



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería mecánica Industrial

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA
EMPRESA EDITORIAL DE LIBROS DE TEXTO
UNIVERSITARIOS, CON AUTORES GUATEMALTECOS**

Jorge Francisco Ovalle Valdès

Asesorado por la Inga. Glenda Roxana Álvarez García

Guatemala, mayo de 2006

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA
EMPRESA EDITORIAL DE LIBROS DE TEXTO
UNIVERSITARIOS, CON AUTORES GUATEMALTECOS**

TRABAJO DE GRADUACIÓN
PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE INGENIERÍA

POR

JORGE FRANCISCO OVALLE VALDÉS

ASESORADO POR LA INGENIERA GLENDA ROXANA ÁLVAREZ GARCÍA

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

INGENIERO INDUSTRIAL

GUATEMALA, MAYO DE 2006

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANO	Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos
VOCAL I	
VOCAL II	Lic. Amahán Sánchez Alvarez
VOCAL III	Ing. Julio David Galicia Celada
VOCAL IV	Br. Kenneth Issur Estrada Ruíz
VOCAL V	Br. Elisa Yazminda Vides Leiva
SECRETARIA	Inga. Marcia Ivonne Véliz Vargas

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANO	Ing. Julio Ismael González Podszueck
EXAMINADOR	Ing. Edwin Adalberto Bracamonte Orozco
EXAMINADOR	Ing. José Raúl Solares Chiu
EXAMINADOR	Ing. Sergio Rolando Perdomo Córdón
SECRETARIO	Ing. Francisco Javier Gonzáles López

HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

Cumpliendo con los preceptos que establece la ley de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a su consideración mi trabajo de graduación titulado:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACION DE UNA EMPRESA EDITORIAL DE LIBROS DE TEXTO UNIVERSITARIOS, CON AUTORES GUATEMALTECOS,

tema que fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Mecánica Industrial,
con fecha 11 de junio de 2001

Jorge Francisco Ovalle Valdés

Guatemala, Mayo del 2006

Ing. Francisco Gómez Rivera
Director de la Escuela de
Ingeniería Mecánica Industrial
Pte.

Estimado Ing. Gómez:

Por este medio hago de su conocimiento que he asesorado y revisado el trabajo de graduación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACION DE UNA EMPRESA EDITORIAL DE LIBROS DE TEXTO UNIVERSITARIOS, CON AUTORES GUATEMALTECOS.”** Del alumno, Jorge Francisco Ovalle Valdés.

Dicho trabajo se encuentra a mi entera satisfacción y garantizo que cumple con lo requerido por dicha escuela.

Agradeciendo la atención a la presente.

Inga. GLENDA ROXANA ALVAREZ

Asesor

Colegiado 4,057

ACTO QUE DEDICO A:

Dios

Mis padres

Jorge Ovalle Arévalo
Zoila Libertad Valdés Rodas de Ovalle

Mi esposa

Licda. Claudia Patricia Chinchilla
Hernández

Mi hijo

Jorge Nicolás Ovalle Chinchilla

Mis hermanos

Ángela Lucrecia Ovalle Valdés
Celia Maria Ovalle Valdés
Rolando Antonio Ovalle Valdés(QEPD)

Mi Tío

Lic. Francisco Rolando Valdés
Rodas(QEPD)

Mis Amigos

Erwin, Edwin, Glenda, Edwin, Michael

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	VII
GLOSARIO	IX
RESUMEN	XIII
OBJETIVOS	XV
INTRODUCCIÓN	XVII

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Que es un proyecto de Inversión	1
1.1.1. Definición conceptual	1
1.2. Estudio de mercado	2
1.2.1. Objetivo de el estudio de mercado	2
1.2.2. Usos de la investigación de mercados	2
1.2.3. La investigación exploratoria	3
1.2.4. La investigación concluyente	3
1.2.5. Investigación descriptiva	4
1.2.6. El estudio de mercado y sus fases	4
1.2.7. Análisis de la demanda	4
1.2.8. Análisis de la oferta	5
1.2.9. Análisis de los precios	5
1.2.10. Análisis de la comercialización	5
1.2.11. El consumidor Elegido	5
1.2.12. Análisis del mercado actual	6
1.2.13. Análisis del producto propuesto	6
1.2.14. Ventaja comercial Propuesta	7
1.3. Estudio Técnico	7
1.3.1. El estudio de Ingeniería	8

1.3.2. Los registros de procesos	8
1.3.3. La Importancia de la calidad	11
1.4. Costos	14
1.4.1. Estudio Financiero	14
1.4.2. Evaluación financiera	15
1.4.3. Las inversiones del proyecto	15
1.4.4. Beneficios del proyecto	15
1.4.5. Construcción de flujos de caja	16
1.4.6. Criterios de evaluación de proyectos	17
1.4.7. Análisis de riesgo	17
1.5. Estrategias de mercado	18

2. SITUACION ACTUAL

2.1. Procedencia de los libros de texto nacionales universitarios	19
2.1.1. Situación de las editoriales guatemaltecas	19
2.1.2. Antecedentes de los libros universitarios importados de Guatemala	19
2.1.3. La situación actual de los puntos de venta	20
2.1.4. Procedencia de los libros de texto Nacionales Universitarios	22
2.2. Autores nacionales	23

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Instrumentos a Utilizar	27
3.1.1. Segmentación del mercado	29
3.1.1.1. Población total en estudio	29
3.1.1.2. metodología de la observación	32

3.1.1.3. Coordinaciones académicas	33
3.1.2. Tamaño de la muestra	34
3.1.2.1. Cálculos de la muestra representativa	34
3.1.3. Encuesta	38
3.1.3.1. Descripción de la encuesta	38
3.1.3.2. Entrevistas elaboradas para los estudiantes	39
3.1.3.3. Metodología de la entrevista	39
3.1.3.4. Procedimiento para las entrevistas	39
3.1.3.5. Respuestas de la encuesta efectuada a los alumnos	39
3.1.4. Investigación de fuentes primarias	50
3.1.4.1. Resultados de la investigación de fuentes primarias	50
3.1.4.2. Libros para la edición propuestos por los autores	50
3.1.4.3. Análisis de resultados de la demanda	51
3.1.4.4. Matriz de datos	53
3.2. Determinación de la demanda	54
3.2.1. Universidades	60
3.2.2. número de alumnos inscritos	65
3.3. Determinación de la oferta	66
3.3.1. Conocimiento de las editoriales que prestan el servicio	82
3.3.1.1. Principales características encontradas de las Editoriales Extranjeras que actualmente ofertan en las Universidades	82
3.3.1.2. Editoriales Extranjeras	83
3.3.1.2.1. Editorial Pearson educación	83
3.3.1.2.2. Editorial Thomson learning	84
3.3.1.2.3. Editorial Mcgraw hill interamericana	85
3.3.1.2.4. Editorial Fondo de cultura económica	86
3.3.1.2.5. Editorial Porrua	87
3.3.1.2.6. Editorial Grupo patria cultural y/o Cecsca	88
3.3.1.2.7. Editorial Limusa	88
3.3.1.2.8. Editorial Norma, grupo Carvajal	89
3.3.1.2.9. F&g editores y editorial Llerena	90

3.3.2. Calidad de la oferta	90
3.3.3. Tiempos de entrega	92
3.3.4. Procedencia de los autores	92
3.4. Determinación de los precios	92
3.4.1. Mecanismos de formación de precios	93
3.4.2. Precios de la competencia	93
3.4.3. Precios de la editorial	94
3.4.4. Precios del distribuidor	94
3.5. Determinación de los canales de distribución	95
3.5.1. Ubicación de la competencia	98
3.5.2. Ubicación del distribuidor	98
3.5.3. Otros canales	98

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Descripción del proceso de obtención de autores	102
4.2. Descripción del proceso de análisis de contenidos	103
4.3. Descripción del proceso de edición del libro	105
4.3.1. Levantado de texto	105
4.3.2. Revisión de estilo	106
4.3.3. Revisión final	107
4.4. Diagramas	108
4.4.1. Diagrama de proceso.	108
4.4.1.1. De obtención de autores.	110
4.4.1.2. De análisis de contenidos	115
4.4.1.3. De edición del libro	118
4.5. Determinación del proceso de comercialización	123
4.5.1. Proceso de organización de los productos	125
4.5.2. Proceso de obtención de la información	127

4.5.3. Proceso de calidad del contenido de los autores	128
4.5.4. Proceso de venta para los libros de texto	129
5. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	
5.1. Determinación de los costos	133
5.2. Costos fijos	136
5.3. Costos variables	140
5.4. Determinación de la inversión fija inicial total	143
5.4.1. Determinación del capital de trabajo	144
5.4.2. Determinación del punto de equilibrio	145
5.5. Evaluación Económica	147
5.5.1. Flujo de caja proyectado para un año	147
5.5.2. Aplicación del valor actual neto	150
5.5.3. Balance general proyectado a un año	150
5.5.4. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado para un año	152
CONCLUSIONES	153
RECOMENDACIONES	155
BIBLIOGRAFÍA	157
ANEXOS	159

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1. Símbolos de procesos de operaciones	10
2. De la pregunta número 3	42
3. De la pregunta número 4	43
4. De la pregunta número 5	44
5. De la pregunta número 6	45
6. De la pregunta número 10	48
7. De la pregunta número 12	49
8. Grafica de la tabla I	53
9. Proceso completo de obtener autores para la editorial	110
10. Proceso completo de análisis de contenidos	115
11. Proceso completo de edición del libro	118
12. Flujos de Información	125
13. Cronograma de trabajo del departamento de edición	126
14. Organización de los sistemas de Información	127
15. Organigrama propuesto	132

TABLAS

I	Proporción de consumo de libros	53
II	Cuadro de alumnos por universidad y facultad	54
III	Plan comercial	58
IV	Numero de alumnos por universidad	65
V	Cursos propuestos y libros importados	67
VI	Importaciones y compras locales	80
VII	Importaciones por empresa comercializadora	80
VIII	Lista de mobiliario y equipo según lo cotizado	135
IX	Lista de gastos mensuales	136
X	Lista de pagos estimados de planilla	137
XI	Lista de gastos para edición de libros	138
XII	Lista de costos fijos	139
XIII	Lista de gastos de impresión	140
XIV	Lista de detalle de pago de comisiones	141
XV	Resumen de los gastos variables	142
XVI	Resumen de datos para el punto de equilibrio	146
XVII	Flujo de efectivo del primer año de operación	149
XVIII	Flujo de efectivo del segundo año de operación	150
XIX	Resumen de los flujos de efectivo	151
XX	Balance general primer año	152
XXI	Estado de resultados primer año	153

GLOSARIO

Adopción de libro	Es la formalización de firmar un acuerdo entre editorial y autoridades académicas, para la utilización de un libro como texto de estudio oficial del curso.
Arte digital	Consiste en la unión de figuras, dibujos, fotografías, títulos y texto que forman una portada o el interior de un libro, grabado en un formato digital.
Borrador del texto	Es la unión de todos los escritos en diferentes formas a un solo formato digital y regularmente se imprime para su análisis.
Dosificación educativa	Es el análisis de un documento por parte de un pedagogo, para analizar su carga de conocimientos y la orientación a la que se rige.
Inédito	Es un documento o grupo de conocimientos que no han sido formalmente publicados y por lo tanto no se les conoce, más que por las personas cercanas a su autor.

Manuscrito	Es un grupo de escritos en diferentes formatos, a mano, máquina de escribir, computadora, que reunidos forman el cuerpo de el texto que ofrece un autor a una editorial.
Novedad editorial	Es el libro que una editorial prepara para su lanzamiento en la época apropiada para darlo a conocer, regularmente debe tratarse de un libro que trata de forma nueva un tema ya conocido o presenta por primera vez una nueva teoría o planteamientos didácticos, debe causar sensación en el medio, para realmente merecer este titulo.
Reimpresión	Es cuando un libro ya fue publicado y su tiraje inicial ha sido agotado, por lo que por causa de la demanda que presenta, se autoriza un nuevo tiraje sin alterar el libro como se presento la primera ves y se aclara en la hoja legal del libro que es una nueva reimpresión, algunas editoriales acostumbran mencionar la cantidad y el número de la reimpresión.
Nueva Edición	Es cuando un libro ya ha sido publicado por la editorial o por otra editorial, pero el autor o autores o nuevos autores con el consentimiento de los primeros, presentan un nuevo enfoque de el anterior, agregando capítulos, cambiando otros, actualizando información de el anterior o cambiando el orden de el anterior, adaptándolo a nuevas condiciones, se acostumbra, inclusive incluir recomendaciones y aportes de lectores y colaboradores con la idea de tener un mejor libro y mas actual.

Tiraje

Es la cantidad de unidades que se imprimen de un libro, se analiza cuál puede ser el potencial de venta en librerías y en bibliotecas y si se considera la exportación, para lanzar una cantidad suficiente para la temporada que se planifica la venta.

Texto mediado

Se encarga a un editor conocedor de la materia y de docencia para que evalúe los escritos, los ejemplos, los casos y las explicaciones para que lleven una carga balanceada de conocimientos y sea de didáctica agradable para el alumno de un curso como para un lector que investigue el tema.

RESUMEN

En la empresa que se desea formar, se dedicara especialmente a buscar oportunidades de comercializar libros de texto educativos, que sean de apoyo al docente y al estudiante, con las actuales necesidades, se tienen los programas de estudio de las universidades, se busca por parte de la coordinación de material de estudio reciente y didáctico, pero muchas veces los mismos docentes tienen experiencia práctica y mucha información que de ser debidamente presentada y expuesta podría ser material de estudio que los alumnos podrían aprovechar.

También no hay editoriales en Guatemala que hagan esta labor, porque las que se han instalado están orientadas a otras áreas de publicación, así como las editoriales que publican en el extranjero atienden sus propias realidades, pero al unir las necesidades de nuestras universidades al proceso de investigación de necesidades al surgir un proyecto de publicación, con la colaboración de los autores que se dispongan a trabajar en el proyecto y con el involucramiento de más personas que se dedican a la diagramación, edición, corrección de estilo, impresión y encuadernación, se tiene una generación de trabajo para más guatemaltecos y oportunidades de mejorarnos como país.

OBJETIVOS

- **General**

Realizar un estudio de prefactibilidad para establecer una empresa rentable y que produzca libros con demanda constante y dedicada a desarrollar nuevos productos donde estará su crecimiento para este mercado.

- **Específicos**

1. Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el de las empresas de productos existentes en el mercado.
2. El plan de investigación es fundamental para consolidar una buena investigación de mercados, por lo que un buen plan que lleva una guía que contiene todos los aspectos a realizar para obtener un informe final con información verídica y objetiva, nos llevara a un buen análisis de prefactibilidad.
3. Conformar un buen proceso de desarrollo de un libro de texto educativo para editar correctamente un texto educativo que llene las expectativas y alcance la

calidad de material y visual para mejorar el nivel de expectativa que se requiere lograr en educación.

4. Determinar la cantidad de producto proveniente de una nueva unidad que el mercado estaría dispuesto a adquirir a un determinado precio.
5. Conocer cuáles son los canales de distribución y sus principales ventajas para la propuesta de empresa que se tiene y que se emplean para hacer llegar el producto a los usuarios.
6. La principal motivación de la presente investigación es plantear una nueva alternativa a los Estudiantes y profesores de las distintas universidades, para tener acceso a libros de texto, didácticos y enfocados en las necesidades de los guatemaltecos como país y como región latinoamericana.

INTRODUCCIÓN

Se busca encontrar la factibilidad de instalar una empresa que tenga la capacidad de seleccionar, proponer, adaptar y desarrollar necesidades de bibliografía de estudio.

La justificación principal es que lo ideal sea que cada curso este apoyado por un libro de texto. A las coordinaciones académicas les preocupa que en los programas de estudio no se utilicen estas referencias o están mal actualizadas, y para lograr formar Profesionales competitivos y audaces, los estudiantes no pueden conformarse con la cátedra magistral, lo que hace necesario consultar fuentes de investigación y aprendizaje para ampliar conocimientos.

La adquisición de textos universitarios por parte de los estudiantes de las carreras de Ingeniería Industrial y Administración de empresas, de las principales Universidades de Guatemala, es escasa o nula debido a varios factores generales y específicos.

¿Qué factores repercuten para la adquisición de los textos Universitarios de las Editoriales que promueven sus catálogos en las coordinaciones académicas de estas carreras?

¿Cómo organizar un proceso productivo que desarrolle todo el producto desde su formación inicial, hasta su impresión final y como obtener los estándares de calidad tanto en contenido bibliográfico y aceptado por los docentes, como en su presentación física?

¿Por qué es necesario implementar el uso de textos de editoriales educativas?

¿Los textos que utilizan los estudiantes de las carreras mencionadas, satisfacen sus necesidades académicas?

Dado que existen necesidades insatisfechas que llevan varios años, porque cuando se proponen los contenidos de los cursos se evaluó bibliografía que luego no esta disponible comercialmente ni en bibliotecas o como ocurre en otros temas con bastante desactualización y luego no llegan propuestas de las editoriales extranjeras en sus catálogos, y dada la naturaleza de estos productos que son generalmente enfocados en problemáticas de otros países y regiones y las realidades que se estudian tienden a ser diferentes a las que se experimentan a el nivel de país y regios centroamericana. En las oportunidades que se detecten en el estudio de la demanda, para luego Moldear y plantear varias Propuestas de posibles libros, que de llegar a concretarse se convierte en un libros de texto de el curso y son recomendados para llevarse como bibliografía obligatoria y guía de estudio lo que conlleva a ser adquiridos por los estudiantes cursantes de la materia o curso.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Qué es un proyecto de inversión

Es el análisis completo que se realiza con una idea de negocio, buscando demostrar su viabilidad de formarse una empresa o nueva operación dentro de alguna industria para lograr satisfacer una demanda insatisfecha que localiza el estudio de mercado y la propuesta técnica desarrolla la forma de presentar un producto o servicio que satisfaga esta necesidad. Estudio de prefactibilidad es el estudio por medio del cual se define las posibilidades que tiene un proyecto de ser exitoso, consta de cuatro estudios principales: estudio de mercado, técnico, financiero y posteriormente, se evalúan éstos estudios para analizar la rentabilidad del proyecto y tomar una decisión final de aceptar o no el proyecto.

1.1.1. Definición conceptual

Es una etapa intermedia que permite llevar a cabo ciertos descartes de posibles soluciones o alternativas, sobre todo en casos en que se vislumbran muchas opciones.

Por ser una etapa filtro se analizan y se tamizan gamas de soluciones o alternativas para el proyecto, en relación con los objetivos económicos, financieros y sectoriales a largo plazo, con el objeto de depurar o eliminar las menos viables y establecer los parámetros preliminares de alcances, costos y diseños de aquellas alternativas que justifican un análisis con mayor profundidad. No se pretende en esta etapa filtro seleccionar necesariamente la mejor alternativa, sino

encontrar al menos una rentabilidad que justifique la prosecución del estudio. Normalmente se requiere de estudios o investigaciones de campo, aunque para establecer los costos o beneficios, se suele basar en información de fuentes secundarias, con rangos de variación bastante amplios, como costos unitarios generales, series históricas, etc. Sunass (2003)

1.2. Estudio de mercado

1.2.1. Objetivo de el estudio de mercado

Los principales objetivos de este estudio son:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el de las empresas de productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que el mercado estaría dispuesto a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los canales de distribución que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Determinar la necesidad específica de textos de estudio.
- Determinar los motivos de compra de los libros de texto por parte de los estudiantes de las carreras de Ingeniería Industrial y Administración de Empresas.
- Determinar la oportunidad de ofrecer libros de texto de la editorial que se desea formar según este estudio.

1.2.2. Usos de la investigación de mercados

La mayoría de las empresas utilizan la investigación de mercados básicamente por las siguientes razones:

- 1) Determinación del objetivo de la división comercial: Se debe basar en el conocimiento de las necesidades presentes y futuras de sus clientes para determinar sus objetivos de acuerdo con la demanda y al tipo de su mercado.
- 2) Desarrollo del plan de acción: El plan de acción en la investigación de mercados es necesario para considerar los recursos y estrategias de productos, precio distribución y publicidad que las empresas asignan por periodo.
- 3) La investigación de mercados: Se ocupa de proyectos discontinuos más que de las necesidades de información progresiva. Por ello puede asignarse la responsabilidad de recopilar información que se necesite cuando una organización no haya establecido un sistema de información para la recopilación periódica de información. Para ello la investigación de mercados debe aplicar el método científico para recopilar información, poder formular hipótesis comprobarlas y finalmente predeterminar en el futuro.

1.2.3. La investigación exploratoria

Este tipo de investigación le sirve al investigador para tener un panorama amplio y general, acerca del fenómeno que se desea investigar. Es una etapa previa de la investigación y tiene como finalidad sentar las bases y dar los lineamientos generales que permitan al estudio sea lo mas completo posible.

1.2.4. La investigación concluyente

Después de llevar a cabo la investigación exploratoria, la fase concluyente proporciona información que ayuda a comprobar hipótesis

para tomar decisiones racionales. La investigación concluyente es el paso del método científico que permite comprobar las hipótesis planteadas y con esta información predecir el futuro, tomando así una decisión con cierto grado de certeza. La investigación concluyente puede ser:

1.2.5. Investigación descriptiva

Esta investigación sirve para proporcionar información sobre la forma en que suceden los fenómenos, describe las características de una población y pretende determinar las diferencias entre las necesidades, las actitudes y opiniones de los grupos a investigar.

El mercado elegido consiste en los estudiantes cursantes de las carreras de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial, en las universidades:

- San Carlos de Guatemala
- Rafael Landívar
- Mariano Gálvez
- Galileo.

1.2.6. El estudio de mercado y sus fases

El estudio de mercado debe contener cuatro variables fundamentales de manera que se cumplan los objetivos. Estas cuatro variables son:

1.2.7. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda persigue determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto (del proyecto en cuestión) en la satisfacción de dicha demanda. La demanda, al igual que la oferta, es función de una serie de factores,

como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

1.2.8. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta persigue precisar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta está en función de una serie de factores, como son, los precios en el mercado del producto, y los apoyos gubernamentales a la producción. La investigación de campo que se haga, deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

1.2.9. Análisis de los precios

El propósito del análisis de precios es determinar el valor del producto en el mercado, ya que éste es la base para el cálculo de los ingresos (probables) en varios años. A partir del análisis de precios, se proyectan los mismos.

1.2.10. Análisis de la comercialización

La comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa. El análisis de la comercialización busca determinar la manera de conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar. Por ello, es importante concretar, a partir de este análisis, los canales de distribución más adecuados para el producto.

1.2.11. El consumidor elegido

Es importante definir claramente el consumidor objetivo en cada producto que se ofrece, en el caso de los libros de texto educativos, son

muy relevantes el trabajo conjunto entre la editorial que ofrece los libros y las coordinaciones académicas, porque dependiendo de que tan cerca estén los intereses de la coordinación atendidos por la empresa editorial así será la respuesta de esta, dado que el libro de texto no se compra por impulso de consumo, sino que al ser una ayuda académica, la compra es obligada para la mayoría de los alumnos que cursan la materia, y dependiendo de que tan crucial sea su uso para el avance de el estudio así mas será la demanda, y esto va relacionado con las facilidades que proporcione este texto como guía para los catedráticos de los cursos.

1.2.12. Análisis del mercado actual

El mercado proveedor actual consiste en los libros que se importan de las editoriales extranjeras radicadas en ciudad de México, que se importan directamente por las librerías y distribuidores de textos educativos.

Existen también en el mercado libros que algunos coordinadores elaboran como guías bibliográficas para el estudio del curso.

1.2.13. Análisis del producto propuesto

El producto propuesto consiste en tres libros distintos enfocados en estas carreras y de gran demanda:

- 1) Libro de elaboración y evaluación de proyectos.
- 2) Libro de investigación de mercados teoría y práctica, con énfasis para la región Centroamericana.
- 3) Libro de gerencia y administración en las empresas Pymes.

1.2.14. Ventaja comercial propuesta

La principal ventaja que se ofrece frente a los libros de la competencia es que son escritos por autores nacionales conocedores de la realidad de la región centroamericana pero con una calidad y presentación didáctica de los libros de una editorial con base internacional e inclusive lograr su promoción y comercialización en otros países centroamericanos buscando los mismos cursos de las mismas carreras Universitarias, solo dependiendo de la aceptación de estos profesores y la posibilidad de lograr una exportación a las librerías que atiendan estas universidades.

1.3. Estudio técnico

La finalidad de este estudio es verificar la posibilidad técnica y las mejores técnicas para completar la disponibilidad real de lograr la fabricación o elaboración del producto que se pretende y determinar el tamaño óptimo, ubicación adecuada, equipos e instalaciones y la organización requerida para realizar la operación.

El estudio técnico está conformado de las siguientes partes:

- El tamaño de un proyecto
- Análisis y determinación de la Operación óptima del proyecto.
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
- Identificación y descripción de los procesos.
- Determinación de la organización humana y jurídica requerida para la correcta operación del proyecto.

1.3.1. El estudio de ingeniería

Los procesos productivos propios de la empresa y el control de calidad de el avance de la conformación de los productos que se elaboran, tienen una gran importancia al tener la posibilidad de formar una empresa con una medición exacta de los costos, los análisis financieros, cada decisión técnica repercute en la calidad de el producto y el servicio que se ofrece a los clientes en el momento que lo solicitan, se establecen muchas prioridades que vienen a llenar las características que piden los clientes.

Los controles de calidad sobresalen en la constante conformación de un producto como es un libro de texto, porque las características muy particulares están ya establecidas por la mayoría de editoriales que trabajan en el medio, y muchas veces se logran cambios entre toda la industria y mejoran los costos, lo que la empresa editorial debe tener muy claro es como exactamente es la calidad estándar del momento y se busca no bajar la calidad sino mantener inclusive un nivel superior porque muchas veces la calidad es un distintivo de la empresa, también se debe documentar cada producto, cada proceso y cada cotización, esto es una labor importantísima de la empresa porque sólo con el tiempo se logra ir estableciendo los avances y logros técnicos que la empresa busca estar mejorando.

1.3.2. Los registros de procesos

Según Krajewski Y Ritzman (1999) en su libro de Administración de las operaciones el mejoramiento de procesos es el estudio sistemático de las actividades y los flujos de cada proceso a fin de mejorarlo. Su objetivo principal es comprender los procesos y hacerlos lo más

detallados posibles. Indican que los mayores beneficios de la aplicación del mejoramiento de procesos se aprecian mejor en las operaciones que son lentas en responder a los deseos del cliente o cuando el proceso causa demasiados problemas en relación a la calidad y por lo tanto se vuelve costoso.

Enrique Franklin (1998) en su libro de Organización de empresas, indica que las empresas necesitan recursos técnicos para poder determinar los elementos necesarios para realizar sus funciones en forma lógica y consistente, lo cual es posible a través del empleo de diagramas, gráficas y mapas de procesos ya que estos instrumentos recopilan en forma ordenada y detallada las operaciones y los elementos que intervienen en ellas.

Krajewsky y Ritzman (1999) indican que una gráfica de proceso es una forma organizada de registrar todas las actividades que realiza una persona en una estación de trabajo. Asimismo indican que la finalidad de este tipo de gráficas es el mejoramiento del proceso. Después de completar la gráfica ya sea para un proceso nuevo o existente, la misma se convierte en el punto de partida para muchas alternativas para mejorar el proceso.

Las actividades de una gráfica de proceso se clasifican en: operación, transporte, inspección, retraso y almacenaje. Cada una está identificada por una figura en la gráfica para mejorar su comprensión.

Figura 1. Símbolos de procesos de operaciones.

Operación: 
Modifica, crea o agrega algo al proceso

Transporte: 
Mueve el objeto de estudio de un lugar a otro

Inspección: 
Revisa o verifica algo, sin hacerle cambios

Retraso: 
Se presenta cuando el objeto se queda detenido en espera de una acción posterior

Almacenaje: 
Ocurre cuando algo es apartado para usarse después

Para completar la gráfica si se trata de un proceso existente, el analista observa cuidadosamente esos pasos, clasificando cada uno de ellos de acuerdo con el sujeto que se está estudiando. A continuación registra la distancia recorrida y el tiempo empleado para la realización de cada paso y posteriormente efectúa un resumen del tiempo y distancias totales por operación.

Franklin (1998) indica que las ventajas que ofrece la técnica de diagramación son las siguientes:

- ✓ Facilita el llenado y lectura del formato en cualquier nivel jerárquico
- ✓ Al personal que interviene en los procesos le permite identificar y realizar correctamente las actividades
- ✓ Puede ser comprendido por todo el personal de la organización o de otras organizaciones
- ✓ Permite el acercamiento y mayor coordinación entre las diferentes áreas
- ✓ Disminuye la complejidad gráfica por lo que los mismos empleados pueden proponer ajustes o simplificación de procedimientos, utilizando los símbolos correspondientes
- ✓ Se elabora en el menor tiempo posible y no se requieren técnicas ni plantillas o recursos especiales de dibujo.

1.3.3. La importancia de la calidad

Al ser la editorial una empresa que establece un proceso creativo y construye un producto alrededor de una necesidad, luego no fabrica internamente el libro sino que compra a una empresa que se dedica directamente a la impresión y formado de libros, pero el nivel de calidad lo

solicita la empresa editora, quien es que lo paga, pero luego esta es una de sus cartas de presentación, además debemos tomar en cuenta que un libro de estudio, en comparación con uno de solo lectura varían sus exigencias, tomando en cuenta que los alumnos lo utilizan de forma distinta, regularmente se le transporta constantemente a los centros de estudio, y además se lleva a distintos lugares, donde esta expuesto a todos los usos intensos que conlleva el estudio de la materia educativa, se le maltrata de forma directa, se subraya intensamente y se escribe sobre el, y en algunos casos el estudio de mercado debe aclarar hasta donde debe llevar este tipo de formato que facilite escribir, subrayar y marcar, inclusive tener espacios para contestar preguntas, llenar comentarios y ampliar notas.

Existen también otro tipo de situaciones a las que debe estar preparado un libro de texto, puesto que también el libro se hereda entre familiares y amigos que también cursaran la materia, pero aun al pasar el tiempo llega el momento que un libro debe estar preparado para estar en condiciones de nuevamente ser consultado, así como cada ejemplar puede ser elegido para ser utilizado en una Biblioteca de consulta, donde el uso intenso se repite por mucho tiempo.

Por tanto el proceso de fabricación esta controlado por la editorial en las normas y estándares de calidad que se establece.

Otro sector muy importante para la editorial, esta en su control de los avances de el proyecto, y como los distintos departamentos se integran a la mejor consecución de la administración de cada proyecto desde el día de inicio hasta su finalización porque este proceso esta bajo la dirección de el Editor, quien es el que lleva los aspectos de avance de la obra.

Finalmente, es necesario también establecer un proceso adecuado para el manejo de bodegas de el producto, porque por la naturaleza de los libros esta sujeto a muchos manejos desde la entrada de el nuevo tiraje y sus despachos a las distintas librerías, así como las probables devoluciones y posteriores envíos a otros puntos de venta, tomar en cuenta el tiempo que a veces pasan almacenados y luego vuelven a salir a nuevas entregas, y siempre al obtenerlo cada cliente debe recibir un ejemplar en condiciones muy aceptables, y evitar otorgar descuentos por ejemplares maltratados.

El proceso central de administrar la calidad de los libros y conforme los procesos y materiales mejoren y los costos también bajen, esta es una función que va muy unida a el avance de la rentabilidad y éxito en ventas de toda la empresa

1.4. Costos

1.4.1. estudio financiero

En este estudio pretendemos determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la Empresa así como otros indicadores que ayuden a determinar los recursos que deberán asignarse al proyecto.

Blank y Tarquín (1992) manifiestan que el objetivo de esta parte del estudio es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona el estudio técnico y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación financiera.

El estudio financiero empieza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida.

Los componentes más importantes de este estudio son los siguientes:

- Estimación de ingresos
- Determinación de costos financieros
- Determinación de costos totales
- Inversión total fija y diferida
- Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
- Capital de trabajo
- Costo de capital

1.4.2. Evaluación financiera

El estudio de la evaluación financiera es la parte final de toda secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto, Baca (2002).

En este estudio se demuestra sí la inversión propuesta será financieramente rentable, para lo cual se debe determinar el Valor Presente Neto (VPN), el cual se obtiene al restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, y se calcula también la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), que es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

1.4.3. Las inversiones del proyecto

Durante el inicio del funcionamiento del proyecto se estimaran varias inversiones para su arranque todo esto provendrá de los estudios de mercado y técnico quienes nos darán la información relevante para la planificación de la inversión del proyecto, también hay que resaltar que habrá inversiones durante el inicio antes del arranque y durante la operación y en un futuro que inversiones se requerirían ante el crecimiento de la productividad, El capital de trabajo se puede planificar su crecimiento en el tiempo durante la operación este marchando.

1.4.4. Beneficios del proyecto

En este momento se tiene una proyección de los posibles beneficios económicos que con el paso del tiempo se obtendrán de

implementar esta empresa Editorial, pero lo mas relevante es aclarar todos los beneficios y como se medirán para su posterior evaluación y determinación en rentabilidad y como al pasar a una evaluación objetiva no se descuide cualquier variable que minorice los beneficios.

Muy importante es dar valor a otros beneficios que en un futuro también podrán contabilizarse o administrarse en función de la empresa que se forme y obtener una clara rentabilidad para los accionistas.

1.4.5. Construcción de flujos de caja

La mejor forma de visualizar los elementos financieros, es a través de los flujos de caja porque podemos ver con mas claridad los ingresos y egresos de la operación, la evaluación de todo el proyecto depende de la proyección que muestren los flujos de caja, al proyectar el flujo de caja es necesario incluir absolutamente todos los posibles ingresos y egresos que genere la operación, esto incluyendo todos los aspectos tributarios.

Es necesario recordar que existen varios tipos de elaboración de los flujos de caja para distintos fines, como el que se usa para medir la rentabilidad de recursos propios, o para medir la totalidad del proyecto, El flujo de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos, 1) los egresos iniciales de fondos, 2) Los ingresos y egresos de la operación, 3) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos, 4) el valor de los activos del proyecto.

Los ingresos y salidas de operación constituyen en las entradas y salidas reales de caja.

Todos los ingresos y egresos son establecidos por momentos en el tiempo, y al considerar que en operación la empresa y se estima que

permanecerá en el tiempo, pues la evaluación financiera se proyecta a varios períodos para conocer la estabilidad que puede llegar a tener en el tiempo.

1.4.6. Criterios de evaluación de proyectos

La razón de presentar un proyecto y preparar la información técnica que permite elaborar un instrumento de análisis y comparación es tener una razón de convencimiento para la aprobación de la puesta en marcha de una empresa, y demostrar la conveniencia de la inversión contra muchas otras formas de invertir los mismos recursos.

Se utilizarán herramientas financieras de análisis para lograr comparar los beneficios con los gastos y luego tener un buen criterio para valorar la rentabilidad y la conveniencia de formar la empresa.

1.4.7. Análisis de riesgo

Existe riesgo cuando una situación se da y hay varias posibilidades de resultados y sus probabilidades de ocurrencia pueden ser medidos y estimados, los comportamientos de los flujos de caja son muchas veces alterados por decisiones de inversión y siempre la incertidumbre se establece para la posterior relación de análisis de resultados. Como no es posible conocer con certeza cuales hechos se darán efectivamente se analiza con varios escenarios y se estudia con la certeza de los flujos de caja que ocurrirán efectivamente bajo los supuestos establecidos.

1.5. Estrategias de mercado

En este proyecto en estudio se presentara una Estrategia de mercado que buscara una diferenciación marcada tanto de la competencia extranjera como de la competencia nacional, porque al ser un mercado dinámico, las estrategias tienden a copiarse y se igualan las propuestas buscando dividir la demanda y eventualmente recuperar o apoderarse de nuevos sectores ganados, por lo que una de las principales fortalezas de esta empresa estará en una estrategia de avanzada y que no deje alcanzar sus logros porque esto a mediano plazo hará perder los logros alcanzados. La mejor manera de mantener el producto vigente y en demanda será la constante comunicación con las autoridades académicas y su alimentación constante de nuevas propuestas y cambios sin llegar a descuidar las necesidades logrando una mejor posición de la editorial en general y abrir nuevas oportunidades, que en el futuro generen otros libros de texto que aumenten la oferta y fortalezcan a la editorial propuesto.

2. SITUACION ACTUAL

2.1. Procedencia de los libros de texto universitarios

2.1.1. Situación de las editoriales guatemaltecas

En Guatemala se producen libros a través de algunas editoriales que no se han logrado establecer formalmente pero que se esta en un proceso que muy pronto lograrán madurez para el mercado universitario.

Algunos ejemplos son:

Serie Romero de contabilidad del libro uno al número seis. Se venden 4000 unidades al año.

Introducción a la matemática 1 y 2 para administración de empresas del Dr. Leonel Morales. Se venden 2000 unidades al año.

Libro Folleto de Introducción a la administración de empresas 1 por varios autores, se venden 2000 unidades al año.

2.1.2. Antecedentes de los libros universitarios importados en Guatemala

En la actualidad, se puede visitar las distintas librerías Universitarias que atienden las universidades del país en las cuales están a la venta de varias casas Editoriales que normalmente tienen su sede en México y España. Aunque también son importantes las editoriales de Chile, Argentina y Colombia, por la distancia y los costos de transporte y

dificultad con la moneda de cambio, es más difícil encontrar libros de estos países.

Las librerías que están trayendo libros para las universidades cuando inician los cursos y las carreras de estudio, tienen un surtido variado, según la demanda establecida para la temporada que se analice, pero las cantidades responden a los estimados que los promotores de las mismas empresas importadoras acuerden con las unidades académicas, y como requisito esta establecido las estadísticas de venta de cada año, y hay factores que influyen bastante, para la importación, que se efectúa inclusive tres meses antes de que inicien las clases.

Es muy importante que los profesores junto a los coordinadores estén de acuerdo con un libro editado por alguna casa editorial para establecer un contrato, donde se especifica con claridad cuál es el curso que se tomará como referencia para el libro en cuestión y además tendrán apoyo de parte de la casa editorial, ya sea por medio de su representante o a través de el representante de la empresa importadora, por lo que se establece la cantidad a ofrecer al grupo de estudiantes, y se toman muy en cuenta factores que pueden influir en la venta final del inventario puesto a disposición, como sería el grado de uso del libro para el avance de el curso, el contenido por el libro y su calidad de información, así como el precio de compra ya que el alumno es quien de sus recursos compra el libro.

2.1.3. La situación actual de los puntos de venta

Existen distintas librerías universitarias dentro y fuera de algunas Universidades y ventas de textos móviles dentro de las universidades temporales así como en distintas áreas de la capital, la oferta de textos importados es variada y los textos nacionales también son comercializados con las librerías y vendedores ambulantes.

Estos puntos de venta distribuyen libros de autores extranjeros, traducciones de estas publicaciones, de variadas procedencias y editoriales que forman grupos multinacionales dedicados a la publicación de materiales educativos y textos tanto para el sector escolar como el área universitaria, también publican libros de interés general y aplicaciones técnicas que resultan de interés en algunos cursos universitarios.

En algunos casos en la universidad de San Carlos y también en algunas Universidades privadas, profesores y directores de área, han publicado material educativo por iniciativa propia, frente a la necesidad y ausencia de opciones, en algunos contados casos existen, editoriales de origen local, como imprenta Llerena y F&G Editores que publica obras para las facultades de derecho y Ciencias Económicas de Universidad de San Carlos, pero lo mas general es que se busquen imprentas locales para la impresión de los documentos que se requieren para impartir algunos cursos.

También se tiene el caso de la facultad de Educación a distancia donde la empresa de comercialización de la facultad es independiente de la misma institución, de la reciente universidad Galileo y antes parte de la universidad Francisco marroquín, donde cuentan con un equipo de producción y Editan y publican algunos textos que utilizan en sus cursos y ellos mismos los comercializan.

En otro caso la Universidad Rafael Landivar tiene un departamento constituido administrativamente en la misma universidad y se dedican a la edición de varios textos de interés para esta universidad, patrocinando su producción y comercialización, contado con un programa editorial establecido.

La Universidad de San Carlos de Guatemala también cuenta con un departamento editorial que trabaja con recursos del mismo

presupuesto general y publica a las distintas facultades, contado con limitaciones administrativas tanto para la aprobación de su proyecto así como la misma comercialización de estas obras.

2.1.4. Procedencia de los libros de texto nacionales universitarios

En la actualidad nos encontramos con un variado pero muy limitado sistema que se ofrecen a los estudiantes universitarios, las distintas librerías y centros de comercialización, las cuales representan a distintas casas editoriales con sedes en distintos países, y producción de casi todos los países latinoamericanos, siendo los principales lugares, México, España, Colombia, Chile, Argentina. Esto es en español, y también en algunos casos material impreso y editado en estados unidos, Inglaterra y Francia, así como algunos países asiáticos pero en lenguas extranjeras.

Los precios son bastante variables en el transcurso del tiempo y también dependen de la cotización del quetzal frente a monedas extranjeras, principiando con el dólar americano. Guatemala es el único país que tiene obligado el impuesto al valor agregado a los libros de todos los países centroamericanos.

Otro sistema que aún es muy escaso en el país tal vez por la poca existencia de material circulando es el del libro usado, por el momento es difícil conseguir librerías que comercialicen este material con frecuencia, dado que estos con su uso se deterioran y los primeros dueños prefieren conservarlos en sus bibliotecas personales.

En algunas ocasiones, grupos de estudiantes o libreros, viajan a la frontera de México en la búsqueda de libros de distintos tipos para su

comercialización pero depende mucho del inventario que exista en estas librerías y los pedidos se traen sólo bajo compromiso.

2.2. Autores nacionales

En las distintas facultades se encuentran a la venta los distintos libros de autores locales que son profesores y coordinadores de área, que han sido elaborados por las mismas facultades a través de sus departamentos de reproducción de materiales, y que cuentan con el aval de las autoridades, así como los elaborados por imprentas que trabajan en los distintos formatos.

Pero se notan las diferencias de calidad de los libros que son traídos del extranjero por las librerías contra los que se manufacturaron localmente. La situación de los autores nacionales en relación con los temas escritos.

La producción nacional de textos es realmente pequeña comparada con la oferta extranjera y tiende a ser breve en el tiempo, perdurando algunos textos solo pocos años y con muy escasas reimpressiones, exceptuando aquellos que se han logrado comercializar en ciertos volúmenes que amerita año con año él volver a reimprimir estas obras para su consumo.

La situación de profesores universitarios que estén interesados en publicar un texto de estudio, con colegas de otros países es muy diferente, tanto en su propia situación, así como el sistema que existe en otras regiones respecto a las mismas editoriales.

Los profesores universitarios en Guatemala, cuando se dedican a la docencia, en ciertos sectores es a tiempo completo, y esto les deja poco tiempo a nivel personal, la otra gran mayoría de docentes que imparten cursos a tiempo parcial, regularmente tienen compromisos laborales distintos a la docencia, ya sea administrativo en las mismas universidades o con empresas del sector privado y también en el sector público y hasta con organismos internacionales.

Lo que nos lleva directamente a establecer que de la gran mayoría de docentes en Guatemala sólo un grupo sería el potencial a escribir o publicar sus notas con el objetivo de formar un texto de estudio.

Lo más importante a considerar en este negocio es el compromiso de los docentes con la editorial para utilizar en una medida aceptable el libro como un insumo necesario e imprescindible para los estudiantes, para cursar su materia y aprobarla, el objetivo principal de establecer una editorial en el país y que publique obras creadas en el centro de estudios, es para evitar que los principales problemas que encuentran los docentes son los siguientes:

1. Son textos que representan temas de realidades externas que no demuestran lo que se desea analizar en nuestro medio.
2. Son manuscritos con ejemplos de difícil aplicación, ya sea por el costo del equipo de laboratorio, el trabajo de campo o otras circunstancias que impedirían el poder explicar la teoría que se desea explicar o que en otro caso solo confundiría a los estudiantes.
3. Textos que están realizados para programas de estudio, totalmente diferentes a los aprobados por las facultades, lo que conlleva o crear cambiar los cursos y las mismas carreras lo que no tendría sentido.
4. Existen textos sumamente elaborados para temas de estudio que por razones del balance que busca tener una carrera lo trata brevemente y también hay temas que nuestros programas locales necesitan explicaciones y conceptos amplios y con extensión en su desarrollo y si es posible con ejemplos detallados y concisos, pero que estos libros solo mencionan brevemente.

5. Existen también o existieron libros que coinciden con la que se desea trabajar pero que ya no existen porque la editorial en cuestión ya no los publicó y los tirajes están agotados, también a veces el precio de un texto puede volver inaccesible para su estudio.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Instrumentos a utilizar

Análisis de la demanda: para determinar la demanda se analiza el potencial completo y los requisitos solicitados por las coordinaciones académicas de las dos carreras en las dos facultades y se complementa todo el análisis con los mismos departamentos académicos de las universidades como es el mecanismo de demanda para los cursos que programan, utilizaremos una **entrevista documentada**, para establecer las cantidades que venden las editoriales el tipo de libros y los precios como los comparan, además determinaremos el tipo de apoyo y en que consiste y que ofrecen las editoriales a los departamentos.

Razones para la investigación descriptiva presente: sirve para proporcionarnos mas información sobre la forma y tamaño de los fenómenos, buscamos características de los usuarios y el producto específico, **se analizo al momento de las ventas** que influye en las compras **y que esta pasando en las librerías** y como se consigue la demanda para un libro en particular, este o no a la venta, y las distintas reacciones y las implicaciones de los estudiantes hacia sus maestros y de estos a las coordinaciones y los programas académicos de la facultad.

Alcances y limitaciones: el presente estudio se dirigirá únicamente a evaluar la prefactibilidad de producir libros de texto para Algunos de los cursos de las carreras de Administración de empresas e ingeniería

industrial que no tienen una bibliografía definida o desactualizada y si una necesidad fuerte de conseguir un material didáctico, actual y accesible. No se desarrollarán a detalle otras áreas de carreras universitarias.

Abarcará el desarrollo de un estudio de mercado, técnico y financiero los cuales se complementarán con una evaluación financiera.

Uno de los alcances de este estudio fue detectar algunos programas de curso sin una bibliografía específica lo que llevo a trabajar y desarrollar el análisis con esa información.

Para el desarrollo del proyecto, elección que fue basada en entrevistas directas a coordinadores de cursos específicos, para lograr una detallada descripción de las posibilidades de una propuesta viable.

Se entrevistó a una muestra de estudiantes de las carreras mencionadas y se buscó la aceptación de la propuesta.

Además se investigó en tres editoriales extranjeras con amplio catalogo con entrevistas a sus representantes.

Y entrevistas a gerentes de tres distribuidores de libros Universitarios importados y facilitación de datos de importación y de comercialización de los mismos.

Una de principales limitaciones del proyecto fue la falta información de las empresas nacionales que editan libros para la venta en pasillos.

No existe una fuente específica que indique a exactitud la cantidad de empresas que producen libros nacionales para las distintas solicitudes de coordinaciones particulares, solo se detecto producto en venta en pasillos y librerías universitarias.

Prototipos de libros de texto resultado del análisis inicial para desarrollar en esta etapa:

Libros de texto para los siguientes cursos:

Libro de Preparación y evaluación de Proyectos de inversión.

Libro de Investigación de Mercados, Teoría y Práctica con énfasis para la región Centroamericana.

Libro de Administración, Gerencia y Dirección de Empresas Pymes, Estilo cooperativas y empresas nacionales.

Características particulares de los libros-propuesta:

Estos libros de Texto se formaran con los programas de los cursos de las carreras de Administración de Empresas e ingeniería Industrial. De hecho serian elaborados por un Docente o grupo de docentes de los cursos o de las distintas universidades y apegados al total de sus programas académicos. Lo que tendrían como resultado de las mismas solicitudes de las coordinaciones académicas, enriquecidos con casos de empresas reales y de mucho prestigio en el ámbito nacional y centroamericano, consiguiendo con los catedráticos algún material no editado antes para mejorar los resúmenes, los cuadros de contenido, los ejercicios y ejemplos, fotografías y referencias a un ámbito mas nacional y que los alumnos puedan vivir de cerca las experiencias.

3.1.1. Segmentación del mercado

3.1.1.1. Población total en estudio

Todos los estudiantes universitarios inscritos en las carreras de Licenciatura en administración de empresas y en Ingeniería Industrial,

en las Universidades San Carlos, Rafael Landivar, Mariano Gálvez y Galileo.

Cursantes de los cursos Evaluación de Proyectos o Preparación y evaluación de Proyectos, Administración de empresas dos o Administración de Pequeñas empresas, mercadotecnia dos o Investigación de mercados.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Ingeniería

Escuela de Ingeniería Mecánica-Industrial

Cursos:

Preparación y Evaluación de Proyectos 1 Alumnos por año 600

Preparación y Evaluación de Proyectos 2 Alumnos por año 400

Mercadotecnia 2 Alumnos por año 300

Administración de Empresas 2 Alumnos por año 400

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas

Cursos:

Evaluación de proyectos Alumnos por año 500

Mercadotecnia 2 Alumnos por año 400

Teorías administrativas 3 Alumnos por año 500

Escuela de Auditoría

Curso:

Evaluación de Proyectos Alumnos por año 700

Teorías administrativas 3 Alumnos por año 400

Universidad Rafael Landívar

Facultad de Ingeniería

Escuela de Ingeniería Industrial

Cursos:

Preparación y evaluación de Proyectos Alumnos por año 200

Investigación de mercados alumnos por año 200

Administración de Empresas dos Alumnos por año 200

Facultad de Ciencias Económicas

Cursos:

Evaluación de Proyectos de Inversión Alumnos por año 400

Investigación de Mercados Alumnos por año 300

Teorías Administrativas tres Alumnos por año 350

Universidad Mariano Gálvez

Facultad de Ingeniería Industrial

Cursos:

Preparación y evaluación de proyectos Alumnos por año 200

Investigación de mercados alumnos por año 210

Administración de empresas dos Alumnos por año 90

Facultad de Administración de Empresas

Cursos:

Proyectos alumnos por año 1000

Investigación de mercados Alumnos por año 800

Administración dos Alumnos por año 800

Universidad Galileo

Facultad de Ingeniería Industrial

Cursos:

Preparación y evaluación de proyectos alumnos por año 250

Investigación de mercados alumnos por año 150

Teorías Administrativas dos Alumnos por año 180

Facultad de Idea Educación a Distancia

Cursos:

Evaluación de proyectos alumnos por año 1000

Investigación de mercados alumnos por año 800

Teorías administrativas tres alumnos por año 1100

Total de preparación y evaluación de proyectos No. 5250

Total de Investigación de mercados No. 3160

Total de Administración de empresas Pymes. Y familiares No. 4020

3.1.1.2. Metodología de la observación

Se utilizó el método de observación para calificar las acciones y hechos de la unidad de prueba (Catedráticos y Coordinaciones), en cuanto a la recomendación y utilización de los Libros de Texto.

Mediante esta investigación cualitativa se notó que tanto catedráticos como estudiantes utilizan como texto base, la compilación de autores y material de apoyo proporcionado por los catedráticos, en muchos casos fotocopiables.

Sin embargo, este hallazgo no puede establecer que los estudiantes no requieran un texto que les brinde una base teórica acorde con las exigencias académicas.

3.1.1.3. Coordinaciones académicas

Los departamentos de coordinación académica, de las carreras de administración de empresas y de ingeniería industrial, de las cuatro universidades en estudio, aunque tienen en sus atribuciones una serie de trabajos administrativos que van desde contactar y contratar a los catedráticos y auxiliares de cátedra, también tienen que mantener actualizado el programa académico de cada curso que administran, también coordinan capacitaciones y conferencias con catedráticos y con estudiantes todo buscando mejorar y estar en la vanguardia de el conocimiento vigente de las materias de estudio, y es aquí donde entran las editoriales y su labor de promoción porque ellos llevan sus catálogos y las novedades recién impresas para su análisis, se complementan muchas de las necesidades que se presentan en las coordinaciones de cursos, regularmente estos departamentos entre las distintas universidades tienen algunas diferencias de objetivos educativos y la forma en que van abordando los estudiantes estos cursos, según avanzan en sus cursos y los requisitos que se les piden, resultan bastante similares los programas aprobados al momento, y las coincidencias que se encuentran son muy parecidas a lo que como resultado de unir los criterios solicitados estaremos definiendo como los principales conceptos y así los definiremos en este estudio.

El propósito de las facultades en estudio, en las siguientes universidades: **(San Carlos, Rafael Landívar, Mariano Gálvez y Galileo)** Es brindar al estudiante de ciencias económicas **en la carrera de Administración de Empresas y de Ingeniería Industrial**, la base general que le permita comprender los conocimientos específicos de su profesión, los cuales aplicaran en la práctica y que tienen un carácter particular, pero que forman parte de un conocimiento más general.

Algunos de los Objetivos comunes más importantes pueden ser:

- Comprender la realidad de la sociedad Guatemalteca.
- Utilizar un Lenguaje actualizado y académico, con capacidad de comunicación
- colaboración entre Profesionales.

Desarrollar su capacidad de investigación, en el área social y económica, mediante la aplicación de técnicas y demás instrumentos científicos.

3.1.2. Tamaño de la muestra

3.1.2.1. Cálculos de la muestra representativa

La investigación exploratoria nos brinda un panorama general y muy claro acerca del fenómeno a estudiar, que para este estudio se refiere a la poca adquisición aun conociendo de la gran cantidad de alumnos y su poca demanda de libros de texto en los cursos de:

- 1) Preparación y evaluación de Proyectos de inversión.
- 2) Investigación de Mercados, Teoría y Práctica con énfasis para la región Centroamericana.
- 3) Libro de Administración, Gerencia y Dirección de Empresas Pymes, Estilo cooperativas y empresas nacionales.

Para obtener la información necesaria se recurrió a la investigación cualitativa a través de la observación y la entrevista a los alumnos de estas materias en las carreras de Administración de empresas y de Ingeniería Industrial, donde se pretende ahondar para descubrir las causas que originan el problema objeto de estudio.

Fórmula de cálculo de la muestra representativa

P= proporción que utilizan libros según investigación exploratoria

Q= proporción que no usan libros

N= numero de alumnos del Universo en estudio

S=precisión buscada en el estudio de mercado

N= numero de alumnos de la muestra

$$S = \sqrt{\frac{pq}{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} \quad \text{o} \quad S_2 = \frac{Npq}{n-1}$$

$$\text{Precisión} = \pm 2 \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

Donde

$$n = \frac{pq}{(\text{Precisión} / 2)^2}$$

$$n = \frac{(0.7)(0.3)}{(0.05 / 2)^2}$$

$$n = 0.21 / 6.25 \times 10^{-4} = 336$$

Se efectuaron 336 encuestas en 33 celdas de Estudio.

10 en cada curso en estudio.

Descripción de los departamentos donde cursan materias los que se entrevistaron para el estudio presente.

Universidad de San Carlos:

Facultad de Ingeniería;

Escuela de Mecánica Industrial,

Curso Administración de empresas dos,

Curso Mercadotecnia dos (Investigación de Mercados),

Curso preparación y evaluación de Proyectos uno

Curso preparación y evaluación de Proyectos dos

Facultad de Ciencias económicas;

Escuela de Administración de empresas,

Departamento de Teoría Administrativa.

De Cursos, Teorías Administrativas tres y

Evaluación de Proyectos empresariales.

Departamento de Mercadotecnia.

Curso, Mercadotecnia dos (Investigación de Mercados).

Departamento de Auditoría y contaduría pública

Curso, Evaluación de Proyectos

Curso, Teorías Administrativas 3

Total Entrevistas, 90

Universidad Rafael Landívar

Facultad de Ingeniería;

Área Administrativa:

Cursos: preparación de proyectos, Investigación de mercados, Teorías administrativas dos.

Facultad de Ciencias Económicas;

Mercadotecnia,

Curso: Investigación de mercados,

Teorías Administrativas;

Cursos: Evaluación de Proyectos, Teorías administrativas tres.

Total entrevistas, 60

Universidad Mariano Gálvez

Facultad de Ingeniería Industrial,

Jornadas Matutina y Vespertina,

Cursos: Administración de empresas dos, Investigación de mercados, Preparación de proyectos.

Jornada Sabatina,

Cursos: Administración de empresas dos, Investigación de mercados, Preparación de proyectos.

Facultad de ciencias económicas, licenciatura en Administración de Empresas,

Jornadas Matutina y Vespertina,

Cursos: Administración de empresas tres, mercadotecnia tres (Investigación de mercados), evaluación de proyectos 1.

Jornada Sabatina,

Cursos: Administración de empresas tres, mercadotecnia tres (Investigación de mercados), evaluación de proyectos 1.

Total entrevistas, 120

Universidad Galileo

Facultad de Ingeniería Industrial,

Jornadas Matutina y Vespertina,

Cursos: Teorías de la administración dos,

Investigación de mercados,

Preparación y evaluación de proyectos.

Facultad de Fisicc Idea, licenciatura en Administración de empresas con 6 especialidades.

Teorías Administrativas,

Curso, Teoría de la administración dos.

mercadotecnia,

Curso, Investigación de Mercados.

de Proyectos,

Curso, Proyectos 1.

Total entrevistas, 60

Total de todas, entrevistas. 330 entrevistas

3.1.3. Encuesta

3.1.3.1. Descripción de la encuesta

Se trabaja con estas entrevistas porque se establecerá directamente los cursos que no tienen texto oficial, los cursos que si tienen un texto recomendado y como solucionan los profesores junto a sus coordinadores académicos las diferencias que deben llenar para completar el curso con los alumnos.

En esta entrevista se busca establecer como internamente las coordinaciones académicas acuerdan la sugerencia de texto con las editoriales y librerías para el siguiente ciclo de cursos, como

internamente deciden la bibliografía que recomendaran y que solicitan a las editoriales, también es muy importante conocer que áreas logran cubrir muy bien y cuales están desatendidas.

3.1.3.2. Entrevistas elaboradas para los estudiantes

Se diseñó especialmente esta entrevista con doce preguntas porque ya se tiene una propuesta y se desea analizar su aceptación y las debilidades de los libros existentes, porque en estos dos efectos esta la viabilidad de seguir adelante con las propuestas, Ver el ejemplo en los anexos.

3.1.3.3. Metodología de la entrevista

Se explica que se solicitara información y se mencionara que es de única utilidad de la investigación que se esta realizando, ofreciendo la total confidencialidad de la información aportada.

En el momento de la entrevista, la persona que la efectúa, leerá cada pregunta y solicitara la respuesta o respuestas de forma estructurada utilizando ciertas sugerencias como tomar decisión de uno u varias opciones.

Se dará tiempo a contestar y si es necesario se puede dar mas tiempo después para completar las preguntas con la información que sea importante.

3.1.3.4. Procedimiento para las entrevistas

Para efectuar la entrevista tomaremos en cuenta lo siguiente:

Es muy importante que se comente desde el inicio de el objetivo de la entrevista y es que se esta proponiendo este producto elaborado a la

medida, porque así cada profesor y alumno tendrá en cuenta en comparar a los libros que actualmente an adaptado a sus necesidades.

Con la búsqueda de poder diseñar con total libertad un programa de curso mas apegado a los objetivos de la facultad a que pertenecen y así mostrar cuales son las características mas importantes que se buscan en cada libro de texto, dando oportunidad a dejar abierta la colaboración en el futuro de la elaboración y publicación de un libro de texto totalmente adaptado a sus programas y a la demanda en general del país.

Como se busca que los alumnos tengan mas libertad, se diseñó la encuesta buscando solo los detalles mas relevantes de la experiencia de los alumnos para el momento que se auxilian de un libro de texto para comprender su curso de estudio y también cuales son las principales carencias que encuentran.

Es relevante que se tenga el mejor panorama posible de la situación, por lo que la encuesta busca tener un perfil claro de la situación y así dirigirnos a los elementos mas claros de la demanda y que nos darán la viabilidad para formar una empresa editorial.

3.1.3.5. Respuestas de la encuesta efectuada a los alumnos

Respuestas a la pregunta número 1

Carreras que cursan los alumnos:

Licenciatura en Ingeniería Industrial
Licenciatura en Administración de empresas
Licenciatura en Contaduría Pública
Licenciatura en Mercadotecnia
Licenciatura en Economía.

Respuestas a la pregunta número 2

Universidad de San Carlos,
Facultad de Ingeniería, Área Administrativa:
Preparación y Evaluación de proyectos 1 y 2
Mercadotecnia 2
Facultad de Ciencias económicas, Área de mercadeo
Mercadotecnia 3

Universidad Rafael Landívar:
Facultad de Ingeniería, Departamento de administración,
Investigación de mercados, Preparación de Proyectos, administración 3
Facultad de Ciencias económicas,
Administración 2, preparación de proyectos, Investigación de mercados.

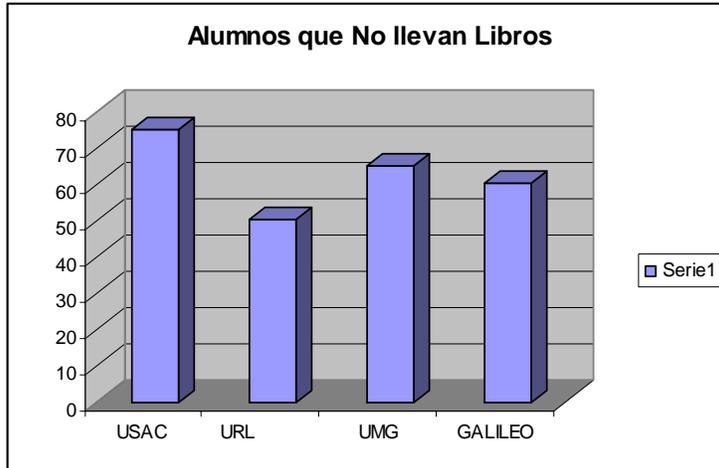
Universidad Mariano Gálvez:
Facultad de ciencias económicas:
Administración 3, Investigación de mercados, evaluación de Proyectos
Facultad de Ingeniería
Administración 2, marketing 2, Proyectos.

Universidad Galileo:
Facultad de Idea
Administración 4, proyectos 1, Investigación de mercados
Facultad de Ingeniería
Administración 2, Preparación y evaluación de proyectos, mercadotecnia 2

Figura 2. De la pregunta número 3

Porcentaje de estudiantes que **no** llevan un libro de texto de forma obligatoria por Universidad:

USAC	75%
URL	50%
UMG	65%
GALILEO	60%



Porcentaje de estudiantes que **sí** llevan un libro de texto de forma obligatoria por Universidad:

USAC	25%
URL	50%
UMG	35%
GALILEO	40%

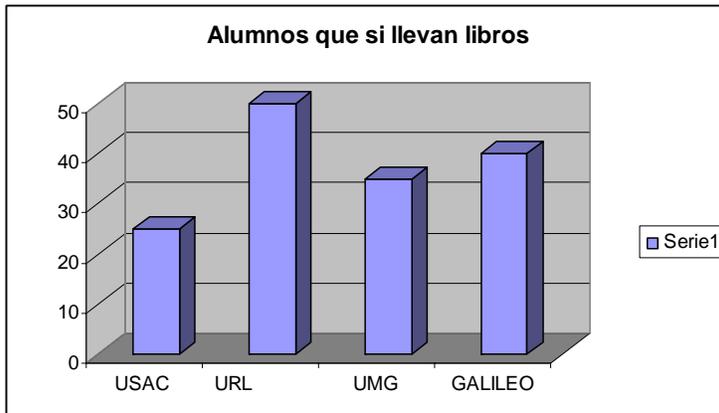
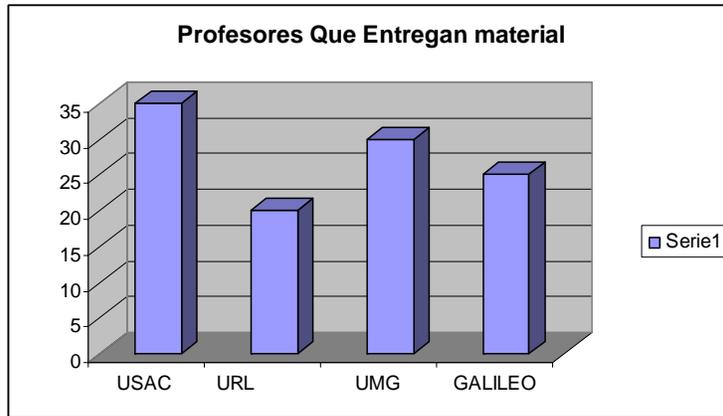


Figura 3. De la pregunta número 4

Porcentaje de PROFESORES que entregan material adicional por Universidad:

USAC 35%
URL 20%
UMG 30%
GALILEO 25%



Porcentaje de PROFESORES que NO entregan material adicional por Universidad:

USAC 65%
URL 80%
UMG 70%
GALILEO 75%

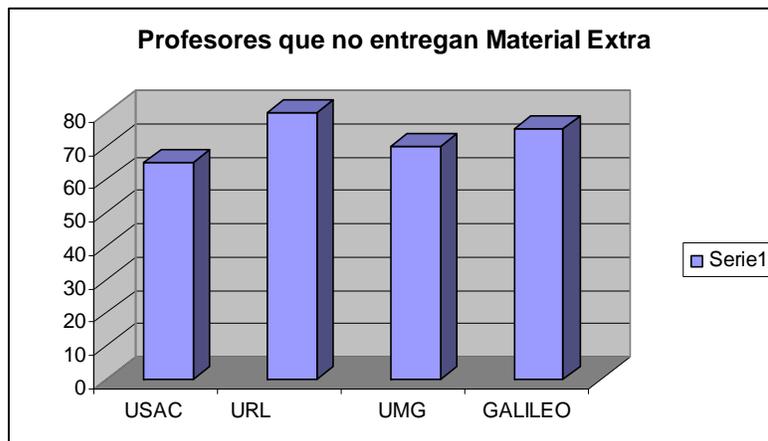
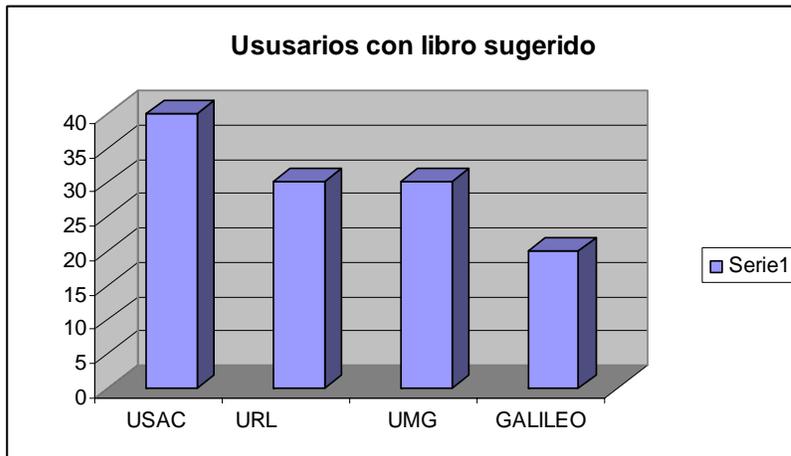


Figura 4. De la pregunta número 5

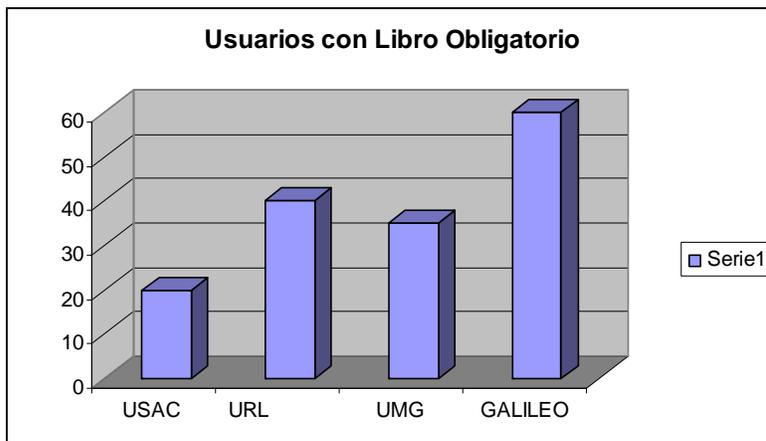
Porcentaje de usuarios con libro sugerido.

USAC 40%
URL 30%
UMG 30%
GALILEO 20%



Porcentaje de usuarios con libro obligatorio.

USAC 20%
URL 40%
UMG 35%
GALILEO 60%



Porcentaje de usuarios con libro optativo.

USAC 40%
URL 30%
UMG 35%
GALILEO 20%

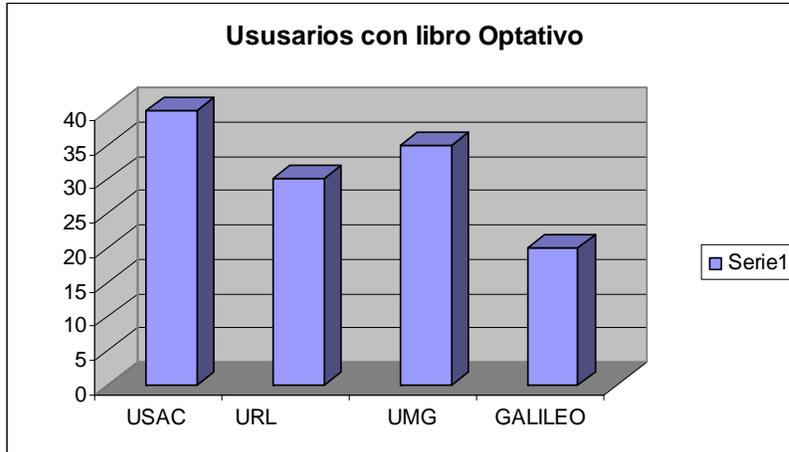
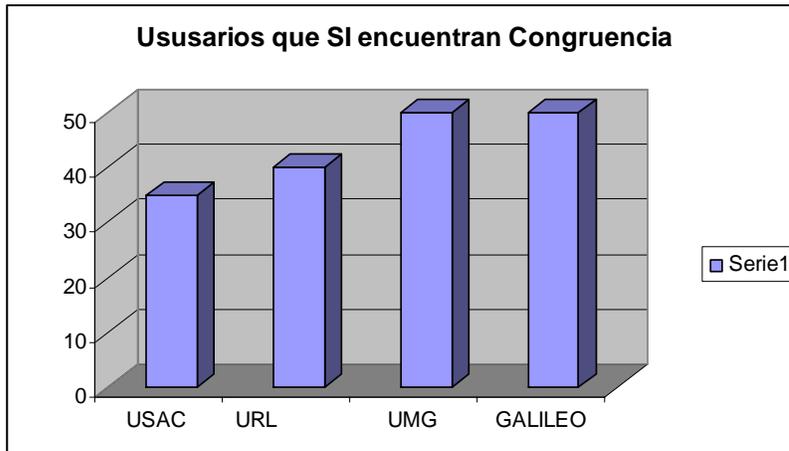


Figura 5. De la pregunta número 6

Porcentaje de usuarios que SI encuentran congruente su libro con el programa.

USAC 35%
URL 40%
UMG 50%
GALILEO 50%



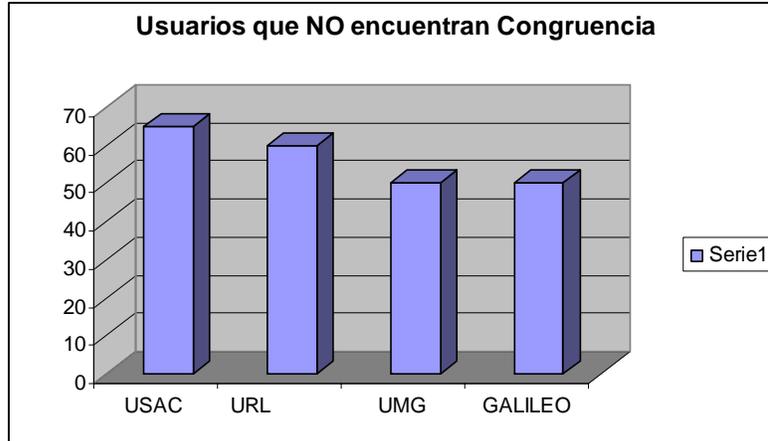
Porcentaje de usuarios que NO encuentran congruente su libro con el programa.

USAC 65%

URL 60%

UMG 50%

GALILEO 50%



Respuestas a la pregunta número 7

Porcentajes de los campos respondidos:

CAMPOS:

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

20% 15% 15% 20% 15% 15%

Respuestas a la pregunta número 8

Características más mencionadas en las encuestas:

Mejor adaptación de Los libros a la realidad de cada país.

Más casos de estudio acorde a Latinoamérica.

Más ejercicios y respuestas.

Más acceso a tecnología de Internet con autores y otros profesores.

Mejores explicaciones de los temas de clase.

Respuestas a la pregunta número 9

Temas importantes y no encontrados en sus libros consultados, más mencionados en las encuestas:

Preparación y Elaboración de proyectos:

Como elaborar los cálculos de las muestras en el estudio de Mercado,

Como elaborar cálculos técnicos en empresas de servicio,

Mejores explicaciones y más ejemplos de los cálculos financieros.

Como investigar el Impacto económico del proyecto.

Como analizar el impacto Social del proyecto y mas ejemplos.

Como analizar un proyecto de índole social

Investigación de Mercados:

Como identificar y documentar una necesidad real en la Investigación Exploratoria.

Como Elaborar Los cálculos de Las muestras y Ejemplos mas detallados en casos reales.

Como Presentar mejores resultados y vender los resultados de los estudios de Mercado.

Mas herramientas digitales de llenar y seguir para una mejor didáctica de una investigación de mercados.

Administración de Empresas:

Como separar la administración de los vínculos familiares en las empresas de Familias,

Como Valorar una empresa que tiene múltiples actividades.

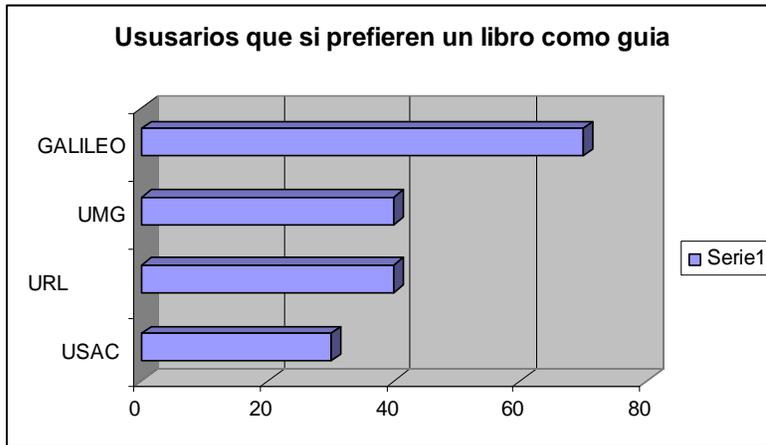
Como Preparar un plan estratégico en una empresa que ha caminado por años sin uno.

Cuando, como y porque contratar gerentes en cooperativas empresariales.

Figura 6. De la pregunta número 10

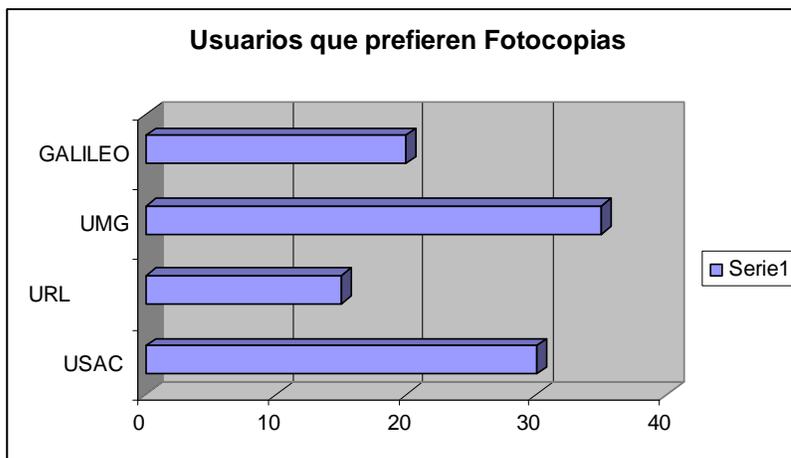
Porcentaje de usuarios sin un libro de texto que si prefieren un Libro como guía del curso.

USAC 30%
URL 40%
UMG 40%
GALILEO 70%



Porcentaje de usuarios sin un libro de texto que prefieren Fotocopias.

USAC 30%
URL 15%
UMG 35%
GALILEO 20%



Respuestas a la pregunta número 11

Lugares por universidad donde prefieren comprar sus libros de texto.

USAC

Ingeniería, Librería de la facultad,
Económicas, Librería de la facultad.

URL

Librería de la Universidad.

UMG

Librería de la Universidad o en zona 1

GALILEO

Librería de la Universidad o en zona 4

Figura 7. De la pregunta número 12

Cual sería el rango de precios mas cómodo para su libro de estudio para un el curso completo

Q 120.00 a Q 150.00,

Q151.00 a Q 180.00,

Q 181.00 a Q 220.00

Porcentaje asociado:

30%

45%

25%



3.1.4. Investigación de fuentes primarias

3.1.4.1. Resultados de la investigación de fuentes primarias

Este análisis nos llevó a proponer algunas ideas y así buscar algunas respuestas que puedan ayudarnos a definir la propuesta que nos llevara a evaluar la factibilidad de realizar este proyecto.

En la actualidad se tiene numerosos cursos tanto en la Universidad de San Carlos, como en algunas Universidades Privadas, donde no se cuenta con un texto definido que pueda ser adquirido por los alumnos y a la vez tienen que estar buscando copias borrosas de otros libros editados en países donde la comercialización hacia Guatemala no se da y entonces ellos recurren a fotocopias donde inclusive no se tiene el autor del material, ni se tiene la edición que representa o el año y que editorial la respalda.

Nuestras fuentes primarias que serán los coordinadores académicos de los cursos de las carreras en estudio, serán los que nos indicaran las necesidades que se deben llenar por los programas académicos, y establecer cuales serán los capítulos que los libros tendrán necesariamente y que nivel de conocimientos, ejemplos, casos, cuadros, ejercicios son necesarios para las aspiraciones académicas de los programas educativos.

3.1.4.2. Libros para la edición propuestos por los autores

También se trabajará un proceso de búsqueda de libros en Proyecto, que algún autor, tenga ya desarrollado pero no ha trabajado todo el proceso de edición, diagramación y la posibilidad de imprimirlo y comercializarlo, los vendedores tendrán la misión de encontrar este tipo de proyectos y garantizar su desplazamiento, se buscará que tenga una demanda promedio de 500 unidades el primer año, la gran ventaja es que no hay que invertir tiempo en todo el proceso de

investigación de autores y análisis de contenido sino que se procede a editarlo, presentarlo a dirección y si su comercialización esta segura, se procede a imprimir y comercializar, se ofrecerá un margen mas amplio de Regalías a el autor para animarlo a trabajar con la editorial, será como un servicio a la comunidad Universitaria y un ingreso extra para la empresa.

3.1.4.3. Análisis de resultados de la demanda

- El porcentaje de alumnos de los cursos y que no utilizan libros de forma complementaria en su curso es alta. Entre el 50% y el 75%.
- El número de profesores que entrega material de estudio de forma abundante es pequeño por los gastos que ocasiona.
- El porcentaje de alumnos con un libro sugerido y/o Optativo es suficiente para ofrecerles un material de estudio extra. Entre 20% y 40%.
- Los alumnos que en sus cursos encuentran que son incongruentes con la bibliografía, y además hay dificultad para acercar y comparar la realidad de países con estructuras económicas más amplias y grados de desarrollo más avanzados nos da una especial oportunidad para presentar una alternativa. Entre 50% y 65%.
- Las propuestas de características y los temas que no se consiguen con un grado de análisis en profundidad, son realmente relevantes para formar una propuesta coherente de propuesta para los distintos libros.
- La proporción de estudiantes que preferirían una guía didáctica extra a la cátedra solamente y también material de estudio es importante para los efectos buscados en este estudio donde deseamos encontrar una demanda no atendida.
Entre 30% y 70%

- Los lugares escogidos por los alumnos en una proporción importante están en sus propios centros de estudio o zonas muy cercanas.
- La disponibilidad económica de los alumnos también está dentro de un rango bajo de pago comparado con los precios que piden las editoriales en las librerías. Entre Q151.00 a Q 180.00. está el mayor porcentaje.

3.1.4.4. Matriz de datos

Principales consumidores

(AÑO 2005)

Tabla I. Proporción de consumo de libros

Universidad	Porcentaje de participación en el mercado
Universidad de San Carlos	35%
Universidad Rafael Landívar	30%
Universidad Mariano Galvez	20%
Universidad Galileo	10%
Otras	5%

Fuente: librerías IGA 2005

Figura 8. Gráfica de la tabla I



3.2. Determinación de la demanda

Tabla II. Cuadro de alumnos por Universidad y facultad.

Facultad	Universidad	cursos-libro propuesto	
	Proyectos	Inv. de mercados	Administración
USAC			
Ingeniería	1000	400	400
Económicas	1200	400	1000
URL			
Ingeniería	200	300	300
Económicas	400	400	400
UMG			
Ingeniería	200	310	300
Administración	1000	800	800
GALILEO			
Ingeniería	250	350	280
Administración	1000	800	1100
Totales	5250	3760	4580
Porcentajes			
Que ya usan.	30%	1575	1130
Que No usan.	70%	3675	2630
Porcentajes			
Que comprarían 60%			
Optativo/Sugerido	2200	1600	2000

Situación actual de la demanda para una editorial nacional:

Factores del exterior del proyecto:

Oportunidades:

Ampliar el mercado de la venta de libros de texto:

En una situación como la actual, donde aun encontramos bastantes necesidades de proponer más opciones, las coordinaciones están solicitando que se amplíe la propuesta editorial, muchos de los libros pueden ser bien recibidos.

Crecimiento de ventas para las librerías Universitarias:

Con la aceptación lograda en la coordinación académica, las librerías estarán ampliando sus ventas con libros que serán demandados.

Amenazas:

Compilaciones bibliografías realizadas por los docentes de las carreras universitarias:

También la posibilidad de no actuar rápido llevaría a que se presentaran propuestas por algún grupo de catedráticos imprimiendo algún folleto, que luego dificultaría y retrasaría la propuesta que pudiera llevar la editorial propuesta.

La competencia de las otras Editoriales:

El existir un sector no atendido, puede que lleve a una editorial extranjera, desarrollar una propuesta que al tiempo evite que salga algún producto con mayor éxito, luego.

Búsqueda de información de Internet:

En la actualidad, estamos en un tiempo donde cada día es mas fácil adquirir todo tipo de conocimiento a través de la red de información, lo que deja como espacio entre una masa de datos y un producto educativo es el formato fabricado a la medida de los clientes y con una dedicación especial a el tipo de programa educativo que se lleva.

Fotocopias de libros de texto por parte del estudiante:

También es dado por algún curso y propiciado a veces por los mismos docentes, el dar un paquete de fotocopias que luego llenen una parte de las necesidades bibliográficas, tanto de los mismos estudiantes como de la parte docente.

Fortalezas:

Libros mejor enfocados a los cursos estudiados:

El tener un completo análisis editorial de los programas y hacer coincidir los programas, con el texto y realmente resolver muchas de las inquietudes y necesidades, Fortalece el producto a un buen plazo.

Alta calidad de producto:

El Producto por ser necesario para un uso intenso durante el ciclo de los cursos, llevando un maltrato común y luego se busca su conservación a largo plazo para futuras consultas, hace que la consideración de la calidad de los materiales y su elaboración sea importante de considerar si pensamos a mediano plazo para la empresa

Capacidad de cubrir la demanda:

Un elemento claro de fortaleza para una empresa que edite y publique libros de texto es que tenga una capacidad de responder a la demanda según las cantidades y poder adaptarse a los cambios bruscos en algunos casos se den.

Debilidades:

Precios de productos pueden ser altos:

Es muy sensible el factor precio como vimos en las encuestas y como se vera en el análisis de precios es toda una herramienta decisiva el manejo de los precios.

Falta de conocimiento de los cursos:

El hacer mal la Edición al no contemplar todas las posibilidades puede dejar fuera algún sector importante que luego no compraría los textos.

Falta de promoción de ventas:

La posibilidad de no preparar un buen plan de visitas de promoción y ventas, luego de seguimiento y servicio, nos lleva a tener un posible problema de no atender un mercado que luego se puede lamentar su no facturación.

Plan comercial de ventas de los libros editados por la editorial:

Tabla III. Plan comercial

PLAN DE COMERCIAL DE PUBLICACION DE LIBROS DE TEXTO								
PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS								
N°	Autor/Autores	Título	Editor	Promotor Responsable	Ventas del Primer Año	Ventas del Primer Año	Ventas del Segundo Año	Ventas del Segundo Año
					Estimada	en quetzales	Estimada	en quetzales
1	Autor/Autores	Preparacion y evaluacion de proyectos	Editor 1	promotor 1 y 2	2200	Q330,000.00	1800	270000
4	Autor/Autores	4 Libro-proyecto analizado	Editor 1	promotor 1			1000	150000
2	Autor/Autores	Investigacion de Mercados con enfasis en CA	Editor 2	promotor 1 y 2	1600	Q240,000.00	1000	150000
5	Autor/Autores	5 Libro-proyecto analizado	Editor 2	promotor 2			1000	150000
3	Autor/Autores	Guia de Administracion de Empresas PYME y Fam.	Editor 2	promotor 1 y 2	2000	Q300,000.00	1500	225000
6	Autor/Autores	6 Libro-proyecto analizado	Editor 1	promotor 1			1000	150000
a	Autor	Libro propuesto por autor No. 1	Editor 1	promotor 1	600	Q51,000.00	400	34000
b	Autor	Libro propuesto por autor No. 2	Editor 1	promotor 1	600	Q51,000.00	400	34000
c	Autor	Libro propuesto por autor No. 3	Editor 2	promotor 2	600	Q51,000.00	400	34000
d	Autor	Libro propuesto por autor No. 4	Editor 2	promotor 1			500	42500
e	Autor	Libro propuesto por autor No. 5	Editor 1	promotor 1			500	42500
f	Autor	Libro propuesto por autor No. 6	Editor 2	promotor 2			500	42500
					7600	Q1,023,000.00	10000	Q1,324,500.00

Definición resultante del producto solicitado:

- Libro de texto que debe ser coherente con el Programa del curso en estudio.
- Diseño de anexos con formas en blanco para llenar y formar casos de estudio completo.
- Secuencia de los libros en los casos de análisis, como solucionar el caso de algún tema durante el avance del tema de estudio.
- Los libros de texto de ser posible deben presentar Diagramaciones agradables a la vista y diseñados para largas jornadas de estudio, así como espacios en blanco estratégicamente ubicados para agregar anotaciones.
- Cuando se aborda un tema en particular las explicaciones deben ser amplias y graduales y las ejemplificaciones ser claras y lógicas. Porque muchas veces hay fallas en la parte de los ejemplos.
- Cuando se presenta la teoría, de ser posible tener Casos de situaciones reales para ejemplificar y sus soluciones y explicaciones mantener un formato de Análisis, Planteamiento y solución.
- En el final de cada capítulo los Resúmenes de estos son muy importantes para los repasos así como los ejercicios de ser posible ser abundantes y presentar progreso gradual en la dificultad sin saltos bruscos.

3.2.1. Universidades

Definición y características generales de los compradores potenciales información y descripción de las principales universidades en Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala:

1.1. USAC; es la universidad más grande de Guatemala y representa el 50% del mercado de libros universitarios en el país; cuenta con las siguientes facultades:

- 1.1.1. Facultad de Ingeniería (10 carreras)
- 1.1.2. Facultad de Arquitectura (2 carreras)
- 1.1.3. Facultad de Medicina
- 1.1.4. Facultad de Odontología
- 1.1.5. Facultad de Química y Farmacia (5 carreras)
- 1.1.6. Facultad de Ciencias Económicas (3 carreras)
- 1.1.7. Facultad de psicología (3 carreras)
- 1.1.8. Facultad de Ciencias de la Comunicación (2 carreras)
- 1.1.9. Facultad de Veterinaria
- 1.1.10. Facultad de Derecho (2 carreras)
- 1.1.11. Facultad de Humanidades (3 carreras)
- 1.1.12. EFPEM (Escuela de Formación de Profesorados de Enseñanza Media)
- 1.1.13. Maestrías (8 carreras)

A pesar de representar el 50% del mercado y poseer el mayor número de alumnos, la universidad nacional cuenta con el menor porcentaje de compra a nivel universitario, esto es debido al poder adquisitivo de sus estudiantes, "cultura de la fotocopia", principalmente la tendencia a la no recomendación y exigencia de textos actualizados, gracias a una labor de promoción de las diferentes editoriales este

panorama esta cambiando poco a poco, es decir que ya año a año se ve incrementos del porcentaje de compra debido a la necesidad de información y actualización de esta así como la educación a los catedráticos de la importancia del uso de texto.

Universidad Rafael Landivar:

Comprende con siete facultades y ocho sedes regionales, con 20 carreras con grado de licenciatura y técnicos universitarios, cuenta con 6 programas de maestrías.

1.2. URL; es la segunda universidad Fundada del país. Cuenta con las siguientes facultades:

1.2.1. Facultad de Ciencias Económicas (6 carreras)

1.2.2. Facultad de Ingeniería (5 carreras)

1.2.3. Facultad de Psicología (2 carreras)

1.2.4. Facultad de Arquitectura (3 carreras)

1.2.5. Facultad de Hotelería y Turismo

1.2.6. Facultad de Humanidades.

1.2.7. Maestrías (3 carreras)

Además, cuenta con sedes departamentales ubicadas en Antigua Guatemala, Escuintla, Zacapa, Jutiapa, Retahuleu y Coban.

La tendencia de esta universidad es hacia la adquisición de libros de texto cada vez mas novedosos aunque debido a las reestructuraciones de pensum que viven algunas facultades, la tendencia se orienta hacia libros menos complejos y completos, es decir buscan aquellos que se adapten a la medida (libros de negocios).

Esta universidad esta a la vanguardia de la innovación a nivel mundial.

Universidad Mariano Galvez:

Cuenta con siete facultades y veinte carreras con grado de licenciatura, veinticinco carreras técnicas, ocho maestrías y un doctorado, actualmente cuenta con 20 sedes regionales en la mayoría de los departamentos.

1.3. UMG; es la segunda universidad en número de estudiantes. Cuenta con las facultades de:

1.3.1. Facultad de Ciencias Económicas (jornadas matutina, vespertina y sabatina)

1.3.2. Facultad de Ingeniería (4 carreras)

1.3.3. Facultad de Arquitectura

1.3.4. Facultad de Psicología (2 carreras)

1.3.5. Facultad de Derecho

1.3.6. Maestrías (4 carreras)

1.3.7. SINDE (Diplomado en Ventas - 2 carreras)

También cuenta con sedes departamentales que funcionan en jornada plan fin de semana.

Esta universidad tiende hacia la compra de libros económicos. Su tendencia es buscar libros de texto complementarios debido a su bajo costo pueden adquirir en un mismo curso hasta 5 títulos diferentes (Editorial Norma).

Universidad Galileo:

En la actualidad tiene cinco facultades que imparten 20 carreras con grado de licenciatura en plan regular y también a distancia, 25 carreras técnicas y 10 maestrías en distintas especialidades de comunicaciones, administración y de informática, tiene cuarenta sedes en todo el país y otras zonas de la ciudad capital pero son para atender a sus estudiantes de carreras a distancia.

La universidad cuenta con el departamento de FISICC-IDEA que es el encargado de extensiones y estudios a distancia así como la Facultad de Ingeniería y Computación, y cuenta con centros de estudios ubicados en colegios en las diferentes zonas de la ciudad, así como en los diferentes departamentos del país. Ofrece una gran variedad de carreras a nivel técnico con opción para continuar una licenciatura, dichas carreras están orientadas a la computación y a las ramas de ciencias económicas y negocios principalmente. Cuenta actualmente con 14,000 estudiantes siendo estos de un poder adquisitivo bajo.

La tendencia de la universidad es adquirir los mejores libros de texto que se encuentren a nivel mundial sin importar el idioma en que se encuentren, los catedráticos exigen libros de texto actualizados, aunque FISICC-IDEA tiende a buscar libros económicos y prácticos (negocios).

Universidad Francisco Marroquín:

Cuenta con 6 facultades que ofrecen 20 carreras de licenciatura 6 carreras técnicas y 8 maestrías.

Es la cuarta en el país en cantidad de alumnos. Posee las siguientes facultades:

Facultad de Ciencias Económicas (2 carreras)

Facultad de Arquitectura

Facultad de Medicina

Facultad de Humanidades

Facultad de Derecho

Facultad de Psicología (5 carreras)

Maestrías ESEADE (5 carreras)

3.2.2. Número de alumnos inscritos

Número de alumnos inscritos en el 2004 en las Instituciones de Educación Superior en Guatemala.

Tabla IV. Numero de alumnos por universidad

Universidad	Matricula global	Porcentajes
Universidad de San Carlos de Guatemala	115,725	49.0
Universidad Mariano Gálvez de Guatemala	32,846	13.5
Universidad Rafael Landivar	21,500	9.1
Universidad Francisco Marroquin	11,750	5.0
Universidad del Valle de Guatemala	4,540	1.9
Universidad Rural	6,206	2.8
Universidad del Istmo	1,670	0.9
Universidad Galileo	36,716	15.6
Universidad Panamericana	1,361	0.5
Universidad Mesoamericana	3,955	1.7
Total	236,269	100

Fuente: Datos con Información del Concejo de la Educación Superior (CSEP)

La Totalidad de los alumnos en todas las carreras, nos es de sumo interés al compararlo con la Importación de libros de texto de el extranjero al ver la tan reducida demanda de este producto y que existe un amplio espacio para ofrecer Libros de texto para los cursos que se llevan en las Carreras Universitarias.

3.3. Determinación de la oferta

Instrumentos a utilizar en la determinación de la oferta: La oferta se analizo mediante un análisis de presencia física en librerías; Para conocer las publicaciones que se comercializan y las que demandan los mismos alumnos, porque es el producto que nos puede ser útil comparar con la demanda y conocer sus debilidades que puedan presentarse. Esto también trae el comportamiento histórico de los últimos años y podemos pronosticar los cambios que pueden llegar a darse.

Y la segunda parte se analizo a través de entrevista a directores o encargados de Librerías.

Resultados de la investigación Exploratoria: Lo más importante de la investigación exploratoria es que se logro establecer rápidamente y con exactitud donde hay necesidades bibliograficas para complementar los cursos y presentar propuestas para analizar.

El mecanismo utilizado fue realizar visitas a Librerías y coordinaciones académicas, platicas con docentes y estudiantes en el inicio de semestre y conocer las necesidades que resaltaron en estos lugares.

Luego de conocer los libros que se tienen a la venta o están agotados en las librerías que atienden cuatro universidades **San Carlos, Rafael Landívar, Mariano Gálvez y Galileo.**

Pasamos a conocer para qué cursos se están atendiendo estas ventas, y logramos establecer las siguientes conclusiones.

Existen tres cursos comunes de las carreras de administración de empresas e ingeniería Industrial, y que son obligatorios para otras carreras comunes pero administrados por las coordinaciones mencionadas y concuerdan totalmente las mismas carencias y necesidades de adaptación, lo que nos da la oportunidad buscada para el inicio de Operaciones de edición y promoción de la empresa editorial que vamos a proponer.

Tabla V. Cursos propuestos y libros importados

Cursos propuestos al análisis:

-Preparación y evaluación de proyectos, O Evaluación financiera de proyectos de factibilidad.
--

-Investigación de Mercados o mercadotecnia 2.

-Administración de empresas 3 o 4.

Listados de títulos publicados sobre los temas de la competencia,

Encontramos en las librerías los siguientes libros:

-Libros de Evaluación y preparación de proyectos, año 2000
Autores, Baca Urbina y Sapag, Sapag.
Editorial Mcgraw Hill Interamericana.
-Libros de Investigación de Mercados, año 2000 y 2004
Autores Kinneer y Kinneer y Naresh Malhotra.
Editoriales Mcgraw Hill Interamericana y Pearson Educación.
-Libro de Administración de Pequeñas empresas de Anzola. Año 1993
Editorial Mcgraw Hill Interamericana

Las principales características que muestran son: Libros editados primero en Ingles en algunos casos por autores reconocidos en el medio de

la especialidad, y también publicados directamente en español, por autores con prestigio en su comunidad académica y empresarial.

Contienen una estructura didáctica muy completa en casos, ejemplos de casos reales de empresas, ejercicios al final de cada capítulos, cuestionarios y resúmenes de contenido. Apoyo didáctico extra para el profesor principalmente en los libros de Universidades estadounidenses, elaborados por el autor y sus colaboradores, como es el caso de cuestionarios para los alumnos y para elaboración de exámenes, soluciones y recomendaciones a los casos propuestos en el libro y ayuda visual en cintas de video para ilustrar casos presentados y con sugerencias por el autor.

En el caso de los libros traducidos, presentan casos muy orientados a investigaciones de mercado de otras regiones, y regularmente los libros editados en México, Colombia y Chile, están muy enfocados en sus países lo que dificulta su adaptación al territorio centroamericano.

También es característica la utilización de herramientas de análisis mas enfocadas a programas educativos de estos países, lo que confunden a estudiantes de esta región porque les solicitan conocimientos en otras materias que a veces no se cursan en los programas locales.

Muchas de las características de los casos reales son difíciles de asimilar por completo dado que menciona un ámbito de otra región y empresas que operan en otros medios, lo que dificulta comprender los problemas que se analizan y porque se soluciona de ciertas formas los problemas.

Análisis de participación de mercado actual: Vamos a definir en este Análisis que esta bien o mal atendido por los libros que se ofrecen en carreras de Administración de empresas y de Ingeniería Industrial, y que áreas de estudio, están sin obtenerse una bibliografía accesible o diferente y que pueda llenar mejor las expectativas didácticas que ya estén necesitándose. Porque en algunos casos se dan situaciones donde los alumnos no consiguen información valiosa y didáctica, que este garantizada por autores de prestigio y por instituciones de renombre. Y lo más relevante

será detectar que posibles futuros lanzamientos pueden darse en la industria editorial internacional o en nuestro país.

Luego se procede a investigar a distintas empresas de la industria editorial internacional que operan en el mercado guatemalteco ya sea atendiendo pedidos hacia los distribuidores mayoristas para colocar pedidos en las universidades o para atender la demanda que se genera y para cada inicio de cursos semestre a semestre o por trimestre, y que, cuanto y como representa el movimiento de textos hacia los alumnos y así estableceremos según las entrevistas que cantidad de libros puede representar en el mercado esta Oferta y cuanto se deja de atender por falta de libros que se conocen pero no vienen a el mercado guatemalteco, pero lo mas importante que es a que cursos no se atienden y representan un potencial de compra y poder solucionar esta necesidad y como se ha comportado en los últimos dos años.

Determinación de las fuentes de información del análisis de la oferta:

Librerías Universitarias

En las universidades en estudio, donde haremos los análisis:

Librería IGA Usac,

Librería IGA Url,

Librería Mariano Galvez,

Librería Saesa en Galileo,

Librería DGL zona 1,

Librería Inversiones Escolares zona 4.

Entrevistas a Directores de Librerías:

En esta entrevista se busca determinar como es que funciona la operación de las librerías Universitarias en el transcurso de un año, como atienden la demanda de los distintos textos y como establecen las estadísticas de ventas y los pronósticos para lograr que al inicio de clases poder atender la demanda; y como establecen la relación con los proveedores de los libros tanto locales como extranjeros, cuales son los principales análisis para hacer las importaciones y como determinan y certifican los cursos para los que traen los libros, [Ver el ejemplo en los anexos.](#)

Empresas Distribuidoras donde se hará el estudio con las entrevistas:

Instituto Guatemalteco Americano, (Iga Usac, Iga Uri): El Instituto Guatemalteco americano, como institución Binacional de desarrollo cultural, tiene 55 años de haber sido instituida, contando con una sector dedicado a la enseñanza de el idioma ingles y diversificados bilingües, también cuenta con una división cultural donde se organizan principalmente exposiciones de arte y obras teatrales, y también cuenta con una división de comercialización de libros educativos y un sistema de seis librerías ubicadas principalmente en Universidades, así como es el mayor importador de libros de texto educativos a instituciones privadas de enseñanza privada. Las librerías que enfocamos este análisis en particular están localizadas en La facultad de Ingeniería de la Universidad de San carlos y la librería de la Universidad Landivar que son directamente administradas por el departamento comercial.

Librería de la Universidad Mariano Gálvez: La librería de la universidad Mariano Gálvez opera dentro de las instalaciones de la Universidad, y esta en operación desde el año 1993, se surte principalmente de distribuidores mayoristas en Guatemala como Iga y de Inversiones Escolares para los libros importados y los libros nacionales son comprados a cada proveedor.

Saesa, Universidad Galileo: La librería de Saesa, empezó sus funciones con mas énfasis en la comercialización de textos educativos, a partir de 1995 cuando aun la facultad de Ingeniería de la Universidad Francisco Marroquín, dirigida por el Dr., Eduardo Suger, era parte de esta universidad, principalmente atendiendo la venta de los materiales educativos que se pedían a los estudiantes de el Programa fisicc-Idea de educación semi a distancia.

Luego de la autorización de la Universidad Galileo y de la inauguración de las nuevas instalaciones en su nueva sede esta empresa se instalo en este complejo educativo dedicándose a principalmente atender a todas las facultades de la Universidad, Esta empresa si inicio la importación directa a las editoriales en el extranjero, desde el año 1999.

Distribuidora general del Libro: Distribuidora General del Libro con sus siglas DGL, inicio operaciones de importación de libros educativos desde el año 1993 principalmente en el ámbito de colegios privados, luego en el año 1998 iniciaron de forma variable la venta de libros en algunas universidades, utilizando el formato de ventas ambulantes para atender demandas específicas.

Inversiones Escolares: La empresa inicio sus operaciones el año 1995 con el nombre de Textos Educativos con una alianza con una empresa en El Salvador, pero se cambio a su nueva denominación y también una alianza con la Editorial Thomson Learning, inicio su incursión en el segmento de libros Universitarios, que luego se dedican mas a su comercialización en exclusiva con ventas de Mayoreo inclusive a las demás empresas que compran para las librerías Universitarias, tienen sus oficinas y una librería con ventas al publico en la zona 4.

Metodología:

Se solicita una entrevista en un día y hora determinado y se avisa que llevará un tiempo para las preguntas que se harán.

Se explica que se solicitará información sobre el negocio y se mencionará que es de única utilidad de la investigación que se esta realizando, ofreciendo la total confidencialidad de la información aportada.

En el momento de la entrevista, la persona que la efectúa, leerá cada pregunta y solicitará la respuesta o respuestas de forma estructurada utilizando ciertas sugerencias como tomar decisión de uno u otra opción.

Se dará tiempo a localizar datos estadísticos y si es necesario se puede concretar una nueva reunión un tiempo después para completar las preguntas con la información que sea importante.

RESPUESTAS EN LAS ENTREVISTAS A DIRECTORES DE LIBRERÍAS:

1. Cuánto tiempo tiene la empresa que representa en el mercado de libros universitarios?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Mas de 25 años	si				
Mas de 15 años		si	si		
Mas de 10 años				si	
Mas de 5 años					si

2. En que fechas tiene mayor demanda de libros en el año, iniciando de la mas importante a la menor?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Hay fechas para cada universidad especialmente	si			si	
Tenemos dos semestres por año y cuatro trimestres		si			
Atendemos dos semestres			si		
Atendemos a principio de año					si

3. Establece contactos directamente con las coordinaciones académicas, con los profesores de los cursos, que se describen a continuación (se muestra tabla con libros importados), y con que frecuencias?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si constantemente con nuestra fuerza de ventas	si				
Si se visita cada mes			si		
Si cada inicio de semestre		si			si
Una vez por trimestre				si	

4. De ser positivo tiene que establecer pedidos de estos textos y en que cantidades por año?

(ver cuadro de cantidades por libro por temporada)	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Establecemos pedidos mensualmente					
Establecemos pedidos trimestrales			si	si	
Pedimos por temporada semestral		si			
Pedimos una vez por año.					si

5. Tiene contactos con los promotores editoriales y de que casas editoras y con que frecuencias?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Tenemos contactos y reuniones con todos los promotores constantemente	si				
Tenemos contactos con los promotores trimestralmente		si		si	
Tenemos contactos con algunos una ves por año			si		
No tenemos contacto frecuente					si

6. Tienen fechas especificas para revisar adopciones?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si se tiene un calendario anual de revisión y avance de pedidos por coordina.	si			si	
Solo se acuerdan reuniones antes de cada semestre o trimestre			si		
Si se tienen reuniones pero no programadas.		si			si
No tenemos reuniones con los promotores.					

7. Puede describir brevemente como establece el pedido con cada promotor o el vendedor de las editoriales de sus libros?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Luego de las reuniones se elaboran pedidos y se compra por mes			si		
Se envían pedidos a las editoriales cada tres meses	si			si	
Se tienen pedidos locales cada semestre		si			
Se compra localmente una ves por año.					si

8. En la fecha de inicio de venta, siempre tienen completo todos los pedidos?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si tenemos todo preparado	si	si			
Si tenemos un 80% preparado y avisamos a coordinación los faltantes			si		
Tenemos un 70% preparado					si
Tenemos preparados pedidos pero surgen muchos cambios				si	

9. Que medidas toman con los faltantes?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Buscamos cambiarlos por producto existente	si				
Buscamos conseguir una cantidad de libros para atender parte de la demanda		si	si		
Avisamos de la falta de títulos y ofrecemos otra fecha para el surtido				si	
Sencillamente mencionamos el producto como agotado.					si

10. Siempre tienen entregas tarde de las casas editoriales o con que frecuencia, podria describir que sucede regularmente con algún pedido no cumplido?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Siempre se entrega un 70% de de los pedidos y luego hay mas envíos		si		si	
Siempre entregan la mitad de los pedidos y luego hay pedidos que están agotados			si		
A veces se entrega un 60% de los pedidos y luego avisan existencias parciales de los faltantes	si				
Se compra fraccionado dependiendo de los títulos y siempre algunos no hay existencias por estar agotados o en reimpresión.					si

11. Siempre venden todos los libros en las cantidades acordadas?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Se comercializan la mayoría en un 75%				si	
Se comercializan todos los títulos en un 60% pero van quedando algunos títulos en mas de 50%		si			si
Se comercializan 50%, quedando algunos títulos el pedido completo	si				
Algunos títulos no se venden en un solo semestre sino hasta nuevos periodos cuando se pide a la editorial que se genere demanda.			si		

12. Qué acciones toman con los saldos de los libros importados en temporada y podría mencionar porcentajes?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si tienen dos temporadas sin venderse se procede a solicitar devolución a la editorial en un 70%		Si		si	
Se tratan de vender nuevamente en el siguiente semestre	Si		Si		
Se pide un descuento a la editorial y se ofrece mejor precio		Si			si
Se solicita al promotor que genere mas demanda en las coordinaciones académicas.	Si		Si		

13. Como afecta con su crédito y sus estados de cuentas según las ventas y las devoluciones?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si se documenta bien no afecta la cuenta				si	
Si se solicita con tiempo se puede disminuir su impacto en la cuenta	si		si		
Afectan las devoluciones para analisis de futuros negocios		si			
Afectan los precios de futuras negociaciones					si

14. Tienen demanda de los libros sin conocer que se tenía acordado con la coordinación académica de parte de alguna editorial, se podría mencionar algún caso en particular?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si sucede comúnmente principalmente con novedades	si				si
Si sucede regularmente por varias coordinaciones		Si			
Algunas veces no piden todos los libros o piden libros descontinuados			si		
Se piden libros sin acordarlo con la editorial y con la librería y ocasiona molestias				si	

15. Consiguen localmente libros de los pedidos en temporada?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
No se consiguen localmente de las Editoriales extranjeras					si
Solo se consiguen de las editoriales nacionales si no esta agotada la impresión				Si	
Ocasionalmente se consiguen de algunos títulos importados		si	si		
Solo los libros editados por las imprentas locales	si	si	si		

16. De los siguientes cursos al mencionar los tres Libros-Propuesta de las carreras en comentadas tienen demanda constante?

	A	B	C		
	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si principalemte sobre elaboración de proyectos		si		si	
Si nos piden constantemente sobre evaluación de proyectos y de investigación de mercados	si		si		
Si se necesitan sobre administración de empresas					
Si buscan de los tres títulos propuestos para elaboración de tesis.					si

17. De tener existencia sobre estos títulos propuestos, su demanda sería alta, mediana, poca?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Existencia alta					
Existencia mediana	si	si		si	si
Existencia poca			Si		
Ninguna					

18. De no tener existencias de los libros importados, aun así tiene solicitud de parte de estudiantes y docentes pensando en medios de consulta?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Si como complemento de estudio para exámenes privados	si		si		si
Si para investigaciones y trabajos de clase		si			
Si para la temporada de exámenes				si	

19. Tiene algunas sugerencias para lanzamientos que serían éxitos de libros de texto?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
Un libro de Preparación de proyectos de factibilidad	Si				
Un libro de investigación de mercados con aplicación a la realidad guatemalteca		Si			
Un libro de estudio para las distintas teorías y corrientes de administración de empresas			si	Si	
Un libro de cómo administrar y gerencias empresas de servicios					Si

20. Podría mencionar de los Libros-propuesta cual sería urgente poder lanzar al mercado pronto y en que orden?

	IGA	LUMG	DGL	SAESA	INV. ESC.
El libro de Evaluación de proyectos	si	Si	si	si	si
El libro de Investigación de mercados		Si			si

Análisis de resultados de la oferta actual:

- La comercialización de libros importados en Guatemala de la forma masiva que se trabaja ahora tiene más de 25 años desde el inicio del programa de la AID, pero no tiene ni 10 años de haberse desmonopolizado y empezar una competencia mas abierta.
- Las ventas mas importantes se dan en el primer semestre cuando se inicia el año, en un 60% y luego hay un repunte en el segundo semestre, que es donde se vende un 30%.
- Por parte de las librerías y sus empleados hay menos del 50% de contacto con las coordinaciones académicas y profesores, de la misma forma también no se da la comunicación continua con la promoción de las distintas editoriales que trabajan en Guatemala.
- Cuando se da inicio a las ventas se tiene el 70% de lo solicitado, siempre hay faltantes que entran solo la mitad en las siguientes tres semanas.
- Siempre las ventas de libros muestran descontrol dada la varianza de la demanda que se presenta con cambios y los imprevistos no son manejados correctamente.
- El hecho de que algunas editoriales envían sus libros desde México ciudad, y a veces de España, viajan primero a México y luego a la región centroamericana, hacen que sea difícil un resurtido rápido, siempre se va a mediano plazo.
- Las propuestas detectadas en el análisis de la demanda serán bien recibidos. Pero se tiene que trabajar mucho en las campañas promocionales y los lanzamientos.

Oferta nacional de libros de texto:

Tabla VI. Importaciones y compras Locales.

Universidad	Libros solicitados	IMPORTACIONES unidades	LOCALES Unidades
San Carlos	13500	8500	5000
Rafael Landivar	7000	5000	2000
Mariano Galvez	7000	4000	3000
Galileo	4500	3000	1500
Del Valle	2500	2000	500
otras	5000	3000	2000
Total	39500	25500	14000

Fuentes: librerías IGA 2005

Empresas guatemaltecas que importan libros universitarios.

Tabla VII. Importaciones por Empresa Comercializadora.

EMPRESA	CANTIDAD APROX. importada EN 2005 Unidades
Librerías IGA	17550
Distribuidora general del libro	8450
Saesa	5700
Inversiones Escolares	7800
Librería Univerisidad Mariano	1450
TOTAL IMPORTADO	40950

3.3.1. Conocimiento de las editoriales que prestan el servicio

3.3.1.1. principales características encontradas de las editoriales extranjeras que actualmente ofertan en las universidades

También se tienen los siguientes resultados que obtuvimos en la investigación realizada en las librerías y oficinas de las empresas mayoristas distribuidoras de textos educativos sobre las principales empresas Editoriales.

En la actualidad y por los últimos años se encuentran en las principales librerías del país y de Centroamérica, Editoriales con representación a nivel Latinoamericano de origen norteamericano y europeo, las cuales traducen sus principales obras al español y ofrecen catálogos en áreas de amplia comercialización como son ciencias básicas, administrativas, económicas y contables, así como ingenierías especialidades técnicas y de áreas de tecnología de computación e informática, también ofrecen algunos sectores del área social como psicología, Educación, sociología y ciencias políticas, otras áreas como ciencias de la comunicación y trabajo social es mas escasa la oferta.

En el tema de ciencias jurídicas algunos temas son tratados a nivel internacional y se encuentran obras de origen hispanoamericano.

En áreas de ciencias médicas existen obras traducidas al español y tratados recientes y de temas de estudio muy completos.

También en el área de estudios políticos y sociológicos existen editoriales mexicanas y suramericanas con librerías propias y hay

instituciones no gubernamentales con publicaciones que directamente comercializan y son de interés en algunas facultades.

Áreas como veterinaria, agronomía, ciencias químicas y biológicas cuentan con muy poca oferta y solo en áreas de ciencias básicas no así en la parte avanzada de su carrera.

3.3.1.2. Editoriales extranjeras

3.3.1.2.1. Editorial pearson educación

www.pearsoneducacion.net

Esta editorial de origen Ingles y norteamericano, que reúne en un consorcio internacional al terminar una fusión al finalizar el año 1998 lo que la hace la mas grande a nivel mundial Reúne en la división Universitaria a las antiguas Editoriales Prentice hall, Adisson Wesley, Logman y Allis and Bacon esta ultima no se había traducido al español, pero cuenta con textos universitarios en ciencias sociales, ciencias de la comunicación y literatura. tiene publicaciones en múltiples idiomas y oficinas de representación en varios países, actualmente ofrece libros en español en sus divisiones universitaria y profesional para las áreas de administración, mercadotecnia y finanzas, así como para varias especialidades de ingeniería, y para ciencias básicas su catalogo tiene alrededor de 1200 títulos vigentes que oscilan del año 91 al 2002, y los precios varían entre los Q120.00 hasta unos Q500.00

Calidad de autores y de impresión.

Cuenta entre sus autores con personalidades muy reconocidas en el ámbito académico norteamericano y europeo y con publicaciones de varios años y varias ediciones y traducciones de

las ingles al español así como obras de origen latinoamericano principalmente de México, Colombia, Chile y Argentina.

La impresión de sus textos los realiza en talleres ubicados en España, México, Colombia, Argentina y Brasil. Con presentaciones a pasta suave y dos colores con regularidad, fotomontajes de buena calidad y con diagramaciones muy variadas.

También cuenta con obras en algunos casos de pasta dura y a todo color que distintas materias científicas requieren para una mejor comprensión de los temas así como mercadotecnia, publicidad y diseño grafico pero con precios mas elevados.

Ofrece junto al libro algunas veces discos compactos con material adicional para el análisis de los cursos con programas de ayuda y explicaciones, también con ejercicios y presentaciones graficas para la mejor comprensión de los temas y vínculos a paginas en Internet.

3.3.1.2.2. Editorial thomson learning

www.thomsonparainfo.com

Esta editorial Norteamericana de varios años de formación y que en los últimos años amplio su catalogo con la adquisición de otras editoriales norteamericanas, tiene poco tiempo de traducir al español pero sus autores algunos han sido reconocidos por haber traducido con editoriales mexicanas que compraban los derechos para Latinoamérica. Publica principalmente para áreas de administración de empresas ingeniería y ciencias, contando un catalogo de unos 300 títulos vigentes y que oscilan del año 97 al 2006 con precios desde los Q140.00 a los Q400.00

Calidad de autores y de impresión.

Los autores, regularmente docentes investigadores de universidades norteamericanas, los que publican en ingles, son traducidos al español en México, se escoge los títulos para la traducción tomando en cuenta el éxito que hayan alcanzado y la aceptación en las universidades norteamericanas y europeas.

Esta editorial imprime en talleres de México y sus obras vienen regularmente a una tinta y pasta suave pero también hay varias obras con color y con pasta dura, también acompañadas alguna por discos compactos.

3.3.1.2.3. Editorial mcgraw hill interamericana

www.mcgraw-hill.com.mx

Cuando se realizó la fusión a nivel latinoamericano en el año 1993, se fortaleció la parte de interamericana, la cual edita libros para ciencias de la salud, regularmente traducciones de exitosos textos en estados unidos y también editan a profesionales de Universidades Latinoamericanas.

El área Universitaria siempre tubo material competente y también el catalogo de ciencias sociales ha tenido mucha aceptación y su representación en la mayoría de países latinos le da mucho reconocimiento.

Esta Editorial recientemente del año 1996 a la fecha esta incursionando en las ciencias jurídicas, pero muchos textos son de aplicación local lo que los hace muchas veces poco viajeros.

Por los últimos diez años logro consolidarse como una de las más grandes en toda la región, pero últimamente la competencia le ha cerrado paso a su crecimiento, logrando mantenerse en una posición importante.

Tiene actualmente un catalogo en español de unos 1700 títulos vigentes con año de publicación que va del año 1988 al 2006. Contando con precios desde los Q110.00 Alos Q1,400.00

Calidad de autores y de impresión.

con autores de reconocido prestigio incluyendo premios Nóbel en varias disciplinas, en los últimos diez años se han editado textos a profesionales en México y Colombia con éxito de ventas, Imprimen en España, México, Colombia, Venezuela y Chile. Tienen presentación tanto en pastas suave a uno o dos colores y también en muchos casos imprimen con colores y tapas duras, principalmente cuando el texto tiene mas de novecientas paginas. Actualmente a varios textos los acompañan discos compactos para ofrecer software y material electrónico de ayuda.

3.3.1.2.4. Editorial fondo de cultura económica

www.fondodeculturaeconomica.com

Esta Editorial funciona con apoyo y el financiamiento del Gobierno de México y su enfoque es más hacia teorías sociales, Políticas y económicas y sus tirajes no siempre son muy amplios pero su catalogo y variedad si es amplio, contando con unos 5,000 títulos disponibles con precios muy cómodos con publicaciones desde 1980 hasta el 2006 desde Q50.00 hasta unos Q300.00, cuentan con una librería propia en la zona 9 y también una recién abierta en la Universidad Francisco Marroquín de la capital donde tienen sus oficinas y también distribuyen a librerías en la capital y el interior del país.

Calidad de autores y de impresión.

Sus autores son personajes de México y poco de Latinoamérica que han destacado en la economía, ciencias sociales y política, imprimen regularmente a una tinta y con pasta suave.

3.3.1.2.5. Editorial porrua

www.porrua.com

Esta editorial con oficinas en México y argentina se ha dedicado a las ciencias jurídicas teniendo éxito con autores de reconocido prestigio y que se han convertido en clásicos de su área.

Contando un catalogo de unos 600 títulos vigentes con precios desde los a los Q160.00 hasta los Q350.00. Pero su limitante mas fuerte es que sus tirajes son limitados y su distribución hacia Guatemala es irregular, contando con pocas librerías que traen pedidos limitados y bajo pedido.

Calidad de autores y de impresión.

Sus autores han ganado mucho reconocimiento en la mayoría de facultades de derecho de Latinoamérica y son recomendados normalmente como lectura obligatorias. La impresión son a una o dos tintas y con encuadernación cocida y con tapas duras, usan normalmente materiales de buena calidad, lo que los hacen muy durables.

3.3.1.2.6. Editorial grupo patria cultural y/o cecsa
www.patriacultural.com.mx

Esta editorial tiene oficinas en la ciudad de México, y esta en Guatemala la representa Librerías Artemis y Edinter. Cuenta con un Catalogo amplio en áreas de Administración de empresas, Ingeniería y ciencias, pero en los últimos ocho años no ha publicado novedades con igual intensidad para sus traducciones, por lo que ha dejado el camino a otras editoriales, con publicaciones mas recientes, cuenta con un catalogo de unos 700 títulos vigentes y que oscilan del año 1980 al 2000 con precios desde los Q120.00 a los Q250.00

Calidad de autores y de impresión.

Sus autores son variados regularmente los que traduce de estados unidos son reconocidos y cuenta con obras como álgebra de Baldor de mucha demanda en varios países. Imprime tanto en un color y con pasta suave y también tiene obras con tapas duras. Contrata talleres de México para sus tirajes lo que le da una calidad aceptable a sus obras.

3.3.1.2.7. Editorial limusa
www.noriega.com.mx

Esta Editorial tuvo un auge muy fuerte en los años 1980 pero en los últimos diez años ha visto una competencia mas fuerte de editoriales que han llegado a poner oficinas a la ciudad de México, con capital extranjero, poniendo en dificultad el encontrar autores que cuenten con prestigio alto, representa a Wiley editores en Estados Unidos, Actualmente tiene una oficina y bodegas que la representan en la zona 2 de la capital y tiene vendedores que atienden pedidos en las facultades y librerías.

Contando un catalogo de unos 600 títulos vigentes y que oscilan del año 1975 al 2006 con precios desde los Q110.00 a los Q250.00

Calidad de autores y de impresión.

Sus autores regularmente tienen obras en inglés que tienen reconocimiento en las universidades Norteamericanas, publica especialmente en Ingeniería y ciencias y también una parte ampliada de su catalogo es de autores originales en español principalmente de universidades mexicanas, especialmente Ingeniería civil y mecánica. Sus libros son impresos con un color y pasta suave y muy poca diagramación.

3.3.1.2.8. Editorial norma, grupo carvajal

www.carvajal.com

La conocida editorial Norma, publica tradicionalmente en el sector universitario, algunas lecturas gerenciales, que son guía en muchos cursos de las carreras de Administración de empresas, mercadotecnia e Ingeniería Industrial, pero regularmente no son textos didácticos, sino mas bien lecturas inspiradoras, escritas por líderes empresariales, motivadores o docentes académicos pero buscan ilustrar nuevas tendencias como fue el caso de la Reingeniería y muchas otras tendencias parecidas, esta editorial traduce de distintas editoriales de estados unidos y también publica a autores regularmente de Colombia donde esta la sede central de la corporación.

Calidad de autores y de impresión.

Comúnmente publican libros pequeños de 200 a 300 paginas, en formato letra grande y diagramación abierta que facilita

la lectura, también publican muchas veces las mismas obras pero en formato de bolsillo con un precio mas bajo y menor calidad de papel, los autores regularmente son muy reconocidos en sus propios medios, pero ellos buscan en distintas editoriales los derechos de su publicación en español.

3.3.1.2.9. F&G editores y editorial Llerena

www.f&geditores.com

Editorial Llerena es la empresa que representa el modelo de negocio que estamos planteando en este estudio, solo que ellos se han dedicado a el área de ciencias jurídicas y sociales, aun así no se han dado abasto en un mercado tan grande en necesidades y a veces dejan que las obras envejezcan mucho tiempo, aun así con un plan editorial que busque mejorar la capacidad de ampliar su catalogo y su promoción pueden atender a el publico que normalmente atienden.

Calidad de Autores y de impresión.

La mayoría de los autores son guatemaltecos y tienen obras de estudio en la carrera de licenciatura en ciencias jurídicas y sociales, son personas conocidas de las facultades de Derecho y también algunos son coordinadores de área o inclusive son exdecanos de la facultad.

3.3.2. Calidad de la oferta

Es realmente interesante conocer como existen reales estándares de calidad con el producto como libro de texto en particular en la mente de los consumidores,

Lo más relevante encontrado, según las encuestas realizadas y las visitas de campo, podrían presentarse de esta forma.

1. Papel bond de blancura aceptable, textura mate, grosor promedio 80 gramos, resistente y fácil de manejar.
2. impresión clara y agradable, letra legible y modelo visual fresco.
3. encuadernado, pegado o cosido, resistente al uso, y una pasta flexible y resistente al manejo continuo.
4. peso de el libro de un promedio bajo por el transporte diario y constante.

3.3.3. Tiempos de entrega

En las Coordinaciones académicas quedo muy claro que el producto debe estar en librería desde el primer día de clases y en la cantidad solicitada, la mayoría se compromete a pedir sus requerimientos en un tiempo de tres meses antes.

Lo que da dos meses para la impresión y empaque, y estar en librerías un mes antes del inicio de la venta.

3.3.4. Procedencia de los autores

Lo mas relevante en los resultados es que el autor que dirija la obra, tiene que ser de preferencia conocido en las facultades de estudio, tanto de la universidad de San Carlos como de las Universidades Privadas, y otro de los requerimientos relevantes, es que el autor o autores, estén en disponibilidad de presentar su obra a el grupo de profesores y de ser posible impartir un seminario de cómo utilizarlo y sacarle el máximo de provecho en las clases por los distintos docentes.

3.4. Determinación de los precios

Según el libro de el autor Tagle, sobre Teoría de precios, es muy importante establecer el precio que el consumidor esta dispuesto a pagar por el valor que recibirá, pero también es relevante que al presentar una nueva categoría de producto, la empresa con su equipo de ventas deben tener claro cual es el valor que se ofrece y como comunicarlo a los distintos clientes para que la aceptación de el concepto completo sea dado en la comunidad que lo consumirá.

Por lo que estaremos buscando un precio que sea cómodo para los alumnos pero que realmente represente el valor que la empresa quiera recuperar en el mercado.

3.4.1. Mecanismos de formación de precios

Es también importante aclarar que la política mas aceptada de trabajo con las librerías en estos mercado es el de tener primero de ser posible un precio único al consumidor, y luego gozar de un 25% de descuento con el que compraran mas un periodo de pago de por lo menos 2 meses.

3.4.2. Precios de la competencia

Las editoriales Extranjeras tienen una política muy establecida hacia todos los países de la región, que consiste en un precio en dólares para toda la región, un descuento de 40% si es un mayorista y 30% si es librería de venta local, mas los gastos de importación, fletes y los impuestos en aduana, sean aéreos o terrestres, lo que nos da un clara diferencia a favor dado que al tener bodega local, se evitan muchas de las molestias mencionadas.

Se tiene también un mecanismo de formar el precio para la región latinoamericana, que consiste en:

$$\begin{aligned} &\text{Precio del proyecto / No. De unidades proyectadas a venta.} \\ &\quad + \\ &\quad \text{Precio de la impresión y manejo + Regalías del autor} \\ &\quad + \\ &\quad \text{Gastos de almacén y distribución + Gastos de venta} \\ &\quad + \\ &\quad \text{Utilidad bruta marcada por finanzas.} \\ &= \text{Precio que vende la competencia} \end{aligned}$$

3.4.3. Precios de la editorial

La Editorial ya operando, tendría un esquema que trataría de tener la siguiente estructura:

Precio del proyecto / número de. Unidades proyectadas a vender.

+

Regalías del autor o autores.

+

Precio de impresión y costos de almacén + Manejo de distribución.

+

Gastos de venta

(Análisis)

Se compara la resultante con Precio esperado por el Cliente y se ajusta, para tener una ganancia bruta, variable pero un listado de precios coherente con las expectativas.

= Precio que vende la Editorial

3.4.4. Precios del distribuidor

El distribuidor, tendrá un descuento del 25% del precio sugerido al público, esta será su ganancia bruta y no incurrirá en otros gastos más que lo propios de un puesto de ventas normal.

Esta política es generalmente bien aceptada por las librerías.

3.5. Determinación de los canales de distribución

A continuación, luego de un análisis completo y por solicitud de las mismas coordinaciones académicas, tendremos una descripción completa de los canales de comercialización que estarán siendo utilizados para desplazar los distintos textos que lleguemos a editar e imprimir, dada su experiencia y cercanía a los estudiantes Universitarios.

canales de comercialización por universidad universidad de san carlos de Guatemala

Cuenta con 10 facultades que imparten 50 carreras profesionales.

La atienden de la siguiente forma:

Una librería universitaria central y 5 cooperativas independientes más dos librerías comerciales que tienen arreglos con las asociaciones de estudiantes y con autoridades administrativas. De la siguiente forma.

Librería Universitaria: esta localizada en el edificio de la biblioteca central, y cuenta algunas obras de literatura editadas localmente y en el extranjero, tiene los libros de los cursos de idiomas que imparte Calusac, y los textos importados los compra localmente a los distribuidores mayoristas y en pequeña escala dado que su presupuesto es manejado por la administración de la universidad, ocasionándoles muchas limitaciones.

Cooperativa de Medicina y Odontología: importa libros de editoriales mexicanas y españolas, actualmente tiene dos locales, uno en la facultad de odontología en la ciudad universitaria zona 12, donde también atiende pedidos de la facultad de Económicas por su cercanía, y un local en la nueva sede de medicina en el centro Universitario metropolitano que está en la zona 11 de la capital.

Cooperativa de Ciencias económicas: se encuentra en las afueras del edificio S6 en el del campus zona 12, vende producciones originales por los profesores de la misma facultad, y de la editorial universitaria, así como códigos y leyes, con un surtido de libros extranjeros más bien escaso.

Cooperativa de ciencias Jurídicas: al igual que la de económicas, cuenta con material editado por algunas imprentas locales como Llerena que inclusive presenta los libros en material en pasta dura y papel de calidad, también tiene los códigos y leyes locales así como la biblia jurídica.

Cooperativa de Agronomía: esta localizada en un local, atrás del edificio de cursos m8 de la facultad de agronomía, contando con textos y publicaciones de temas especiales para la facultad, pero con un surtido muy escaso y con limitaciones para contactar a editoriales que normalmente publican temas de interés para las ciencias agrícolas.

Cooperativa de Ingeniería: esta localizada en el nivel 0 del edificio T3 de la facultad de Ingeniería, es de capital privado y expende útiles, fotocopias y papel calco, promueve libro de distintas editoriales extranjeras pero su servicio es limitado como para cubrir la demanda de la facultad

Librería Iga Facultad de Ingeniería: esta localizada dentro de las instalaciones de la AEI con un espacio muy limitado, pero con un surtido muy variado, se dedica a editoriales localizadas en México y de tipo transnacional, tienen capacidad para responder a demandas más amplias y dan servicio de ventas móviles en las facultades de economía y farmacia.

Librería Sophos Psicología: actualmente se encuentra en las instalaciones de la facultad de Psicología en el Centro Universitario Metropolitano, contando con un surtido muy amplio de editoriales desde españolas hasta las argentinas, tiene capacidad de cubrir las demandas que los grupos de estudiantes generan y también atiende pedidos de medicina por sus cercanías con esta facultad.

Librería Iga Rafael Landivar: están en las instalaciones administrativas de la universidad en la zona 15 capitalina, cuenta con un amplio surtido de

editoriales extranjeras y regularmente mantiene promociones y descuentos especiales, también tiene un acuerdo con la editorial de la universidad para comercializar sus publicaciones, pero depende de los inventarios que esta le provea.

Librería Universitaria Mariano Gálvez: es de capital privado y da servicio en la sede central en el campus de la finca el zapote, tiene un acuerdo para proveerse con distribuidores mayoristas que representan distintas editoriales extranjeras, y tiene una amplia capacidad para cumplir con la demanda de sus estudiantes, también cuenta con libros de autores que también son docentes de sus aulas, editados en el país.

Librería Saesa Universidad Galileo: es de capital privado y su sede esta en el primer nivel de la sede de la universidad en el final de la calle Dr. Suger zona 10. Tiene acuerdos comerciales con algunas editoriales extranjeras y también con distribuidores en el país, también tiene un departamento que edita y produce obras de autores locales que también son docentes de la universidad, tiene capacidad para surtir la demanda que tienen cada inicio de cursos.

Librería Fondo de Cultura Económica Francisco Marroquín: esta ubicada en el edificio de alumnos, contando con un amplio surtido para las distintas carreras que ofrece la universidad y cumpliendo con comodidad con la demanda que cada inicio de cursos es solicitado, también es visitada por estudiantes de otras universidades que no encuentran en sus campus los libros que les solicitan los profesores de sus cursos.

Librería Sophos Del valle: tiene un área de servicio en las instalaciones de la facultad de ingeniería, cuenta con amplio surtido de las distintas editoriales latinoamericanas y españolas y puede atender la demanda de los alumnos y de la biblioteca de la universidad.

3.5.1. Ubicación de la competencia

Las editoriales principales tienen oficinas de promoción en la ciudad capital, desde donde promocionan sus catálogos y novedades, pero toda la facturación y entrega de material viene desde la ciudad de México, y un factor muy importante a tomar en cuenta siempre es que las cantidades disponibles para despacho en las oficinas de estas editoriales son no solo para Guatemala sino para 20 países, según los mismos pronósticos de venta de cada país.

3.5.2. Ubicación del distribuidor

Según como quedo establecido en la selección de los canales de comercialización, se tienen librerías adecuadamente ubicadas en las universidades y están dispuestos a comercializar los nuevos productos, media vez sean demandados, es muy importante tener muy establecido los despachos de bodega para estas ventas comerciales para no fallar en el momento de las ventas.

3.5.3. Otros canales

El medio local esta despertando a propuestas nuevas y frescas, pero esto podría ya darnos la posibilidad de establecer ventas a domicilio en las oficinas de los estudiantes que trabajan todo el día y en sus casas de habitación, y buscar no recargar los precios y facilitar la movilización de los textos.

Internet y los libros de texto: el medio que también esta cambiando la forma de hacer las cosas en muchos ámbitos, en todos los países es ventas por Internet, que quedarían unidos a los de domicilio, previo pago con tarjeta u otro medio electrónico, y no dejar solo la promoción de la editorial y sus catálogos únicamente. Para la promoción por una pagina Web de los libros y la editorial, se trabajara en conjunto con Editores, Promotores y autores, para la instalación de un Pagina Web, administrada por el personal de la editorial, donde se encuentren virtualmente los autores, Profesores y alumnos, las ventajas que buscamos como empresa es otorgar un valor extra a el alumno o Lector que adquiera un libro de la empresa, porque podrá optar con códigos que traerán únicamente su libro y que le será de utilidad de uso solo a el por lo que podrá bajar actualizaciones de los temas del libro, nuevos casos, personalizados, solución de dudas y sugerencias al autor, esta herramienta, logra que se piense en la adquisición de el producto y no solo su copia, porque hay una parte de alumnos que estarían tentados en mejor adquirir sus libros y tener estas ventajas.

4. ESTUDIO TÉCNICO

Localización del proyecto: en el presente estudio, se esta proponiendo tener operaciones en la ciudad capital, se propone ubicar las Oficinas y Bodega en un lugar situado estratégicamente, las principales distribuidoras de libros Escolares y Universitarios, se ubican en Zona 1, Zona 4 y zona 10, se sugiere, buscar un local en la zona 1 entre 1 calle y 4 calle y entre la 2 avenida y 6 avenida.

Se esta muy cerca de Universidad Mariano Gálvez, por el periférico de La Universidad San Carlos y de Impresión y Proveedores de Materiales y trabajo Técnico.

Distribución física de los departamentos de la empresa editorial: la empresa tendrá una distribución de las áreas administrativas, pensando más en la comodidad que significa las labores diarias.

Los Departamentos de La editorial serán:

- Departamento editorial (2 ó 3 personas)
- Departamento de Promoción y ventas (1 ó 2 personas)
- Departamento de Artes Graficas y diagramados (1 ó 2 personas)
- Dirección general (1 persona)
- Salón de reuniones (capacidad para 8 oó10 personas)
- Salón de Presentaciones (capacidad para 8 ó 10 personas)
- Departamento de tecnología (1 persona)
- Bodegas (1 persona)

Descripciones de los procesos: la industria Editorial, tiene varias particularidades, que hay que entender para lograr los mejores resultados, el trabajo de editar un libro es realmente un trabajo intelectual, y conlleva el trabajo en equipo de tres personas claves, el Editor, el Autor o autores y el gerente de ventas. Es imprescindible que se logre una completa compenetración de equipo y se tenga una misma idea de la obra que se desea publicar, y que se convierte en el producto de la empresa, hay que tener presente que cuando por fin sale el libro impreso y el tiraje esta listo ya no es posible introducir cambios, y aun es importante que el libro como tal no tenga defectos de edición porque al terminar un tiraje implementar cambios conlleva gastos y reducción de la rentabilidad. Lo que hay que tener claro es que un buen producto se sostiene con el tiempo y la comunidad Universitaria lo respeta como tal, por lo tanto el formato que realmente crea un buen texto de estudio, solo se logra con la completa unión de los tres criterios y que deben tender a complementarse y no a contraponerse porque es lo mejor para un texto comercial cumplir con las metas de la comunidad estudiantil y esto se logra solo con el apoyo de el departamento de ventas y su constante investigación de necesidades, así como por el conocimiento bien orientado por el autor quien es el que domina la materia y su mejor comunicación, así como el editor es el que conoce las mejores formas de comunicar el conocimiento y su administración en cuestión de gastos y estilo, por lo que al describir estos procesos buscamos dar a conocer todas estas sutilezas de el trabajo de edición.

4.1. Descripción del proceso de obtención de autores

La primera consideración teniendo los temas identificados como necesidades específicas para presentar un proyecto a evaluación es evaluar si un docente del curso cumple con los siguientes requisitos:

- A) Tiene por lo menos, más de cinco años de impartir el mismo curso.

- B) Guarda documentos y materiales propios para la presentación de sus clases.
- C) Tiene tiempo para dedicarse a escribir el material como autor del libro.
- D) Goza del reconocimiento y apoyo de sus compañeros para inclusive contar con su colaboración y recomendación del producto final como un texto de estudio.
- E) Estar dispuesto a presentar y promocionar su obra ante otras universidades locales y extranjeras.

Luego de reunir la mayoría de estos requisitos es posible firmar un acuerdo previo, teniendo el material el autor o autores se comprometen a ofrecer en exclusiva este proyecto a la editorial formada y no intentar vender los derechos a otra Editorial.

- Se realiza una base de datos de catedráticos regulares.
- Se toman datos generales y específicos.
- Se selecciona una terna entre los más calificados por parte del comité de selección de la editorial y luego se elige uno.
- Se procede a elaborar un plan de trabajo conjunto entre editor promotor y autor.
- Se elabora una propuesta-esqueleto y se investiga con la promoción de la viabilidad de la posible obra.
- Se procede a cerrar trato con autor o autores.

4.2. Descripción del proceso de análisis de contenidos

Lo mas importante es tener en cuenta los principales programas de estudio de las universidades donde se ofrecerá el estudio, y a la ves tener conocimiento de la vigencia de este y por cuanto tiempo mas estará vigente, por lo menos durante la vida mínima de el texto y sino conocer de cerca los cambios que estén propuestos puesto que puede que los cambios no afecten tanto el estudiar el curso en el texto propuesto.

En este proceso se puede contar con la colaboración de revisores técnicos externos a el círculo cercano a el autor porque contamos, con una opinión mas critica y que puede dado su diferente enfoque aportar opinión interesante y que enriquece la propuesta.

También puede contarse con aportes de colaboradores del autor que se les reconocería en los edición final de sus aportes y contribuciones, para que el autor no necesariamente invierta todo el tiempo el solo, además parte de el éxito esta en ofrecer el libro a los estudiantes en tiempo relativamente corto porque si se lleva un periodo largo en su formación lo mas seguro es que surgen otras propuestas o mucho de el material puede perder vigencia aun antes de ver la luz el libro.

- Se reciben los documentos escritos en papel y medios electrónicos.
- Se ordenan según el índice aprobado y se guarda una copia completa de los documentos se elabora una lista detallada de lo recibido y se le entrega al autor.
- El editor entrega a un levantador de texto y pide un solo documento electrónico con un solo tipo de letra.
- El editor entrega al diseñador grafico las fotografías, graficas cuadros y otros archivos gráficos para su elaboración y formación digital.
- El editor organiza un solo documento y lo imprime, entrega al autor y revisor para terminar el análisis de contenido.

Mediación de texto o texto mediado:

1. Definir contenido principal.
2. Determinar la dosificación temática
3. Investigación
4. Consolidación temática
5. Estructuración de presentación secuencial de contenido

6. Depositar 5 actividades didácticas, tratando de abarcar las 8 inteligencias múltiples.
7. Reestructurar según las actividades y los contenidos compaginados.
8. Ilustraciones de acompañamiento e ilustraciones generadoras.
9. Introducción, Portada, citación de fuentes etc.
10. Presentar para revisión y los que corresponda.

4.3. Descripción del proceso de edición del libro

La primera parte luego de definido el proyecto de el libro es tener un conjunto de la propuesta total para tener una ida clara de lo que se va a ofrecer, pueden los distintos contenidos estar impresos en distintos formatos y tipos de letra, aun se puede tener escritos a mano, bosquejos, graficas ya sea impresas o dibujadas, lo importante es tener un panorama general de lo que se va a publicar, en el caso de entrar fotografías logotipos o cualquier ejemplo grafico que conlleve derechos comerciales, se deben contar con los permisos de los propietarios para no enfrentar luego demandas.

En este momento el autor y sus colaboradores pueden decidir quitar material por su redundancia o estar fuera de la idea central, además es el momento idóneo para agregar conceptos faltantes y es un momento especial para que se le pueda adecuar el orden por consejo de externos o por mejorar su presentación final.

4.3.1. Levantado de texto

Este momento es cuando todo el material anterior ya sea en medio digital y lo que este impreso o manuscrito, pase a manos de un levantador de texto este proceso puede ser contratado, lo importante es tener todo el contenido unificado en un medio digital para lograr tener control sobre el manejo que se efectuara.

Levantado de Texto: se recibe el documento y contenido aprobado por el autor y se entrega al proceso de texto donde se efectúan las siguientes operaciones:

- Se eligen los tipos de letra de texto, cuadros, gráficos, subtítulos y títulos.
- Se eligen los tamaños apropiados de los tipos de letra.
- Se revisan los tamaños de letra contra el tamaño de hoja seleccionado de impresión.
- Se presentan los informes técnicos y resultados en un reporte a la gerencia general y la solicitud de la autorización.

4.3.2. Revisión de estilo

Este proceso interviene tanto revisores calidad ortográfica, como técnicos que dominen la materia en cuestión, si es una ciencia exacta, como química se contrata o se solicita la colaboración de un profesional sobre el tema porque es importante contar con las sugerencias de una persona externa a la docencia y al autor, para lograr la mejora del contenido para su comprensión por los estudiantes.

En este proceso se puede llevar un tiempo importante del el proyecto porque dadas las circunstancias, pueden viajar a el autor o autores distintas sugerencias en las que el reparara y decida en conjunto con el Editor los cambios a considerar.

Además en este momento tiene en sus manos el autor y profesores prácticamente un borrador del producto final y pueden tener la mejor perspectiva del camino andado y pueden rehacer cuanto gusten y decidan y sea posible y útil.

Revisión de estilo:

- se llevan los documentos autorizados al revisor de estilo y gramática para sus correcciones.
- Se reciben con los cambios sugeridos y se entrega al autor para su autorización.
- Con los cambios autorizados y revisados por el autor se procede a operar los cambios.
- Se solicita la autorización de la gerencia.
- Se presenta el proyecto en su formato final corregido y se imprime en su tamaño autentico y autorizado, para una revisión final de el editor junto al autor.
- Se incluyen colores y detalles de tipo de papel, tinta.

4.3.3. Revisión final

La revisión final es exclusivamente entre el editor y el autor, es donde se toman las decisiones finales de el contenido de el libro, es donde se puede decidir el formato que llevara las medidas mas adecuadas según el texto y según los gráficos y fotografía, las tintas y la calidad de el papel, que vaya de acorde a el precio que se espera ofrecer.

También es importante tener la autorización final del autor para pasar al proceso de imprenta, después de aquí no hay vuelta atrás con el proyecto. En los pasos anteriores si se puede rehacer el camino varias veces o concluir el proyecto de una forma que en la previsión inicial no se esperaba.

Cómo se evalúa la calidad del libro a fabricar: La calidad como un concepto completo hay que verlo así, porque en este caso se debe tener un control de la calidad desde la elaboración de el contenido de el libro, si realmente lo analizamos esta es la calidad mas importante si lo estimamos, pero

los profesores usuarios de el texto son los que verán como un instrumento como es un texto de estudio, aun en una mala impresión pero con un concepto enfocado en los mismos objetivos de la coordinación académica, hará de este material algo valioso, este concepto de calidad, quien lo administra es el Editor, porque es quien junto a el autor definen todos los aspectos del material que se va a desarrollar desde su concepción, por lo que tener un concepto aun propio, de la misma empresa, tener una propia posición de lo que conlleva un material de estudio, y a la ves conocer los que las editoriales Extranjeras y aun nacionales presentan es muy importante, de hecho la concepción de la idea de formar una empresa Editorial en nuestro propio país viene de traer esa calidad implícita en los textos que se editan en los países que tienen una base editorial amplia como México, Argentina, Colombia, Chile, España, que viene dada por una misma demanda propia exigente. Y también la industria litográfica, tiene también sus propios estándares que van ligados fuertemente a los materiales que se comercializan en el país y la maquinaria existente ahora, pero todo lo veremos mas a detalle.

4.4. Diagramas

4.4.1. Diagrama de proceso.

Como la mayor actividad de trabajo es propiamente de tipo intelectual y de gestión administrativa entre los departamentos de ventas y editorial con los autores, entonces esto también implica muchas contrataciones de personal por tiempo y por tareas, lo que queremos documentar en estos diagramas es la ingeniería del proyecto, que conlleva este tipo de labor empresarial.

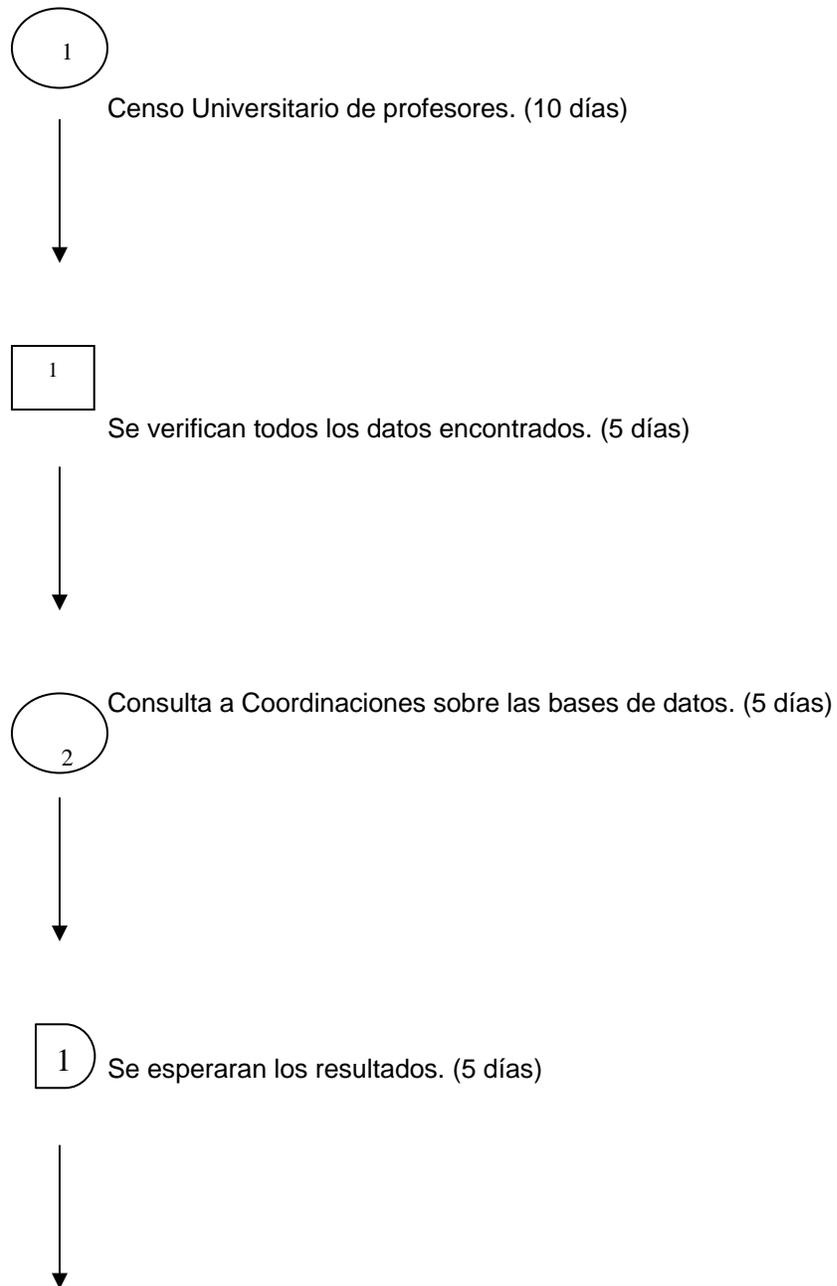
Aquí es donde entran las funciones de control de la producción y de la calidad, como garantizar un buen producto y cuales serian las principales estrategias para adaptarse a los imprevistos como manejarlos y tener todos los tiempos bajo control.

Estamos entonces ante las principales cuestiones de la nueva organización:

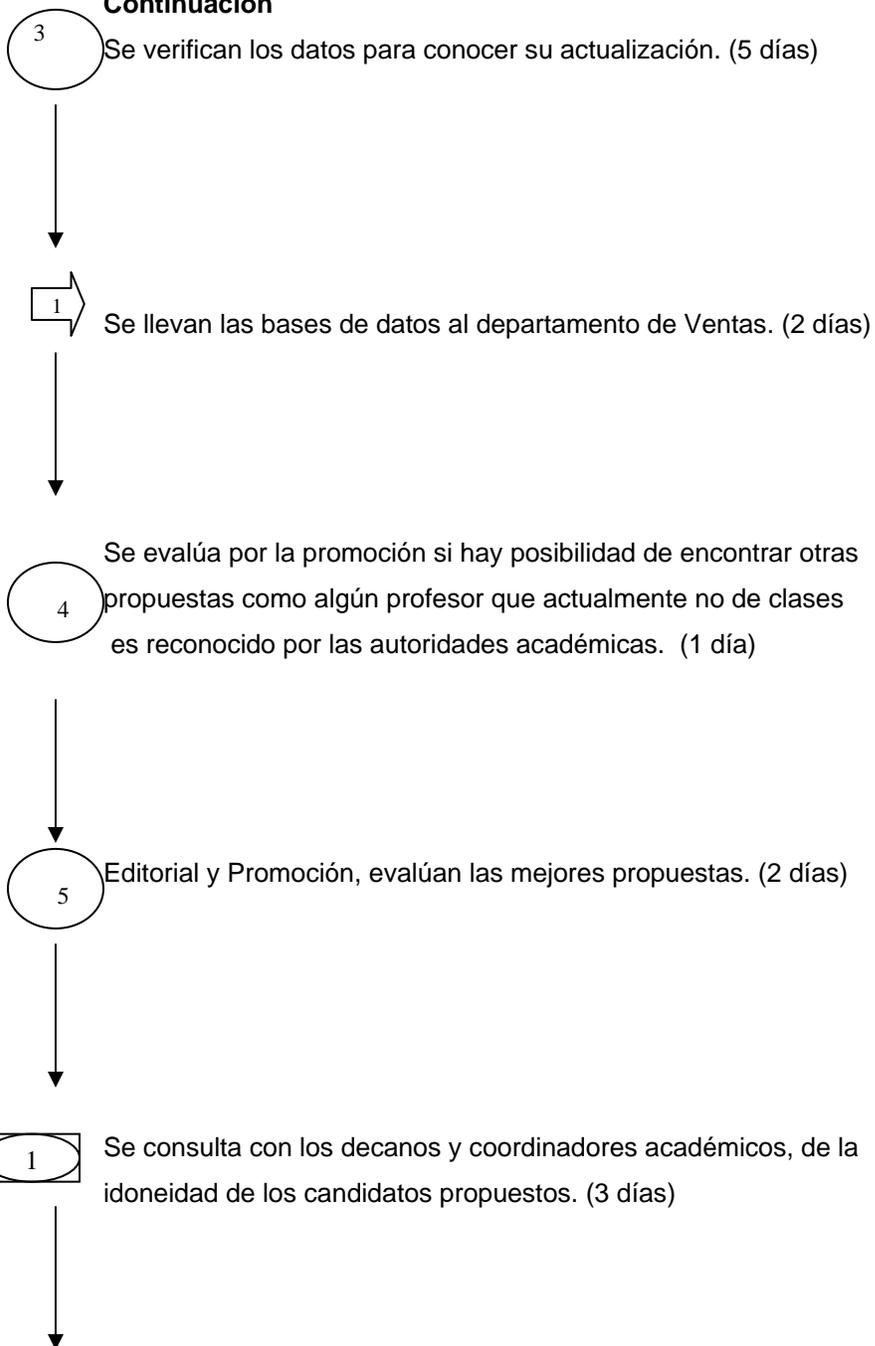
- Cuáles son las fortalezas de la empresa,
- Qué realmente nos puede garantizar una buena práctica de gestión de edición,
- Cómo podemos establecer cuáles son las mejores estrategias de ahorro en el manejo de los procesos.
- En la administración de los proyectos, cuáles son las bases reales en que se esta invirtiendo y cuando los demás departamentos entran en colaboración y en acción, la comercialización esta basada en lo que esta trabajando producción y puede cumplir con los clientes en función de una buena comunicación con los demás departamentos.
- Tendremos muchos detalles que probablemente no serán abordados con profundidad pero se busca tener esquematizado lo mas posible todos los pasos que deben seguir los departamentos de la empresa al llevar adelante cualquier proyecto en particular, se tratara de que se entienda que la misma fortaleza de el catalogo que se construya y desarrolle, será en función de el cumplimiento a cabalidad de procesos establecidos.

4.4.1.1. Obtención de autores.

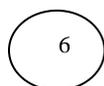
Figura 9. Proceso completo de obtener autores para la editorial



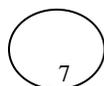
Continuación



Continuación



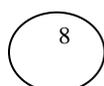
Se realizan reuniones con los posibles autores, para analizar el Proyecto y conformar una o varias propuestas. (2 días)



Se efectúa una reunión con Editor, Autor y Gerencia para revisar proyecto en concreto. (1 día)



Se lleva la Propuesta a las distintas facultades involucradas. (3 días)



La Propuesta se presenta para su análisis y se reciben sugerencias. (2 días)



Propuesta regresa a Editorial. (2 días)



Continuación

2

Propuesta junto a sugerencias se evalúa por editor y Gerencia de Ventas para el análisis Comercial. (3 días)



9

Se efectúa una reunión de parte de la gerencia, Editor y autor, para presentar la propuesta final, conocer el tiempo de entrega que el autor se compromete a entregar su material. (1 Día)



3

El Editor, presenta un borrador del contrato al Autor para su Análisis. (5 días)



2

El Autor evalúa la propuesta. (5 días)



10

Se realiza una reunión con el Autor, Editor y Gerencia para cerrar el contrato de la obra. (1 día)

Primer cuadro de resumen del proceso editorial

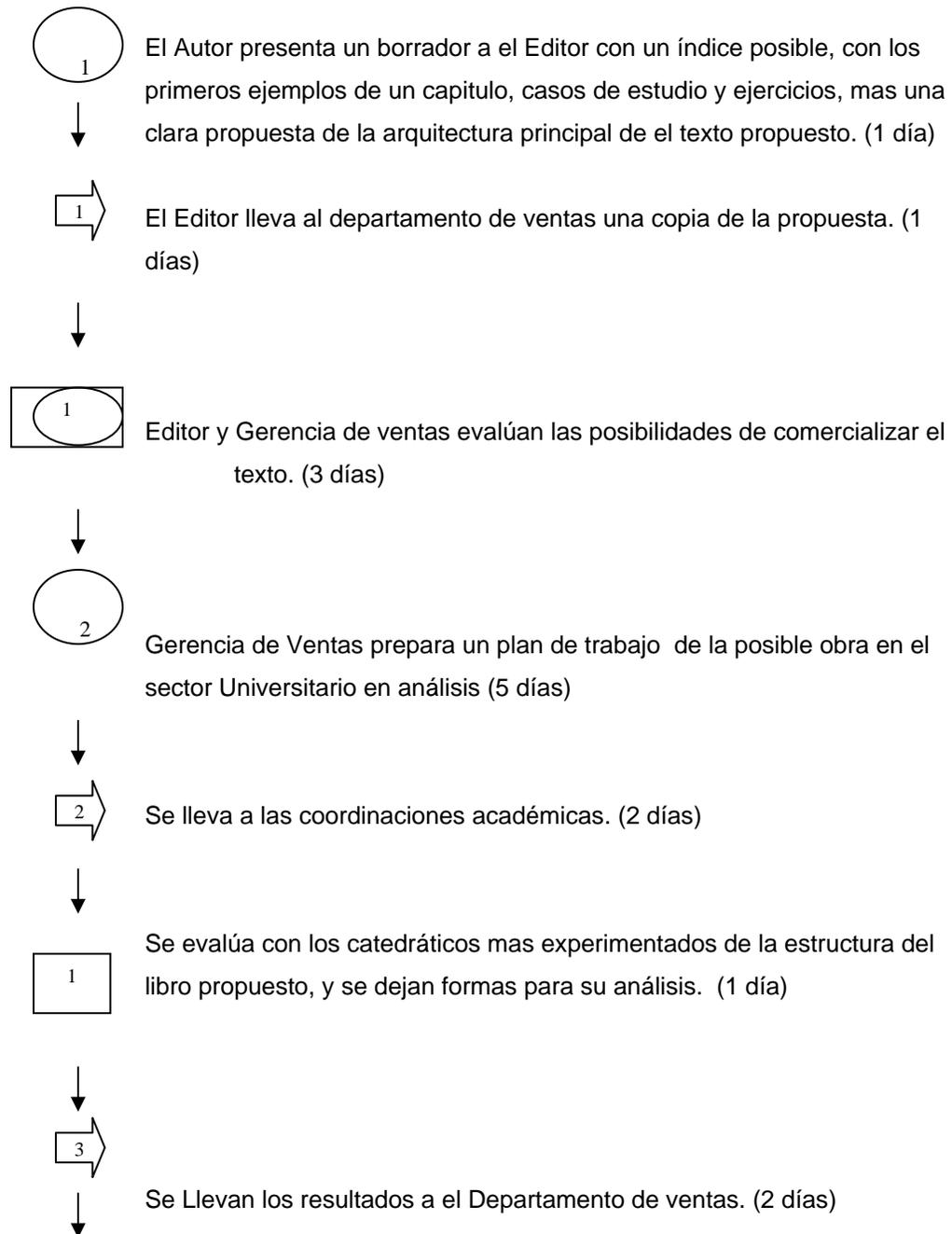
Proceso de obtener autores para la editorial

tipo de operacion	número de operaciones	tiempo total de las operaciones
Operación 	10	30 días
Inspección 	1	5 días
Transporte 	3	7 días
Operación Combinada 	3	11 días

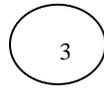
Total: 53 días

4.4.1.2. De análisis de contenidos

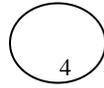
Figura 10. Proceso completo de análisis de contenidos



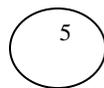
Continuación



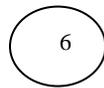
La promoción y ventas agradecen las colaboraciones y promete actualizar avances. (2 días)



También promoción y ventas elabora un informe de los resultados, presenta a Editor. (3 días)



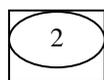
El editor elabora una propuesta con las sugerencias y se las presenta al autor para conocer de la viabilidad de las sugerencias. (2 días)



El Editor elabora un informe a la gerencia de los resultados de las consultas, concluyendo una posible estimación en aumento de costos. (2 días)



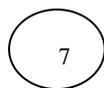
El autor recibe la propuesta nueva. (1 día)



El autor elabora con la nueva propuesta un análisis de la posibilidad de incluir los cambios y sugerencias y elabora propuesta final. (5 días)



El autor regresa a el Editor la propuesta. (1 día)

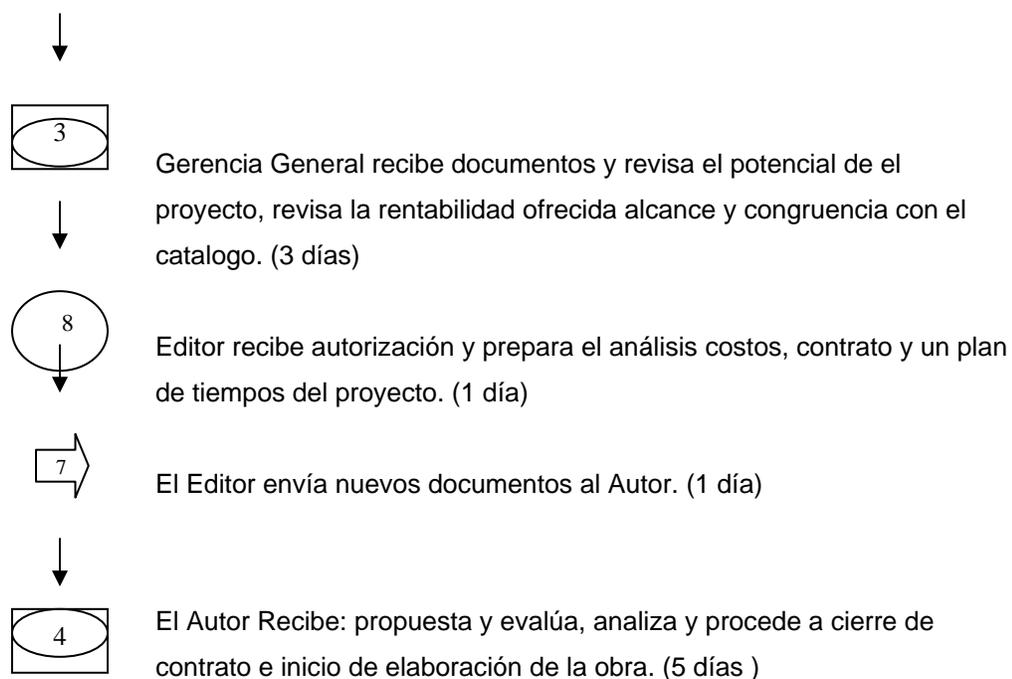


El editor Elabora informe final a Gerencia con tiempos de entrega y costos. (2 días)



El editor envía los documentos a Gerencia (1 día)

Continuación



Segundo cuadro de resumen del proceso editorial

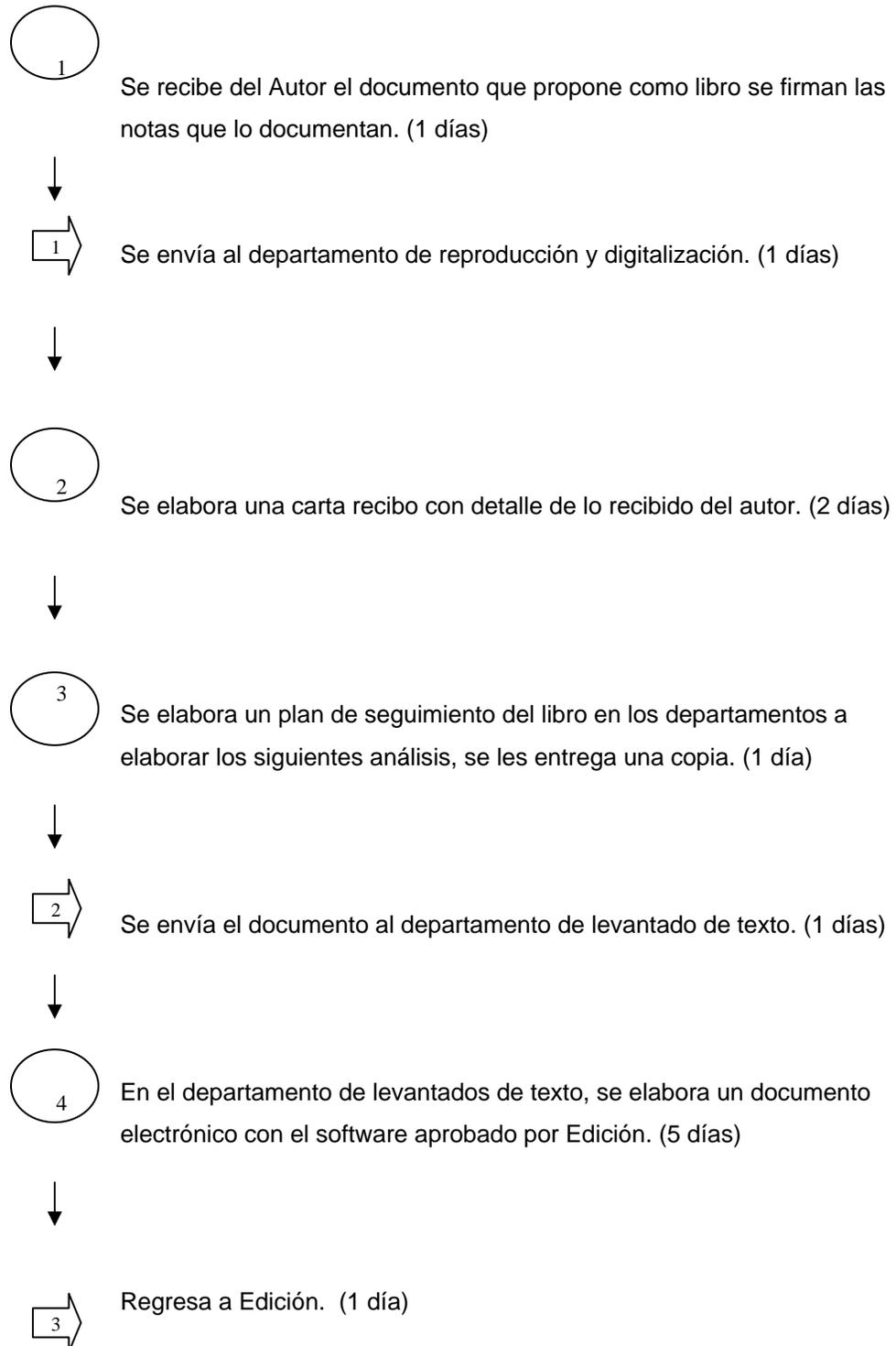
Proceso de análisis de contenidos

tipo de operación	número de operaciones	tiempo total de las operaciones
Operación 	8	18 días
Inspección 	1	1 días
Transporte 	7	9 días
Operación Combinada 	4	16 días

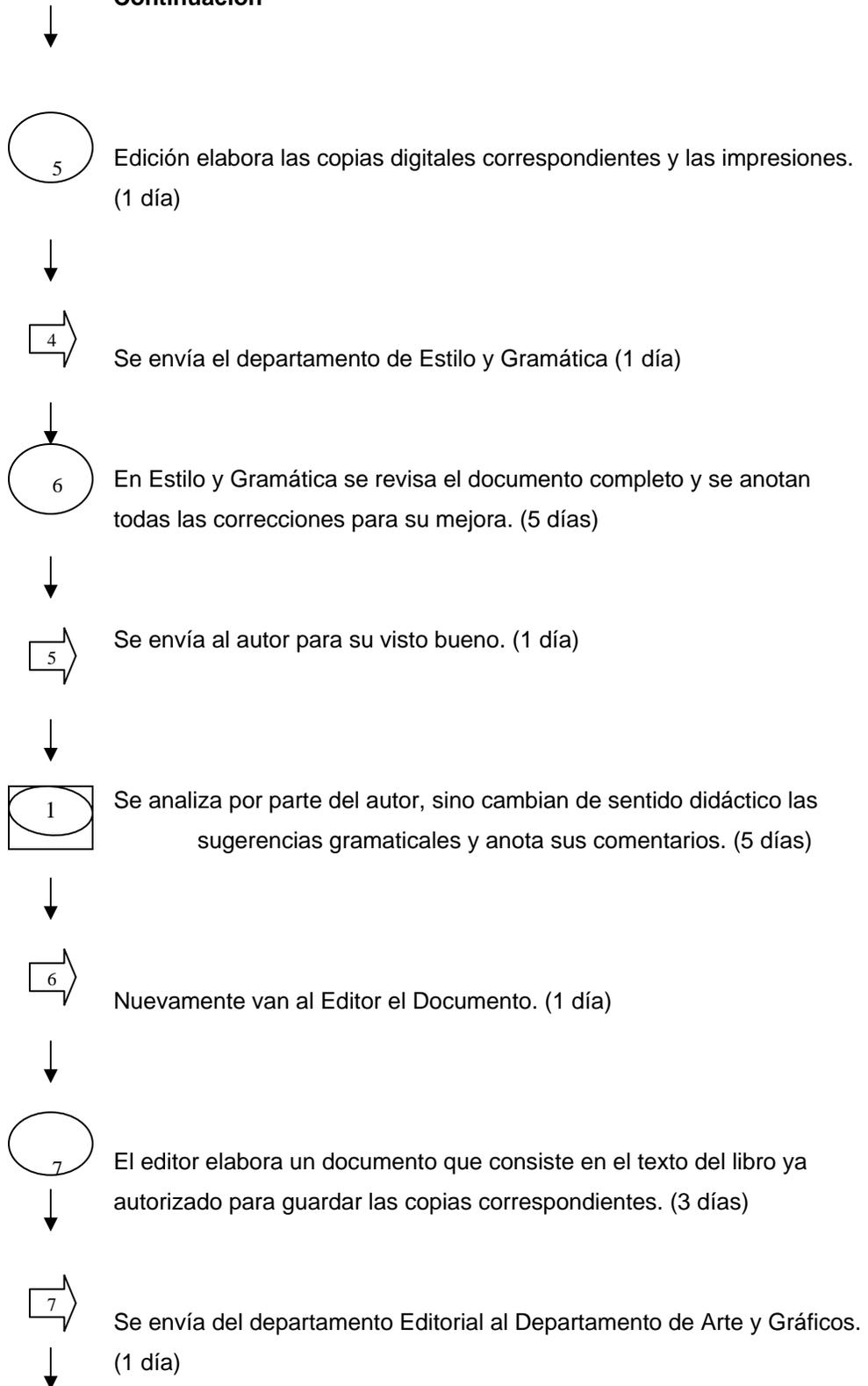
Total: 44 días

4.4.1.3. De edición del libro

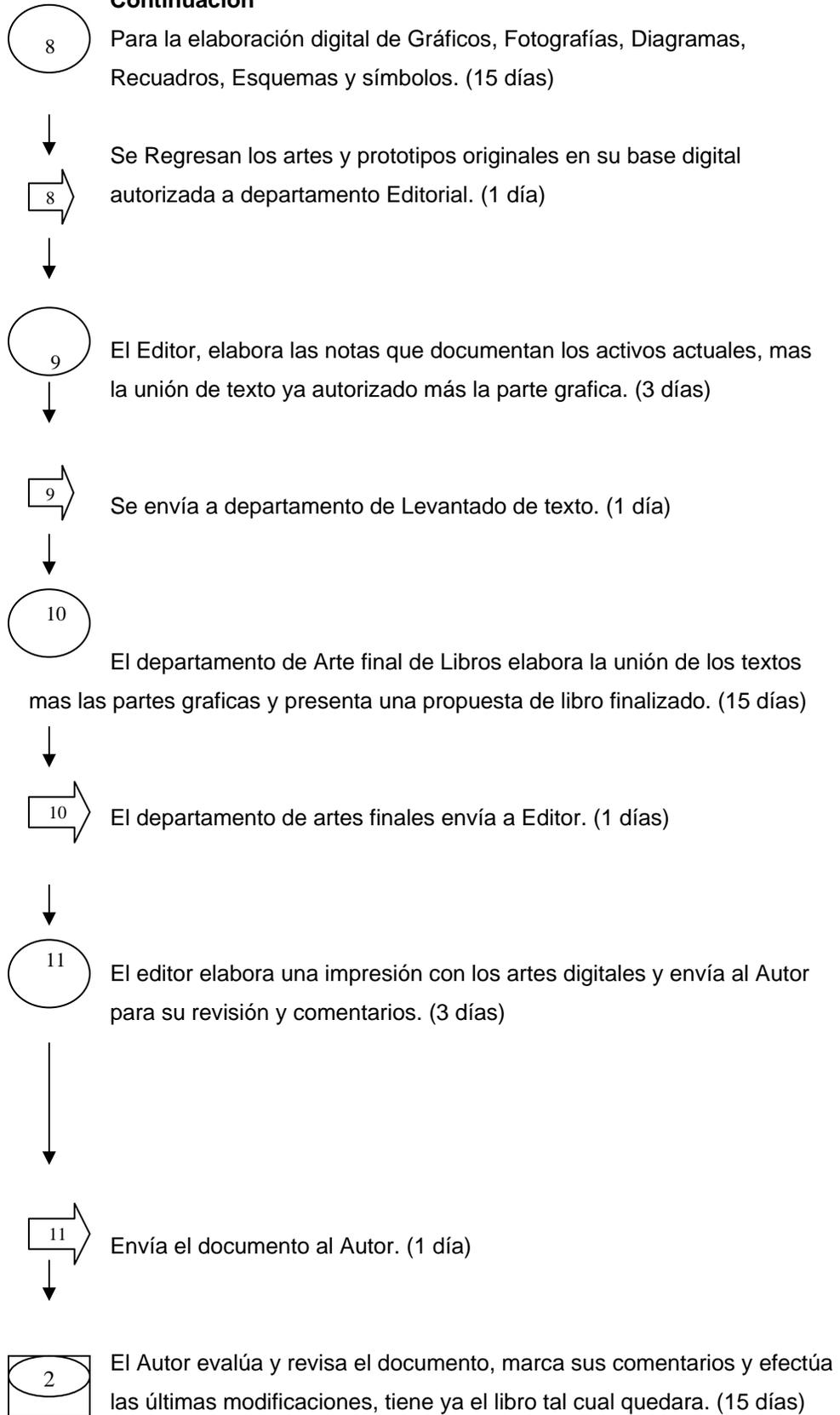
Figura 11. Proceso completo de edición del libro



Continuación



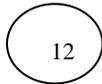
Continuación



Continuación



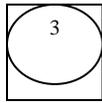
Envía el documento más la carta de autorización de impresión del libro.
(1 día)



El Editor elabora la presentación final del libro con las correcciones autorizadas, mas un Plan de Impresión, Costos, Cotizaciones y Presupuesto final incluyendo Tiempo de ingreso a bodega. (5 días)



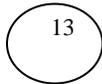
Envía a Gerencia General. (1 día)



Gerencia General, revisa los documentos, evalúa nuevamente con Gerencia de Ventas el potencial de mercado, rentabilidad y firma la autorización, ordena la impresión a Editorial. (3 días)



Se Envía a departamento Editorial. (1 días)



Editorial, envía orden de Impresión al Taller litográfico. (1 día)

Tercer cuadro de resumen del proceso editorial

Proceso de edición del libro

tipo de operación	número de operaciones	tiempo total de las operaciones
Operación 	13	75 días
Inspección 		0 días
Transporte 	14	14 días
Operación Combinada 	3	23 días

Total: 112 días

4.5. Determinación del proceso de comercialización

Promoción y lanzamiento:

- con una impresión del formato final se busca junto a promoción y ventas, autor o autores y algunas coordinaciones una o varias reuniones para presentar el proyecto terminado para conocer opiniones y poder corregir en este momento antes de solicitar el tiraje impreso.
- Devén entregarse una parte de las reglas para no excederse en los cambios sugeridos y deben ser mas de estilo o gramatical o conceptual, para no alterar el producto final mas allá de un porcentaje autorizado.
- Se procede a solicitar afiches de las portadas y principales ventajas del nuevo libro que se procederán junto a promoción a colocarlos en librerías y facultades en lugares visibles hablando de la fecha de lanzamiento y disponibilidad.
- Se solicita el folleto trifoliar donde se publicita el nuevo libro, portada, índice, principales ventajas, y se distribuye, en facultades y coordinaciones.
-

4.5.1. Estrategias de comercialización. (apoyo técnico a promoción.)

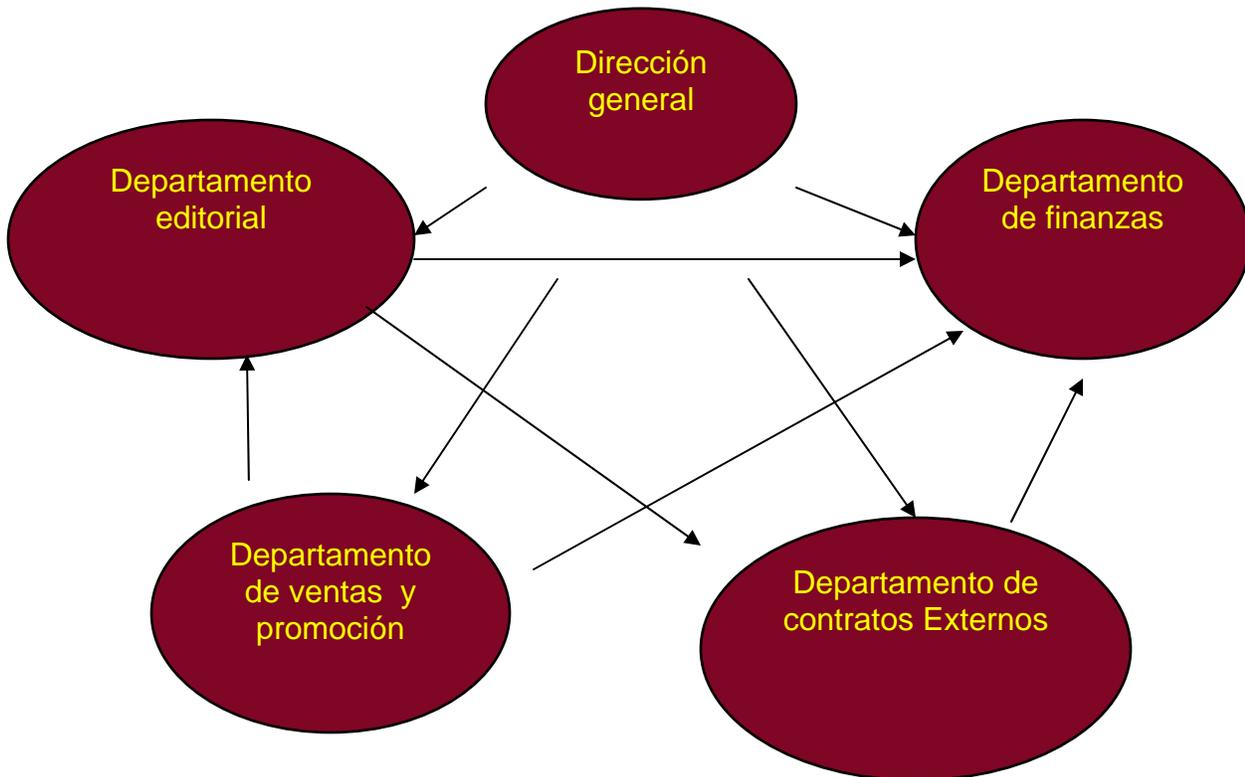
La parte técnica de la editorial, los departamentos de edición, arte y gráficos y manejo de las impresiones, tienen una función de apoyo a la promoción de el catalogo y elabora especialmente, afiches con información de los nuevos libros que saldrán a la venta, características y ventajas, se puede tener los artes digitales para la promoción en la pagina Web de la editorial, así como apoyo a los autores para alimentar constantemente de nuevos casos y ejercicios para los usuarios de los libros.

Las reuniones entre el departamento de ventas y el departamento de edición son también relevantes porque solo los conocimientos técnicos y razones de los libros son los que logran que el vendedor de la editorial en las universidades pueda promover con más éxito su catálogo o los libros frente a los de la competencia, así como todos los análisis que le brindan en las facultades, las sugerencias y mención de errores son los que de una forma debida al llegar a el departamento de edición de parte de los vendedores, en formatos claros y documentados logran que en un futuro cercano puedan mejorar sustancialmente las nuevas ediciones al incluir las sugerencias debidas a los nuevos capítulos o adaptaciones, porque solo un mercado que realmente siente que sus opiniones son atendidas y tomadas en cuenta, logran que la editorial como una empresa se diferencie de las demás y logre más lealtad y preferencia de parte de los clientes y usuarios.

Esquema de flujo de información y decisiones relevantes:

Entre los departamentos de la empresa

Figura 12. Flujos de Información.



4.5.2. Proceso de organización de los productos

El departamento de Editores es quien lleva la planificación y avance de la producción intelectual y luego física de los libros de Texto como los productos,

En algunos casos se encontraran con días o semanas donde estarán haciendo lo mismo para los distintos libros, en otras ocasiones estarán los proyectos en distintos estados de avance, es muy importante

la información y administración de la situación y como la dirección general estará al tanto de los progresos en el departamento editorial y como se complemente con los demás departamentos y principalmente Ventas y Promoción para el éxito de la operación completa de la empresa, a continuación se da una graficación de la planificación y como deberá esta controlada por el editor y supervisada por la dirección.

Cronograma de Planificación del seguimiento del departamento de Edición, para la publicación de los tres primeros libros.

Figura 13. Cronograma de trabajo del departamento de edición

PLAN DE PUBLICACION DE LIBROS DE TEXTO ANUAL EDITORIAL "LA UNIVERSIDAD"																
PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS																
N°	Autor/Autores	Titulo	Editor	dias habiles de trabajo	2006							2007				
					Maximo	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M
1	Autor/Autores	Preparacion y evaluacion de proyectos	Editor 1													
		Proceso de busqueda de Autores		60	■	■										
		proceso de analisis de contenidos		50			■	■								
		proceso de edicion de el libro		120				■	■	■	■					
		Proceso de consulta de Mercadeo		30								■				
		Autorizacion final y envio a Impresión.		30									■			
		Envio a Librerías de Libros impresos y comercializacion		30										■		
2	Autor/Autores	Investigacion de Mercados con énfasis en CA	Editor 2													
		Proceso de busqueda de Autores		60	■	■										
		proceso de analisis de contenidos		50			■	■								
		proceso de edicion de el libro		120				■	■	■	■					
		Proceso de consulta de Mercadeo		30								■				
		Autorizacion final y envio a Impresión.		30									■			
		Envio a Librerías de libros impresos y comercializacion		30										■		
3	Autor/Autores	Guía de Administracion de Empresas PYME y Fam.	Editor 2													
		Proceso de busqueda de Autores		60	■	■										
		proceso de analisis de contenidos		50			■	■								
		proceso de edicion de el libro		120				■	■	■	■					
		Proceso de consulta de Mercadeo		30								■				
		Autorizacion final y envio a Impresión.		30									■			
		Envio a Librerías de libros impresos y comercializaciony comercializacion		30										■		

4.5.3. Proceso de obtención de la información.

La empresa al ser dedicada a la publicación editorial, tiene en la información en general una fuerte aliada para el sano desenvolvimiento de la operaciones y el crecimiento propio de la empresa como tal, Los sistemas de información gerencial son para la actual época, una herramienta indispensable para la toma de decisiones de cada paso administrativo, cada gasto, cada inversión, todo evento que afecte el avance de la planificación, y la forma en que se liga lo técnico con lo administrativo con las ventas, se planifico un soporte técnico para dar mantenimiento y operatividad a los equipos de computación, al software y a la instalación técnica de red y conexiones externas y las internas, todo esto conforme se desarrolla el crecimiento de las operaciones de la empresa.

Esquema propuesto de la organización de los sistemas de información:

Figura 14. Organización de los sistemas de Información.



4.5.4. Proceso de calidad del contenido de los autores

Cómo aportar un análisis de calidad: Aquí analizaremos como se presentan por parte de la editorial los análisis de los contenidos para asegurarnos que los productos como son los libros llenan los mas altos estándares de calidad pedagógica que es lo que realmente se necesita en las aulas de estudio.

- El primer análisis es realizado por el editor, para comparar los distintos, programas académicos y ver si contiene el índice propuesto todos los temas buscados para la enseñanza de la materia.
- Diagnostico Pedagógico, será el elaborado por el asesor de la editorial en temas propiamente pedagógicos para conocer si alcanzan estos objetivos para cada plan de estudios.
- Habilidades conceptuales,
- Capacidad de autoformación, En los momentos actuales donde se tienen muchas presiones por la falta de tiempo y espacios físicos en las universidades, el extender a largos periodos de estudio y jornadas semanales, se ha imposibilitado, y si un Libro de Texto tiene un aporte interesante para la dosificación magistral, y poder apoyar a la coordinación académica en programar mas cómodamente junto a los catedráticos y aprovechar el momento magistral para ampliarse en explicaciones y manejo de dudas en lugar de trasmisión solo de contenido.
- Indicadores de ejemplos y casos, en las funciones del editor se encuentra en asesorarse con algún catedrático conocedor de el tema y con bastante tiempo de docencia, para que analice la carga de ejercicios y la claridad de los ejemplos, su estructura y posibilidad de no confundir a los alumnos cuando deseen adelantar algunos conocimientos, Los casos también serán analizados no solo desde el

punto de vista didáctico y si es suficientemente claro en la explicación de su solución, sino también buscaremos que se adapte a las condiciones en Centroamérica de estar muy cerca de la realidad para que los alumnos encuentren muy valioso el caso y también su interés y expectativa se mantengan durante todo el curso.

- Facilitador de adaptación y dosificación educativa, la editorial también tendrá acceso a consultores pedagógicos que revisaran los textos y los ejemplos buscando aplicar criterios propiamente didácticos y que el alumno con sus catedráticos tengan una herramienta de apoyo para la carga de conocimientos que se propongan las autoridades académicas en cada universidad.

4.5.5. Proceso de venta para los libros de texto

El departamento de ventas tendrá un plan de trabajo de la promoción, que esta descrito en la estrategia comercial, pero el departamento de ventas administrado por la dirección general, luego de tener los reportes de promoción y adopción de textos, tendrá un plan de colocación de los pedidos por universidad, para lograr tener en cuenta las cantidades que se puedan vender según las necesidades que se generen, se buscara no colocar inventario de algún libro en una librería en especial para que luego no se desplace y no se atienda luego una necesidad en otro sitio, por lo que se analizaran las solicitudes de cada librería, también en el momento de inicio de ventas, la logística de distribución y el surtido de los libros, hay una vinculación a la producción cuando la demanda supere lo programado y se medirá con mucha aproximación cuanto Mas se necesita para emitir una orden de impresión extra en el momento correcto y la información hacia los estudiantes y profesores sea clara y puedan planificar sus actividades, también es necesario no excederse en la cantidad de impresión porque pasada la demanda real de los textos, ya no hay ocasión de vender mas hasta una

nueva temporada que se podría presentar meses luego o incluso hasta un año, creando problemas en administrar los costos de tener en bodegas almacenados los libros que no se vendieron.

Formularios de trabajo del promotor de ventas:

- Hoja de entrevista a profesores.
- Hoja de pedido por Coordinador o Profesor.
- Hoja de pedido por la librería.

Ver los ejemplos en los anexos.

Estructura organizacional de la editorial: la Editorial tendrá una Organización administrativa, que responderá a las necesidades de dirigir los esfuerzos de publicación y comercialización de los libros de texto que se publiquen, así como aprovechar la mayoría de las oportunidades que se identifiquen, para canalizar la capacidad creativa del personal de edición y promoción, así como lograr los recursos financieros que faciliten este crecimiento, y funcionar de forma que los ingresos, generen los rendimientos que mantengan el apoyo a la empresa.

Estructura Organizacional:

Director General,

Funciones:

Tendrá la Administración completa de la empresa, Autorización de Gastos, Evaluara las inversiones y aprobara los proyectos editoriales, conducirá la gerencia de Ventas y los vendedores, le reportaran también los editores, y será quien autorice las actividades promocionales y la autorización de créditos, tendrá la responsabilidad de la rentabilidad de la operación completa.

Contador general,

Funciones:

Registrara los gastos y los ingresos de la empresa, elaborara los libros contables y los reportes financieros, establecerá los costos y apoyara las compras y contratos, así como todos los tramites legales y financieros de la empresa.

Editores,

Funciones:

Llevara los proyectos de cada libro, desde su propuesta hasta la impresión y también auxiliara las reimpressiones, reportara al director general y trabajara en conjunto con los promotores y los contratos externos serán administrados por el con la autorización, es también el contacto constante con los autores y revisores técnicos.

Promotores de Ventas,

Funciones:

Estarán constantemente en contacto con los clientes de la editorial, a través de las entrevistas con Coordinaciones y Catedráticos, será quien garantice las ventas de los productos y será quien descubra nuevas oportunidades y cambios, así como la relación con las librerías, también será quien identifique autores en unos casos y trabajara en equipo con los Editores.

Diagramador y Artes Graficas,

Funciones:

Tendrá una función más técnica de artes digitales, elaboración de cuadros, graficas, afiches, portadas, y otros proyectos que le asignen los editores y el Director.

Encargado de Tecnología y los Inventarios,

Funciones:

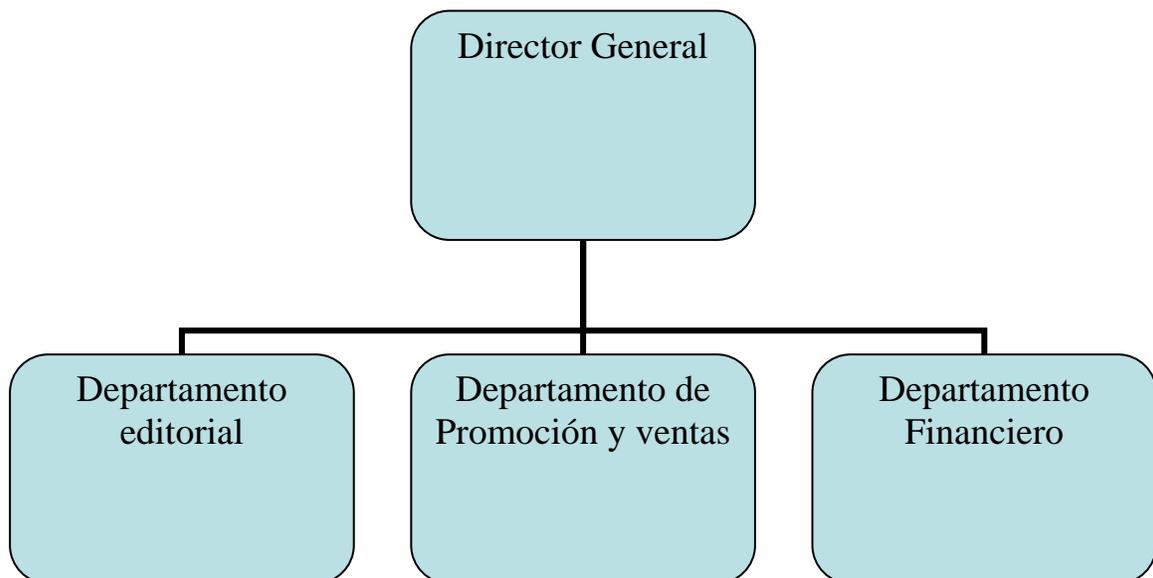
Estará a cargo de los servidores principales y la comunicación entre el equipo tecnológico y las redes, administrara los sistemas de información y auxiliara las labores de los demás empleados, llevara los registros de bodega cuando allá producto, reporta al director General

Secretaria de Director, Ventas y Despacho de Pedidos,

Funciones:

Estará a cargo de atención a el publico que visite las oficinas, atenderá la planta telefónica, tendrá la responsabilidad de facturar pedidos y atender despachos, coordinara las reuniones entre el personal de la empresa y los visitantes y atenderá la solicitudes de el Director en función de la administración de la empresa y de las actividades de Ventas.

Figura 15. Organigrama propuesto



5. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

5.1. Determinación de los costos

Los costos que se contabilizaran y registraran al iniciar la operación de la editorial, están descritos a continuación, hay que tomar en cuenta que están ajustados a la realidad nacional. La primera parte de los costos están dedicados a la instalación de la oficinas administrativas y operativas de la editorial, se buscara que se tengan las comodidades necesarias para la operación pensando en el trabajo continuado que se hará en cada año y que la reposición de los equipos según su uso, sea lo mas rentable posible según cada caso.

Otros costos: también tenemos los costos fijos y los variables, entre los que sobresalen los costos de mantenimiento de las oficinas que no variaran conforme las actividades de las ventas, pero siempre estarán presentes con sus aumentos de cada nuevo año, por el incremento general del costo de vida.

Los costos variables que si están ligados a las cantidades de libros a producir y a las cantidades de libros por vender, lo que nos llevara a detallar cada caso y así poder realizar los análisis financieros, su administración y su mejor desempeño en función de la empresa y crear un objetivo estratégico y no algo que nos limite en los momentos de dificultad para el inicio de las operaciones.

Tabla de detalle del mobiliario y equipo para adquisición: a continuación una lista de los equipos y mobiliario para las oficinas, todos estos muebles y equipo se adquirirá al iniciar la operación de la empresa editorial, luego no se hará otra inversión de este tamaño, solo de reposición y ampliación en el caso de las bodegas.

Tabla VIII. Lista de Mobiliario y equipo, según lo cotizado.

Mes de compra	descripcion del equipo	cantidad solicitada	valor de compra	valor total
Junio	Escritorio con mesa de computacion para los Editores.	2 unidades.	Q1,500.00	Q3,000.00
Junio	Librera con estantes y gabetas para documentos y archivos para los Editores.	2 unidades.	Q2,000.00	Q4,000.00
Junio	Escritorios con base de computadoras y materiales de desarrollo para artes graficas.	2 unidades.	Q1,500.00	Q3,000.00
Junio	Escritorio con mesa de computacion, base de documentos y credenza para la direccion general.	1 unidad.	Q3,500.00	Q3,500.00
Junio	Escritorio con mesa de trabajo y base de documentos para Gerente Financiero.	1 unidad.	Q1,800.00	Q1,800.00
Junio	Librerias para documentos y materiales.	10 unidades.	Q1,000.00	Q10,000.00
Junio	Escritorio con mesa de documentos para secretaria.	1 unidad.	Q1,000.00	Q1,000.00
Junio	Escritorio con base de documentos y papelerias, para Promotores.	2 unidades.	Q1,200.00	Q2,400.00
Junio	sillas de escritorio con rodos.	9 unidades.	Q800.00	Q7,200.00
junio	Mesa para 8 personas para reunion de trabajo con base plastificada.	3 unidades.	Q1,500.00	Q4,500.00
Junio	Sillas con respaldo y base con forro para Mesas de reunion o salas de espera.	30 unidades.	Q500.00	Q15,000.00
Junio	Lamparas para mesa de trabajo	9 unidades.	Q100.00	Q900.00
Junio	Computadoras para trabajo de edicion graficas, pantalla de 17" plana disco de 150 gigas, procesador pentium 4, software para edicion grafica	4 unidades.	Q16,000.00	Q64,000.00
Junio	Computadoras para uso Administrativo y promocion, con pantalla plana 15" disco de 100 gigas, procesador pentium 4, software de administracion.	5 unidades.	Q6,000.00	Q30,000.00
Junio	Impresoras laser con capacidades de impresion alta, conexión en red, capacidad de volumen.	5 unidades.	Q1,500.00	Q7,500.00
Junio	Impresoras Laser a Color, con Gran definicion, y capacidades de red.	2 unidades.	Q4,000.00	Q8,000.00
Junio	Fotocopiadora de alta capacidad de impresion, red y varios tamaños.	1 unidad.	Q25,000.00	Q25,000.00
Junio	Escaner, de alto desempeño	2 unidades.	Q1,500.00	Q3,000.00
Junio	Materiales de oficina, papel de impresion y suministros Impresos		Q10,000.00	Q10,000.00

TOTAL **Q203,800.00**

5.2. Costos fijos

Tabla de gastos mensuales: a continuación se presenta una lista de los gastos generales generados por las oficinas administrativas a través del tiempo.

Estos gastos estarán siempre constantes mes a mes y se estimaran incrementos a cada año para efectos de análisis por el incremento del costo de vida.

Tabla IX. Lista de gastos mensuales

Lista de Gastos mensuales de oficinas Administrativas

Dia de Pago	descripcion del gasto	Monto del Pago
2 día del Mes	Pago de alquiler de Oficinas	Q2,500.00
3 día del Mes	Pago de Servicio de Seguridad y Vigilancia	Q500.00
6 día del Mes	Pago de Agua	Q250.00
8 día del Mes	Pago de Teléfono y contrato de Internet	Q1,500.00
12 día del Mes	Pago de Electricidad	Q1,200.00
16 día del Mes	Pago de extracción de basura	Q30.00
20 día del Mes	Pago de Limpieza de Oficinas	Q1,200.00
25 día del Mes	Compras de Abarrotes generales	Q400.00
26 día del Mes	Compras de suministros de Oficina	Q300.00
30 día del Mes	pago de Agua Salvavidas del Personal	Q120.00
	TOTAL	Q8,000.00

Tabla de descripción de pagos de planilla: los gastos de planilla se detallan a continuación y son una referencia para el momento que se facturen productos, porque entonces algunos tendrán derecho a comisión de la facturación.

Tabla X. Lista de pagos estimados de planilla
 Lista de pagos de planilla estimados para la operación de la empresa.

Puesto a desempeñar	tipo de contrato salarial	pago de salario fijo	porcentaje de comision autorizado	Gastos de vehiculo y viaticos
Director general	salario mensual mas porcentaje de comisión	Q5,000.00	1.5% de la facturación total	Q1,400.00
Contador general	salario mensual	Q2,500.00		
Secretaria de dirección y atención	salario mensual	Q1,800.00		
Editor de Libros	salario mensual mas porcentaje de comisión	Q2,500.00	1 % de la facturación de los libros que edite	
Editor de Libros	salario mensual mas porcentaje de comisión	Q2,500.00	1 % de la facturación de los libros que edite	
Promotor de ventas	salario mensual mas porcentaje de comisión	Q1,500.00	3 % de la facturación de los libros que venda	Q1,600.00
Promotor de ventas	salario mensual mas porcentaje de comisión	Q1,500.00	3 % de la facturación de los libros que venda	Q1,600.00
Diseñador Grafico	salario mensual	Q1,800.00		
Encargado de Tecnología e inventarios	salario mensual	Q1,800.00		
	totales	Q20,900.00		Q4,600.00

En los primeros 6 meses trabajaran:

Director General, Contador General, Secretaria, los dos Editores, 1 promotor.

Luego se integran los demás empleados.

1 promotor, diseñador grafico, encargado de tecnología.

Tabla de gastos de desarrollo de un libro nuevo: se tendrán en cuenta que estos gastos forman parte de un presupuesto aprobado por la dirección, es muy probable que se consigan ahorros y también algunos rubros estén mas altos, así como allá variantes de libro en libro, para lo cual el Editor tendrá que pedir una autorización extra para continuar con su proyecto, pero la dirección general será la responsable de la administración de estos presupuestos, el gasto completo luego se divide entre la primer impresión mas las posteriores impresiones proyectadas, según el plan de ventas que se tenga por cada libro, convirtiéndose en un costo fijo para cada unidad de venta.

Tabla XI. Lista de gastos para edición de libros
 Lista de gastos para le edición de un libro de texto y sus artes

tipo de Operación	descripción	Monto del pago
elaboración de documento impreso de recepción de propuesta.	se elabora un documento para que el autor lo firme y lo archiven ambos. Se incluye la digitalización.	Q100.00
elaboración de documento electrónico de propuesta	se contrata un levantador de Texto para formar el documento electrónico	Q400.00
se envía la copia del documento a estilo y gramática.	se revisa el texto completo y se anotan las sugerencias	Q500.00
elaboración de artes graficas y diagramas para agregar al texto.	se definen los requisitos por editor y autor y se reciben digitalmente.	Q1,000.00
elaboración de texto propuesta, con todos los agregados	es un gasto mas que todo en reproducción y digitalización	Q500.00
segunda elaboración de texto propuesta con las actualizaciones	es un gasto extra en agregar los cambios sugeridos mas su artes digitales	Q500.00
elaboración de portada y afiches	Artes graficas, contrata un arte de portada y los promocionales, este gasto es mas el arte digital.	Q1,000.00
elaboración de artes finales de el texto total, mas las placas de impresión	Este material pertenece a la editorial y es de uso exclusivo de ella para las próximas reimpressiones.	Q2,500.00
	totales	Q6,500.00

Tabla XII. Lista de costos fijos primer y segundo año

Lista de costos fijos para el primer año

	descripción del gasto	Monto del Pago
	Gastos desarrollo de 7 libros en el año.	Q45,500.00
	pago de mobiliario anual	Q50,766.65
	Pago de mantener oficinas anual	Q96,000.00
	pago de planilla anual	Q313,500.00
	TOTAL	Q505,766.65

Lista de costos fijos para el segundo año

	descripción del gasto	Monto del Pago
	Gastos desarrollo de 7 libros en el año.	Q47,775.00
	pago de mobiliario anual	Q50,766.65
	Pago de mantener oficinas anual	Q100,800.00
	pago de planilla anual	Q329,175.00
	TOTAL	Q528,516.65

5.3. Costos variables.

Tabla de gastos de impresión de un libro: se establecerán contratos con los proveedores de impresión, para administrar los distintos tirajes de libros, y se pactara un pago fijo por libro impreso, aun con las variantes de tirajes de libros, según se establezcan las necesidades de demanda, o sea que pueden variar algunas cantidades a mas o menos, pero el proveedor, mantendrá los costos, el tiempo de entrega y la calidad.

Tabla XIII. Lista de gastos de impresión

Lista de Gastos para la impresión de los libros

Formato del Libro	descripción	Costo de impresión, pegado y guillotina, entrega en bodega, por un Libro	Monto del pago por 1000 unidades
Libro de Tapa a Color, 400 paginas formato 19 cm X 23.5 cm	Interior UN SOLO COLOR, papel bond blanco, satinado mate, 80 gramos. Cosido por los cuadernos, mas pegado de Lomo.	Q25.00	Q25,000.00
Libro de Tapa a Color, 500 paginas formato 25 cm X 19.5 cm	Interior UN SOLO COLOR, papel bond blanco, satinado mate, 80 gramos. Cosido por los cuadernos, mas pegado de Lomo.	Q30.00	Q30,000.00
Libro de Tapa a Color, 400 paginas formato 19 cm X 23.5 cm	Interior DOS COLORES , papel bond blanco, satinado mate, 80 gramos. Cosido por los cuadernos, mas pegado de Lomo.	Q32.00	Q32,000.00
Libro de Tapa a Color, 500 paginas formato 25 cm X 19.5 cm	Interior DOS COLORES , papel bond blanco, satinado mate, 80 gramos. Cosido por los cuadernos, mas pegado de Lomo.	Q40.00	Q40,000.00
Libro de Tapa a Color, 400 paginas formato 19 cm X 23.5 cm Pelicula plastica protectora	Interior un FULL COLOR, papel bond blanco, satinado mate, 80 gramos. Cosido por los cuadernos, mas pegado de Lomo.	Q60.00	Q60,000.00
Libro de Tapa a Color, 500 paginas formato 25 cm X 19.5 cm Pelicula Plastica Protectora	Interior un FULL COLOR, papel bond blanco, satinado mate, 80 gramos. Cosido por los cuadernos, mas pegado de Lomo.	Q80.00	Q80,000.00

Tabla de pago de comisiones para empleados con beneficio de regalías: todas las comisiones se pagaran a cada trabajador con derecho a ellas, según las tablas autorizadas por la empresa, y serán canceladas en el siguiente mes de contabilizar la facturación y su correspondiente pago según cada plazo de crédito para cada punto de venta, por lo que dependerá de la acción directa de la comercialización de los libros.

Tabla XIV. Lista de detalle de pago de comisiones.

Lista de detalle del pago de comisión de planilla

Puesto a desempeñar	pago de salario fijo	porcentaje de comisión autorizado	Presupuesto anual el primer año (en unidades de Libros)	valor promedio en factura de librería de un libro 1 año	comisiones devengadas en el transcurso de un año	Presupuesto anual el segundo año (en unidades de Libros)	valor promedio en factura de librería de un libro 2 año	comisiones devengadas en el transcurso de un año
Director general	Q5,000.00	1.5% de la facturación total	6000	Q150.00	Q13,500.00	11400	155	Q26,505.00
Editor de Libros	Q2,500.00	1 % de la facturación de los libros que edite	3000	Q150.00	Q4,500.00	5700	155	Q8,835.00
Editor de Libros	Q2,500.00	1 % de la facturación de los libros que edite	3000	Q150.00	Q4,500.00	5700	155	Q8,835.00
Promotor de ventas	Q1,500.00	3 % de la facturación de los libros que venda	3000	Q150.00	Q13,500.00	5700	155	Q26,505.00
Promotor de ventas	Q1,500.00	3 % de la facturación de los libros que venda	3000	Q150.00	Q13,500.00	5700	155	Q26,505.00
					Q49,500.00			Q97,185.00
					Q8.25			Q8.53

Gastos de mercadeo y promoción para la comercialización:

Se establece un Valor de Q 5.00 por libro presupuestado para la elaboración de Afiches, y pago de eventos de Presentación de Libros, como un rubro de gastos de mercadeo.

Tabla XV. Resumen de los gastos variables

Descripción del gasto	valor
pago de impresión	Q40.00
pago de comisiones	Q8.25
Gasto de comercialización por libro	Q5.00
total	Q53.25
total anual 1	Q319500.00

costos variables

Descripción del gasto	valor
pago de impresión	Q45.00
pago de comisiones	Q8.52
Gasto de comercialización por libro	Q5.00
total	Q58.52
total anual 1	Q667,128.00

5.4. Determinación de la inversión fija inicial total.

La inversión fija inicial, consiste en cubrir los costos de la adquisición de Mobiliario y equipo de computación para iniciar las operaciones de la empresa con los editores, promotor, secretaria, contador y el Director, también se tendrán cubiertos los gastos de la edición, para la elaboración de los primeros 7 libros propuestos en el primer año de actividades.

Gasto de compra de mobiliario y equipo:

Q 203,800.00

Gasto de desarrollo de edición de cada libro:

Q 6,500.00 por cada uno

Q 45,500.00 por los primeros siete títulos.

Total de la Inversión Inicial:

Q 249,500.00

5.4.1. Determinación del capital de trabajo.

El capital de trabajo para la operación de los primeros meses, esta constituido por la compra del mobiliario y equipo contemplado en la Inversión Fija Inicial, mas los gastos que representara la planilla de trabajo, los gastos de operación de las oficinas y los pagos de impresión de los primeros tirajes, todo esto hasta que ingresen los primeros flujos de efectivo luego de el cobro de la ventas de el producto que se espera que sea al mes 14 de iniciadas las operaciones.

Inversión Inicial:

Q 249,500.00

Gastos mensuales de oficinas primeros 18 meses:

Q 8,000.00 por mes

Total completo:

Q 144,000.00

Pago de Planilla de los primeros 18 meses:

6 meses de planilla inicial, Q 15,800.00 da un total de Q 94,800.00

12 meses de planilla completa Q 20,900.00 da un total de Q 250,800.00

Mas gastos de gasolina y vehiculo por 18 meses, (Q 3,000.00 X 6) + (Q 4,600.00 X 12)

Total Q 73,200.00

Más provisiones de bonos, y pasivos. Q 57,000.00

Total completo:

Q 475,800.00

Impresión de los primeros 7 libros:

Q 35.00 X 6000 unidades = Q 210,000.00 mas

Q 25.00 X 1800 unidades = Q 45,000.00 da un total de:

Q 255,000.00

Total del Capital de trabajo Inicial:

Q 1, 124,300.00

5.4.2. Determinación del punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se determinará en Unidades de Libros, Cuántos Libros se necesitan vender en cada año para que el proyecto esté en punto de equilibrio (no se tengan pérdidas ni ganancias).

Los costos variables se estimaron dividiendo el total de los costos variables anuales del proyecto entre la cantidad de libros que se venderán en ese año determinando de esta manera el costo variable por unidad.

El precio por unidad utilizado para la estimación del punto de equilibrio será el precio de venta determinado en el estudio de Mercado.

$$PE = Cf / (P - Cv)$$

Donde:

PE = Punto de Equilibrio

Cf = Costos Fijos Totales

P = Precio de venta unitario

Cv = Costo Variable unitario

Determinación del punto de equilibrio:

Tabla XVI. Resumen de datos para el punto de equilibrio
TABLA DE RESUMEN DE PUNTO DE EQUILIBRO PARA LOS PRIMEROS DOS AÑOS

AÑO	Costos fijos totales	Precio de venta Unitario por libro	Costo variable por libro	punto de equilibrio en unidades de libros	Libros Presupuestados para la venta.
1	Q505,766.65	Q150.00	Q53.25	5227.56	7000.00
2	Q528,516.65	Q155.00	Q58.52	5477.99	11400.00

Análisis del punto de equilibrio: del cuadro anterior se deduce que en el primer año se necesita generar producto y venderlo por 5230 unidades que en promedio siendo 7 libros distintos se deben vender en promedio 750 unidades de cada uno, en el caso de el segundo año, debido a los gasto fijos la cantidad no se incrementa tanto pero tenemos un aumento de un 6%, pero esta planificado, vender de los libros ya desarrollados, y de los nuevos proyectos que salen al mercado, lo que nos da un incremento mas cómodo para sostener el punto de equilibrio.

5.5. Evaluación económica

Se procederá a evaluar la viabilidad financiera del proyecto, para tener un mejor panorama de las ventajas que ofrece la empresa a los inversionistas, porque se necesita una buena rentabilidad para atraer al capital que luego recibirá sus retornos, y tendrá en una empresa en operación el interés de su capital.

Las Herramientas financieras a utilizar son:

- Análisis de Flujos de caja para los dos primeros años, y entender los progresos de los ingresos y costos según el Plan de ventas y el plan de operación.
- Determinaremos el valor actual Neto, para identificar los valores de la empresa en un momento de tiempo.
- Estableceremos una aproximación de cómo quedaría un balance general de un año para visualizar como se comportara contablemente la empresa.
- Y veremos una proyección planificada de un estado de pérdidas y ganancias de las operaciones de la empresa por un año para definir una forma de valorar la empresa.

5.5.1. Flujo de caja proyectado para un año.

Estos cuadros son los que reflejan el comportamiento programado de los flujos de caja de los primeros años, lo que nos indica ya como se comportaran las inversiones y los ingresos, así como los meses complicados de pagos y menos ingresos.

Los Flujos de caja se analizaron partiendo de el mes de Julio para terminar el ciclo anual en Junio, porque se acostumbra en las editoriales lanzar los libros en Mitad de Año, y tener la promoción y pedidos mas definidos en el segundo semestre de el año, para la comercialización mas fuerte en Enero a Marzo.

Tabla XVII. Flujo de efectivo del primer año de operación.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA EL PRIMER AÑO PARA LA EMPRESA EDITORIAL

DESCRIPCION	MES	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
INGRESOS														
Ingresos de ventas														
Ventas												Q320,000.00	Q380,000.00	Q700,000.00
Total de Ingresos		Q0.00	Q320,000.00	Q380,000.00	Q700,000.00									
EGRESOS														
Costos Fijos														
Pago mensual de compra de Mobiliario y equipo		Q4,230.55	Q4,230.55	Q4,230.55	Q50,766.60									
Pago de gastos de mantenimiento de oficinas		Q8,000.00	Q8,000.00	Q8,000.00	Q96,000.00									
Pago de gastos de desarrollo de los libros						Q19,500.00	Q26,000.00							Q45,500.00
Pago de Planilla de trabajadores		Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q15,800.00	Q23,700.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q39,250.00	Q246,450.00
total de Costos Fijos		Q28,030.55	Q28,030.55	Q28,030.55	Q28,030.55	Q47,530.55	Q61,930.55	Q33,130.55	Q33,130.55	Q33,130.55	Q33,130.55	Q33,130.55	Q51,480.55	Q438,716.60
Costos Variables														
Pago de Impresión por libros											Q72,200.00	Q240,000.00		Q312,200.00
Pago de comisiones por venta libros												Q23,466.60	Q27,866.60	Q51,332.00
Pago de gastos de ventas												Q10,666.60	Q12,670.00	Q23,336.60
Total de Costos Variables		Q0.00	Q72,200.00	Q274,132.60	Q40,536.60	Q386,868.60								
Total de Egresos		Q28,030.55	Q28,030.55	Q28,030.55	Q28,030.55	Q47,530.55	Q61,930.55	Q33,130.55	Q33,130.55	Q33,130.55	Q105,330.55	Q307,263.15	Q92,016.55	Q825,585.20
Utilidades														
Utilidades antes de Impuestos		-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q47,530.55	-Q61,930.55	-Q33,130.55	-Q33,130.55	-Q33,130.55	-Q105,330.55	Q12,736.85	Q287,983.45	-Q125,585.20
Total de Utilidades		-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q47,530.55	-Q61,930.55	-Q33,130.55	-Q33,130.55	-Q33,130.55	-Q105,330.55	Q12,736.85	Q287,983.45	-Q125,585.20
FLUJO DE CAJA		-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q28,030.55	-Q47,530.55	-Q61,930.55	-Q33,130.55	-Q33,130.55	-Q33,130.55	-Q105,330.55	Q12,736.85	Q287,983.45	-Q125,585.20

Tabla XVIII. Flujo de efectivo del segundo año de operación.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA EL SEGUNDO AÑO PARA LA EMPRESA EDITORIAL

DESCRIPCION	MES	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
INGRESOS														
Ingresos de ventas														
UNIDADES DE LIBROS		2335						1800	1900			2300	2700	11035
Ventas		Q350,250.00						Q279,000.00	Q294,500.00	Q0.00	Q0.00	Q356,500.00	Q418,500.00	Q1,698,750.00
Total de Ingresos		Q350,250.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q279,000.00	Q294,500.00	Q0.00	Q0.00	Q356,500.00	Q418,500.00	Q1,698,750.00
EGRESOS														
Costos Fijos														
Pago mensual de compra de Mobiliario y equipo		Q4,230.55	Q4,230.55	Q4,230.55	Q4,230.55	Q50,766.60								
Pago de gastos de mantenimiento de oficinas		Q8,400.00	Q8,400.00	Q8,400.00	Q8,400.00	Q100,800.00								
Pago de gastos de desarrollo de los libros					Q19,500.00	Q26,000.00								Q45,500.00
Pago de Planilla de trabajadores		Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q41,800.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q20,900.00	Q41,800.00	Q292,600.00
total de Costos Fijos		Q33,530.55	Q33,530.55	Q33,530.55	Q53,030.55	Q59,530.55	Q54,430.55	Q33,530.55	Q33,530.55	Q33,530.55	Q33,530.55	Q33,530.55	Q54,430.55	Q489,666.60
Costos Variables														
Pago de Impresión por libros									Q247,500.00	Q67,500.00	Q270,000.00			Q585,000.00
Pago de comisiones por venta libros		Q19,917.55	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q15,354.00	Q16,207.00	Q0.00	Q0.00	Q19,619.00	Q23,031.00	Q94,128.55
Pago de gastos de ventas		Q11,675.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q9,000.00	Q9,500.00	Q0.00	Q0.00	Q11,500.00	Q13,500.00	Q55,175.00
Total de Costos Variables		Q31,592.55	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q24,354.00	Q25,707.00	Q247,500.00	Q67,500.00	Q301,119.00	Q36,531.00	Q734,303.55
Total de Egresos		Q65,123.10	Q33,530.55	Q33,530.55	Q53,030.55	Q59,530.55	Q54,430.55	Q57,884.55	Q59,237.55	Q281,030.55	Q101,030.55	Q334,649.55	Q90,961.55	Q1,223,970.15
Utilidades														
Utilidades antes de Impuestos		Q285,126.90	-Q33,530.55	-Q33,530.55	-Q53,030.55	-Q59,530.55	-Q54,430.55	Q221,115.45	Q235,262.45	-Q281,030.55	-Q101,030.55	Q21,850.45	Q327,538.45	Q474,779.85
Total de Utilidades		Q285,126.90	-Q33,530.55	-Q33,530.55	-Q53,030.55	-Q59,530.55	-Q54,430.55	Q221,115.45	Q235,262.45	-Q281,030.55	-Q101,030.55	Q21,850.45	Q327,538.45	Q474,779.85
FLUJO DE CAJA		Q285,126.90	-Q33,530.55	-Q33,530.55	-Q53,030.55	-Q59,530.55	-Q54,430.55	Q221,115.45	Q235,262.45	-Q281,030.55	-Q101,030.55	Q21,850.45	Q327,538.45	Q474,779.85

5.5.2. Aplicación del valor actual neto.

Tabla XIX. Resumen de los Flujos de Efectivo.
Resumen de flujos de efectivo anual

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Unidades de libros	4666	8000	10300	12300	15100
Ingresos totales por venta	Q699,900.00	Q1,232,500.00	Q1,638,000.00	Q2,017,000.00	Q2,548,000.00
Costos Fijos	Q438,716.60	Q489,666.60	Q499,206.60	Q525,898.60	Q562,442.60
Costos Variables	Q825,585.20	Q1,047,906.60	Q1,218,376.60	Q1,484,368.60	Q1,998,832.60
Total de Utilidades	Q125,685.20	Q184,593.40	Q419,623.40	Q532,631.40	Q549,167.40

VAN	Q743,851.01	20%
-----	-------------	-----

Según los cálculos en la hoja electrónica Excel de Valor Actual Neto,

5.5.3. Balance general proyectado a un año

El análisis de proyectar un balance general a terminar el primer año de operaciones nos muestra como la empresa inicia sus operaciones pero como esta proyectada a tener mejores ingresos en los siguientes años, son los que realmente se ven mejor las utilidades, aun así se puede ver que sin tener grandes deudas o pagos de prestamos la empresa puede ser rentable rápidamente.

Tabla XX. Balance General primer año.

BALANCE GENERAL	
EDITORIAL UNIVERSITARIA, 1 AÑO	
ACTIVO	
CIRCULANTE	
CAJA	160000
BANCOS	140000
CUENTAS POR COBRAR	400000
INVENTARIOS	350000
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	55000
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	1105000
ACTIVO FIJO	
MOBILIARIO DE OFICINA	66000
MATERIALES DE OFICINA	8000
EQUIPO DE COMPUTACION	137000
VEHICULOS	0
DEPRECIACION	42000
TOTAL DE ACTIVO FIJO	253000
ACTIVO DIFERIDO	
SEGUROS PAGADOS POR ADELANTADO	0
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	0
TOTAL ACTIVO	1358000
PASIVO	
PASIVO CIRCULANTE	
BANCOS -PRESTAMOS	160000
CUENTAS POR PAGAR Y GASTOS ACUMULADOS	96000
IMPUESTOS POR PAGAR	0
ACREEDORES VARIOS -Impresión de libros-	311150
PLANILLA POR PAGAR	356136
INTERESES POR PAGAR	0
DOCUMENTOS POR PAGAR - BANCO	0
DOCUMENTOS POR PAGAR - OTROS	16000
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	939286
PASIVO FIJO	
DEUDA A LARGO PLAZO	0
TOTAL PASIVO FIJO	0
TOTAL PASIVO	939286
CAPITAL	
CAPITAL SOCIAL	1124000
VALOR NETO	0
ACCIONES COMUNES	0
TOTAL CAPITAL	1124000
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	2063286

5.5.4. Estado de pérdidas y ganancias proyectado para un año

Un análisis de estado de resultado o perdidas y ganancias también nos guía en donde es que debe la dirección poner atención al final del primer año, a conseguir mejores ventas año con año para diluir los gastos fijos entre mas cantidades de libros impresos y listos para comercializar.

Tabla XXI. Estado de Resultados primer año.

EDITORIAL UNIVERSITARIA		PROYECCION 1 AÑO	
Estado de Resultados periodo de Años 2006-7			
Ingresos		Año 2006-7	
Ventas	Q700,000.00	100%	
Costo de Ventas	Q61,824.50	9%	
Gastos de Vtas y Admon	Q505,766.00	72%	
Gastos Financieros		0%	
Utilidad neta	Q155,167.00	22%	
Balance General			
Activo		Año 2006-7	
Caja	Q160,000.00		
Ctas. Por cobrar	Q395,000.00		
Inventario	Q350,000.00		
Gtos. Anticipados	Q65,000.00		
Propiedad, planta	Q0.00		
Otros activos	Q0.00		
TOTAL ACTIVO	Q970,000.00		
Pasivo			
Proveedores	Q311,115.00		
Pasivo C.P.	Q30,000.00		
Prestamos C.P.	Q160,000.00		
Documentos por pagar	Q16,000.00		
TOTAL PASIVO	Q517,115.00		
Capital			
Utilidad			(Q125,685.20)
			(Q125,685.20)

CONCLUSIONES

1. Se logró establecer mediante este estudio de factibilidad la aceptación y a rentabilidad de una Editorial de Libros de texto Universitarios en el medio universitarios.
2. En el estudio de mercado la aceptación de estos libros de texto queda clara la necesidad en los cursos de las carreras universitarias y la disposición de los alumnos a comprar una guía cuando los cursos son complicados.
3. Se logró determinar por medio del estudio técnico el proceso editorial, así como el valor de los costos fijos y variables para determinar la rentabilidad.
4. Para la implementación de estrategias de comercialización que permitan la penetración del producto es necesario que la editorial tenga mucha comunicación con las autoridades académicas, para trabajar los productos que realmente necesitan.
5. Se logró establecer que hay buenas oportunidades tanto para los profesores como los coordinadores académicos sean los autores de los libros de texto que Utilizarían los alumnos en sus cursos.
6. Se puede dar la oportunidad a los docentes de trasladar sus conocimientos a todo nivel universitario y mejorar la enseñanza en las aulas universitarias.

7. El papel que juega el Ingeniero Industrial dentro del desarrollo de proyectos innovadores y de calidad social, queda claro con la administración y dirección de un proyecto empresarial, solucionar problemas y necesidades de estudiantes y docentes y crear valor a partir de la publicación de obras que año con año mejoraran y darán trabajo a varias personas, en ventas administración, creación gráfica y autoral.

RECOMENDACIONES

1. Para la operación de la empresa y su viabilidad financiera, se propone definido y cumplirlo año con año, porque el crecimiento en ventas y en utilidades depende totalmente de la constante disciplina entre edición y promoción.
2. El mejor comportamiento de la empresa editorial con sus clientes, esta basado en una muy eficiente comunicación y respuesta entre sus departamentos y los clientes que reciben el producto final, los alumnos pero en una buena coordinación con las autoridades académicas y los docentes para realmente solucionar sus necesidades.
3. La labor de Edición y sus constantes trabajos con sus colaboradores internos y externos debe funcionar en total armonía, para lograr los objetivos que en conjunto con la dirección y promoción se establezcan, una parte fundamental de el futuro a mediano y largo plazo esta también en una búsqueda constante de excelentes colaboradores en su preparación académica y técnica, así como la búsqueda de los mejores materiales y técnicas de impresión y encuadernación, la mejor calidad del producto terminado tanto a nivel intelectual como a nivel físico, será el que lograra la duración y aprecio de la empresa en la sociedad.
4. La búsqueda de la excelencia por parte de la comunidad Universitaria, esta muy atada a una buena fuente de materiales didácticos, apropiados, correctos, oportunos y accesibles, si la visión empresarial se enfoca en colaboradores y accionistas.

BIBLIOGRAFÍA

1. **BENASSINI, MARCELA.** Introducción a la Investigación de mercados, un enfoque para América Latina, México: Editorial Prentice Hall, 2001, 240 pág.
2. **FRANKLIN, BENJAMIN.** Organización de empresas, Análisis, diseño y estructura, México: Editorial McGraw-Hill, 1998, 340 pág.
3. **BERNAL, CESAR.** Metodología de la investigación para administración y economía, Colombia, Editorial Pearson Educación, 2000, 260 pág.
4. **MEIGS, WILLIAMS.** Contabilidad la base de las decisiones gerenciales. México: Editorial McGraw-Hill, 2000. 11va. 710 pág.
5. **KRAJEWSKY, LEE.** Administración de operaciones, estrategia y análisis. México: Editorial Prentice Hall, 2000. 5ta, 930 pág.
6. **LAUDON, KENNETH.** Sistemas de información gerencial, México: Editorial Pearson Educación, 2000. 6ta, 688 pág.
7. **MARTINEZ, FRANCISCO.** Nuevas Tecnologías y Educación. Madrid: Editorial Pearson Educación, 2004, 234 pág.
8. **NAGLE, THOMAS.** Estrategias y Tácticas de Precios, una guía para tomar decisiones rentables, Madrid: Editorial Pearson Educación, 2002 3va. 456 pág.

9. **SAPAG, NASSIR.** Preparación y evaluación de proyectos.
Chile: Editorial McGraw-Hill, 2000. 4ta. 440 pág.
10. **PELTON, LOU.** Canales de marketing y distribución comercial.
México: Editorial Irwin McGraw-Hill, 1999, 540 pág.
11. **VAN HORNE, JAMES.** Administración financiera.
México: Editorial Prentice Hall, 1997. 10ma. 860 pág.
12. **STANTON, WILLIAM.** Fundamentos de marketing.
México: Editorial McGraw-Hill, 2000. 11va. 750 pag.
13. **KINNEAR, THOMAS.** Investigación de mercados, Un enfoque aplicado.
México: Editorial McGraw-Hill, 1993. 4ta. 812 pág.

ANEXOS

Modelo de la entrevista Para los alumnos.

1. Cual es la carrera que estudia?

2. Cual es el nombre del departamento del cual usted estudia los cursos del programa académico y cual es el curso que lleva?

3. En Estos cursos llevan necesariamente algún libro como texto en cual no? (se muestra la lista de los cursos propuestos)

4. Presentan los profesores material didáctico elaborado por ellos como casos, compilaciones, resúmenes presentaciones visuales, o presentan material complementario de estudio a sus presentaciones magistrales o recomiendan investigar libremente los temas?

5. Se le pide un libro como Texto obligatorio, o es optativo o solo sugerido?

6. Actualmente en el curso el material de estudio es congruente con los contenidos de los mismos?

7. Como calificaría de 1 a 10 (siendo 1 mal, y 10 bueno) la realidad y sus posibilidades de aplicación de los libros traducidos de autores norteamericanos con respecto a la realidad centroamericana?

8. De poder solicitar mejoras en la conformación de un texto de estudio, podría marcar según la Lista adjunta en orden de importancia cuatro características?

9. Cuales son los temas del curso que no encontró en los libros, podría marcar según la Lista adjunta los tres mas relevantes para sus cursos de estudio?

10. En que cursos no tienen definida la bibliografía oficial aprobada y prefiere un Libro de Texto a Sacar Fotocopias?

11. Cual seria el lugar ideal para comprar y adquirir los libros de texto de ser editados?

12. Cual seria el rango de precios mas cómodo para su libro de estudio para un el curso completo?

_____ Q 120.00 a Q 150.00, Q151.00 a Q 180.00, Q 181.00 a Q 220.00_____

PREGUNTA 2

1) Preparación y evaluación de Proyectos
O Evaluación de proyectos de inversión

2) Investigación de Mercados

Investigación de Mercados, Teoría y Práctica con énfasis para la región Centroamericana.

3) Administración de Empresas 2

Libro de Administración, Gerencia y Dirección de Empresas Pymes, Estilo cooperativas y empresas nacionales.

PREGUNTA 8

Lista de Características a mencionar

- 1) Mejor adaptación de Los libros a la realidad de cada país.
- 2) Mas casos de estudio acorde a Latinoamérica.
- 3) Mas ejercicios y respuestas.
- 4) Mas acceso a tecnología de Internet con autores y otros profesores.
- 5) Mejores explicaciones de los temas de clase.

PREGUNTA 9.

Temas Importantes y PUEDEN NO SER encontrados en sus libros consultados:

Preparación y Elaboración de proyectos:

- 1A) Como elaborar los cálculos de las muestras en el estudio de Mercado,
- 2A) Como elaborar cálculos técnicos en empresas de servicio,
- 3A) Mejores explicaciones y más ejemplos de los cálculos financieros.
- 4A) Como investigar el Impacto económico del proyecto.
- 5A) Como analizar el impacto Social del proyecto y mas ejemplos.
- 6A) Como analizar un proyecto de índole social

Investigación de Mercados:

- 1B) Como identificar y documentar una necesidad real en la Investigación Exploratoria.
- 2B) Como Elaborar Los cálculos de Las muestras y Ejemplos más detallados en casos reales.
- 3B) Como Presentar mejores resultados y vender los resultados de los estudios de Mercado.
- 4B) Más herramientas digitales de llenar y seguir para una mejor didáctica de una investigación de mercados.

Administración de Empresas:

- 1C) Como separar la administración de los vínculos familiares en las empresas de Familias,
- 2C) Como Valorar una empresa que tiene múltiples actividades.
- 3C) Como Preparar un plan estratégico en una empresa que ha caminado por años sin uno.
- 4C) Cuando, como y porque contratar gerentes en cooperativas empresariales.

Modelo de la Entrevista a director o encargado de Librería:

En que fechas tiene mayor demanda de libros en el año, iniciando de la mas importante a la menor?

Establece contactos directamente con las coordinaciones académicas, con los profesores de los cursos, podría mencionar algunos, y con que frecuencias?

De ser positivo tiene que establecer pedidos o solo hablan de las novedades y los textos regulares?

Tiene contactos con los promotores editoriales y de que casas editoras y con que frecuencias?

Tienen fechas especificas para revisar adopciones?

Puede describir brevemente como establece el pedido con cada promotor o el vendedor de las editoriales de sus libros?

En la fecha de inicio de venta, siempre tienen completo todos los pedidos?

Que medidas toman con los faltantes?

Siempre tienen entregas tarde de las casas editoriales o con que frecuencia, podria describir que sucede regularmente con algún pedido no cumplido?

Siempre venden todos los libros en las cantidades acordadas?

Que acciones toman con los saldos de los libros y podría mencionar porcentajes?

Como afecta con su crédito y sus estados de cuentas según las ventas?

Tienen demanda de los libros sin conocer que se tenía acordado con la coordinación académica, se podría mencionar algún caso en particular?

Consiguen localmente libros de los pedidos en temporada?

De los siguientes cursos de las carreras en mención tienen pedido especial?

A

B

C

De tener existencia, su demanda es alta, mediana, poca?

De no tener existencia, aun así tiene solicitud de parte de estudiantes y docentes pensando en medios de consulta?

Tiene algunas sugerencias para lanzamientos que serian éxitos de libros de texto?

Modelo de la Entrevista diaria al catedrático Universitario:

Nombre del Catedrático_____

Nombre del departamento _____Curso_____

Universidad_____Facultad_____

Horario de clases_____

Otros cursos que Imparte_____

No. de Alumnos en el curso_____

Libro que recomienda como Obligatorio_____Editorial_____

Libro que recomienda como Consulta_____Editorial_____

PRINCIPALES CARACTERISTICAS:

PRINCIPALES CARACTERISTICAS QUE LE FALTAN:

Firma de aceptación del libro de la editorial como texto del curso:

Catedrático

Modelo de la adopción del libro Universitario:

Nombre del COORDINADOR_____

Nombre del departamento _____Curso_____

Universidad_____Facultad_____

Secciones del curso_____

No. de Alumnos en el curso_____

Libro que recomienda como Obligatorio_____Editorial_____

Libro que recomienda como Consulta_____Editorial_____

PRINCIPALES RECOMENDACIONES:

SOLICITUD DE MUESTRAS PARA LA EDITORIAL:

Firma de aceptación del libro de la editorial como texto del curso:

COORDINACION

Modelo del Pedido de libros para la librería Universitaria:

Nombre de la Librería _____

Nombre director _____

Universidad _____ Facultad _____

Libro que SOLICITA _____ No. de Alumnos _____

Para el curso _____ Recomendado por _____

Libro que SOLICITA _____ No. de Alumnos _____

Para el curso _____ Recomendado por _____

Libro que SOLICITA _____ No. de Alumnos _____

Para el curso _____ Recomendado por _____

Libro que SOLICITA _____ No. de Alumnos _____

Para el curso _____ Recomendado por _____

Libro que SOLICITA _____ No. de Alumnos _____

Para el curso _____ Recomendado por _____

PRINCIPALES RECOMENDACIONES:

SOLICITUD DE MUESTRAS PARA LA EDITORIAL:

Firma de Solicitud del libro de la editorial:

DIRECCION