	
AÑOS	AÑOS PROYECTADOS
2017	\$56.000,00
2018	\$56.761,60
2019	\$57.533,56
2020	\$58.316,01
2021	\$59.109,11
2022	\$59.913,00

Fuente: competencia

Elaborado por el: Autor (2018)

3.14. Balance oferta-demanda

Gracias a los datos referentes de la oferta y la demanda, se determina la existencia de un mercado viable para la realización del proyecto a ser ejecutado, los factores que permiten analizar y determinar la demanda por satisfacer, como se muestra en el gráfico siguiente.

Tabla 28

Demanda potencial a satisfacer

Año	Demanda	Oferta	Demanda Potencial Por Satisfacer
2017	\$80.000,00	\$56.000,00	\$24.000,00
2018	\$81.088,00	\$56.761,60	\$24326,40
2019	\$82.190,80	\$57.533,56	\$24657,24
2020	\$83.308,59	\$58.316,01	\$24992,58
2021	\$84.441,59	\$59.109,11	\$25332,48
2022	\$85.589,99	\$59.913,00	\$25677,00

Fuente: Competencia
Elaborado por el: Autor (2018)

La demanda actual está establecida tomando en cuenta a la necesidad de los escritores que carecen de una editorial en el sector, lo que hace que el proyecto tenga un espacio dentro de la satisfacción de la necesidad de edición.

3.15 Participación del proyecto.

Los datos obtenidos arrojan un balance de demanda y oferta que está establecido con una demanda potencial por satisfacer para el presente año es de \$24.000,00 del cual el proyecto pretende atender por medio de la implementación de la editorial en este sector en un 70% siendo este la capacidad de atención, por tiempos entre proyecto y proyecto de edición, logrando así atender al 70% es decir de las 12 ediciones, 8 ediciones al año, de la demanda insatisfecha de

manera eficiente, de la misma se consideró su ubicación, la infraestructura, aceptación de las familias y las características que tendrá este lugar de servicio.

3.16. Precios

El precio es aquel que por el cual un producto o servicio pueden ser comercializados con diferentes agentes accionarios del mercado.

3.16.1. Análisis de los precios

El precio es el factor primordial al momento de realizar la contratación del servicio, es decir hay dos aspectos importantes, ya que contará con dos modalidades donde la Edición sea cancelada al pactar el servicio, en un precio fijo de \$ 2.000,00 y entregar el texto ya editado por una suma de dinero, y la otra modalidad donde los libros se comercializarán a distintas librerías del país, pagando un valor porcentual de cada ejemplar vendido, eso será por medio de concursos de los cuales los mejores libros podrán hacer uso de este beneficio.

3.16.2 Proyección de precios

Para lograr determinar en valores cuantitativos puede variar los precios durante los próximos años se efectuarán la proyección en base a la tasa de inflación anual que es del 1,12%. Establecida por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 29

Proyección de los precios.

Producto	Medida	P.V	PROYECCION DE PRECIOS					
	Años	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Edición Completa		2.000,	2022,4	0	2045,05	2067,96	2091,12	2114,54

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor (2018)

3.17. Fijación de precios

Al ser una prestadora de un servicio establecerá los precios en base a el tiempo empleado en la edición de los libros, la calidad de libros a ser publicados, los contenidos audiovisuales y la calidad en la que se lo realizaron, el volumen a ser comercializado, publicidad a ser utilizada y el coste de esta, hay diversos factores que influyen a la hora de fijar el precio, el mismo que se lo realizará, según los términos pactados en el contrato con el escritor.

3.18. Comercialización

Debido a la investigación de mercado realizada se pudo conocer aquellos gustos y preferencias a la hora de realizar una adquisición de un libro, la editorial se alinearán a las tendencias de los lectores de Ibarra y de todas las zonas a ser distribuidas los libros de textos, razón por la cual se proyecta desarrollar las estrategias de comercialización idóneas, es decir, el precio, plaza promoción y publicidad.

Tabla 30

Distribución

Acción	Estrategias
Distribución	La distribución de los libros de la editorial, contemplan los siguientes pasos: <hr/> Impresión de los textos ya editados <hr/> Convenio con distintas librerías dentro y fuera de la ciudad <hr/> Envío directo de los mismos ejemplares <hr/> Entrega y cobro de los ejemplares vendidos

Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por el: Autor (2018)

3.18.1 Estrategias de promoción

Es aquel medio que se constituye, mediante los lectores realizan la adquisición de sus textos de manera más atrayente, esto permite que la mercadería, catálogo de ediciones de la Editorial sea adquirida con seguridad y se mantenga atractiva con el paso del tiempo.

Tabla 31

Desarrollo de la promoción

Acción	Estrategia
Promoción	<p>Establecer alianzas con Librerías de todo el país, con la finalidad de hacer llegar los textos de calidad de escritores locales a los clientes que gusten de este arte.</p> <p>Se efectuará promociones de libros con contenido inédito, promociones en días festivos, por temporada, entregando con la compra de cada ejemplar un obsequio que puede consistir en, separadores de páginas, calendarios u otros.</p> <p>Se incentivará al público a través de la promoción con la adquisición de más de un libro del catálogo.</p> <p>Promociones por compartir videos publicitarios de los nuevos libros publicados, donde se sortearán libros, obsequios sorpresa, cupones de regalo y descuentos.</p>

Fuente: Competencia
Elaborado por: El autor (2018)

3.18.2 Estrategias de publicidad

La publicidad es el medio que facilita para que los productos que posee la Editorial sean conocidos y consecuentemente sean adquiridos por los consumidores.

Tabla 32**Establecimiento de la publicidad**

Acción	Estrategias
Publicidad	<p>Se realizará la distribución publicitaria a través de redes sociales, por medio de videos, trailerbook, ya que según la investigación arrojó en su mayoría la apreciación de redes sociales.</p> <p>Se realizará la contratación de anuncios publicitarios, dando a conocer la editorial, con el fin de atraer a escritores locales y a los amantes de los libros.</p>

Fuente: Competencia
Elaborado por el: Autor (2018)

3.19. Conclusiones del estudio de mercado

Gracias a la información primaria recolectada se pudo determinar que existe un alto grado de aceptación por parte de los escritores y lectores de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, mismo que supieron mencionar que será de gran ayuda, y una buena alternativa para la edición de sus textos y el poder fomentar la lectura, debido a que en esta ciudad no existe este servicio tan necesario, volviéndose atractivo que ofrezca una edición innovadora con la ayuda de implementos audiovisuales, el resultado de este un servicio integro y de gran valor educativo, gran variedad en edición, evitando el movilizarse a otra ciudad en busca de este servicio, o incluso realizar la edición por cuenta propia, pudiendo caer en errores y una muy mala calidad de Edición.

La demanda actual es de 80.000,00 este valor muestra la cantidad de recursos económicos que destinan los escritores en la publicación de libros anualmente en diferentes formas de edición.

La oferta actual es \$ 56.000,00 esto muestra el monto que ingresan a la empresa Editorial, considerando solo el porcentaje de participación que puede ser tomada en cuenta y se representa ante nuestros escritores locales.

La demanda insatisfecha es de \$ 24.000,00 este resultado indica que los escritores locales necesitan de una editorial local, que preste un servicio de calidad, buscan nuevas opciones para la edición de sus textos, esto ayuda afianzar que de implementarse la Editorial en el sector puede tener una gran acogida, por el valor agregado, la innovación, la cercanía, y la importancia que se le da al escritor local en su búsqueda de publicar sus obras.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El objetivo del estudio técnico es lograr determinar los factores de la localización del proyecto tales como lo es el tamaño, la distribución de las instalaciones, la estimación de costos, la maquinaria, los equipos, los muebles, obras físicas y personal requerido.

4.1.1 Objetivo General

Efectuar un estudio técnico, mediante la aplicación de herramientas de proyecciones financieras, buscando conocer los espacios requeridos, las infraestructuras, la tecnología y recursos necesarios, con los cuales se podrá desarrollar favorablemente el proyecto.

4.1.2 Objetivos Específicos

- Establecer la localización del proyecto
- Instaurar textualmente el tamaño apropiado del proyecto
- Elaborar la instalación por medio de un diseño
- Establecer los procesos necesarios para las actividades
- Establecer el requerimiento financiero

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

El proyecto estará ubicado en la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, Huertos familiares.

Macro Localización

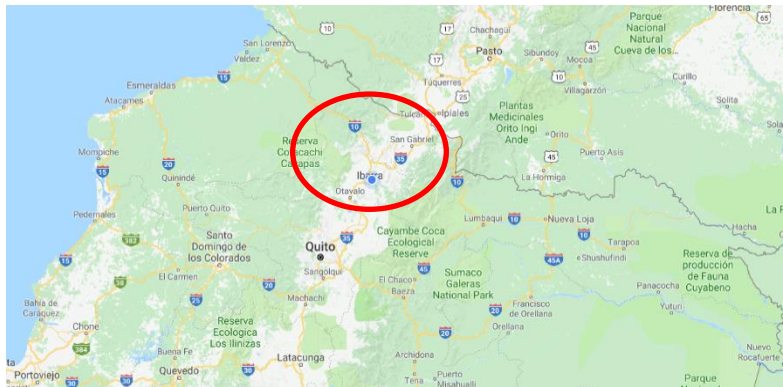


Figura N 8 Macro Localización

Fuente: www.googlemaps.com

4.2.2. Micro localización

Para la determinación de la ubicación específica de la Editorial, se tomó en cuenta el uso de una propiedad que se encuentra a disposición para la realización del proyecto.

Siendo esta una oportunidad, ventaja para la colocación del negocio, y su pronta apertura de actividades.

Se estableció el uso del establecimiento propio para la implantación de la Editorial como en forma de taller de trabajo, está en el sector de los Huertos Familiares, 13 de abril y Tulcán.



Figura N° 10 Ubicación específica

Fuente: www.googlemaps.com

4.2.3. Análisis del lugar establecido

Como se había indicado la ubicación del establecimiento está dada por la ventaja de tener la posibilidad de dar uso al mismo, por ser propio del autor, contando con el buen abastecimiento de agua potable, también con lo que respecta a la energía eléctrica y consiguiente el alumbrado y cuenta con vías de comunicación en excelente estado, por la que transitan diversos tipos de transporte públicos o privados, lo que contribuye al acceso al negocio a ser implantado.

4.2.3.1 Proximidad a los consumidores, distribuidores y negocios.

El sector cuenta con fácil accesibilidad, negocios relacionados, como lo son imprentas, centros publicitarios, es un área industrial ya que cuenta con diversas fabricas a su alrededor y es conocida por muchas personas, la seguridad es un factor importante, el sector los huertos familiares cuenta con un bajo nivel de inseguridad.

4.3. Factores que determinan el tamaño del proyecto.

El lograr determinar el proyecto demanda es necesario el establecer y llevar a cabo con los siguientes factores que limitan su capacidad, entre los principales se mencionan los siguientes: el mercado, tecnología, disponibilidad del capital.

- **El mercado.**

Posterior a la realización del estudio de mercado se ha determinado que existe una demanda potencial insatisfecha de \$ \$ 24.000,00 a partir de este resultado, considerando que este es significativo, la editorial a crearse en la ciudad de Ibarra pretende captar el 70% de la misma, lo que representaría \$ 16.00,00 anuales, aquellos valores son obtenidos de la participación que tiene la población de estudio, en número de ediciones son 12 como total de demanda insatisfecha y 8 como captación del proyecto.

Se determina que la demanda insatisfecha es creciente, debido al incremento de la tendencia de creación propia de libros ya sean académicos o literarios, el aumento del nivel de educación en la ciudad. Para captar la aceptación de los escritores, la editorial pretende ofrecer un servicio de edición innovadora por medio de la utilización de un sistema de codificación QR para integrar contenido audiovisual, un servicio necesario que carecía los habitantes de la ciudad de Ibarra.

- **Tecnología**

Para brindar un servicio de calidad y poder realizar una edición de nivel internacional, es sumamente indispensable adquirir equipamiento tecnológico para la edición de las obras de los escritores locales.

- **Disponibilidad de capital**

Para que la editorial comience sus actividades se requiere con un capital, el cual tiene un valor significativo por lo que será satisfecho con inversión propia, y un crédito por parte de instituciones financieras.

4.4 Diseño de instalación

Se tomará en cuenta la estructura similar a las demás Editoriales que se encuentran en la ciudad de Quito, para la mejor satisfacción de la edición de los manuscritos.

4.4.1. Distribución física

Tabla 33

Área total de la Editorial en m²

Área de Negociación	Almacén	Área de pago y cobranzas	Área de parques	Edición	Administración	Total
50 m ²	10 m ²	15 m ²	50 m ²	15 m ²	10 m ²	150 m ²

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por el Autor (2018)

4.4.2 Diseño del plano para la Editorial



Figura N° 16 Plano editorial

Calle 13 de abril y Tulcán, Conjunto Jericó
Elaborado por: Paola Katherine Hernández Reyes Diseñador Grafico

4.5. Flujograma de procedimientos de la Editorial

4.5.1. Flujograma de contacto escritor

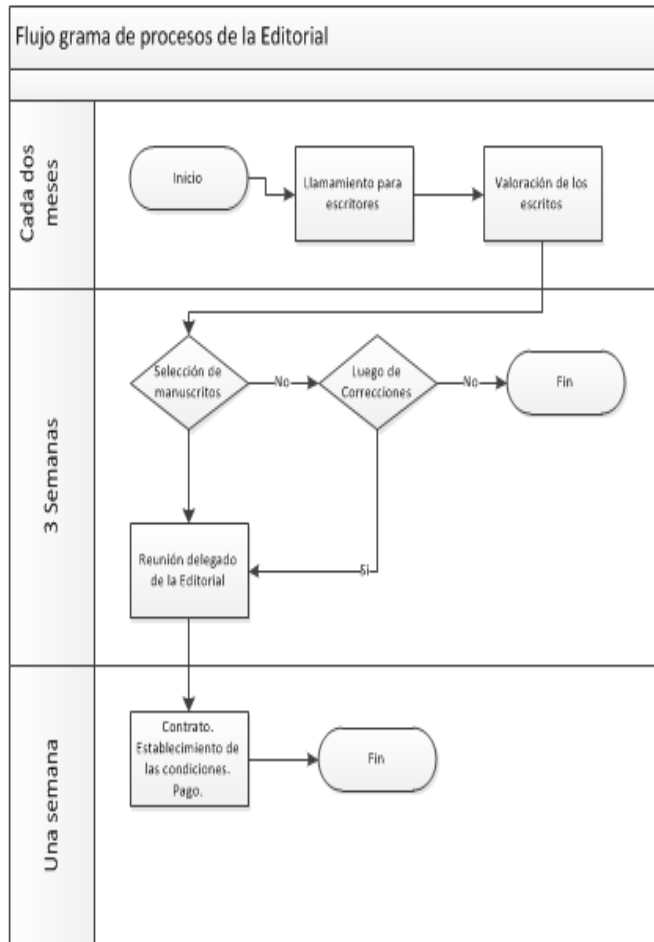


Figura N 17 Flujo grama de procesos de la Editorial

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por el: Autor

4.5.1.1 Descripción de contacto escritor

- **Búsqueda de escritores**

Con el fin de realizar la publicación de los textos se realiza llamamiento a escritores, para la presentación de sus manuscritos.

- **Valoración de los manuscritos.**

Lectura y presentación de los manuscritos al personal encargado para su valoración.

- **Selección de manuscritos**

Se seleccionan los manuscritos que encajen en las obras a publicarse por la Editorial.

- **Establecimiento de condiciones**

Realización de reunión entre editorial y escritor para la fijación de regalías, tipo de edición, contrato con el escritor.

4.5.2 Flujograma de procedimientos de Edición de los textos, publicación y su distribución

4.5.2.1. Descripción de proceso de Edición de los textos, publicación y su distribución.

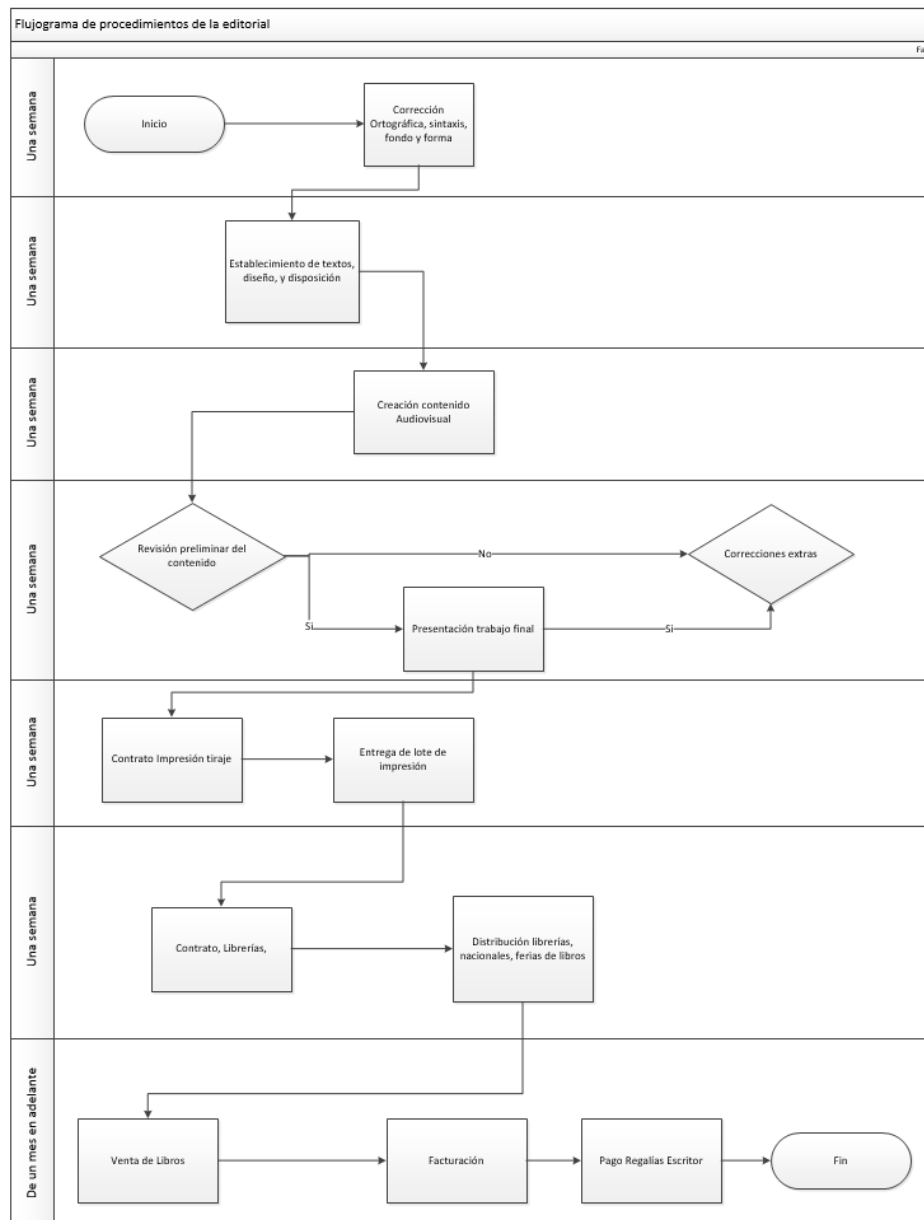


Figura N° 18 Flujograma de procedimientos de la editorial

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por el: Autor

- **Edición de los libros**

Revisión ortográfica, sintaxis, contexto fondo y forma, creación de contenido audiovisual que ilustre el texto, diagramación, creación de portada y contraportada, todos estos procesos son ejecutados por el Diseñador Gráfico, y el experto en literatura, realizando un trabajo conjunto, para lograr la máxima calidad.

- **Presentación y revisión Trabajo final**

Con el fin de tener un trabajo de calidad, que vaya acorde a los requerimientos de la Editorial, se hace la presentación al dueño del manuscrito, (escritor, docente), se revisa minuciosamente la sintaxis, la ortografía, lineamientos propuestos, todo esto antes de enviar a la imprenta.

- **Convenio con la imprenta**

Negociación con la imprenta, precios, calidad del empastado, tipo de libros, cantidad de tiraje a ser contratada, forma de pago, tiempo en ser entregado los ejemplares, se va directamente a la imprenta donde se comienza con los establecimientos de condiciones, y se realiza el contrato entre la editorial y la imprenta.

Distribución de los libros

Comercializar los libros empezando por librerías locales de ser el caso que no sea una franquicia, en el caso de librerías internacionales se realiza el convenio y contratación en la matriz de la misma, llegando así a librerías nacionales e internacionales.

Cobranza del pago de los libros

Cobro del dinero de los ejemplares vendidos, a las librerías, por diferentes medios, transferencias bancarias, efectivo, emisión de la factura correspondiente, y pactos para nuevas adquisiciones.

Pago de regalías al escritor.

Pago en efectivo o depósito bancario para el pago de regalías, establecidas en el contrato.

4.6 Requerimiento de la inversión

4.6.1. Inversión fija

4.6.2. Equipamiento

Estos elementos constituyen la inversión mayoritaria, ya que forman parte de la actividad a desarrollarse y son indispensables para la edición de libros.

Tabla 34

Presentación de equipamiento

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Impresora Industrial	1	3.000,00	3.000,00
Guillotina Electrónica	1	500,00	500,00
Sistema de alarma-control remoto	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Pistola Lector de Barra, lector QR.	1	\$ 60,20	\$ 60,20
Total			\$ 3.780,20

Fuente: Proveedores

Elaborado por el: Autor (2018)

4.6.3. Muebles y enseres

Como toda empresa requiere del equipamiento de los muebles necesarios, para desarrollo de las actividades administrativas.

Tabla 35

Muebles y enseres

DETALLE	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estación de trabajo (escritorio en L de 1,50m*0,60m ofic)	2	250,00	500,00
Archivador de 3 cajones	2	130,00	260,00
Silla giratoria gerencial	2	110,00	220,00
Silla giratoria normal	1	45,00	45,00
Silla de espera tripersonal	1	120,00	120,00
Góndola Laterales	1	300	300,00
Gavetas	1	7	7,00
Total			1.452,00

Fuente: Proveedores

Elaborado por el: Autor (2018)

4.6.4. Equipos de Computación

Estos equipos se constituyen en instrumentos muy útiles para la empresa, y en especial para la editorial que realiza las ediciones por este medio.

Tabla 36

Presupuesto de Equipos de computación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
iMac 21.5 Core I5, SSD 480 Gb, 8gb Mid	2	1.100,00	2.200,00
Total			2.200,00

Fuente: Proveedores

Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 37**Resumen inversiones en activos fijos**

Detalle	Valor
Maquinaria y equipo	3.780,20
Muebles y enseres	1.452,00
Equipo de Computación	2.200,00
Total, Activos Fijos	7432,20

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por el: Autor (2018)

4.7 Inversiones diferidas

Constituyen aquellos valores a ser entregados para poner a la empresa en funcionamiento, para este caso se tiene los siguientes.

Tabla 38**Inversiones diferidas**

Gastos de Constitución	Cantidad	Valor Total
Estudio del proyecto	1	970,00
Trámites de constitución	1	900,00
Gastos de instalación	1	950,00
Total Activos Diferidos		2.820,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por el: Autor

4.8. Inversión variable

A continuación, se detallan cada uno de aquellos factores, elementos a ser utilizados.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo se refiere a la inversión con el que el proyecto cuenta para cumplir sus obligaciones de operación, administración, entrega de productos terminados a corto plazo, es decir sirve para el desarrollo y la adquisición de materia prima, servicios básicos, pago de nómina, entre otros.

4.8.1 Costos de Producción

4.8.2 Costos Directos

4.8.3. Mano de obra directa

Para que la editorial comience sus operaciones, se necesita de un Editor, (Diseñador Gráfico), Un literato, el cual debe de estar capacitado, con el perfil profesional requerido, para lograr la edición de libros, se editara dos libros cada tres meses.

Tabla 39

Requerimiento Mano de obra directa

Número	Cargo	Sueldo	Aporte patronal 12,15%	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Total, mensual	Valor Total Anual
1	Editor	379,02	46,05	32,17	31,59	488,82	5.865,87
1	Literato	379,02	46,05	32,17	31,59	488,82	5.865,87
Total							11.731,74

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 40

Resumen Costos Directos de Fabricación

Detalle	Precio Trimestral
Mano de Obra Directa	2.932,92
Total	2.932,92

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

Costos Indirectos de Fabricación

Constituyen los insumos, materiales menores, mano de obra y servicio de carácter complementario que no están relacionados directamente con la obtención del producto.

Tabla 41**Materiales Indirectos**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	P. unitario	P. total
Hojas papel bond	Resma 500 Hojas	1	3,5	3,50
Esferos	Caja 12	1	6,25	6,25
Lápices	Caja 12	1	3,15	3,15
Energía Eléctrica			45,00	135,00
Total, 3 meses				147,90

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 42**Resumen Costos Indirectos de Fabricación**

Detalle	Precio
Materiales indirectos	147,90
Total, trimestral	147,90

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 43**Resumen de Costos de Producción**

Detalle	Precio
Costos directos de Fabricación	2.932,92
Costos Indirectos de fabricación	147,90
Total, trimestral	3.080,82

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

4.8.4. Gastos de Administración**4.8.5. Personal Administrativo**

Para el buen funcionamiento de la Editorial se ha considerado contratar bajo honorarios profesionales a una persona encargada para la administración de la editorial, una persona polifuncional, reconociéndole mensual 100,00 \$.

Tabla 44**Remuneración personal Administrativo**

Detalle	Cantidad	Honorarios Mensuales	Total, Anual
Administrador	1	100,00	1.200,00
Total			1.200,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por el: Autor (2018)

4.8.6. Suministros de oficina

Para realizar las tareas diarias que se presenten en la editorial, principalmente en el área administrativa, se necesitan los siguientes materiales.

Tabla 45**Suministros de oficina**

Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Valor Trimestral	Valor Anual
Sobres	6	1,80	1,80	10,80
Grapadora	1	9,50	9,50	9,50
Perforadora	1	3,20	3,20	3,20
Papel bond	3	3,50	3,50	10,50
Total			18,00	34,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 46**Suministros de aseo y limpieza**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	P. unitario	Total, Trimestral	P. total anual
Cloro	Galón	1	5,00	5,00	5,00
Detergente	Fundas	4	1,00	1,00	4,00
Escoba	Unidad	1	1,50	1,50	1,50
Recogedor	Unidad	1	2,00	2,00	2,00
Trapeador	Unidad	1	2,00	2,00	2,00
Fundas de basura	Paquete de 10	3	1,00	1,00	3,00
Ambiental	Frasco	3	2,00	2,00	6,00
Aerosol limpiador	Frasco	2	2,00	2,00	4,00
Franelas	Unidad	3	0,50	0,50	1,50
Total, trimestral				17,00	
Total, anual					29,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

4.8.7. Servicios básicos

Tabla 47

Servicio Básicos

Detalle	Valor Total
Agua Potable	7,20
Teléfono	15,00
Internet	107,98
Total	130,18
Total Trimestral	390,54

Fuente: Investigación directa
Elaborado por el: Autor (2018)

4.8.8. Gasto de ventas

Tabla 48

Determinación de gasto de ventas

Detalle	Valor anual
Publicidad	300,00
Comprobantes de ventas, facturas, contratos.	150,00
Total	450,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

Se puede apreciar a continuación el resumen de las inversiones variables y el capital de trabajo necesario para los tres primeros meses de actividad.

Tabla 49

Determinación del capital de trabajo requerido para los tres primeros meses

Detalle	Precio
Resumen Costos de Producción	3.080,82
Gastos de Administración	1.350,00
Gastos de ventas	335,00
Servicio Básicos	390,54
Total	5.156,36

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 50**Requerimiento de las inversiones**

Resumen inversiones		
Detalle	USD	%
Total, Activos Fijos	7.432,20	48,23 %
Total, inversiones diferidas	2.820,00	18,30 %
Total, Capital de trabajo	5.156,36	33,46 %
	15.408,56	100%

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2017)

4.9. Estructura del financiamiento

Luego de conocer la inversión total que es, **15.408,56** para poner en marcha esta nueva unidad, se pudo percibir el monto a ser utilizado, el cual va a ser cubierto en dos partes, préstamo bancario 10.000,00 y los 5.408,56 por cuenta propia del autor.

Conclusión

Mediante el estudio técnico, se determinó la Macro y Microlocalización del proyecto, teniendo como ventaja contar con el lugar donde se pondrá en marcha la nueva unidad de negocio, por ser de propiedad del autor.

Se estableció el capital de trabajo necesario para el inicio de las actividades que es de \$ 5.156,36 y al igual se logró determinar el monto total a ser utilizado que representa el valor de \$ **15.408,56**

Por consiguiente, se determina que el proyecto de implantación de la editorial se puede llevar a cabo desde el punto de vista estudio técnico.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

El estudio financiero está establecido por toda aquella información económica que está dentro del proyecto, aquellos recursos requeridos para el adecuado funcionamiento del proyecto, los cuales están evaluados por los indicadores financieros, que ayudarán a la determinación de la viabilidad del proyecto.

5.1.1. Objetivo General

Valorar la viabilidad financiera del proyecto, mediante un análisis financiero, en búsqueda de determinar si el proyecto es económicamente sustentable.

5.1.2. Objetivos Específicos

Realizar la correcta proyección de ingresos, costos y gastos para los diferentes años de vida útil del proyecto

Establecer detalladamente el capital de trabajo

Realizar el estado de resultados y estado de flujo de efectivo proforma.

Determinar los indicadores necesarios para el estudio financiero

5.2. Presupuesto de Ingresos

Los ingresos que perciba la Editorial son por la prestación de servicio de edición, de 201 a 300 páginas, con un margen de ganancia del 35%, estimada.

5.2.1. Determinación de los ingresos.

Para determinar los ingresos que tendrá la Editorial, es necesario tomar en cuenta los factores que inciden directamente como: la demanda potencial insatisfecha que según el estudio de mercado es de 12 ediciones, el brindar este servicio en una ciudad careciente de éste, se puede decir que buscaran el vincularse con la editorial local, evitando el viajar a otra ciudad en busca de este servicio, atraer a los docentes que necesitan de la publicación de sus obras, cabe señalar que la editorial contará con un valor agregado que no cuenta ninguna otra, lo que es vincular el texto con contenido audiovisual, se tomará en cuenta 8 ediciones anuales, con un margen de ganancia del 35%, ya tomado en cuenta los costos de edición de un libro.

5.2.2. Proyección de los ingresos

Para la proyección de los ingresos se toma en cuenta las ventas estimadas para el 2018, del cual se estima que irán aumentando según la tasa de crecimiento poblacional escolar y de instituciones de educación superior que promedian del 1,00 % tasa escolar y el 1,36% para instituciones de educación superior, los precios estarán en función a la tasa de inflación promedio de los últimos 5 años que es de 2,13 %, según lo demuestra la tabla N°46 Es importante señalar que las ventas estimadas están determinadas en base a un promedio anual que solicitan los docentes y escritores en la ciudad de Ibarra.

Tabla 51

Promedio de inflación

AÑO	% INFLACION
2013	2,7
2014	3,67
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,2
TOTAL	10,67
PROMEDIO	2,134

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor (2018)

Se detalla a continuación los ingresos que se pueden obtener por la edición de los 9 libros a prestar el servicio:

La demanda Insatisfecha está representada por 12 ediciones de libros anuales, de la cual se toma el 70%, dándonos como resultado 8 ediciones al año que cubrirá el proyecto.

Tabla 52

Demanda por satisfacer

Demanda insatisfecha total	% considerada por el proyecto 70 %	Servicio requerido por distintos docentes y escritores	Valor cada edición	%	Demanda por satisfacer en USD
12 ediciones	8 ediciones	De 201 a 300	2.000,00	100%	16.000,00\$
Total				100%	16.000,00\$

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: El Autor (2018)

Esta tabla muestra la cantidad estimada en dólares por la edición de un libro de 201 a 300 páginas contratadas de acuerdo con las preguntas y entrevistas. Con estos datos, se ha calculado un aproximado de ingresos a obtener.

Tabla 53

Obtención de los ingresos

Ingresos a recibir el primer año en dólares		
<i>Q Páginas Editadas</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
De 201 a 300 8 ediciones	2.000,00	16.000,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por el: Autor (2018)

Proyección de los ingresos

Tabla 54

Ingresos por percibir

INGRESOS RECIBIR EN EL PRIMER AÑO	INGRESOS POR RECIBIR EN CADA AÑO									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Servicio Q páginas De 201 a 300 Libros 8 ediciones	16.000,00	18.384,12	20.862,71	23.438,71	26115,15	28895,16	31781,92	34778,72	37888,96	41116,11
Total	16.000,00	18.384,12	20.862,71	23.438,71	26115,15	28895,16	31781,92	34778,72	37888,96	41116,11

Fuente: Estudio Técnico y Financiero
Elaborado por el Autor: (2017)

Esta tabla muestra la cantidad de ingresos con respecto a la contratación de edición por número de páginas por parte de la Editorial, durante los años de operación, la tasa de crecimiento está basada en el incremento de la población escolar, al igual que el de instituciones de educación superior, está tomado en cuenta.

5.3 Costos de operación

Constituyen todos aquellos costos que son importantes para el desarrollo del accionar diario de la editorial, con los valores de las compras que se efectuaran, el costo de la mano de obra, los sueldos de personal administrativo, los suministros, implementos, entre otros.

5.4. Presupuesto Egresos

Los egresos son aquellos gastos involucrados directamente en la edición de los textos con su respectivo contenido audiovisual, el gasto de la publicación, se estimó el porcentaje 40% de utilidad esperado para este tipo de productos, según los datos proporcionados por los representantes de las empresas donde se realizó las entrevistas, ya que el tiempo de producción de los mismos es mayor que otros tipos de productos de consumo masivo, haciendo que su venta tenga mayor dificultad, y por el tiempo de permanencia en producción al consumidor es mayor, y así lograr aun mantenerse en funcionamiento la editorial.

5.5. Costo de ventas

Con el fin de establecer el costo de ventas de los ejemplares a vender se utilizó la siguiente formula.

$$\text{Costo de ventas USD} = \frac{\text{Precio de venta}}{(1 + \% \text{Utilidad})}$$

5.6 Costo de la mano de obra directa

Se ha tomado en cuenta para establecer el costo de mano de obra, como referencia lo que percibe un profesional del área de diseño gráfico, y lo referente a un experto en literatura.

Tabla 55**Requerimiento mano de obra primer año.**

Cargo	Q	S. Mensual	Total, Ingresos
Jefe Diseñador Grafico	1	488,82	5.865,87
Literato	1	488,82	5.865,87
Total, Ingresos			11.731,74
Total, Ingresos			
Aporte patronal 12,15%			92,10
Décimo tercer sueldo			63,18
Décimo cuarto sueldo			64,34
Vacaciones			0
Fondos de Reserva			0
Total			6.662,31

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

5.6.1. Proyección de la mano de obra directa

Para el incremento del valor de la mano de obra se tomó en cuenta el promedio de crecimiento del SBU de los últimos 5 años, según lo demostrado en la tabla siguiente:

Tabla N° 48**Incremento del valor de la mano de obra.**

AÑOS	SBU	Variación	CRECIMIENTO	
2018	386	11	0,0285	2,8497%
2017	375	9	0,0240	2,4000%
2016	366	12	0,0328	3,2787%
2015	354	12	0,0339	3,3898%
2014	342	30	0,0877	8,7719%
2013	312			
PROMEDIO			0,04138	4,14

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 56**Mano de obra Proyectada**

Proyección 10 años	Total, Proyección Mano de Obra directa, total a recibir.
Año 1	11731,74
Año 2	12217,20
Año 3	12722,76
Año 4	13249,23
Año 5	13797,49
Año 6	14368,43
Año 7	14963,00
Año 8	15582,18
Año 9	16226,97
Año 10	16898,45

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

Esta tabla muestra la proyección de los gastos en mano directa para los diez años. Calculados a partir del primer año que es de 11.731,74 dólares, para el cálculo se utilizó la tasa de incremento correspondiente al crecimiento promedio de los salarios de los últimos 5 años.

5.7. Servicios Básicos

La editorial con el fin de entregar un producto de calidad, en la edición de los manuscritos, requiere de algunos costos como lo es la energía eléctrica que es fundamental para las actividades diarias de la misma, así como el agua potable, las telecomunicaciones (Internet, Teléfono)

Para determinar el costo de la energía eléctrica por KWH, se logró obtener información de la empresa Emelnorte aquella especificó el costo de KWH es de 0,10, al igual que el agua potable, para lo cual las proyecciones se han tomado en cuenta el incremento promedio anual de la inflación que es de 3,01%.

Tabla 57**Gastos servicio básico**

Detalle		Consumo mensual	Consumo Anual
Energía eléctrica			
Cantidad	Kwh	450,00	5.400,00
Precio	Kwh	0,10	0,10
Total, Energía		45,00	540,00
Agua Potable			
Cantidad	(m3)	20	240,00
Precio	(m3)	0,36	0,36
Total, Agua		7,20	86,4
Telecomunicaciones			
Teléfono		15,00	180,00
Internet		107,98	1.295,76
Total, telecomunicaciones		122,98	1.475,76
Valor Total			2102,16

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

5.7.1. Proyección de los servicios básicos**Tabla 58****Servicios básicos Proyectados**

Año	Valor
1	2102,16
2	2147,02
3	2192,84
4	2239,63
5	2287,43
6	2336,24
7	2386,10
8	2437,01
9	2489,02
10	2542,14

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

5.8. Suministros de oficina

Comprenden los elementos necesarios para que la Editorial pueda funcionar adecuadamente, en sus actividades diarias, la proyección se la realizará con la proyección estimada de los últimos 5 años, que es de 0,032.

Tabla 59**Requerimiento de suministros**

Detalle	Valor Unitario	Valor mensual	Valor Anual
Papel para impresión	4,50	9,00	108,00
Carpetas	0,50	1,00	12,00
Clips caja*50	1,50	1,00	18,00
Esferos caja*24	6,50	13,00	13,00
Archivadores	3,50	3,50	42,00
Lápices caja*30	2,25	6,75	6,75
Total			199,75

Fuente: Estado financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

5.8.1 Proyección de suministros de oficina**Tabla 60****Suministros de oficina**

<i>Año</i>	<i>Valor Anual</i>
1	199,75
2	205,75
3	211,94
4	218,31
5	224,87
6	231,63
7	238,60
8	245,77
9	253,16
10	260,77

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

5.9. Resumen gastos de administración**Tabla 61****Resumen gastos de administración**

Años	Sueldos y Salarios	Servicios Básicos	Suministros
1	11731,74	2102,16	199,75
2	12217,20	2147,02	205,75
3	12722,76	2192,84	211,94
4	13249,23	2239,63	218,31
5	13797,49	2287,43	224,87
6	14368,43	2336,24	231,63
7	14963,00	2386,10	238,60
8	15582,18	2437,01	245,77
9	16226,97	2489,02	253,16
10	16898,45	2542,14	260,77
TOTAL	11731,74	23159,59	2290,55

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor

5.10 Gastos de ventas

Los gastos de ventas son los valores necesarios para lograr el establecer las negociaciones con los escritores, y realizar las respectivas ventas a las librerías, o directamente con el consumidor final.

Tabla 62

Estimaciones de los gastos ventas

Gastos de ventas	Mensual	2018
Publicidad Redes Sociales	25,00	300,00
Comprobante de venta y contratación	12,50	150,00
Total	37,50	450,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor

Tabla 63

Gastos de ventas proyectadas

Año	Valor proyectado
1	450,00
2	459,60
3	469,41
4	479,43
5	489,66
6	500,11
7	510,78
8	521,68
9	532,81
10	544,18

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor

5.11. Depreciaciones

Los activos fijos son aquellos bienes que cumplen con tres características esenciales, estas son: tener una vida útil superior a un año, tener un valor considerable, servir para las actividades para las cuales será creada la empresa, estos activos estarán sujetos a depreciación, que no es otra cosa que la pérdida de su valor por el uso y por el tiempo de vida útil de cada bien, tal y como se muestra en la siguiente tabla, se utiliza el método de depreciación lineal, ya que el proyecto hace uso de estas adquisiciones para su labor diaria en la empresa.

Tabla 64**Depreciación de los activos fijos de la empresa.**

DETALLE	VALOR ACTUAL	VIDA ÚTIL	%	VALOR RESIDUAL
Maquinaria y equipo	3.780,20	10	10%	378,02
Muebles y enceres	1.452,00	10	10%	145,2
Equipos de Computación	2.200,00	3	5%	220,0

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor

5.11.1. Depreciación maquinaria y equipo**Tabla 65****Distribución de la Depreciación de los equipos**

Año	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP. ACUM	SALDO
1	3780,2	340,22	340,22	3439,98
2	3780,2	340,22	680,44	3099,76
3	3780,2	340,22	1020,65	2759,55
4	3780,2	340,22	1360,87	2419,32
5	3780,2	340,22	1701,09	2079,11
6	3780,2	340,22	2041,31	1738,89
7	3780,2	340,22	2381,53	1398,67
8	3780,2	340,22	2721,74	1058,46
9	3780,2	340,22	3061,96	718,23
10	3780,2	340,22	3402,18	378,02

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor

5.11.2. Depreciación mueble y enceres**Tabla 66****Distribución de la depreciación de los muebles**

Año	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP. ACUM	SALDO
1	1452	130,68	130,68	1321,32
2	1452	130,68	261,36	1190,64
3	1452	130,68	392,04	1059,96
4	1452	130,68	522,72	929,28
5	1452	130,68	653,4	798,6
6	1452	130,68	784,08	667,92
7	1452	130,68	914,76	537,24
8	1452	130,68	1045,44	406,56
9	1452	130,68	1176,12	275,88
10	1452	130,68	1306,8	145,2

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor

5.11.3. Depreciación equipo de computación

Tabla 67

Distribución de la depreciación de equipo de computación

Año	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP. ACUM	SALDO
1	2200	396	396	1804
2	2200	396	792	1408
3	2200	396	1188	1012
4	2200	396	1584	616
5	2200	396	1980	220

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por el: Autor

Tabla 68

Resumen de las depreciaciones de los activos fijos

RESUMEN DE LAS DEPRECIACIONES												
Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Depreciación costo												
Maquinaria y equipo	y	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	
Vehículo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Subtotal		340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	340,21	
Depreciación gasto												
Muebles enseres	y	130,68	130,68	130,68	130,68	130,68	130,68	130,68	130,68	130,68	130,68	
Equipo computo	de	396	396	396	396	396	0	0	0	0	0	
Subtotal		526,68	526,68	526,68	526,68	526,68	130,68	130,68	130,68	130,68	130,68	
Total		866,89	866,89	866,89	866,89	866,89	470,89	470,89		470,89	470,89	470,89

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por el: Autor (2018)

5.12. Gastos de amortización

La amortización de los diferidos se efectúa para 5 años, como lo muestra la tabla siguiente.

Tabla 69**Determinación de la Amortización**

DETALLE	VALOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estudio y diseño del proyecto	970,00	194,00	194,00	194,00	194,00	194,00
Tramites de constitución	900,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Gastos de instalación	950,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
Total	2.820,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

5.13. Estado de situación financiera**Tabla 70****Estado de situación financiera inicial**

Editorial “Esencial Book”			
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS	
Capital de Trabajo	5.156,36	Préstamo Bancario	10.000,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES			
	5.156,36		
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Maquinaria y equipo	3.780,20	Capital Social	5.156,36
Muebles y enseres	1.452,00		
Equipos de computación	2.200,00		
TOTAL FIJOS			
	7.432,20		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de constitución	2.820,00	TOTAL PASIVO +	
TOTAL ACTIVOS	<u>15.156,36</u>	PATRIMONIO	<u>15.156,36</u>

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 71

Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS										
Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Netas	16000,00	18384,12	20862,71	23438,71	26115,15	28895,16	31781,92	34778,72	37888,96	41116,11
(-) Costos de producción	13471,71	14011,09	14572,71	15157,48	15766,36	16400,34	17060,47	17747,81	18463,50	19208,71
=utilidad bruta en ventas	2528,29	4373,03	6290,00	8281,23	10348,80	12494,82	14721,45	17030,91	19425,46	21907,39
(-) gastos de administración	4392,84	4487,36	4584,89	4685,53	4789,40	4332,62	4443,29	4557,54	4675,50	4797,30
(-) gastos de ventas	450,00	459,60	469,41	479,43	489,66	500,11	510,78	521,68	532,81	544,18
= Utilidad bruta en operaciones	-2314,55	-573,93	1235,70	3116,27	5069,73	7662,09	9767,38	11951,69	14217,14	16565,91
(-) gastos financieros	87,35	80,27	73,12	65,91	58,63	51,29	43,89	36,41	28,87	21,27
= Utilidad neta antes de participación trabajadores	-2401,90	-654,20	1162,58	3050,36	5011,10	7610,80	9723,49	11915,27	14188,27	16544,64
(.) 15% participación trabajadores	-360,28	-98,13	174,39	457,55	751,67	1141,62	1458,52	1787,29	2128,24	2481,70
= Utilidad neta antes de impuestos a la renta	-2041,61	-556,07	988,20	2592,81	4259,44	6469,18	8264,97	10127,98	12060,03	14062,94
(-) impuesto a la renta										
= Utilidad neta	-2041,61	-556,07	988,20	2592,81	4259,44	6469,18	8264,97	10127,98	12060,03	14062,94

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por el: Autor (2018)

En este estado se detallan aquellos valores de los ingresos y gastos además de la participación de los trabajadores e impuesto a la renta. Al final se puede apreciar que después de cumplir con todas las actividades y obligaciones, la editorial cuenta con utilidades que irán aumentando cada año, el impuesto a la renta está determinado por el 25% de impuesto a la renta.

5.14. Estado de Flujo de Efectivo

Tabla 72

Estado de flujo de efectivo

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	Año 11
= Utilidad Neta		-2041,61	-556,07	988,20	2592,81	4259,44	6469,18	8264,97	10127,98	12060,03	14062,94	
+ Depreciaciones		866,90	866,90	866,90	866,90	866,90	866,90	866,90	866,90	866,90	866,90	
+ Amortizaciones	-2820,00	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
- Inversiones												
+ Crédito	-10000,00											
- Capital de trabajo	-5.156,36											
- Amortización de préstamo		-793,19	-800,27	-807,42	-814,63	-821,91	-829,25	-836,65	-844,12	-851,66	-859,27	
Valor de rescate												523,22
= FLUJO DE CAJA NETO	-17976,36	-610,72	874,83	2419,09	4023,71	5690,33	7336,08	9131,87	10994,88	12926,92	14929,84	523,22

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

El estado de Flujo de efectivo ayuda a la visualización de las variaciones del efectivo para los años proyectados para el proyecto en marcha.

5.15. Evaluación financiera

Este análisis nos permitirá determinar la factibilidad del proyecto o la no factibilidad, por lo que es fundamental la utilización de aquellas herramientas financieras como las son: VAN, TIR, costo de oportunidad, el costo beneficio, tiempo de recuperación de la inversión.

5.16. Determinación del costo de capital

El capital propio es el aportado por los inversionistas, el mismo que de no ser dedicado a la inversión en el proyecto, podría ser invertido en pólizas a una tasa de interés del 7% que en promedio las instituciones financieras existentes en la provincia proporcionan a sus cuenta ahorristas.

Tabla 73

Costo de capital

Fuente	Inversión	%	Tasa operacional	Valores Ponderados
Aporte Propio	5.408,56	35,10%	4,95%	1,74%
Préstamo Bancario	10.000,00	64,90%	11,26%	7,31%
Total	15.408,56	100%		
				Ck=9,05%

Fuente: Costo de capital
Elaborado por el: Autor (2018)

Para la obtención de la tasa de descuento, se toman dos elementos como son el costo de oportunidad (Ck) y la inflación, en este caso se expresa así, Trd (i).

5.17. Determinación de la Tasa de rendimiento Medio

Es aquella que indica un rendimiento real mínimo del proyecto, para lograr su obtención se realizara de la siguiente manera:

Tabla 74

Calculo de la TRM

$$TRM=(1+Ck)(1+Inflacion)-1$$

$$TRM=(1+0,1006890)(1-0,20)-1$$

$$\mathbf{TMR= 0,0883=8,83\%}$$

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

La TRM nos refleja una tasa mínima de rentabilidad del proyecto que en este caso es de 8,83% con este valor nos ayudara para el cálculo del Valor Actual Neto.

5.18. Valor actual neto (VAN)

El VAN es una de muchas herramientas financieras que nos ayudan en la medición de los flujos de los ingresos y egresos traídos a valor presente, a través del cual nos puede beneficiar el saber la rentabilidad del proyecto de inversión a efectuarse.

$$\text{La fórmula del VAN es: } -\text{Inversión} + \frac{\text{FNE } 1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE } 2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\text{FNE } n-1}{(1+i)^{n-1}} + \frac{\text{FNE } n}{(1+i)^n}$$

Tabla 75**Cálculo de VAN**

AÑOS	FLUJO NETO		FLUJO ACTUALIZADO
0	-17976,36	FN/(1+i)	-17.976,36
1	-610,72	FN/ (1+0,0985) ¹	-561,18
2	874,83	FN/ (1+0,0985) ²	738,67
3	2419,09	FN/ (1+0,0985) ³	1.876,91
4	4023,71	FN/ (1+0,0985) ⁴	2.868,66
5	5690,33	FN/ (1+0,0985) ⁵	3.727,81
6	7336,08	FN/ (1+0,0985) ⁶	4.416,14
7	7336,08	FN/ (1+0,0985) ⁷	4.057,95
8	10994,88	FN/ (1+0,0985) ⁸	5.588,51
9	12926,92	FN/ (1+0,0985) ⁹	6.037,60
10	14929,84	FN/ (1+0,0985) ¹⁰	6.407,48
11	523,22	FN/ (1+0,0985) ¹¹	206,34
		VAN	17.388,51

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

Criterios

VAN>1, el proyecto es potencialmente atractivo

VAN=, Hay diferencia o el proyecto carece de un atractivo financiero

VAN<1, proyecto no tiene atractivo

Se determina que el VAN que se obtuvo es de \$ 17.388,51 positivo, esto muestra que el proyecto tiene una rentabilidad en relación con la inversión de \$ 15.408,56 lo que da como resultado que el proyecto es atractivo potencialmente.

5.19. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se comprende como TIR que es una tasa referencial, utilizada para la decisión de implementar o no el proyecto, basados en el concepto de que este indicador deberá ser superior a la tasa establecida por el Banco Central Del Ecuador, para la colocación de un capital en una inversión.

Tabla 76
Obtención de la TIR

AÑOS	FLUJO NETO
0	-17976,36
1	-610,72
2	874,83
3	2419,09
4	4023,71
5	5690,33
6	7336,08
7	7336,08
8	10994,88
9	12926,92
10	14929,84
11	523,22
	TIR=19,80%

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

La TIR obtenida es de 19,80% durante los 10 años de vigencia del proyecto, por lo tanto, se establece el proyecto es viable, generando utilidad para los accionistas.

5.20. Relación Beneficio Costo

Se refiere para lograr juzgar como van a retornar los ingresos en función de los egresos. Es el resultado de comparar los ingresos actualizados con los egresos actualizados.

Tabla 77

Cálculo del Costo Beneficio

Año	INGRESOS		FLUJOS ACTU	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	-17976,36	1,00	-17976,36		
1	16000,00	0,99	15822,78	13471,71	13322,50
2	18384,12	0,98	17979,13	14011,09	13702,44
3	20862,71	0,97	20177,13	14572,71	14093,83
4	23438,71	0,96	22417,41	15157,48	14497,02
5	26115,15	0,95	24700,59	15766,36	14912,35
6	28895,16	0,94	27027,30	16400,34	15340,18
7	31781,92	0,92	29398,19	17060,47	15780,89
8	34778,72	0,91	31813,92	17747,81	16234,85
9	37888,96	0,90	34275,13	18463,50	16702,47
10	41116,11	0,89	36782,51	19208,71	17184,13
	261285,20		242417,75	161860,18	151770,66

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

$$B/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Inversion inicial}} = \frac{1}{1} = 1,60$$

Se puede decir que por cada dólar invertido se ganara 0,60 centavos.

5.21. Periodo de recuperación de la inversión con valores corrientes y reales.

Tabla 78

Análisis del tiempo de recuperación con valores corrientes

Años	Flujos Netos	Flujos Acumulados
0	-16275,00	
1	-610,72	-610,72
2	874,83	264,11
3	2419,09	2683,21
4	4023,71	6706,92
5	5690,33	12397,25
6	7336,08	19733,32
7	7336,08	27069,40
8	10994,88	38064,28
9	12926,92	50991,20
10	14929,84	65921,05

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

El proyecto tiene tiempo de recuperación dentro de los 10 años de vigencia del proyecto, 5 años, 4 meses, 20 días, desde el punto de vista financiero es factible.

$$a) \text{ Inversión Inicial} - \sum \text{ Año 3} = (15.408,56 - 12.397,25) = 3.011,31$$

$$b) \text{ FN AÑO } 7.336,08/12 = 611,34$$

En este caso se tiene $(a/b) = (3.011,31/611,34) = 4,93$ (4 meses) y $0,93 * 30 \text{ días} = 20 \text{ días}$.

5.22 Punto de Equilibrio

L fórmula para el cálculo es:

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - COSTOS VARIABLES/VENTAS}$$

$$PE = \frac{5.270,41}{0,179281}$$

$$PE = 29.397,33$$

$$PE = 18 \text{ Unidades}$$

Tabla 79

Resumen de los indicadores financieros

RESUMEN			
INDICADORES FINANCIEROS	VALOR OBTENIDO	VALOR ESPERADO	CONCLUSIÓN
Costo de Capital	9,05%	Superior a tasa pasiva BCE 4,98	Factible
Tasa de Rendimiento medio	8,83%	Superior a tasa pasiva BCE 4,98	Factible
VAN	17.388,51	Positivo	Factible
TIR	19,80%	Superior a TRM	Factible
Relación costo Beneficio	1,60\$	Mayor a un dólar	Factible
Periodo de recuperación de la inversión	5 años 4 meses 20 días		Factible
Punto de Equilibrio	18 ediciones		Factible.

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por el: Autor (2018)

Conclusiones:

El costo de capital es de 9,05% que es superior a la tasa pasiva que ofrece las instituciones financieras en la entrega de una póliza que representa un 4,98%, dando como resultado un valor favorable con respecto al costo de capital.

La Tasa de Rendimiento Medio obtenida es de 8,83%, siendo está el reflejo de la rentabilidad mínima del proyecto.

El VAN para el presente proyecto es de 17.388,51 y la TIR de 19,80% , por lo que se puede decir que el proyecto es viable en este sector, La relación beneficio/ costo es de 1,60 que se interpreta que de cada dólar invertido se ganara 0,60.

El punto de equilibrio en dólares es de 29.397,33 es decir donde los ingresos equiparan a los gastos.

El periodo de recuperación de la inversión para el proyecto es de 5 años, 4 meses y 20 días, destacando que será rentable durante los años de vigencia de dicho proyecto.

Se concluye que por medio de la obtención de los indicadores financieros aquellos valores arrojan que el proyecto es factible, ya que se generaran ganancias desde el comienzo de las actividades de la editorial.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. Introducción

A través de la estructura organizacional se establecerá adecuadamente las actividades a desarrollar para cada miembro que conforma la empresa, para el logro de objetivos comunes.

La editorial se establecerá como una persona natural no obligada a llevar contabilidad, contará con la misión, visión, objetivos estratégicos, políticas, valores corporativos, organigrama estructural y funcional.

6.2. Aspectos estratégicos

Formular una estructura administrativa, mediante un esquema organizativo, constitución legal y las leyes que rigen para la formación de este tipo de empresas (editorial), para lograr un óptimo desempeño.

6.2.1. Empresa

La editorial se considera como una prestadora de servicio de edición y a la vez comercializadora de trabajos finales a las distintas librerías y puntos de venta, ubicada en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

6.2.2. Nombre o razón social de la empresa

La editorial se denominará como “Esencial Book Editorial”, debido a que el nombre esclarece la importancia de ser parte de esta institución, y la palabra Book equivalente a libro en inglés, juntas hacen que la empresa editora de textos sea parte de la vida del consumidor.

6.2.3 Aspecto Legal

6.2.4. Constitución Legal

La editorial se constituirá como una persona natural, Se establecerá al propietario como el representante legal quien estará asumiendo todos los derechos y obligaciones de la empresa.

- Obtención del RUC
- Permiso de cuerpo de bomberos
- Patente Municipal

6.2.5. Requisitos de funcionamiento

Requisitos necesarios para obtener el RUC para personas naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cedula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entrega una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Requisitos necesarios para obtener el permiso del cuerpo de bomberos

- Inspección aprobada por el cuerpo de bomberos
- Presentar una copia de la cedula de identidad
- Copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyente (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad

- Copia de consulta de uso de suelo otorgado por el municipio
- Copia del último pago del impuesto predial, o copia de una planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento

Patente Municipal

- RUC para la obtención de la patente municipal
- Copia de la cedula y certificado de votación
- Carta de pago de servicio básico (agua, luz, o teléfono).
- Comprobante de pago del impuesto predial urbano del previo donde funciona la actividad económica
- Copia del RUC.
- Categorización de los bomberos
- Total Activos o Capital de Negocio
- Formulario de Declaración de Patente

6.2.6. Logotipo



El logotipo identifica la belleza de la escritura a través de la pluma, que plasma las ideas en una hoja de papel de tipo pergamino realzando la importancia de la escritura en la sociedad

como tal, colocado el nombre de la editorial con letras llamativas y de una proporción que pueda ser visible por el cliente.

Los colores escogidos son el negro y el dorado, del cual el color negro representa algunos factores en los manuscritos dentro de la edición, el color más utilizado para la impresión de textos y que se utiliza junto con el papel de color blanco, por otra parte el color dorado representa el valor de la escritura como medio de comunicación y forma de impartir conocimiento entre otros individuos, dándole al arte de la redacción un valor igual incluso superior al oro.

6.2.7. Slogan

“Esencial Book, Libros con vida.” Hace referencia al valor agregado de la editorial a la hora de editar los manuscritos, integrando contenido audiovisual llamativo que vaya ilustrando la narración, sean libros académicos, escolares, con tutorías virtuales o videos profesionales que vayan adaptados al texto y que beneficien al lector, haciendo de los libros más atractivos y dándole vida.

6.2.8. Misión

Esencial Book Editorial, es una empresa prestadora de un servicio integral, innovador, en el área editorial, dando como resultado textos innovadores, de gran variedad, precio razonable, ayudando al medio local con este tipo de servicio, para lograr optimizar el tiempo y de los recursos económicos de los clientes.

6.2.9 Visión

Esencial Book Editorial en el 2022 será un referente nacional en el área editorial, visto con prestigio ante los clientes, e innovación en su servicio.

6.3. Objetivos

6.3.1. Objetivo General

Ofrecer un servicio innovador en el área editorial, calidad insuperable, precios justos, beneficiando a la localidad en sí, una alternativa cómoda, segura a la hora de edición de manuscritos, y a su vez lograr una distribución nacional e internacional de los textos publicados por la editorial.

6.3.2. Objetivos específicos

- Ofrecer un servicio innovador y necesario en la localidad
- Satisfacer la necesidad de los clientes
- Distribuir de forma inteligente a las distintas librerías nacionales e internacionales
- Lograr gran prestigio internacional en el área editorial

6.3.3. Valores corporativos

- **Servicio.** – Brindar un servicio innovador, mediante de uso de tecnología vanguardista vinculado a los libros físicos y electrónicos
- **Responsabilidad.** – Cumplir con la entrega de las ediciones conforme a lo establecido en el contrario.
- **Compromiso.** – Comprometidos con los objetivos de la empresa como tal, dando a denotar en las acciones diarias.
- **Cautela.** – No revelar información ni de la editorial ni de sus clientes.

6.3.4. Principios

- **Calidad de servicio.** – Ofrecer un servicio de edición de manuscritos de calidad insuperable y que logren abarcar las expectativas del cliente.
- **Trabajo en equipo.** – Fomentar un excelente ambiente laboral entre compañeros de trabajo.
- **Integridad.** – Fomentar en cada uno de los trabajadores la importancia de la disciplina y el optimismo en un trabajo bien realizado.
- **Excelencia.** – Personal con la capacidad de lograr resultados de alto nivel empresarial, posicionando a la editorial en el mercado.
- **Competitividad.** - Lograr destacar en el mercado total con un servicio integro e innovador, gran variedad de edición en el área editorial.

6.5. Políticas

6.5.1. Políticas con los clientes

- Se debe prestar mucha atención al cliente cual es motor de la Editorial
- Atender de manera respetuosa, amable, afectuosa a los clientes que visiten la editorial.
- Responder cada uno de los mensajes emitidos por el cliente lo antes posible de manera clara y dando solución o respuesta a su pedido.
- Se escuchará atentamente las sugerencias y reclamos de parte de los clientes.
- Se necesita un contrato previo para la continuación de las actividades de parte de la editorial

- Los pagos se podrán realizar en efectivo, cheque o transferencia bancaria.
- Se debe de presentar los derechos de autoría emitido por el (IEPI) Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- Se emitirán las facturas correspondientes al cliente
- El cliente podrá visitar el área de edición cuando sea necesario de hacerlo o sea llamado por parte de la editorial.

6.5.2. Políticas con el personal

- El desarrollo de las actividades debe ser realizado con profesionalismo
- Realizar las tareas de manera eficaz y eficiente, cumpliendo con el reglamento de la empresa
- Todo el personal estará comprometido con la editorial, en cuanto a puntualidad, trabajo en equipo, respeto, para lograr los objetivos de la editorial
- Se trabajará 8 horas diarias de 8:00 a 1:00 pm y de 2:00 pm a 5:00 pm.
- Se informará el avance realizado a su superior inmediato
- En caso de falta injustificada, se enviará un memorándum, si se dan consecutivamente tres faltas injustificadas, se procederá a la notificación al Ministerio de Relaciones laborales para la toma de medidas legales correspondientes.
- En caso de los atrasos, se hará una sumatoria del tiempo no laboral y se hará un descuento en las vacaciones o una ponderación en la remuneración del empleado.

6.5.3. Políticas con clientes (Librerías)

- Prestar mucha atención a los requerimientos de las librerías en el catalogo
- Trabajar de la manera más profesional, responsable con las librerías
- Responder cada uno de los mensajes emitidos por las librerías para lograr dar respuesta oportuna a sus solicitudes
- Se escuchará atentamente las sugerencias y reclamos de parte de las librerías y clientes
- Los pagos se podrán realizar en efectivo, transferencia bancaria, por concepto de la entrega de los ejemplares solicitados, dependiendo del monto a ser entregado y como maneje los pagos las librerías.
- Se emitirán las facturas correspondientes al cliente

6.5.4. Políticas con los proveedores

- Realizar alianzas estratégicas con las imprentas con el perfil que necesita la editorial
- La editorial pagará un equivalente del 20% del total a la hora de la solicitud del tiraje, y el 80% cuando se entregue el tiraje contratado.
- Los contratos serán firmados por el representante de la editorial conjuntamente con el escritor solicitante del servicio.
- Se llevará un registro de los proveedores en cada punto establecido
- Se llegará acuerdos beneficiando ambas partes, que se encuentran involucradas en el giro del negocio.

6.5.5. Políticas para la entidad

- Se debe promover en la editorial las buenas prácticas administrativas, para lograr eficiencia y eficacia deseadas
- Se integrará a todos los miembros de la empresa a través de la búsqueda de una cultura organizacional correcta
- Establecer medidas que vayan acorde a la protección del medio ambiente, utilización de papel en base a hojas de la caña de azúcar
- Llevar a cabo una evaluación periódica para ver los rendimientos de la empresa y tomar acciones correctivas o preventivas si es necesario, tiempo empleado, recursos necesarios, calidad del video en base a ponderaciones.
- Estar constantemente actualizados con los cambios presentes al área editorial.

6.6. Estructura organizacional

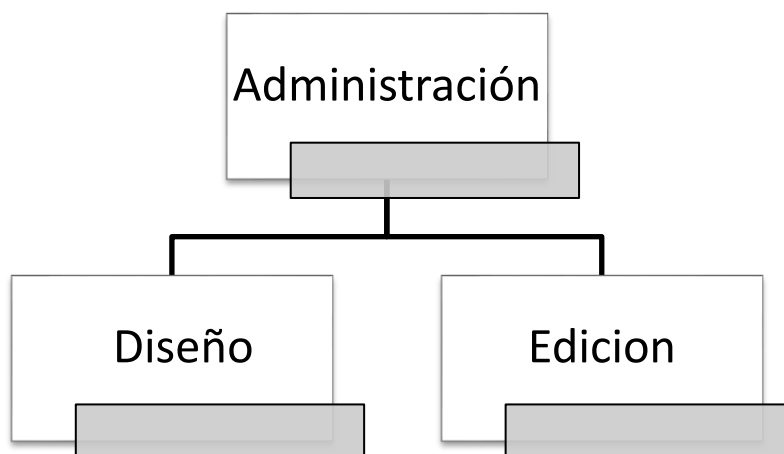


Figura N° 19 Organigrama estructural

Fuente: Estructura organizacional
Elaboración por el: Autor (2018)

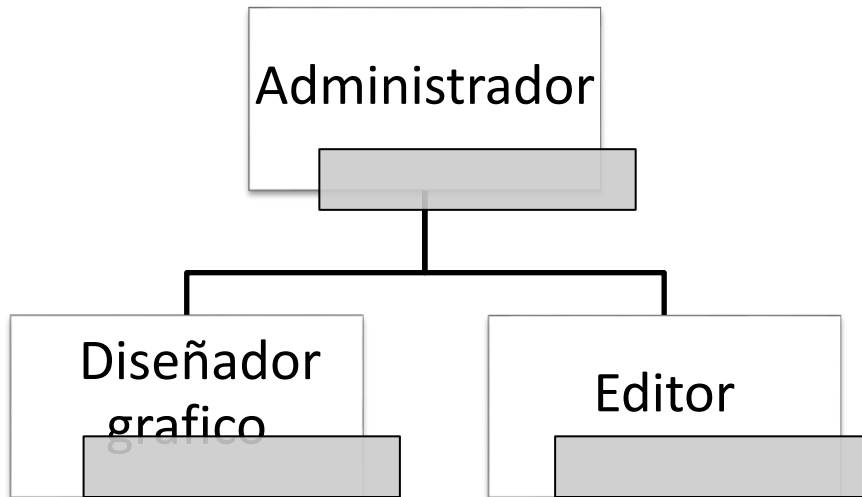


Figura N° 20 Organigrama funcional

Fuente: Estructura organizacional
Elaboración por el: Autor (2018)

6.6.1. Nivel administrativo

6.6.2. Nivel directivo y administración

Es quien estará a cargo de las negociaciones, y quien es el gerente propietario.

6.6.3. Nivel área de edición y área de corrección

Comprendido con el personal encargado de la creación de portada contraportada, creación del contenido audiovisual, corrección ortográfica, corrección de la sintaxis, es decir quien se encargará de las actividades operacionales de la editorial


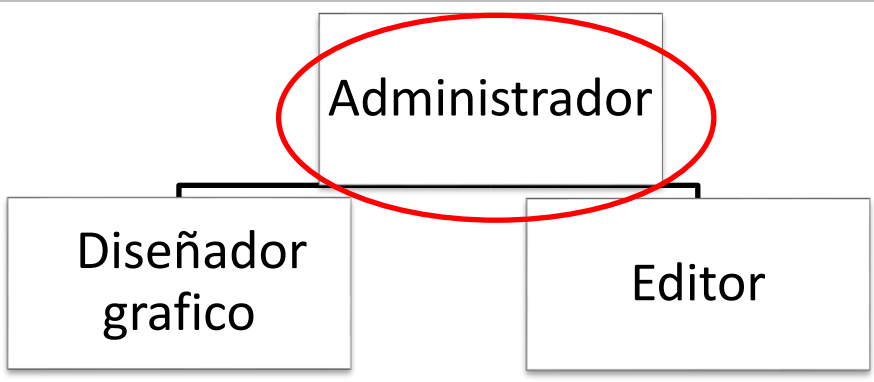
6.7. Funciones y competencia del personal

Consiste en aquellas funciones a desarrollarse dentro de la empresa y con sus compañeros de trabajo, para lograr un óptimo funcionamiento de la editorial, se contará con 3 personas a cargo de la editorial.

Se muestra a continuación las fichas para cada uno de los miembros.

Tabla 80


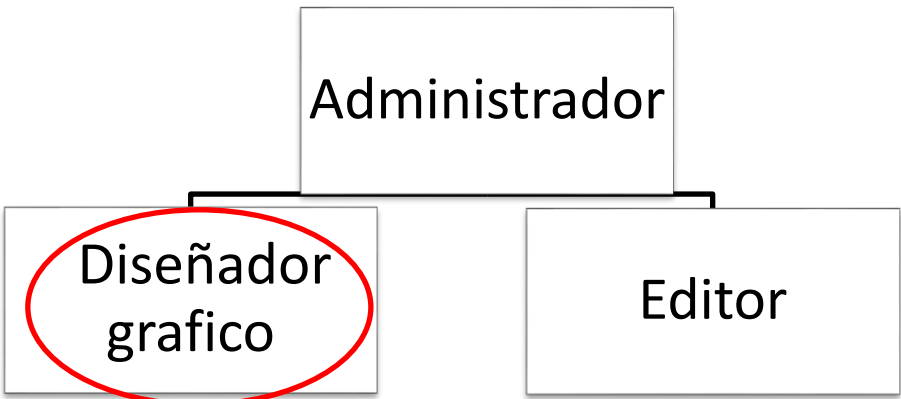
Funciones administrador

 “Esencial Book Editorial” LIBROS CON VIDA, UNIDOS A LA TECNOLOGÍA	
CARACTERIZACIÓN Y DESIGNACIÓN DEL PUESTO	
Designación del puesto:	Administrador
Domicilio del empleo:	Ibarra
Lugar de trabajo:	Gerencia
Reportar a:	Gerencia
Supervisar a:	Personal
Nivel de puesto:	Gerencial
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --- DG[Diseñador grafico] Admin --- Editor[Editor] </pre>	
ACTIVIDAD A CUMPLIR	
Llevar acabo con la realización de las actividades de planificación, organización, dirigir, controlar, y a más de ello llevar acabo con las negociaciones con escritores, librerías, proveedores.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones administrativas, financieras, de comercialización. • Negociación directa clientes, proveedores, • Aprobación de presupuesto • Selección personal y guiamiento • Llevar el control de los bienes y materiales del negocio • Cumplir con lo estipulado en la editorial • Reportar errores e inconvenientes en la empresa • Elaboración informes periódicos • Rendición de cuentas 	
PERFIL	
Requisitos de educación	Formación en administración o afines, título de tercer nivel
Requisitos de experiencia	Experiencia en el área editorial Edad 22 a 35 años
Requisitos Generales	Residir en el lugar del proyecto No tener impedimento legal Manejo de programas informáticos Manejo de conflictos

Fuente: Investigación directa
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 81


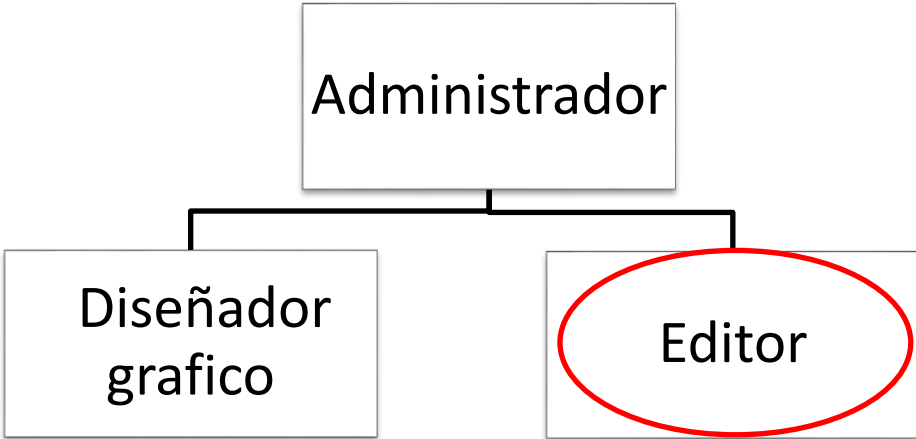
Funciones diseñador

 “Esencial Book Editorial” LIBROS CON VIDA, UNIDOS A LA TECNOLOGÍA	
CARACTERIZACIÓN Y DESIGNACIÓN DEL PUESTO	
Designación del puesto:	Diseñador
Domicilio del empleo:	Ibarra
Lugar de trabajo:	Diseño
Reportar a:	Gerencia
Supervisar a:	Trabajo realizado
Nivel de puesto:	Editor
 <pre> graph TD A[Administrador] --- B[Diseñador grafico] A --- C[Editor] </pre>	
ACTIVIDAD A CUMPLIR	
Llevar acabo con la creación de portada, contraportada, contenido audiovisual, llevar a cabo conversaciones con el cliente, para una mejor satisfacción de la entrega del trabajo final.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones de edición. • Creación del contenido audiovisual acorde a los manuscritos • Correcciones previo a la entrega • Revisión del manuscrito referencial al trabajo a realizar • Llevar el control de los insumos a ser utilizados • Cumplir con lo estipulado en la editorial • Reportar errores e inconvenientes a su superior inmediato • Elaboración informes periódicos 	
PERFIL	
Requisitos de educación	Formación Diseñador gráfico o afines, título de tercer nivel
Requisitos de experiencia	Experiencia en el área editorial Edad 22 a 35 años
Requisitos Generales	Residir en el lugar del proyecto No tener impedimento legal Manejo de programas gráficos (Above) Manejo de conflictos

Fuente: Investigación directa
Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 82

Funciones editor

 “Esencial Book Editorial” LIBROS CON VIDA, UNIDOS A LA TECNOLOGÍA	
CARACTERIZACIÓN Y DESIGNACIÓN DEL PUESTO	
Designación del puesto:	Editor
Domicilio del empleo:	Ibarra
Lugar de trabajo:	Edición
Reportar a:	Gerencia
Supervisar a:	Trabajo realizado
Nivel de puesto:	Editor
 <pre> graph TD A[Administrador] --> B[Diseñador grafico] A --> C[Editor] style C stroke:#f00,stroke-width:2px </pre>	
ACTIVIDAD A CUMPLIR	
Llevar acabo con la edición de los manuscritos conforme a lo estipulado en el contrato, corrección ortográfica, sintaxis, fondo y forma.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones de edición. • Creación fondo forma • Correcciones previo a la entrega • Revisión del manuscrito referencial a al contrato • Llevar el control de los insumos a ser utilizados • Cumplir con lo estipulado en la editorial • Reportar errores e inconvenientes a su superior inmediato • Elaboración informes periódicos 	
PERFIL	
Requisitos de educación	Formación experto literario
Requisitos de experiencia	Experiencia en el área editorial
	Edad 22 a 35 años
Requisitos Generales	Residir en el lugar del proyecto
	No tener impedimento legal
	Experiencia área editorial
	Manejo de conflictos

Conclusión

En este capítulo se establece la forma de constitución del proyecto a efectuarse, gerente-propietario quien es el responsable de la administración, dándole toda la responsabilidad y obligaciones de su cargo, se ha propuesto el logotipo de la editorial que se caracteriza con la pluma color dorado y el papel tipo pergamino, y su eslogan llamativo que identifica la innovación del mismo, presentando con ello la misión, visión, valores y políticas.

Al final se realizó el manual de funciones para cada miembro de la organización, el cual optimiza los recursos, el logro de eficiencia, eficacia, económica en la editorial, logrando así los objetivos planteados y dando a la comunidad un servicio integro.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. Presentación

A la hora de la realización de un proyecto, existirá la probabilidad que existan impactos positivos o negativos los cuales pueden o no afectar el desarrollo del proyecto planteado, por esto es conveniente realizar un análisis de factores como: educación, socioeconómico, comercial, empresarial, y ambiental, para lograr apreciar los efectos posibles a darse con su implementación.

7.1.1. Objetivo

Efectuar una investigación de las posibles consecuencias positivas y negativas que se produciría por la implementación del proyecto, a través de la construcción y análisis de una matriz de impactos con la finalidad de tratar de disminuir los efectos negativos y maximizar los positivos.

7.1.2. Parámetros de medición de impactos

Es necesario elaborar una matriz de valoración que permita el poder evaluar, impactos con indicadores, cabe señalar que la escala de -3 a 3, lo que determinara los impactos esperados.

Tabla 83

Parámetros de medición de impactos

PONDERACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
-3	ALTO NEGATIVO
-2	MEDIO POSITIVO
-1	BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	BAJO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
3	ALTO POSITIVO

7.2. Impacto Educación

Tabla 84

Matriz de Impacto educación

No.	Nivel	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Mejora aprendizaje						X			1
2	Atracción hacia los libros							X		2
3	Mayor amplitud de contenido								X	3
4	Contenido audiovisual en textos							X		2
5	Desarrollo aprendizaje								X	3
6	Mejor calidad, precios justos							X		2
	TOTAL						1	6	6	13

Fuente: Estudio de Impactos
Elaborado por el: Autor (2018)

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificaciones}}{\# \text{ DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{13}{6} = 2,16$$

Nivel de Impacto= Medio Positivo

Análisis:

El impacto obtenido hacia el factor educación es Medio positivo de 2,16.

Mejora aprendizaje. – Libros que tengan vinculación libro e internet (contenido audiovisual) por medio de codificación QR, poder integrar tutorías para un amplio aprendizaje.

Atracción hacia los libros. - Provocará mayor atracción hacia los textos ya que se podrá visualizar contenido llamativo, que vaya ambientando la redacción, llamando la atención de niños, jóvenes, atrayendo hacia una lectura más activa.

Mayor amplitud de contenido. – En menos espacio mayor cantidad de contenido, disminuyendo la utilización de recursos, ayudando en mayor amplitud de adquisición de conocimiento al estudiante.

Contenido Audiovisual en textos – Una mejorada forma, innovación de la presentación de los textos ya sea escolares, entretenimiento, historia u otros, donde el texto contendrá videos, tipo tutoriales, ilustrativos en los textos.

Desarrollo aprendizaje – Donde el niño, el adolescente, tendrá mayor atracción hacia los libros, desarrollando su desarrollo, creatividad, y amor por la lectura.

Mejor calidad, precios justos – Libros con contenido de alta calidad, videos ilustrativos en alta definición, gifs, un trabajo de calidad a precios justos y accesibles.

7.3. Impacto socioeconómico

Tabla 85

Matriz de Impacto Socioeconómico

No.	Nivel	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Mejora en la economía local						X			1
2	Capacidad de contratación servicio						X			1
3	Innovación servicio área editorial							X		2
4	Ahorro económico escritores						X			1
5	Desarrollo de la localidad							X		2
	TOTAL						3	4		7

Fuente: Estudio de Impactos
Elaborado por el: Autor (2018)

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificaciones}}{\# \text{ DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{7}{5} = 1,4$$

Nivel de Impacto= Bajo Positivo

Análisis:

El impacto obtenido hacia el factor socioeconómico es alto positivo de 2,6.

Mejora en la economía local. - Si se implementa una editorial en esta localidad que cree convenios con las imprentas locales, fomentando la economía local y fortaleciéndola.

Capacidad de contratación de servicio. – Se fomentará la contratación del servicio innovador por parte de escritores locales, para la edición de sus manuscritos.

Innovación servicio área editorial. – Se brindará un servicio innovador en el área editorial, que dinamice el aprendizaje, mayor contenido menos hojas de papel.

Ahorro económico escritores. – Contarán con un lugar más cercano, donde contratar el servicio de la editorial, ahorrando los costos de trasladarse a otra ciudad.

Desarrollo de la localidad. – Se integrará un servicio que fomente la utilización de herramientas de aprendizaje, fomentando la generación de ideas, utilización de textos.

7.4. Impacto Comercial

Tabla 86

Matriz de Impacto Comercial

No.	Nivel	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1		Distribución correcta de los libros						X		2
2		Disponibilidad variada en el catalogo					X			1
3		Distribución oportuna					X			1
4		Servicio y atención de calidad							X	3
		TOTAL					2	2	3	7

Fuente: Estudio de Impactos
Elaborado por el: Autor (2018)

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificaciones}}{\# \text{ DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{7}{4} = 1,75$$

Nivel de Impacto= Bajo Positivo

Análisis:

Distribución correcta de los libros. – Se logrará distribuir a las librerías locales y nacionales libros que estén vinculadas a las tecnologías actuales.

Disponibilidad variada en el catálogo. – Se contará con libros de variada temática de libros procedentes de escritores locales.

Distribución oportuna. – Se contará con un conocimiento oportuno de desabastecimiento de libros, para su oportuna distribución a librerías o clientes directos.

Servicio y atención de calidad. – Se brindará un servicio con los más altos estándares en el área editorial, servicio pensado en los consumidores, clientes, escritores locales, atendiendo sus necesidades.

7.5. Impacto empresarial

Tabla 87

Matriz de Impacto educación

No.	Nivel	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1		Eficiencia de los recursos					X			1
2		Ambiente organizacional						X		2
3		Eficacia, eficiencia, calidad					X			1
4		Capacidad de cambio y aprendizaje					X			1
		TOTAL					3	2		5

Fuente: Estudio de Impactos
Elaborado por el: Autor (2018)

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificaciones}}{\# \text{ DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{5}{4} = 1,25$$

Nivel de Impacto= Bajo Positivo

Análisis:

Eficiencia de los recursos. – Se optimizará los recursos en las actividades diarias de la editorial, logrando resultados de una gama alta que satisfagan las necesidades de los clientes.

Ambiente organizacional. – Se logrará una ambiente organización, sano, donde se pueda dialogar entre los trabajadores de la empresa para dar mayores resultados, entregando productos a la sociedad que puedan deleitarse del mismo.

Eficacia, Eficiencia, calidad. – Se contará con objetivos claros, lineamientos bien establecidos, para lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad del servicio.

Capacidad de cambio y aprendizaje. – Donde la editorial está en la capacidad de afrontar cambios a nivel global, aprendizaje diario para lograr tomar acciones correctivas para mantenerse y sobresalir en el mercado.

7.6. Impacto Ambiental

Tabla 88

Matriz de Impacto ambiental

No.	Nivel	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Utilización	recursos responsables medio ambiente					X			1
2	Contaminación del ambiente						X			1
3	Menos utilización	recursos más contenido						X		2
4	Ruido					X				0
	TOTAL					0	2	2		4

Fuente: Estudio de Impactos
Elaborado por el: Autor (2018)

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificaciones}}{\# \text{ DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{4}{4} = 1,00$$

Nivel de Impacto= Bajo Positivo

Análisis:

Utilización de recursos responsable medio ambiente. – Utilización de papel proveniente de fuentes autorizadas, responsables con el medio ambiente, como lo es el papel proveniente de las hojas de la caña de azúcar.

Contaminación del medio ambiente. – Mediante la utilización de codificación QR, menos utilización de papel para la presentación de imágenes a color, información adicional de gran amplitud como estadísticas, entre otros.

Menos utilización de recursos más contenido. – Presentación de imágenes en grandes formatos, color, calidad HD, se logrará la reducción de utilización de papel, tinta, que contaminan el medio ambiente.

Ruido. – Al utilizar contenido audiovisual, videos, se generará una mínima cantidad de contaminación de ruido, que no es representativo, videos editados de manera que el sonido sea el óptimo para la satisfacción correcta en la adquisición de los libros por parte de los clientes y que se escuchen en el medio ambiente.

7.7. Resumen general de impactos

Tabla 89

Resumen general de impactos

No.	Nivel	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Educación							X		2
2	Socioeconómico							X		2
3	Comercial							X		2
4	Empresarial							X		2
5	Ambiental						X			1
		TOTAL					1	8		

Fuente: Estudio de Impactos
Elaborado por el: Autor (2018)

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de Calificaciones}}{\# \text{ DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{5} = 1,8$$

Nivel de Impacto= Bajo Positivo

Análisis General:

El impacto arrojado por medio de la utilización de la matriz, es de 1,80 este es un nivel de impacto Medio Positivo, siendo este un valor que acredita la viabilidad de la implementación de la editorial en la zona, los clientes captarán un servicio innovador, una nueva alternativa a escritores locales, introduciendo el hábito la lectura en niños, jóvenes, manejando de manera eficiente los recursos, su respectiva vinculación aquellos dos grandes mundos la lectura y la tecnología vanguardista, velando por del cuidado del medio ambiente.

CONCLUSIONES

Al haber cumplido con la investigación para el proyecto, “Creación de una Editorial física y electrónica para escritores de libros de ficción y no ficción en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”, se determinó lo siguiente.

Concordando con el diagnóstico situacional, en la zona de estudio, se identificaron, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, determinando que los escritores locales van a tener mayor factibilidad y opción de realizar la edición de sus obras literarias, en una ciudad ubicada en un punto estratégico, sin depender de inevitablemente trasladarse a otra ciudad, hará que de cierta manera se fomente la cultura de la lectura, apoyar a los escritores locales en su intento por aportar sus conocimientos y experiencias

Se utilizó referencias bibliográficas y linkográficas seleccionadas, que ayudó a tener una base de aquellos términos utilizados en el presente proyecto.

Mediante el estudio de mercado se obtuvo la demanda insatisfecha que es de 12 ediciones, de la cual este resultado indica gran aceptación del proyecto, como editorial va atender en un 70%, 8 ediciones por año, los escritores locales necesitan de una editorial, que preste un servicio de calidad, en el área de corrección de manuscritos, que lleve a la innovación, la cercanía, y la importancia que se le da al escritor local en su búsqueda de publicar sus obras.

Mediante el estudio técnico, se facilitó la determinación de la micro y macro localización, donde se implementará la editorial, así como el requerimiento de las inversiones, es decir, los recursos humanos, materiales, para llevar a cabo las actividades, obteniendo un monto total de \$ 15.408,56 del cual el 10.000,00 será financiado, y el 5.408,56 será por parte de recursos propios del autor.

El estudio financiero arroja que el VAN positivo de \$ 17.388,51 y la TIR de 19,80% superior a la tasa de rendimiento medio de 8,83%, relación costo beneficio es de \$1,60 por cada dólar de inversión se percibirá 0,60 centavos, de esta manera se concluye que el proyecto es viable financieramente.

Se determina que la editorial se establecerá como persona natural no obligada a llevar contabilidad, toda la responsabilidad estará a cargo del gerente propietario, proponiendo una estructura organizacional jerárquica, que conlleve a un buen ambiente laboral, determinando sus funciones específicas.

Por medio de la evaluación de la matriz de impacto arrojado 1,80 siendo este un nivel de impacto Medio Positivo, acredita la viabilidad de la implementación de la editorial en la zona, ofreciendo a los clientes un servicio innovador, una nueva alternativa a escritores locales, fomentando la lectura en niños, jóvenes, optimizando recursos y vinculando a esos dos grandes mundos la lectura y la tecnología vanguardista, siendo conscientes del cuidado del medio ambiente.

RECOMENDACIONES

Se sugiere la implementación de una editorial en la zona objeto de estudio, por la inexistencia de editoriales privadas en la zona, y el bajo índice de lectura en la provincia, de tal forma que el proyecto sea puesto en marcha, según los datos obtenidos en el diagnóstico situacional.

Es conveniente la utilización de libros, bases bibliográficas, e investigación documental para llegar a un conocimiento pleno de los términos utilizados en el desarrollo del proyecto.

Se sugiere llevar a cabo el proyecto establecido, debido al resultado del estudio de mercado, con la obtención de una demanda potencial insatisfecha medianamente considerable llegando a este mercado por medio de la utilización de herramientas vanguardistas para lograr posicionarse en el mercado, ofreciendo un servicio novedoso e innovador, así como precios justos con la finalidad de captar la preferencia de escritores locales y que decidan trabajar con la nueva editorial.

Se recomienda realizar la inversión necesaria resultado del estudio técnico para la implementación de la editorial, así como la adquisición de los insumos para prestar un servicio de calidad, constituyéndose en un referente en el área editorial, lo que le permitirá mantenerse en el mercado.

Es económicamente factible el desarrollo e implementación del proyecto por lo que, se sugiere, ponerlo en marcha, con la seguridad de la generación de utilidades para el inversionista.

Se sugiere la constitución de la empresa como persona natural no obligada a llevar contabilidad, la obtención de todos los permisos para su funcionamiento legal y la adopción de

una estructura funcional básica, que hará que se lleve de manera adecuada las actividades diarias de la editorial.

Permanecer en estado de alerta ante los posibles impactos negativos que puedan surgir inesperadamente, a la hora de la implementación del proyecto, tomar medidas si este fuese el caso, siendo conscientes del cuidado del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- ARAUJO ARÉVALO, D. (2013). *Proyectos de inversión*. Mexico: Trillas S.A.
- ARBOLEDA VÉLEZ, G. (2013). *PROYECTOS Identificación, formulación, evaluación y gerencia*. . Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A. .
- BADÍA VILA, M., & GARCÍA MIRANDA, E. (2013). *Marketing y venta en imagen personal*. Madrid: Paraninfo, S.A.
- BARROSO CASTRO, C. (2012). *Economía de la empresa*. Piramide: Larouse-Ediciones.
- BLANCO RAMOS, & FERRANDO BORRADO, M. (2015). *Teoría de la Inversión* . Larousse-Ediciones pirámide.
- CÓRDOBA PADILLA, M. (2011). *Formulación y evaluación de poryectos* . Bogotá: Ecoe Ediciones .
- FLÓRES URIBE, J. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- GUAYARDO CANTÚN, G, & ANDRADE DE GUAJARDO, n. (2014). *CONTABILIDAD FINANCIERA*. Mexico D.F: El comercio, S.A.
- JONES, G., & GEORGE, J. (2014). *Administración Contemporánea*. Mexio D.F.: McGRAW-HILL-INTERNACIONAL EDITORES, S.A. C.V.
- LACALLE, G. (2014). *Operaciones administrativas de compraventa*. EDITEX.
- MESA HOLGUÍN, M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Madrid : Eco Ediciones .
- NIÑO ÁLVAREZ, R., & MONTOYA PÉREZ, J. (2014). *Contabilidad Intermedia*. México: Trillas.

ORTIS VELÁSQUEZ, M., & GONZÁLES ORTIZ, J. (2014). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. Bogotá: Universidad del Norte.

PRIETO HERRERA, J. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial*. Ecoe Ediciones .

REY POMBO, J. (2014). *PROCESOS INTEGRAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL* . Madrid : Ediciones Paraninfo.

RODRÍGUEZ MORALES, L. (2012). *Análisis de los Estados Financieros*. Mexico: McGrawHill Educación.

SANGRI CORAL, A. . (2014). *Introducción a la mercadotecnia*. México : Larousse-Grupo Editorial Patria .

SINISTERRA, G, POLANCO, E, & HENAO, H. (2011). *CONTABILIDAD* . Bogotá: McGrawHill.

TORRE DUJISIN, J. (2015). *Proyectos de negocios*. . Santiago de Chile:: Universidad Santiago de Chile.

ZAPATA, P. (2011). *Contabilidad General*. . Bogotá: McGraw-Hill-Interamericana.

LINKOGRAFIA

<https://www.ibarra.gob.ec/web/>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

ANEXOS

Anexo 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad de Ciencias Admirativas y Económicas

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Entrevista

- ✓ ¿Cuánto tiempo viene fusionando su negocio en la ciudad?
- ✓ ¿Cómo inicio su editorial y cuándo? (conque recursos, propios o financiado)
- ✓ ¿Desde su punto de vista, porque las o los clientes buscan su editorial?
- ✓ ¿Cómo se realiza el proceso de publicación de libros de escritores externos a su editorial?
- ✓ ¿Con que periodo se publican libros en su Editorial?
- ✓ ¿Cuántas ventas mensuales se registran en su negocio, cantidad de tiraje?
- ✓ ¿Cuánto es la inversión del escritor para la edición de su libro?
- ✓ ¿Cuánto es volumen requerido por las librerías hacia su Editorial?
- ✓ ¿Cómo se inicia el proceso de publicación con los escritores?
- ✓ ¿Cuáles son las condiciones con el escritor como parte de la publicación?
- ✓ ¿Qué aspectos toma en cuenta para la fijación del precio del libro?
- ✓ ¿Bajo qué formas de pago trabaja la Editorial?
- ✓ ¿Existió factores que influyan en la ubicación que esta la Editorial?
- ✓ ¿Qué medios utiliza para la publicidad de su servicio y para los libros publicados?

Anexo 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
 Facultad de Ciencias Admirativas y Económicas
 Carrera de Contabilidad y Auditoría

Encuesta dirigida a los escritores de la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura.

1. **¿Alguna vez ha requerido el servicio de Edición de libros ya sea académicos, novelas u otros?**

Si () No ()

2. **¿Cómo realizó la edición de su(s) libros(s)?**

En una Editorial fuera de la ciudad de Ibarra () ¿En qué ciudad?

Publicada por instituciones de educación superior () ¿Qué institución?

Edición por cuenta propia ()

3. **¿Cuál fue el número de páginas a editar?**

DE 1 A 100 ()

DE 101 a 200 ()

DE 201 A 300 ()

Más de 300 ()

4. **¿Con qué frecuencia hace uso de este servicio?**

De 1 A 4 meses ()

De 5 a 8 meses ()

De 9 meses a 1 año ()

Más de un año ()

5. **¿Conoce de una Editorial que implemente el uso de medios audiovisuales a un libro?**

Si ()

No ()

6. **¿Considera necesario implementar una editorial dentro de la ciudad de Ibarra?**

Si ()

No ()

7. ¿Disponibilidad de precio de edición?

De 1.500,00 a 2.000,00 ()

De 2.001,00 a 2.500,00 ()

8. ¿A través de qué medios le gustaría que se dé a conocer el servicio?

Internet ()

Redes Sociales ()

Radio ()

Televisión ()

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad de Ciencias Admirativas y Económicas
Carrera de Contabilidad y Auditoría

Encuesta dirigida a los lectores Activos dentro de las instituciones de educación superior.

1. ¿Qué tipo de libros son de su preferencia?

Ficción

No ficción

Motivación Personal

2. ¿Ha adquirido un libro de escritores nacionales?

Si

No

3. ¿Qué tipo de libros ha encontrado de escritores locales?

Ficción

Motivación Personal

Académico

Otros

4. **¿La idea de que un libro incluya contenido audiovisual adicional al mismo le parece?**

Excelente ()

Muy buena ()

Buena ()

Mala ()

5. **¿La idea de vincular los libros con internet (YouTube, Facebook, Sound Cloud, Spoty u otros) le parece?**

Excelente ()

Muy buena ()

Buena ()

Mala ()

6. **¿En qué lugar prefiere comprar libros de Autores nacionales?**

Librería ()

Centro Comercial ()

Feria de Libros ()

On Line ()

7. **¿Conoce de libros que contenga audio, video, ilustraciones, imágenes, por medio de codificación QR?**

Si ()

No ()

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 4



Usado

Ricoh Mpc 3000 Como Nueva!!!
U\$ 3.000,00

 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

[Muebles](#) > [Muebles](#)
[Compartir](#) | [Vender uno lg](#)


Nuevo - 2 vendidos

Archivadores Metalicos De 3 Y 4 Gavetas Muebles De Oficina
U\$ 125

 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

[anexo inn](#)


Nuevo - 1 vendido

Silla Gerencial
U\$ 120

 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

1

Comprar

Muebles > Muebles Compartir | Vender uno igual



Nuevo - 122 vendidos

Silla Giratoria Oficinas Escritorios Económicas Nuevas

U\$S 28

 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

1



Nuevo - 2 vendidos

Sillas De Visita Y Espera Tri Personal Grafiti

U\$S 110

 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Hogar y Muebles > Muebles Compartir | Vender uno igual



Nuevo

Librero Moderno O Estante De Libros

U\$S 200

 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

GAVETA CALADA REFORZADA 25 CM



**MEDIDAS:
ANCHO: 39 CM
LARGO: 59 CM
ALTO: 25 CM**

**MEGA
PLASTICOS**
2611124 0983003011

**-JUGUETES
-FRUTAS
-CARNES**

Nuevo - 2 vendidos

**Gaveta Plastica Reforzada
25 Cm Calada Nueva**


U\$S 5⁹⁵

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

[Comprar](#)



Nuevo - 16 vendidos

**Guillotina Metalica Semi
Industrial A3 - Para 350
Hojas**

U\$S 450

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

[Comprar](#)

Computación > Redes y Redes Inalámbricas > Otros
Compartir | Vender uno igual

ELECTRÓNICA - AUDIO - COMPUTACIÓN

Wireless Barcode Scanner



Nuevo - 11 vendidos

**Pistola Scanner Lector
Codigo De Barras Wireless
Inalambrica**

U\$S 50

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

[Comprar](#)



LA MEJOR INVERSIÓN ES CUIDAR EL BIENESTAR Y PATRIMONIO DE SU CASA O NEGOCIO

INSTALAMOS SISTEMAS DE ALARMAS PROFESIONALES

¡PROMOCIÓN KIT DE ALARMA...! **\$ 250.00 mas IVA**

CON MONITOREO Y RESPUESTA ARMADA 24 HORAS

KIT DE ALARMA INCLUYE:

- * Central de Alarma
- * Unidad de Control
- * Batería de Respaldo
- * Transformador
- * Sensor de Movimiento
- * 2 Contactos Magnéticos
- * Sirena Interior Decorativa




Nuevo - 3 vendidos

Sistemas De Alarmas Para Casas Y Oficinas ♥

U\$S 250

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

📍 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Volver al listado
Computación > Apple > Equipos
Compartir | Vender uno igual ¡gratis!



MAC SOLUTIONS



Usado

Imac 21.5 Core i5, Ssd 480 Gb, 8gb Mid 2014 - Mac Solutions ♥

U\$S 1.100

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

📍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad ▼ (3 disponibles)

Comprar

PLAN STARTER	PLAN GEEK	PLAN GAMER	PLAN XTREME
			
Descarga 1 película DVD de 4GB en 27 minutos	Descarga 1 película DVD de 4GB en 11 minutos	Descarga 1 película DVD de 4GB en 7 minutos	Descarga 1 película DVD de 4GB en 5 minutos
Velocidad Local / Internacional	Velocidad Local / Internacional	Velocidad Local / Internacional	Velocidad Local / Internacional
20 Mbps	50 Mbps	75 Mbps	100 Mbps
Precio	Precio	Precio	Precio
\$ 34 22	\$ 56 22	\$ 73 52	\$ 103 52
Más impuestos de ley	Más impuestos de ley	Más impuestos de ley	Más impuestos de ley
EMPEZAR	EMPEZAR	EMPEZAR	EMPEZAR

Anexo 5



www.editorialblanca.com
De las toronjas n47-325 y avenida El Inca
miguel.alonso.v@gmail.com
amaditavillafuerteb@hotmail.com

Andrés Enriquez,

Gracias por confiar en editorial **Blanca**, a continuación los detalles del proyecto editorial, no dudes en comunicarnos cualquier observación, te lo he planteado anteriormente nuestro interés es seguir haciendo libros, esperamos poder trabajar juntos.

descripción	valor
Desarrollo de concepto visual Desarrollo de maqueta del libro Diagramación del texto Desarrollo de ilustraciones Digitalización y retoque de ilustraciones Diagramación del libro (texto e imágenes) Artes finales para imprenta Concepción de portada Diseño de portada Artes finales de portada para imprenta	500 usd
Gestión de imprenta Producción del evento de lanzamiento (lugar, hora, fecha) Invitaciones para el día del lanzamiento Registro fotográfico del día de lanzamiento Poster publicitario Difusión del evento en redes sociales y contactos amigos de la editorial Relaciones públicas: Entrevistas en radio o prensa (escrita, digital) Sesión de fotos del libro impreso para difusión Distribución del libro en ferias nacionales e internacionales (a consignación de X% con nuestros agentes)	200 usd
Corrección de estilo (de acuerdo al número de caracteres de tu novela) Registro de código ISBN (no es lo mismo que IEPI)	200 usd aprox 50 usd

Anexo 6

Formato libros publicidad.

