

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO  
EDITORIAL UNIMINUTO**

**OCTAVIO OTERO VEGA  
ID: 000047814**

**UNIMINUTO - CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PROYECTO DE GRADO NRC: 2011  
BOGOTÁ D. C. JUNIO DE 2010**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>1. MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>6</b>
1.1. Planteamiento del problema	6
1.2. Justificación	6
1.3. Objetivo General	6
1.4. Objetivos Específicos	6
1.5. Metodología	6
1.6. Análisis del sector Editorial	7
1.6.1. Descripción del sector	7
1.6.2. Centros de referencia	8
1.6.2.1. Cámara Colombiana del Libro	8
1.6.2.2. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC	9
1.6.3. Órganos asesores	10
1.6.3.1. Convenio ANTIPIRATERÍA	10
1.6.4. Producción editorial	11
1.6.4.1. Empresas editoriales	12
1.6.4.2. Ministerio de Cultura	13
1.6.5. VII Congreso Internacional de Publicaciones Universitarias de Iberoamérica 2009.	14
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO</b>	
2.1. Objetivo general	15
2.2. Objetivos específicos	15
2.3. Identificación de productos con sus respectivos precios	15
2.4. Identificación de la demanda y el perfil del cliente	17
2.4.1. Perfil del cliente	17
2.4.2. Demanda de estudiantes	18
2.5. Identificación de la oferta	18
2.5.1. Universidad Javeriana	18
2.5.1.1. Historia	18
2.5.1.2. Centros de distribución	18
2.5.2. Universidad del Rosario	19
2.5.2.1. Quienes somos	19
2.5.2.1.1. Misión	19
2.5.2.1.2. Visión	20
2.5.2.1.3. Objetivo	20
2.5.2.1.4. Políticas editoriales	21
2.5.3. Universidad Jorge Tadeo Lozano	21
2.5.3.1. Dirección de Publicaciones e Imagen Corporativa	21
2.5.3.2. Procedimiento para la publicación de un libro	

	publicado por la Universidad Jorge Tadeo Lozano	21
2.5.4.	Universidad INCCA de Colombia	22
2.5.4.1.	Misión	22
2.5.4.2.	Visión	22
2.5.4.3.	Políticas	22
2.5.4.4.	Criterios de calidad	22
2.5.4.5.	Normatividad	23
2.5.4.6.	Procedimiento para publicar (Universidad INCCA de Colombia)	24
2.5.4.7.	Libros, revistas, cartillas académicas, guías de clase y boletines.	25
3.	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	27
3.1.	Objetivo general	27
3.2.	Objetivos específicos	27
3.3.	Aspectos y variables que inciden en la ubicación del negocio	27
3.4.	Procesos técnicos y tecnológicos	28
3.4.1.	Proceso editorial	28
3.4.2.	Procedimiento para la publicación de libros y revistas de UNIMINUTO	29
3.4.3.	Entrevistas a gerentes del sector editorial	29
3.5.	Información del tiraje de libros	30
4.	<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO</b>	33
4.1.	Objetivo General	33
4.2.	Objetivos Específicos	33
4.3.	Direccionamiento Estratégico	33
4.3.1.	Misión	33
4.3.2.	Visión	33
4.3.3.	Organigrama	33
4.3.4.	Funciones	34
4.3.4.1.	Consejo Editorial de UNIMINUTO	34
4.3.4.2.	El Rector General (presidente)	34
4.3.4.3.	Vicerrectoría General Académica	34
4.3.4.4.	Director del Centro Editorial (Secretario)	35
4.3.4.4.	La división de preproducción y producción	35
4.3.4.5.	La división de circulación, mercadeo y ventas	35
4.3.4.6.	La división administrativa	36
4.3.4.7.	Comités Editoriales de Sedes	36
5.	<b>ESTUDIO FINANCIERO Y DE EVALUACIÓN ECONÓMICA</b>	37
5.1.	Objetivo General	37
5.2.	Objetivos Específicos	37

<b>5.3. Punto de equilibrio del proyecto</b>	<b>37</b>
<b>5.4. Estados financieros del proyecto</b>	<b>38</b>
<b>5.4.1. Estado de resultados</b>	<b>38</b>
<b>5.4.2. Balance general</b>	<b>38</b>
<b>5.5. Evaluación económica del proyecto</b>	<b>39</b>
<b>5.6. Flujo de caja</b>	<b>39</b>
<b>5.7. Análisis financiero del proyecto</b>	<b>40</b>
<b>5.7.1. Análisis vertical</b>	<b>40</b>
<b>5.7.1.1. Estado de resultados</b>	<b>40</b>
<b>5.7.1.2. Balance General</b>	<b>40</b>
<b>5.7.2. Análisis horizontal</b>	<b>41</b>
<b>5.7.2.1. Estado de resultados</b>	<b>41</b>
<b>5.7.2.2. Balance general</b>	<b>42</b>
<b>5.7.3. Indicadores financieros y su interpretación</b>	<b>43</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>44</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>45</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>46</b>

## **INTRODUCCIÓN**

En este trabajo tratará lo relacionado con el estudio de factibilidad para la creación del centro editorial de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, donde se desarrollará el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. Hago la exploración de cómo tienen organizados los centros editoriales universidades como La Universidad del Rosario, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad Javeriana, Universidad Incca de Colombia.

La función sustantiva del Centro Editorial de la UNIMINUTO, está en el cumplimiento de la sistematización que tienen los productos de las líneas de investigación que tienen los diversos programas.

## **1. MARCO DE REFERENCIA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

Se hace necesario que el Sistema UNIMINUTO sistematice todas las experiencias exitosas en la proyección social y el material resultado del ejercicio de la docencia y la investigación, para consolidar el modelo UNIMINUTO y propiciar la creación de nuevo conocimiento.

### **1.2. Justificación**

El proyecto del estudio de factibilidad del Centro Editorial UNIMINUTO, se hace necesario porque facilitará la reducción de costos de elaboración a diferentes empresas litográficas.

El sistema UNIMINUTO es reconocido en distribución de publicaciones de libros y revistas como soporte académico.

### **1.3. Objetivo General**

Desarrollar el estudio de factibilidad de la creación del Centro Editorial UNIMINUTO, bajo previo estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero.

### **1.4. Objetivos Específicos**

Desarrollar el estudio de mercado para determinar la oferta o competencia, la demanda potencial, los productos y servicios del futuro Centro Editorial.

Desarrollar el estudio técnico del Centro Editorial que permita determinar la ubicación, el tamaño, los procesos técnicos y tecnológicos.

Desarrollar el estudio administrativo para gestionar la organización interna.

Desarrollar el estudio financiero y económico para evaluar proyectos a corto, mediano y largo plazo.

### **1.5. Metodología**

Antes de plantear las hipótesis se realizó una revisión del material documental existente.

La investigación será mixta, es decir, documental y de campo.

Se recurrirá a fuentes directas e indirectas.

Se tratará de producir un trabajo original que aporte nuevas ideas en relación con el tema.

Los detalles de la investigación de campo se estudiarán en el capítulo correspondiente.

## **1.6. Análisis del sector Editorial**

### **1.6.1. Descripción del sector<sup>1</sup>**

Desde 1993, entidades del nivel nacional de fomento y promoción del sector editorial como la Cámara del Libro y el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, han venido impulsando una campaña de motivación sobre la importancia de la estadística en el sector editorial, dentro de la cual se han adelantado estudios editoriales y encuestas, que dan como resultado datos cuantitativos de gran importancia para la definición y orientación de políticas en este campo.

En 1999, la Cámara Colombiana del Libro publica por primera vez el libro “El mundo editorial colombiano en cifras”, el cual contiene, entre otras, las siguientes variables: producción, ventas, exportaciones e importaciones, y en el año 2000 se publica el segundo libro, de este tipo, con cifras a 1999.

Los principales resultados de estos estudios para el año 1999 son:

Consumo de libros en Colombia: \$614.271 Millones

Empleos generados por el sector del libro: 17.579

Títulos editados de primeras ediciones y reediciones en Colombia: 8.927

Exportaciones conjuntas del sector U\$91,8 millones

Importaciones: U\$56,7 millones

Pagos por derechos de autor: \$14.109 millones

Dentro del comercio exterior, se destaca el gran aporte del libro colombiano al país, al ubicarse en el puesto 14 de los productos que exporta Colombia. De igual manera, se observa que desde 1985 hasta la fecha las exportaciones de libros han creado un superávit comercial por valor de U\$509 millones.

El universo editorial clasificado en ocho categorías, evidencia que en Colombia las empresas editoriales del sector privado aportan al mercado casi la totalidad del valor de la oferta bibliográfica (88%). Sin embargo, en el caso de la creación intelectual de nuevos títulos y reediciones, las universidades y las entidades sin ánimo de lucro juegan un papel muy importante (24%).

---

<sup>1</sup> Tomado de: [http://www.sinic.gov.co/OEI/paginas/informe/informe\\_73.asp](http://www.sinic.gov.co/OEI/paginas/informe/informe_73.asp) Fecha: Mayo 18 de 2010 Hora: 11:43

No. Empresas	No. Empresas	Tipo de empresa	Títulos /98	Títulos /99
272	344	Editores autores	359	434
118	114	Empresas editoriales	3.018	2.923
149	122	Empresas privadas no editoras	475	526
88	86	Empresas públicas	565	327
179	198	Fundaciones, asociaciones, institutos y otras	540	610
13	10	Instituciones religiosas	117	89
4	6	Organismos internacionales	36	10
63	79	Universidades privadas y públicas	615	801

Fuente: CCL-ISBN.

De la misma manera, en conjunto con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE, los ministerios de Cultura y Educación, el CERLALC y FUNDALECTURA, durante el año 2000 se aplicó la Encuesta Nacional sobre Hábitos de Lectura, en once ciudades principales y áreas metropolitanas del país, en una población de 13 millones de personas, la cual reveló, entre otros datos\* los siguientes:

Población urbana en edad de trabajar (PET)	
Que sabe leer	97%
Que no sabe leer	3%
Lectores habituales de:	
Libros	71%
Internet	7%
Revistas	39%
Diarios y periódicos	46%

\*Datos provisionales.

## 1.6.2. Centros de referencia

### 1.6.2.1. Cámara Colombiana del Libro

La Cámara Colombiana del Libro es una entidad gremial de carácter permanente y duración indefinida, sin ánimo de lucro, constituida con el propósito de fomentar el desarrollo y agremiación de la Industria Editorial Colombiana y de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar, cooperación y progreso cultural del país. Está sujeta a la Constitución Nacional, a



las leyes del país en general y en especial a sus propios estatutos, reglamentaciones y resoluciones.

La Cámara presta asesoría en materia de derechos de autor, en lo referente a la Ley del Libro y demás disposiciones legales sobre el sector editorial. Coorganiza la Feria Internacional del Libro de Bogotá y las ferias regionales del libro, otorga el ISBN para nuevas ediciones y reediciones -así como la declaración del editor de prueba simple para el carácter científico y cultural de los libros-, y expide el código de barras y las certificaciones de exclusividad de los fondos editoriales en Colombia.

Coordina reuniones para el análisis de la cartera del sector, para el desarrollo de proyectos en alianzas estratégicas entre los empresarios de los subsectores, y para realizar acciones contra la piratería, la reprografía ilegal y el hurto de libros.

De igual manera, organiza congresos nacionales del libro y ofrece cursos, seminarios y conferencias sobre temas relacionados con la actividad del sector y edita el periódico Tinta Fresca, medio de difusión de los fondos de las casas editoriales.

#### **1.6.2.2. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC**

Fue creado en 1971 por medio de un acuerdo bilateral entre el gobierno de la República de Colombia y la UNESCO; en la actualidad se han suscrito al convenio original 19 países de Iberoamérica. La UNESCO apoyó en su momento la creación de cuatro entidades análogas para promover políticas de fomento al libro y la lectura en las regiones de Latinoamérica, Asia, África y el mundo Árabe. Colombia fue escogida como el país sede en Latinoamérica y el Caribe, gracias al compromiso adquirido por el gobierno nacional.

Ser la sede del CERLALC le ha permitido a Colombia, durante 30 años, mantener una presencia importante y un liderazgo en Iberoamérica en la aplicación de políticas de fomento al libro y la lectura, que posteriormente han sido aplicadas por otros países de la región, gracias a los programas de asistencia técnica que desarrolla su equipo especializado.

Los privilegios que se derivan de ser el país sede incluyen también tener la posibilidad de liderar procesos de integración iberoamericana desde una perspectiva cultural y económica, y ha implicado también una responsabilidad especial a la hora de garantizar la continuidad y el funcionamiento de este organismo.

La actividad del CERLALC, como lo ordena su misión, se concentra en el ámbito internacional, a través de la concertación y la promoción de acuerdos y políticas regionales entre los países iberoamericanos. Los programas del Centro se desarrollan en cuatro áreas principales: derechos de autor, producción y distribución del libro, lectura, y servicios de información.

### **1.6.3. Órganos asesores**

#### **1.6.3.1. Convenio ANTIPIRATERÍA**

En 1999 se firma un convenio entre 16 entidades públicas y privadas, con el objeto de poner en marcha una campaña para combatir la piratería del derecho de autor y los derechos conexos en el país, dándole plena aplicabilidad a las normas y sanciones existentes en Colombia, en contra de este delito.

El Convenio tiene como propósito crear espacios de concertación entre el sector público y el privado, con el fin de definir las estructuras legales, técnicas y organizativas necesarias para combatir la piratería; sensibilizar en el respeto al derecho de autor y los derechos conexos a los usuarios en general de las obras y producciones protegidas por estos derechos, con el fin de evitarles que fomenten el delito de la piratería, adquiriendo obras y producciones ilícitamente publicadas.

De igual manera, el Convenio busca definir actividades de capacitación y difusión en materia de derechos de autor y derechos conexos, para miembros de las entidades (Policía Nacional, Departamento Administrativo de Seguridad -DAS-, Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN-, Fiscalía General de la Nación, Cuerpo Técnico de Investigaciones y jueces civiles y penales, entre otros), que en razón de las funciones que ejerzan, requieran del conocimiento de estas materias.

Las entidades participantes son: Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Comunicaciones, Ministerio de Cultura, Fiscalía General de la Nación, Policía Nacional, Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), Dirección Nacional de Derecho de Autor, Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), Comisión Nacional de Televisión, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), Universidad Externado de Colombia, Centro Colombiano del Derecho de Autor (CECOLDA), Asociación Colombiana de Productores de Fonogramas (ASINCOL), Cámara Colombiana del Libro, Asociación Nacional de Industriales del Software (INDUSOFT), Organización Recaudadora SAYCO - ACINPRO, Federación de Operadores de Televisión Paga COLVIDEO.

#### **1.6.4. Producción editorial**

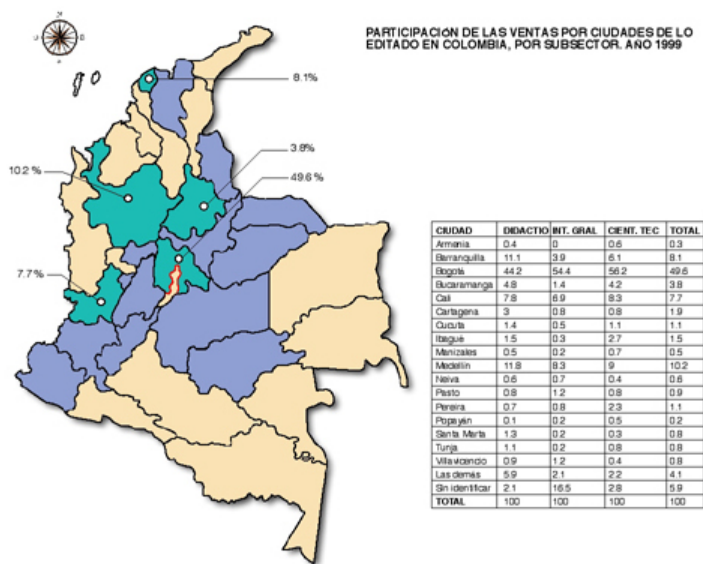
Con relación a la producción registrada en la base de datos del ISBN de la Cámara del Libro, durante el año 2000 la producción editorial creció en 21,99% respecto del año anterior; el número total de nuevos títulos fue de 6.978, de los cuales el 92,70% corresponde a primeras ediciones, el 4,5% a segundas ediciones y el 2,8% restante a ediciones superiores a la tercera. La producción de ejemplares aumentó en 4,4%.

Los temas sobre los que más se registraron nuevos títulos fueron ciencias sociales (incluidos libros de texto) y literatura, con una participación del 40% y 14% respectivamente, seguidas de ciencia y tecnología, y generalidades.

El 25% del tiraje se concentró en el rango de hasta 1.500 ejemplares. En su conjunto, el tiraje promedio por título, sin tener en cuenta los fascículos, pasó de 4.411 en 1999 a 3.891, con un decremento del 11%. La producción según el rango de páginas se concentró en el rango de 0 a 500 en un 94,6%, seguida por el rango de 501 a 700 con el 3,3%, y el restante 2,1% en el rango de 701 ó más. En cuanto a la presentación, el sustrato que predominó fue el de papel, con el 91,8% y el de sustrato en medio electromagnético con 8,2%; este último ha venido ganando importancia con las nuevas tecnologías, pues en 1999 representó el 3,8%.

De los nuevos títulos inscritos en el año 2000, 558 fueron traducciones; el idioma del que más se tradujo al castellano fue el inglés, con un peso del 68%, aunque también de otros idiomas como del francés y del alemán.

La edición en Colombia se ha venido concentrando en las grandes ciudades, principalmente Bogotá (76,6%), Medellín (6,85%), Cali (4,17%), Barranquilla (1,28%) y Pereira (2,59%). La nacionalidad de los autores de los títulos editados durante el año 2000 es principalmente colombiana, con una participación de 86,22%, seguida en importancia por Estados Unidos y España.



Fuente : El Mundo Editorial Colombiano en Cifras 2000. Cámara del Libro

#### 1.6.4.1. Empresas editoriales

Según los datos presentados por la Cámara del Libro en su informe “El mundo editorial en cifras”, se registran en el país 1.140 entidades que editaron 5.710 títulos en temas de interés general, científico, técnico y profesional, y didáctico, entre otros, en el año de 1999.

Cantidad	Tipo de empresa	No. títulos
570	Editores autores y empresas	434
134	Empresas editoriales	2923
	Empresas privadas no editoras	
212		526
118	Empresas públicas	327
	Fundaciones asociaciones e institutos	
298		610
18	Instituciones religiosas	89
	Universidades públicas y privadas	
90		801

A continuación se reseñan los datos de títulos publicados entre 1998 y 1999, por algunas de las empresas que mayor énfasis hacen en la producción de libros en ciencias sociales, literatura, arte y cultura en general en el país.

Nombre	1998	1999
Cooperativa Editorial Magisterio	74	73
Editorial Norma	759	647
Ancora Editores (contabilizando las coediciones)	10	7
Panamericana Editorial	112	164
Planeta Colombia Editorial	75	110
Tercer Mundo Editores	77	42
Villegas Editores	23	72

Dentro de estas empresas, vale la pena destacar la labor de los fondos y centros editoriales, tales como la Cooperativa de Profesores de la Universidad Nacional, la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia -ASEUC-, el Centro de Estudios de la Realidad Colombiana -CEREC-, y la Cooperativa Editorial Magisterio, así como de universidades públicas y privadas tales como el Centro de Publicaciones de la Universidad EAFIT, el Consorcio de Artes Gráficas y Programa Universidad del Valle, Ediciones UNIATLÁNTICO, Ediciones UNINORTE, Editorial Universidad de Antioquia, Editorial Universidad del Cauca, Editorial Universidad de Nariño, Fondo Editorial Universidad Nacional de Manizales, Fondo Editorial Fundación Universidad Central, Oficina de Publicaciones Pontificia Universidad Javeriana, Unidad de Producción Universidad Nacional de Colombia, Editorial Universidad de los Andes, Universidad Externado de Colombia, Universidad Pedagógica Nacional y Universidad Pontificia Bolivariana, entre otras.



## Editorial Universidad de Antioquia

*Logo Editorial Universidad de Antioquia.  
Archivo Extensión Cultural Universidad de Antioquia.*

El Estado en Colombia, directamente desde la Presidencia de la República, o a través de algunas de sus agencias (Ministerio de Educación, Banco de la República, Banco Popular, Instituto Colombiano de Cultura, Universidad Nacional, Universidad de Antioquia, Instituto Caro y Cuervo), ha desarrollado amplios programas editoriales.

Colecciones como la de la Biblioteca de la Presidencia de Colombia (1954 - 1958) con 50 volúmenes y la de la Biblioteca Banco Popular (1969 - 1983) con 114 volúmenes, por su coherencia y continuidad integran un valioso aporte a la memoria colectiva, al fomento de la lectura, a la identidad y la conciencia nacional, de acuerdo con la época en que se llevaron a cabo.

### **1.6.4.2. Ministerio de Cultura**

Como parte de su política de difusión y fomento de la cultura nacional, y en cumplimiento de su misión de ofrecer las condiciones para que un mayor número de colombianos accedan a los bienes y servicios culturales, el Ministerio de Cultura, desde su creación en 1997, ha venido adelantando una importante labor en la edición y publicación de libros en base de papel y en medios electromagnéticos, en diversos campos de la cultura nacional.

Desde la época en que el país contaba con el Instituto Colombiano de Cultura, COLCULTURA, se promovió la publicación de colecciones de libros en ediciones masivas, en pequeño formato, propicias para incentivar la lectura, entre las que se cuentan los 50 volúmenes de la *Biblioteca Básica Colombiana* (1975 - 1982), que incluía particularmente obras de la literatura universal y nacional. Esta biblioteca hacía parte de un proyecto editorial más amplio que abarcó la *Colección Popular, Autores Nacionales*, que el mismo período editó setenta títulos, con una subserie denominada *Las revistas*, donde se referenciaron publicaciones periódicas de gran importancia para la historia cultural del país, como Voces, Revista de Indias, Mito, Eco, el Boletín de la Radio Nacional y otras.

Son más de 500 títulos impresos por COLCULTURA y el Ministerio de Cultura desde la década de los ochentas, entre libros, catálogos y revistas, dentro de los

cuales se destacan los 106 premios nacionales de cultura, publicados desde 1992 hasta 1999, en las áreas de antropología (4), filosofía (2), fotografía (1), historia (10), lingüística (3), literatura (48), literatura oral indígena y afroamericana (8) y música (30). De igual manera se han producido numerosos títulos en los diversos campos temáticos que trabajan cada una de las siete direcciones nacionales.

#### **1.6.5. VII Congreso Internacional de Publicaciones Universitarias de Iberoamérica 2009<sup>2</sup>.**

La Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia, ASEUC, entidad sin ánimo de lucro, fundada el 9 de noviembre de 1990, con 43 universidades de todo el país asociadas y su interés principal es trabajar por el desarrollo de la edición del libro universitario.

El **VII Congreso Internacional de Publicaciones Universitarias de Iberoamérica 2009**, se desarrolla en Corferias, 12 al 23 de agosto de 2009 el marco de la XXII Feria Internacional del Libro de Bogotá, la cual es considerada uno de los tres eventos editoriales mas importantes de Latinoamérica ya que propicia el encuentro de editores, diseñadores gráficos, librerías, comunicadores, agentes literarios, distribuidores, investigadores y personalidades del mundo de las letras; a través de cerca de 600 actos culturales.

---

<sup>2</sup> Tomado de: <http://feriasycongresosdelmundo.com/index.php/vii-congreso-internacional-de-publicaciones-universitarias-de-iberoamerica-2009-corferias-bogota/> Mayo 18 de 2010 12:02

## 2. ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se va a presentar el estudio de mercados para determinar los aspectos más importantes o relevantes que implica en la identificación del producto o servicio, la demanda potencial, la oferta o competencia, los canales de distribución, y el marketing mix de la futura empresa.

### 2.1. Objetivo general

Realizar el estudio de mercado para identificar la demanda potencial, la oferta o competencia, los productos o servicios, los canales de comercialización y el marketing mix de la futura empresa de este proyecto.

### 2.2. Objetivos específicos

Identificar y caracterizar el producto o servicio

Identificar y caracterizar la demanda potencial y el perfil del cliente

Identificar y caracterizar la oferta o competencia

Identificar los precios en canales de comercialización

### 2.3. Identificación de productos con sus respectivos precios

#### CENTROS DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES HUMANAS Y SOCIALES

Título	Precio (2010)
Política sin Violencia 2da edición (2009)	\$ 45.000
Jóvenes Produciendo Sociedad	Distribución Gratuita
Nuevos Sentidos del Desarrollo	\$ 45.000
Proyectos Sociales	\$ 35.000
Ciudadanos en Son de Paz	\$ 45.000
Et Liberanos A Malo	\$ 35.000
Desarrollo, Ciudadanía y Cambio Social	\$ 30.000
Política sin Violencia (2006)	\$ 35.000
Al Abrigo de un Sueño	\$ 30.000
Filosofía para niños	\$ 35.000
Educación social	No hay existencias
El poder de la fragilidad	No hay existencias

**CENTROS DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES HUMANAS Y SOCIALES**

<b>Título</b>	<b>Precio (2010)</b>
Polisemia 7	\$ 15.000
Polisemia 6	\$ 15.000
Polisemia 5	\$12.000
Polisemia 4	\$12.000
Polisemia 3	\$7000
Polisemia 2	\$7000
Polisemia 1	\$7000

**FACULTAD DE EDUCACIÓN**

<b>NOMBRE</b>	<b>VALOR</b>
CONSTRUCCION DE UN MODELO PEDAGOGICO ALTERNATIVO A PARTIR DE LA PRAXEOLOGIA	\$ 15.000,00
COMUNICARSE: UN TELAR PARA HILAR LA RESIGNIFICACION	\$ 12.000,00
IMAGEN E IDENTIDAD DEL MAESTRO	\$ 12.000,00
TEXTO LITERARIO	\$ 10.000,00
SER EN EL SER MAESTRO	\$ 12.000,00
ESCENARIOS DE REFERENCIA DEL MAESTRO	\$ 12.000,00
LA PRAXEOLOGÍA: UNA TEORIA DE LA PRACTICA	\$ 15.000,00
FORTALECIMIENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y PRAXEOLOGIA PEDAGOGIAS	\$ 15.000,00
REVISTA PRAXIS 1	\$ 10.000,00
REVISTA PRAXIS 2	\$ 10.000,00
REVISTA PRAXIS 3	\$ 10.000,00
REVISTA PRAXIS 4	\$ 10.000,00
REVISTA PRAXIS 5	\$ 10.000,00
REVISTA PRAXIS 6	\$ 10.000,00
REVISTA PRAXIS 7	\$ 10.000,00
REVISTA PRAXIS 8	\$ 10.000,00
UNA APROXIMACION AL ENFASIS EN EDUCACION ARTISTICA	\$ 12.000,00
CONCEPCION DE LA EDUCACION EN EL PENSAMIENTO DEL PADRE RAFAEL GARCIA HERREROS	\$ 15.000,00



## INSTITUTO BÍBLICO PASTORAL

NOMBRE	VALOR
CARTILLA VIVIENDO LA PALABRA	\$ 50.000,00
ABRAHAM EL HOMBRE DE FE	\$ 5.000,00
JACOB EL HOMBRE QUE PELEO CON DIOS	\$ 5.000,00
CRISTO EN EL ANTIGUO TESTAMENTO	\$ 5.000,00
CARTILLA 1 LA ORACION EN LA SAGRADA ESCRITURA	\$ 5.000,00
CARTILLA 2 RECORRIENDO EL CAMINO DEL DISCIPULADO EN EL EVANGELIO DE SAN LUCAS	\$ 5.000,00
CARTILLA FORMANDO COMUNIDADES	\$ 5.000,00
CARTILLO 4 JESUS NUEVO MOISES	\$ 6.000,00
EL PUEBLO DE DIOS	\$ 10.000,00
EL MESIANISMO EN LA BIBLIA	\$ 10.000,00
CAMINEMOS JUNTOS HACIA LA PASCUA	\$ 10.000,00
LA ORACION EN LAS COMUNIDADES DEL APOCALIPSIS	\$ 10.000,00
PENTATEUCO	\$ 6.000,00
COMENTARIO AL EVANGELIO DE SAN MARCOS	\$ 45.000,00
ARTE DE INTERPRETAR LA BIBLIA	\$ 18.000,00
APOCALIPSIS	\$ 18.000,00
PABLO, APOSTOL DE JESUCRISTO POR VOCACION DE DIOS	\$ 10.000,00

Fuente: Tomado de la tienda UNIMINUTO, Marzo 2 de 2010

### 2.4. Identificación de la demanda y el perfil del cliente

#### 2.4.1. Perfil del Cliente

Género: Masculino/Femenino  
 Edades: 12-60 años  
 Estado civil: Solteros, casados, unión libre entre otros  
 Escolaridad: Estudiantes y Docentes de UNIMINUTO  
 Clase social: Alta, media alta, media baja.  
 Ingresos: Mayores a \$700.000

## 2.4.2. Demanda Estudiantes

SEDE	PREGRADO	POSGRADO	TOTAL
Sede Principal	10.062	238	<b>10.300</b>
Rectoría Cundinamarca	7.477	35	<b>7.512</b>
Rectoría Norte-Oriente	3.985	266	<b>4.251</b>
Seccional Bello	5.951	724	<b>6.675</b>
Centro Regional Valle	1.768	59	<b>1.827</b>
IEVD	1.079	50	<b>1.129</b>
<b>TOTAL</b>	<b>30.322</b>	<b>1.372</b>	<b>31.694</b>

Fuente: Información propia y suministrada por la Dra. Dihonny Paola Duarte Mendoza, Líder de proyecto Sistema de información Académico de la Vicerrectoría General Académica - UNIMINUTO Marzo 19 de 2010

## 2.5. Identificación de la oferta

### 2.5.1. Universidad Javeriana

#### 2.5.1.1. Historia

La editorial nace en 1992 como una unidad de la Pontificia Universidad Javeriana. Se encuentra entre los cinco fondos bibliográficos universitarios más grande del país. Ha publicado más de 800 proyectos editoriales entre libros, revistas y materiales interactivos. Su propósito esencial es apoyar la difusión de la investigación de la comunidad académica Javeriana así como facilitar los procesos editoriales ligados a la enseñanza.

El trabajo editorial concienzudo, el apoyo a las unidades académicas en los procesos editoriales -que van desde la evaluación del manuscrito hasta la distribución y comercialización de los libros y revistas- y la orientación general sobre problemáticas ligadas a la difusión de los procesos académicos son las apuestas esenciales de la Editorial. Por último, su aspiración es constituirse en un centro de información de la actividad editorial de la Universidad y sus distintas dependencias.

En estos momentos, y en el marco de las Nuevas Políticas Editoriales, se encuentra desarrollando su Sello Editorial que privilegiará la producción intelectual de alta calidad y que será regulado por un Comité Asesor, constituido por reconocidos miembros de la comunidad académica.

#### 2.5.1.2. Centros de distribución

Isabel Cristina Pimiento  
Coordinadora de promoción y ventas

Editorial Pontificia Universidad Javeriana  
PBX 3208320 ext. 4871  
[pimiento@javeriana.edu.co](mailto:pimiento@javeriana.edu.co)

Tienda Javeriana  
Cra. 7ª # 40 – 62  
PBX: 3208320 - Ext. 2276  
[tiendavirtual.javeriana.edu.co](http://tiendavirtual.javeriana.edu.co)

Siglo del Hombre Editores  
Carrera 31A No. 25B-50  
Bogotá - Colombia  
PBX: (571) 337 7700  
FAX: (571) 337 76 65  
[exportaciones@siglodelhombre.com](mailto:exportaciones@siglodelhombre.com)  
[www.siglodelhombre.com](http://www.siglodelhombre.com)

La librería de la U  
Calle 21 A núm. 43-2 Bogotá, Colombia  
PBX: 57 (1) 481050  
Fax: 57 (1) 344035  
[www.lalibreriadelaU.com](http://www.lalibreriadelaU.com)

## **2.5.2. Universidad del Rosario**

### **2.5.2.1. Quienes somos<sup>3</sup>**

#### **2.5.2.1.1. Misión**

La Editorial Universidad del Rosario, dependencia editora de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, tiene como misión publicar textos producto de la labor científica y docente, los textos garantizarán una investigación rigurosa y contribuirán de forma decidida con la docencia y con el trabajo investigativo; de tal forma que permita un beneficio para la sociedad, con un máximo sentido de responsabilidad. Con este fin coordina, administra y comercializa los proyectos editoriales, siempre buscando la construcción de lo académico en relación con la sociedad.

---

<sup>3</sup> [http://www.urosario.edu.co/editorial/quienes\\_somos.htm](http://www.urosario.edu.co/editorial/quienes_somos.htm)

### **2.5.2.1.2. Visión**

Ofrecer publicaciones de alta calidad académica, que garanticen una imagen editorial unificada, calidad del impreso y su distribución y comercialización. Las publicaciones propondrán generación de conocimiento pertinente para el país, y aportarán bases para el desarrollo económico, social, político y cultural de la sociedad.

### **2.5.2.1.3. Objetivo**

La Editorial Universidad del Rosario tiene como objetivo hacer publicaciones, en diferentes soportes, producto de la labor científica y docente de la Universidad y, además, de autores externos. Así, con un máximo sentido de responsabilidad, ofrece un conocimiento científico, académico y fruto de la investigación que resulta pertinente para el país. También se encarga de suplir las necesidades de los profesores para soportar sus clases teóricas con la Colección Lecciones, con la cual los estudiantes pueden hacer seguimiento cuidadoso de los temas tratados. Con este fin, la Editorial coordina, administra y comercializa los proyectos editoriales, para ofrecer publicaciones de alta calidad académica y con una imagen editorial unificada. Los objetivos de la Editorial son:

- Consolidar una imagen institucional unificada que permita crear un sentido de pertenencia y compromiso, así como reconocimiento interno y externo.
- Constituir y dinamizar la conciencia de la escritura y de lo editorial en el interior de todas las dependencias de la Universidad.
- Cumplir con los estándares nacionales e internacionales establecidos para una publicación académica.
- Fomentar y cualificar la producción de libros académicos en la Universidad.
- Propiciar la creación de comunidades académicas críticas por medio de las publicaciones.
- Influir directamente en la formación de los estudiantes de la Universidad.
- Mantener viva la cultura científica en los egresados de la Universidad.
- Consolidar la imagen del sello "Editorial Universidad del Rosario".
- Establecer convenios de coedición con diferentes casas editoriales de conocida trayectoria en la publicación de textos académicos en las áreas que publica la Universidad.

- Ofrecer servicios editoriales a terceros como casa editorial reconocida.
- Contar con un sistema eficiente de comercialización y distribución.
- Participar activamente en encuentros y ferias del libro a nivel nacional e internacional.
- Afianzar la imagen de la Universidad del Rosario como una institución donde se produce conocimiento de alto nivel.

#### **2.5.2.1.4. Políticas editoriales<sup>4</sup>**

- Mediante el Decreto Rectoral 901 de 2006 se adopta para el Centro Editorial el nombre mas adecuado, de acuerdo con las condiciones vigentes en el medio universitario.
- Mediante el Decreto rectoral 954 de 2.007 se adoptan las políticas editoriales de la Editorial de la Universidad del Rosario.
- Mediante el Decreto Rectoral 955 de 2007 se adopta el reglamento de publicaciones de la Editorial de la Universidad del Rosario.

### **2.5.3. Universidad Jorge Tadeo Lozano**

#### **2.5.3.1. Dirección de Publicaciones e Imagen Corporativa**

La Dirección de Publicaciones de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano busca estimular el quehacer académico y enriquecer el diálogo pedagógico entre los miembros de la comunidad universitaria mediante la publicación y divulgación de libros, revistas, cuadernos y boletines con investigaciones, ensayos, artículos y manuales en las diferentes áreas del conocimiento realizados por profesores, estudiantes e investigadores en general.

#### **2.5.3.2. Procedimiento para la publicación de un libro publicado por la Universidad Jorge Tadeo Lozano.**

- Presentación del proyecto por parte de un miembro del Comité
- Concepto de la Dirección de Publicaciones (Comités Editoriales)  
Calidad Académica  
Viabilidad económica
- Decisión editorial por parte del Comité de Publicaciones

---

<sup>4</sup> [http://www.urosario.edu.co/FASE4/web\\_visitantes/doc\\_institucionales\\_editorial.htm](http://www.urosario.edu.co/FASE4/web_visitantes/doc_institucionales_editorial.htm)

- Aprobación por parte de Rectoría
- Puesta en marcha del proyecto
- Producción
- Distribución y comercialización

#### **2.5.4. Universidad INCCA de Colombia**

##### **2.5.4.1. Misión**

Mantener la publicación regular de todo el material editorial que se produzca en la Universidad INCCA. Estimular y apoyar la edición de libros, revistas, cartillas académicas, guías de clase, manuales y boletines de las diferentes unidades académicas. Informar a la comunidad, a partir de estos medios impresos, acerca de los procesos significativos de la vida y la construcción institucional, como una manera de democratizar el conocimiento y los avances científicos.

##### **2.5.4.2. Visión**

Se concibe como una unidad adscrita a la Vicerrectoría Académica, que coordina, edita y vela por la calidad de todas las publicaciones institucionales de tipo editorial, a partir de los desarrollos alcanzados por los grupos de investigación de las unidades académicas, y de los ensayos de docentes y estudiantes, exigiendo unos parámetros de calidad en los mismos y un proceso específico para la producción final, que redunde en el reconocimiento y visibilidad en el medio académico nacional e internacional.

##### **2.5.4.3. Políticas**

1. Articular la vida académica, la docencia, la investigación y la extensión, con la producción de ensayos académicos, artículos científicos, libros, cartillas, guías, revistas, manuales y boletines periódicos.
2. Divulgar la producción teórica institucional.
3. Cuidar la identidad e imagen institucional a partir de las publicaciones, manteniendo el concepto de calidad de las mismas a través de la evaluación de pares académicos y de un excelente trabajo de edición y corrección de estilo.
4. Producir materiales didácticos a bajo costo pero con muy buena calidad, que soporten la formación (créditos flexibilización).

##### **2.5.4.4. Criterios de calidad**

1. Todo trabajo deberá ser avalado y seleccionado por el Comité Editorial y por el Centro de Investigación, el que a través de los pares académicos, internos y

- externos, que tiene en su base de datos, determinará la condición de publicable del material.
2. Todo material entregado para publicación, deberá tener el concepto de un par académico.
  3. Todo material entregado para publicación, será debidamente editado y sometido a la correspondiente corrección de estilo.
  4. Los aspectos técnicos de las publicaciones serán definidos por el Comité de Evaluación Técnica (CET).

#### **2.5.4.5. Normatividad**

1. Todo material para publicación, deberá ser entregado de forma impresa y en medio magnético.
2. Todo material para publicación deberá ser entregado de acuerdo con las normas APA.
3. Para el caso de los artículos científicos y/o ensayos académicos se solicita que tengan el siguiente orden:
  - i. Portada: Contiene el título del artículo y subtítulo, si lo hubiere, y el nombre completo del autor o autores. Debajo del nombre del autor se relacionará: la formación académica con el nombre de las instituciones en las que se realizó, vinculación laboral actual o cargos desempeñados que sean de relevancia, pertenencia a comunidades académicas o a redes de investigación o mencionar las publicaciones que demuestren su autoridad en la materia, si las hay. Dirección para correspondencia, número telefónico, fax y dirección electrónica. Si el artículo tiene varios autores en esta primera página debe aclararse a cuál de los autores se le dirige la correspondencia durante el proceso de publicación.
  - ii. Resumen del artículo: En promedio 250 palabras y, si es posible, traducción del resumen al idioma inglés, obviamente con las palabras clave.
  - iii. Introducción
  - iv. Desarrollo: (materiales, métodos, resultados, agradecimientos, etc.)
  - v. Conclusiones
  - vi. Referencias bibliográficas: Apellidos y nombres del autor, año, título del libro en letra cursiva o itálica, país o ciudad.
  - vii. donde se editó y, si es posible, las páginas referenciadas. De igual manera para referenciar el capítulo de un libro, una revista o una página Web, se hará de acuerdo con las normas APA.
  - viii. Presentación de los artículos: Papel tamaño carta escrito por una sola cara con espacio interlineado, presentación en procesador Word, tamaño de letra 12, preferiblemente en letra arial, citas y notas al pie, incluir al final de la página. Las citas no podrán tener una extensión mayor a siete (7) renglones.
  - ix. Extensión: Entre 10 y 30 páginas

- x. Ilustraciones: Las figuras, tablas, dibujos, fotografías, gráficas y las leyendas para las ilustraciones, deben estar integradas al texto, y estar enumeradas secuencialmente. Obviamente se requiere de una excelente nitidez para este tipo de material.
  - xi. Numeración: Todas las páginas deben estar numeradas consecutivamente en la esquina superior derecha, con el nombre del autor o los apellidos de los primeros autores, escritos en la parte superior izquierda de cada hoja, comenzando con la página dos.
  - xii. Estilo: El texto debe ser redactado en tercera persona del singular. Los nombres científicos de especies y los títulos de textos u obras deben escribirse en letra itálica o cursiva.
  - xiii. Correspondencia: El material se debe enviar al Comité Editorial de la Universidad Incca de Colombia, Oficina de Publicaciones, Cra.13 No.24-15 Of.1283, PBX 4442000/30 Ext.270, Fax: 5669200, publique@unincca.edu.co, Bogotá, D.C., Colombia.
4. En conjunto con las direcciones de los programas, idear estrategias que motiven en los estudiantes la lectura, el manejo correcto del idioma y la producción de textos.

#### **2.5.4.6. Procedimiento para publicar (Universidad INCCA de Colombia)**

1. En el caso de la *Revista Científica de UNINCCA*, la Oficina de Publicaciones hará la distribución de una circular a todos los directores de pregrado, posgrado, coordinadores, jefes de oficina y de grupos de investigación, en la que se les solicita la remisión de ensayos, informes de investigación o artículos científicos que hayan escrito. Además, se les informará la fecha de cierre de la edición y se les recordará las normas que hay para entregar dichos artículos.
2. Recepción de todo el material en la Coordinación de la Oficina de Publicaciones.
3. Se cita al Consejo de Investigación para la selección del material a publicar. Escogido el material éste será entregado al Jefe del Centro de Investigación para que realice la designación de pares académicos, quienes serán en últimas los que den el carácter de publicable o no al material evaluado. La jefatura del Centro de Investigación hará la respectiva devolución del material, con el concepto de los pares académicos a la Oficina de Publicaciones.
4. Cuando se ha finiquitado el trabajo de corrección de estilo, en la Oficina de Publicaciones se hace, directamente en el medio magnético, la respectiva incorporación de correcciones. (Anteriormente, estas eran hechas por los autores de los artículos, pero en el proceso de devolver el material, esperar que asuman las correcciones y que lo vuelvan a entregar a la Oficina de Publicaciones, se perdía mucho tiempo y se retrasaba demasiado la edición e impresión de la revista o de cualquier otro material publicable).
5. El material corregido y perfectamente organizado por temas, correspondientes a las diferentes unidades académicas, es entregado mediante memorando a la



Oficina de Comunicación Institucional, la que se encarga del diseño, diagramación y artes finales de la *Revista Científica de Unincca* o de cualquier otro material para publicar.

6. La Oficina de Comunicación Institucional entrega a la Oficina de Publicaciones un arte de prueba que es revisado minuciosamente para hacer los últimos ajustes y ordenar la impresión del arte final.
7. El arte final impreso y en medio magnético se entrega a la Coordinación de la Unidad Editorial, acompañado de un formato que se denomina "*Solicitud de trabajos editoriales*" en el que se relacionan los datos particulares del trabajo que se requiere. Este formato debe ir con el visto bueno del Rector de la Universidad.
8. La Unidad Editorial, entrega este material al fotolito para que elaboren las respectivas películas para la impresión.
9. Con las películas se realiza la impresión de la revista en la Unidad Editorial de la Universidad.
10. Distribución de la revista: se entregan 80 números a la Biblioteca Central para que cumpla con los compromisos de canje que tiene con otras universidades y con algunas bibliotecas de Bogotá. Otras revistas son entregadas a la Oficina de Admisiones para la venta y mediante una relación se entregan a las diferentes unidades académicas, administrativas y obviamente a los articulistas.

#### **2.5.4.7. Libros, revistas, cartillas académicas, guías de clase y boletines.**

1. Como cualquier publicación, luego de su entrega en la Oficina de Publicaciones, ésta lo remite al Centro de Investigación para que se designe el par académico que realizará la evaluación del mismo y determinará si el material es publicable o no. Dado que esta es una producción particular de cada unidad académica, a excepción de la *Revista Científica de UNINCCA*, que es editada por la Oficina de Publicaciones, la distribución o destino del material lo hace directamente el Programa o Unidad Académica de donde proviene al publicación.
2. El material es entregado a la Oficina de Publicaciones para que se realice la correspondiente corrección de estilo y edición del material.
3. Este material ya corregido y editado es entregado para diagramación a la Oficina de Comunicación Institucional.
4. Diagramación entrega un arte de prueba que es de nuevo revisado en su totalidad por la Oficina de Publicaciones.
5. Hechos los ajustes y correcciones finales se solicita a la diagramadora la impresión de arte final.
6. Este arte final impreso y en medio magnético, es entregado directamente al Programa o Unidad Académica de origen, para que ellos tramiten, mediante el formato "*Solicitud de trabajos editoriales*", ante la Rectoría de la Universidad, el visto bueno para la impresión del número total de ejemplares, que de

acuerdo con sus necesidades y adicionando a este la cantidad que se entrega a la Biblioteca para el canje, es necesario imprimir.

7. Hecha la impresión, y como se mencionó arriba, la Unidad Académica distribuye el material de acuerdo con sus necesidades. La Oficina de Publicaciones siempre hace la solicitud de que por lo menos un ejemplar del material impreso, le sea entregado con el fin de conservar la información completa en el archivo.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se va a presentar el estudio técnico para determinar los aspectos más importantes o relevantes que implica su ubicación, el tamaño, y los procesos técnicos y tecnológicos para la comercialización del producto de la nueva empresa.

#### 3.1. Objetivo general

Realizar el estudio técnico del proyecto que permita determinar los procesos técnicos y tecnológicos del Centro Editorial

#### 3.2. Objetivos específicos

Determinar los aspectos y variables que inciden en la ubicación del negocio.

Determinar los procesos técnicos y tecnológicos que implican la elaboración del material universitario.

#### 3.3. Aspectos y variables que inciden en la ubicación del negocio

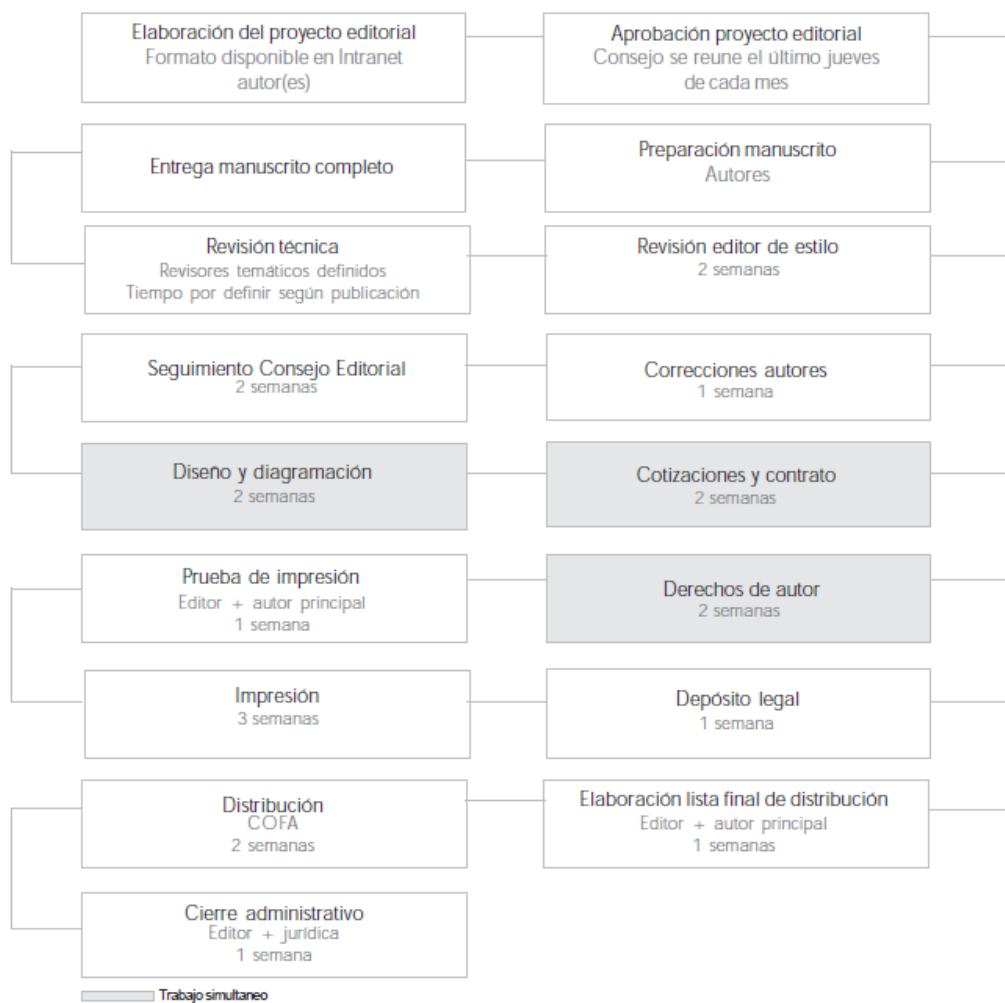
La única variable es la existencia de los clientes potenciales (estudiantes y docentes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios). La ubicación de este centro estará en la barrio Minuto de Dios porque es uno de los barrios donde está localizada la universidad que ayudará a todos los estudiantes a adquirir material para soporte académico.



Se planea la compra de una máquina Multilith Ref. 1850 por solo \$10.000.000<sup>5</sup> y la máquina Bicolor Marca Sormz por solo \$120.000.000.

### 3.4. Procesos técnicos y tecnológicos

#### 3.4.1. Proceso editorial<sup>6</sup>

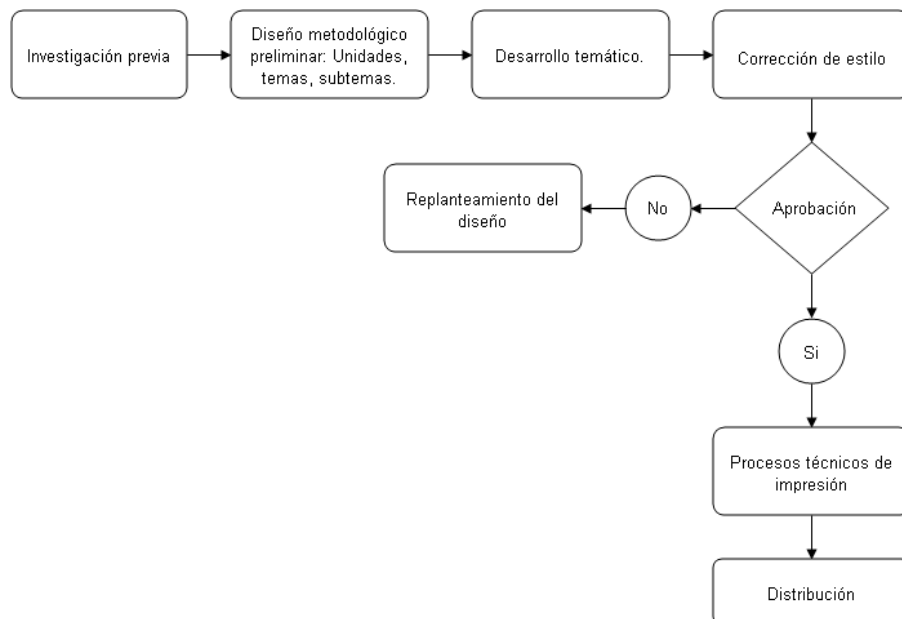


<sup>5</sup> Tomado por: [http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-14312971-impresora-litografica-multilith-ref-1850-\\_JM](http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-14312971-impresora-litografica-multilith-ref-1850-_JM)

<sup>6</sup> Tomado por: <http://www.humboldt.org.co/humboldt/homeFiles/comunicaciones/G3-Procesoeditorial.pdf>

### 3.4.2. Procedimiento para la publicación de libros y revistas de UNIMINUTO

Ver: [proceso de publicaciones](#).<sup>7</sup>



Fuente: Elaboración propia información suministrada por Juan Carlos Gómez Director de investigaciones Facultad de Ciencias Empresariales UNIMINUTO

### 3.4.3. Entrevistas a gerentes del sector editorial

Se realizó entrevista a un gerente que maneja todo lo relacionado en imprenta. Con el objetivo de conocer la estructura orgánica (esto fue reestructurada de acuerdo a las opiniones de los entrevistados en el capítulo 4) y planta de cargos mínima para el funcionamiento de un Centro Editorial.

1. ¿Cuáles son las máquinas requeridas para su funcionamiento básico? (Haga una breve descripción).

Un gerente plantea así:

- Impresoras litográficas
- Bicolor de ½ pliego
- Cuatro colores ½ pliego Marca: Heidelberg
- Cuatro colores ¼ pliego

---

<sup>7</sup> Información suministrada por: Jaime Cortés, Director de Comunicaciones UNIMINUTO

2. ¿Cuál es el área mínima (en m<sup>2</sup>), que se requiere?

El área mínima será aproximadamente de 100 m<sup>2</sup>

3. ¿Cuál es el presupuesto de inversión aproximado?

El presupuesto de inversión será aproximadamente de \$200.000.000

### 3.5. Información del tiraje de libros

PUBLICACIÓN	AUTOR(ES)	AÑO	TIRAJE	GRUPO DE INVESTIGACIÓN
Revista POLISEMIA: Revista científica de la Facultad de CHS.		Enero-junio Julio-Diciembre	300 de cada número	Todos los grupos aportan artículos científicos para la revista.
El Poder de la Fragilidad	Carlos E. Martínez (et. Al.)	2004	500	Paz y Desarrollo Humano y Social
Desarrollo Ciudadanía y Cambio Social	Oscar Useche y Mauricio Naranjo	2006	2000	Ciudadanía, Comunidad y Desarrollo
Política sin Violencia (1ª Edición)	Mario N. López	2006	500	Paz y Desarrollo Humano y Social
Educación Social: El Minuto de Dios una experiencia y un Modelo	Carlos Julio V.	2007	300	Ciudadanía, Comunidad y Desarrollo
Filosofía para Niños: Ideas fundamentales y perspectivas sociales	Víctor A. Rojas (et. Al.)	2007	300	Ética, Política y Filosofía del Derecho
Al Abrigo de un Sueño. Utopía realizada	Hans A. Schuster	2008	300	Ética, Política y Filosofía del Derecho
Los Nuevos Sentidos del Desarrollo	Oscar Useche Aldana	2008	1000	Ciudadanía, Comunidad y Desarrollo
Proyectos Sociales	Mauricio Naranjo	2008	500	Ciudadanía, Comunidad y Desarrollo
Et Liberanos a Malo. Un estudio etnográfico y fenomenológico sobre la práctica del exorcismo	Claudia Benito M.	2008	300	Ética, Política y Filosofía del Derecho
Retos para la Paz y el Desarrollo: perspectivas Iberoamericanas	Jaime Espejo, Marcela Campos, Oscar Useche (Comps.)	2008	Virtual (No aplica)	Paz y Desarrollo Humano y Social
Ciudadanos en son de paz	Mario López, Carlos E. Martínez, Oscar Useche (Comps.)	2008	500	Paz y Desarrollo Humano y Social
Jóvenes produciendo Sociedad	Oscar Useche A.	2009	500	Ciudadanía, Comunidad y Desarrollo
Política sin Violencia (2ª Edición)	Mario N. López	2009	500	Paz y Desarrollo Humano y Social
Teoría y Praxis en la Formación Filosófica	John Larry Rojas, Claudia Benito y Tullia Almanza	2009	300	Ética, Política y Filosofía del Derecho
Evidencia y subjetividad trascendental en Husserl	Alfonso Castell	2009	300	Ética, Política y Filosofía del Derecho
Memorias del Primer Seminario Internacional de Trabajo Social Comunitario	María C. Docal (Comp)	2010	300	CRISÁLIDA. Construcción de comunidad y tejido social
Entre la libertad, el poder y el miedo	Martha C. Henao (et al.)	2010	300	CRISÁLIDA. Construcción de comunidad y tejido social

Fuente: Información tomada Por Jaime Espejo, Coordinador de Publicaciones del Centro de Estudios e Investigaciones Humanas y Sociales CEIHS Mayo 12 de 2010

PUBLICACIÓN	AUTOR	TIRAJE	AÑO
Revista Desarrollo y Gestión	Facultad de Ciencias Empresariales	500	2010

Fuente: Información tomada por Juan Carlos Gómez Director de investigaciones Facultad de Ciencias Empresariales UNIMINUTO Mayo 13 de 2010

Fuente: Información tomada Por Ibeth Molina, Coordinadora de publicaciones de La Facultad de Ciencias de la Comunicación. Mayo 12 de 2010

#### MEDIACIONES 5 - 2005

TÍTULO DEL ARTÍCULO	AUTOR	SECCIÓN
400 años de don Quijote y Sancho	María C. Asqueta	Lenguajes
Universidad, educación y crítica de la globalización	Carlos Germán Juliao	Aprendizajes
Sonidos y voces que construyen comunidad	Néstor Cárdenas, Ángela Ardila	Desarrollo
Encuentros comunitarios: un aporte comunicativo para la convivencia en el Conjunto Residencial Bochica I	Pilar Medina, Patricia Qutián	Ciudadanías
Lo que dice la imagen	Diva Velásquez	Culturas

#### MEDIACIONES 6 - 2006

TÍTULO DEL ARTÍCULO	AUTOR	SECCIÓN
La imagen en el arte medieval	Diva Velásquez	Lenguajes
La radio comunitaria para la construcción de lo público. Un análisis de nueve emisoras comunitarias del Huila	Elssy Moreno, César Rocha	Desarrollo

#### MEDIACIONES 7 - 2007

TÍTULO DEL ARTÍCULO	AUTOR	SECCIÓN
Análisis semiótico discursivo de las representaciones sociales de la juventud difundidas en los <i>Mass Media</i>	Sonia Liced Sánchez	Lenguajes
Los estudiantes universitarios y los discursos. La posibilidad de una neogramática	María C. Asqueta, Clarena Muñoz, Miriam Casco	Lenguajes
Procesos de convivencia y ciudadanía en la perspectiva de comunicación - educación	José Aladier Salinas	Aprendizajes
Género y medios de comunicación: más allá del sexo	Ángela Rojas	Aprendizajes

#### MEDIACIONES 8 - 2008

TÍTULO DEL ARTÍCULO	AUTOR	SECCIÓN
El lugar de la variación en el habla y el discurso	María Cristina Asqueta	Lenguajes
Expresiones verbales en torno al campo de la violencia que vivencian los habitantes de calle	Gonzalo Rubiano Bernal	Lenguajes
Televisión y género: un análisis desde la perspectiva de los niños y las niñas	Elvia Vargas Trujillo, Ángela María Rojas, Paola Balanta	Aprendizajes
La geografía política de los espacios	Gonzalo Ortiz Charry	Ciudadanías
La construcción del desarrollo desde abajo	César Rocha, Elssy Moreno, Ibeth Molina, Gonzalo Ortiz	Desarrollo
Semiosis y cultura: análisis desde la poesía, el arte y la publicidad	Vladimir Sánchez Riaño	Cultura

### MEDIACIONES 9 - 2009

TÍTULO DEL ARTÍCULO	AUTOR	SECCIÓN
Ética de la comunicación y comunicación ética	Betty Martínez, Patricia Bustamante y Claudia Benito	Cultura
Realidad cultural actual: oportunidad de diálogo desde la fe cristiana	P. Harold Castilla	Cultura
La ciudad: vía pedagógica para la ciudadanía contemporánea	José Aladier Salinas	Aprendizajes
Dinámicas de comunicación en un escenario virtual entercera dimensión	Silvia Milena Pérez	Cibersociedad
Re-significando el territorio: el caso de la cuenca del Río Tunjuelo	Ibeth Molina, Ricardo Ramirez	Desarrollo
Ménage á trois. Psicología, Comunicación y Desarrollo	Ángela Rojas	Desarrollo

#### COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

TÍTULO	AUTORES	SERIAL	AÑO	TIRAJE
Érase una vez... Análisis crítico de la telenovela	Betty Martínez Ojeda, Clarena Muñoz Dagua, María Cristina Asqueta Corbellini	ISBN: 958-8165-27-X	2006	1000
Apuntes sobre mercadeo audiovisual	Fabio Medellín V.	ISBN: 978-958-8165-39-4	2008	500
Comunicación para la construcción del capital social	César Rocha, Gonzalo Ortiz, Elssy Moreno, Ibeth Molina	ISBN: 978-958-8165-5	2008	500
Radio escolar: comunicación, conflictos y ciudadanías	César Rocha	ISBN:978-958-8165-6	2008	500
Uno sin plata y estudiando pensejadas	Ángela Rojas	ISBN:978-958-8165-78	2009	500
Memorias II encuentro de investigación en Comunicación	Varios	ISBN:978-958-8165-77	2009	500
PCP	Varios		2009	2000

#### TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

TÍTULO	AUTORES	SERIAL	AÑO	TIRAJE
¿Futuro del impreso o impreso del futuro?	Varios	978-958-8165-80-6	2009	500
PCP	Varios		2010	1000

#### ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA

TÍTULO	AUTORES	SERIAL	AÑO	TIRAJE
PCP	Varios		2010	500

#### FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TÍTULO	AUTORES	SERIAL	AÑO	TIRAJE
PEF	Varios		2009	200



## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

En este capítulo se va a desarrollar el estudio administrativo del futuro Centro Editorial UNIMINUTO.

### **4.1. Objetivo general**

Realizar el estudio administrativo de la futura empresa derivada de la puesta en marcha del proyecto.

### **4.2. Objetivos específicos**

Realizar o plantear el direccionamiento estratégico del futuro Centro Editorial

Estructurar el organigrama, funciones sustantivas de áreas, cargos y perfiles.

### **4.3. Direccionamiento Estratégico**

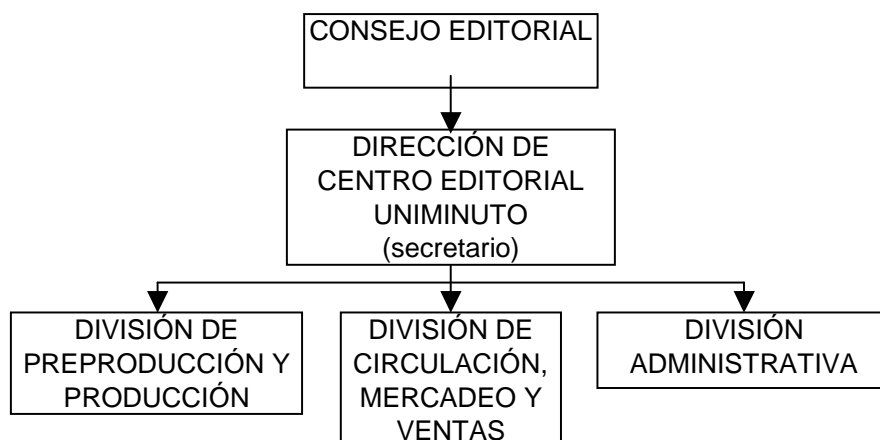
#### **4.3.1. Misión**

La Editorial de UNIMINUTO tiene como misión publicar textos, revistas y publicaciones que sistematizan la investigación del sistema UNIMINUTO, contribuyendo de forma decidida con el fortalecimiento de los contenidos de los pánsumes de todas las carreras y con el trabajo investigativo resultado de la proyección social y desarrollo de los procesos académicos.

#### **4.3.2. Visión**

La Empresa Editorial de UNIMINUTO, será reconocida en el medio académico nacional e internacional, por sus publicaciones de alta calidad, resultado de los procesos de investigación, de las áreas del conocimiento relacionadas con los programas tecnológicos, profesionales y de postgrado.

### 4.3.3. Organigrama<sup>8</sup>



El consejo Editorial está conformado por:

- Rectoría General
- Vicerrectoría Académica General
- Dirección general de investigaciones
- Dirección de sistemas de bibliotecas Rafael García Herreros
- Dirección del Centro Editorial

### 4.3.4. Funciones

#### 4.3.4.1. Consejo Editorial de UNIMINUTO

- a) Aprobar políticas, lineamientos, reglamentos y, en general, criterios para el desarrollo de la producción editorial en la institución.
- b) Aprobar y velar por el estricto cumplimiento el Plan General Anual de Publicaciones, con su respectivo presupuesto.
- c) Aprobar el plan y presupuesto del Centro Editorial.
- d) Aprobar la organización editorial por colecciones, series y otras formas que considere pertinentes.
- e) Aprobar estrategias para difundir la política de producción editorial y la reglamentación generada para su aplicabilidad en la comunidad universitaria.
- f) Aprobar la inclusión de nuevos miembros, de acuerdo a lo dispuesto por el presente documento.

---

<sup>8</sup> Tomado por: POLÍTICA DE PRODUCCIÓN EDITORIAL – UNIMINUTO (documento preliminar) Febrero de 2009. Elaboración por la Vicerrectoría Académica General

- g) Aprobar las tarifas necesarias para el correcto desarrollo de los procesos de producción editorial, así como los precios finales de venta de los productos generados.
- h) Cumplir y velar por el cumplimiento de los diferentes reglamentos que la institución genere relacionados con la producción de conocimiento.

#### **4.3.4.2. El Rector General (presidente)**

- a) Convocar las reuniones y establecer el orden del día.
- b) Presidir y moderar los consejos.
- c) Dirimir con su voto, los empates que se presenten durante las votaciones.

#### **4.3.4.3. Vicerrectoría General Académica**

Administrar, producir y comercializar todo tipo de producción editorial de orden académico, sean publicaciones seriadas o libros en sus diferentes denominaciones o modalidades.

#### **4.3.4.4. Director del Centro Editorial (Secretario)**

- a) Preparar, por medio escrito, la documentación necesaria para el desarrollo del orden del día de cada reunión.
- b) Remitir a los miembros del Consejo Editorial el informe previo a cada sesión.
- c) Redactar las actas de las sesiones.
- d) Dar fe de los acuerdos y/o decisiones adoptadas.
- e) Realizar las acciones pertinentes para la notificación de acuerdos y convenios.
- g) Funcionar como Secretario del Consejo Editorial.
- h) Estructurar la propuesta de Plan General de Publicaciones con su respectivo presupuesto, a partir de los Planes anuales de Publicaciones de las Sedes para revisión y aprobación por parte del Consejo Editorial.
- i) Elaborar y ejecutar el presupuesto del Centro Editorial.
- j) Elaborar la memoria anual del Centro Editorial y demás informes o documentos que muestren el estado de las publicaciones en el Sistema UNIMINUTO.
- k) Determinar el formato editorial y el número de ejemplares de las diferentes ediciones que se publiquen, de acuerdo con el Plan General y su respectivo presupuesto.
- l) Contratar y ordenar las diferentes impresiones que sean necesarias, de acuerdo con las directrices del Consejo Editorial, para lo cual tendrá un

banco de proveedores, basado criterios de calidad y costos, en armonía con los procedimientos establecidos por la institución en materia editorial.

- m) Elaborar y actualizar los manuales de estilo, editor y diseño.
- n) Elaborar y presentar al Consejo Editorial un sistema de costos y tarifas para los diferentes momentos del proceso editorial.

#### **4.3.4.5. La división de preproducción y producción**

Estará encargada de coordinar las acciones relacionadas con diseño, diagramación, producción gráfica, corrección de estilo e impresión de las publicaciones.

#### **4.3.4.6. La división de circulación, mercadeo y ventas**

Estará encargada de coordinar las diferentes acciones de distribución, comercialización y mercadeo de las publicaciones, propendiendo por posicionar la marca UNIMINUTO y los autores en el concierto de los escritores e investigadores a nivel nacional e internacional. Asimismo, esta división tendrá responsabilidad en generar las estrategias necesarias para asegurar recursos que permitan la sostenibilidad del Centro Editorial.

#### **4.3.4.7. La división administrativa**

Coordinará la elaboración del presupuesto para producción editorial, así como el presupuesto del Centro Editorial. De la misma manera, será la responsable de organizar las diferentes acciones administrativas, financieras y de planeación requeridas para el correcto desarrollo del Centro Editorial y en general, de la dinámica editorial en UNIMINUTO.

#### **4.3.4.8. Comités Editoriales de Sedes**

- a) Elaborar el Plan Anual de Publicaciones de Sede, con su respectivo presupuesto y presentarlo al Consejo Editorial para su aprobación.
- b) Velar por la ejecución del Plan anual de publicaciones de su sede.
- c) Aprobar la inclusión de nuevos miembros, de acuerdo a lo dispuesto por el presente documento.
- d) Cumplir y velar por el cumplimiento de los diferentes reglamentos que la institución genere relacionados con la producción de conocimiento.
- e) Proponer al Consejo Editorial nuevas colecciones u otras formas de organización editorial que considere pertinentes.

## **5. ESTUDIO FINANCIERO Y DE EVALUACIÓN ECONÓMICA**

En este capítulo se va tratar acerca del estudio financiero como una manera para tomar decisiones tanto en la inversión y en las actividades que se van a realizar en este futuro punto de venta de instrumentos musicales.

### **5.1. Objetivo General**

Realizar el estudio financiero y de evaluación económica para determinar el monto de la inversión requerida del proyecto los indicadores de evaluación económica los estados financieros y sus respectivos indicadores financieros para la toma de decisiones.

### **5.2. Objetivos Específicos**

Determinar el punto de equilibrio del proyecto.

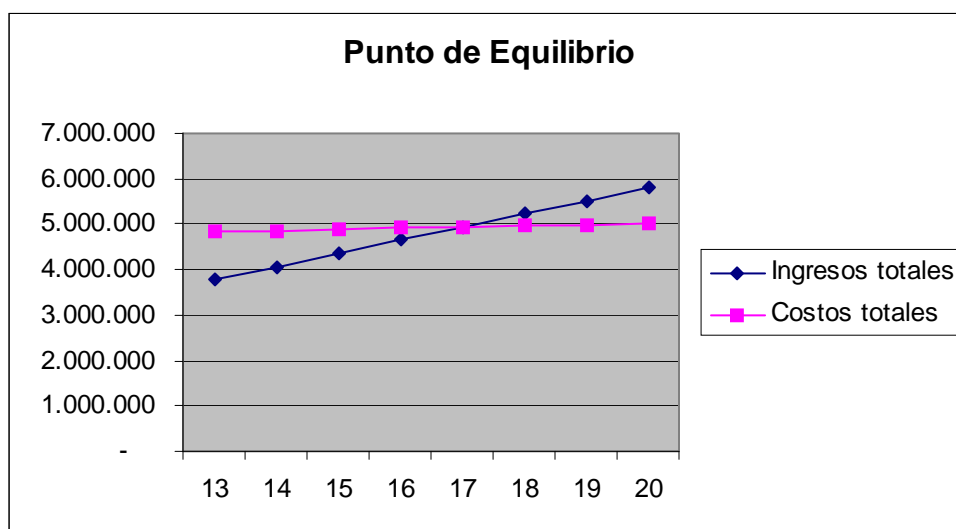
Calcular los estados financieros del proyecto (estado de resultados, balance general).

Realizar la evaluación económica del proyecto mediante el análisis de los indicadores VPN, TIR y relación beneficio costo.

Determinar el flujo de caja del proyecto.

Realizar el análisis financiero a través de análisis horizontal y vertical e indicadores financieros.

### 5.3. Punto de equilibrio del proyecto



### 5.4. Estados financieros del proyecto

#### 5.4.1. Estado de resultados

CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO						
ESTADO DE RESULTADOS						
INFORMACION CONSIDERADA	CP	A		ñ	o	S
		1	2	3	4	5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>85.694.658</b>	<b>90.277.993</b>	<b>95.038.185</b>	<b>99.835.153</b>	<b>108.140.988</b>
(-) Costos de ventas		80.367.796	80.656.734	81.075.751	81.497.830	81.922.999
Materia prima		12.120.000	12.121.200	12.242.412	12.364.836	12.488.484
Mano de obra directa		51.770.880	52.029.734	52.289.883	52.551.332	52.814.089
Empaques		839.916	848.399	865.452	882.848	900.593
Gastos indirectos		15.637.000	15.657.400	15.678.004	15.698.814	15.719.832
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>5.326.862</b>	<b>9.621.259</b>	<b>13.962.434</b>	<b>18.337.323</b>	<b>26.217.989</b>
<b>(-) TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>		<b>4.478.400</b>	<b>4.511.184</b>	<b>4.544.236</b>	<b>4.566.957</b>	<b>4.589.792</b>
(-) Gastos operacionales de Administración		2.078.400	2.099.184	2.120.176	2.130.777	2.141.431
(-) Gastos de Ventas y Publicidad		2.400.000	2.412.000	2.424.060	2.436.180	2.448.361
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>848.462,0</b>	<b>5.110.075,1</b>	<b>9.418.198,6</b>	<b>13.770.366,0</b>	<b>21.628.197,6</b>
(+) Otros ingresos no operacionales		-	-	-	-	-
(-) Otros egresos no operacionales		-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>848.462</b>	<b>5.110.075</b>	<b>9.418.199</b>	<b>13.770.366</b>	<b>21.628.198</b>
(-) Impuestos sobre la renta (35%)		296.962	1.788.526	3.296.369	4.819.628	7.569.869
<b>(=) Utilidad después de impuestos</b>		<b>551.500</b>	<b>3.321.549</b>	<b>6.121.829</b>	<b>8.950.738</b>	<b>14.058.328</b>
(-) Reserva legal (10%)		55.150	332.155	612.183	895.074	1.405.833
<b>(=) Utilidades netas a distribuir</b>		<b>496.350</b>	<b>2.989.394</b>	<b>5.509.646</b>	<b>8.055.664</b>	<b>12.652.496</b>
(-) Distribución de Utilidades anuales			298.939	550.965	805.566	1.265.250
(=) Utilidades a Capitalizar			2.690.455	4.958.682	7.250.098	11.387.246
% de distribución de utilidades anuales			10%	10%	10%	10%

#### 5.4.2. Balance general

CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO									
BALANCE GENERAL PROFORMA: INVERSION									
INFORMACION FINANCIERA	CP	A		B		O		S	
		0	1	2	3	4	5		
<b>ACTIVOS CORRIENTES:</b>									
Caja y Bancos		1.000.000	15.274.493,2	33.386.283,4	54.059.843,1	77.323.310,1	106.461.627,4		
Cuentas por cobrar			-	-	-	-	-		
inventarios de materias primas			120.000	121.200	122.412	123.636	124.872		
inventarios de empaques			8.316	8.483	8.654	8.828	9.005		
inventarios de productos terminados			1.818.133	1.825.027	1.834.714	1.844.245	1.853.846		
Inversiones temporales			-	-	-	-	-		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>1.000.000</b>	<b>17.220.942</b>	<b>35.340.993</b>	<b>56.025.623</b>	<b>79.300.019</b>	<b>108.449.350</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS:</b>									
TERRENOS			-	-	-	-	-		
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES			-	-	-	-	-		
MAQUINARIA Y EQUIPO		130.000.000	130.000.000	117.000.000	104.000.000	91.000.000	78.000.000		
EQUIPO DE OFICINA		5.970.000	5.970.000	5.373.000	4.776.000	4.179.000	3.582.000		
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE			-	-	-	-	-		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO BRUTO</b>		<b>135.970.000</b>	<b>135.970.000</b>	<b>122.373.000</b>	<b>108.776.000</b>	<b>95.179.000</b>	<b>81.582.000</b>		
(-) Depreciaciones acumuladas			13.597.000	13.597.000	13.597.000	13.597.000	13.597.000		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>		<b>135.970.000</b>	<b>122.373.000</b>	<b>108.776.000</b>	<b>95.179.000</b>	<b>81.582.000</b>	<b>67.985.000</b>		
<b>OTROS ACTIVOS:</b>									
Diferidos			-	-	-	-	-		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>			-	-	-	-	-		
(-) Amortización acumulada diferidos			-	-	-	-	-		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS NETOS</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$136.970.000</b>	<b>\$139.593.942</b>	<b>\$144.116.993</b>	<b>\$151.204.623</b>	<b>\$160.882.019</b>	<b>\$176.434.350</b>		

CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO									
BALANCE GENERAL PROFORMA: FINANCIAMIENTOS									
INFORMACION FINANCIERA	CP	A		B		O		S	
		0	1	2	3	4	5		
<b>PASIVOS CORRIENTES:</b>									
Obligaciones bancarias	2	-	-	-	-	-	-		
Proveedores	5		-	-	-	-	-		
Retenciones y aportes de nómina			1.514.240	1.521.811	1.529.420	1.537.067	1.544.753		
Cesantías consolidadas		0,00	261.240,00	262.546,20	263.858,93	265.178,23	266.504,12		
Impuestos por pagar	4,5	0,00	296.961,69	1.788.526,27	3.296.369,50	4.819.628,08	7.569.869,16		
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>-</b>	<b>2.072.442</b>	<b>3.572.884</b>	<b>5.089.649</b>	<b>6.621.874</b>	<b>9.381.126</b>		
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>									
Obligaciones bancarias	2		-	-	-	-	-		
Préstamos de socios	1		-	-	-	-	-		
<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>-</b>	<b>2.072.441,7</b>	<b>3.572.883,7</b>	<b>5.089.648,7</b>	<b>6.621.873,7</b>	<b>9.381.126,0</b>		
<b>PATRIMONIO</b>									
Capital social	1	136.970.000,0	136.970.000,0	136.970.000,0	136.970.000,0	136.970.000,0	136.970.000,0		
Reserva legal acumulada			-	55.150,0	387.304,9	999.487,8	1.894.561,6		
Reserva legal (10%)	4		55.150,0	332.154,9	612.182,9	895.073,8	1.405.832,8		
Utilidades acumuladas no distribuidas			-	197.410,9	2.635.840,1	7.339.919,9	14.130.334,4		
Utilidades del ejercicio	4		496.350,2	2.989.393,9	5.509.646,2	8.055.664,1	12.652.495,6		
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL Y PATRIMONIO</b>		<b>136.970.000,0</b>	<b>137.521.500,3</b>	<b>140.544.109,7</b>	<b>146.114.974,1</b>	<b>154.260.145,6</b>	<b>167.053.224,5</b>		
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>136.970.000</b>	<b>139.593.942</b>	<b>144.116.993</b>	<b>151.204.623</b>	<b>160.882.019</b>	<b>176.434.350</b>		

## 5.5. Evaluación económica del proyecto.

EVALUACION ECONOMICA	
TASA DE OPORTUNIDAD	25%
VALOR PRESENTE NETO	(88.302.436,3)
TASA INTERNA DE RETORNO	-1%
Valor presente de los ingresos	98.806.327,5
Valor presente de los egresos	187.108.763,8
RESULTADO	(\$0,47)
o sea es el beneficio por cada peso invertido	

## 5.6. Flujo de caja

CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO							
PRONOSTICO DEL FLUJO DE CAJA							
INFORMACION CONSIDERADA	CP	A		B		S	
		0	1	2	3	4	5
<b>Saldo inicial de efectivo (1)</b>			1.000.000,00	15.274.493,19	33.386.283,38	54.059.843,13	77.323.310,08
<b>(+) Recursos generados</b>		<b>0,00</b>	<b>16.220.941,96</b>	<b>20.491.432,45</b>	<b>24.808.477,74</b>	<b>29.169.611,54</b>	<b>37.036.454,41</b>
Flujo de efectivo generado	4		14.148.500,27	16.918.548,78	19.718.829,06	22.547.737,87	27.655.328,44
(+)Retenciones y aportes de nómina			1.514.240,00	1.521.811,20	1.529.420,26	1.537.067,36	1.544.752,69
(+)Cesantías consolidadas			261.240,00	262.546,20	263.858,93	265.178,23	266.504,12
(+) Impuesto a la renta por pagar prox. Año	4		296.961,69	1.788.526,27	3.296.369,50	4.819.628,08	7.569.869,16
<b>(+) Más recursos suministrados</b>		<b>136.970.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Aportes socios(*)	1	136.970.000,00					
Préstamos bancarios	2		0,00				
Emisión de bonos	1						
Créditos de proveedores	6		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Fondos disponibles fuentes</b>		<b>136.970.000,00</b>	<b>17.220.941,96</b>	<b>35.765.925,64</b>	<b>58.194.761,12</b>	<b>83.229.454,67</b>	<b>114.359.764,50</b>
<b>(-) Aplicación de fondos usos</b>		<b>136.970.000,00</b>	<b>1.946.448,77</b>	<b>2.379.642,26</b>	<b>4.134.918,00</b>	<b>5.906.144,59</b>	<b>7.898.137,09</b>
Adquisición de activos fijos	1	136.970.000,00		0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones Temporales				0,00	0,00	0,00	0,00
Saldo de efectivo para inicio	1	1.000.000,00					
Inversiones diferidas		0,00					
Amortización de préstamos	2		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Variación de cartera e inventarios	6		1.946.448,77	8.261,18	11.069,71	10.929,49	11.013,86
Cancelación proveedores				0,00	0,00	0,00	0,00
Cancelación retenc. aportes nómina				1.514.240,00	1.521.811,20	1.529.420,26	1.537.067,36
Cancelación cesantías consolidadas				261.240,00	262.546,20	263.858,93	265.178,23
Distribución de utilidades				298.939,39	550.964,62	805.566,41	1.265.249,56
Cancelación de impuestos	4			296.961,69	1.788.526,27	3.296.369,50	4.819.628,08
<b>(=) Saldos finales de efectivo *</b>		<b>-</b>	<b>15.274.493</b>	<b>33.386.283</b>	<b>54.059.843</b>	<b>77.323.310</b>	<b>106.461.627</b>

\* Incremento en el capital de trabajo

## 5.7. Análisis financiero

### 5.7.1. Análisis vertical

#### 5.7.1.1. Estado de resultados

CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO							
ESTADO DE RESULTADOS							
ANALISIS VERTICAL							
INFORMACION CONSIDERADA	CP	A		B		S	
		1	2	3	4	5	
INGRESOS POR VENTAS		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
(-) Costos de ventas		93,78%	89,34%	85,31%	81,63%	75,76%	75,76%
Materia prima		14,14%	13,43%	12,88%	12,39%	11,55%	11,55%
Mano de obra directa		60,41%	57,63%	55,02%	52,64%	48,84%	48,84%
Empaques		0,98%	0,94%	0,91%	0,88%	0,83%	0,83%
Gastos indirectos		18,25%	17,34%	16,50%	15,72%	14,54%	14,54%
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>6,22%</b>	<b>10,66%</b>	<b>14,69%</b>	<b>18,37%</b>	<b>24,24%</b>	<b>24,24%</b>
(-) TOTAL GASTOS OPERACIONALES		5,23%	5,00%	4,78%	4,57%	4,24%	4,24%
(-) Gastos operacionales de Administración		2,43%	2,33%	2,23%	2,13%	1,98%	1,98%
(-) Gastos de Ventas y Publicidad		2,80%	2,67%	2,55%	2,44%	2,26%	2,26%
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>0,99%</b>	<b>5,66%</b>	<b>9,91%</b>	<b>13,79%</b>	<b>20,00%</b>	<b>20,00%</b>
(+) Otros ingresos no operacionales		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
(-) Otros egresos no operacionales		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>0,99%</b>	<b>5,66%</b>	<b>9,91%</b>	<b>13,79%</b>	<b>20,00%</b>	<b>20,00%</b>
(-) Impuestos sobre la renta (35%)		0,35%	1,98%	3,47%	4,83%	7,00%	7,00%
<b>(=) Utilidad después de impuestos</b>		<b>0,64%</b>	<b>3,68%</b>	<b>6,44%</b>	<b>8,97%</b>	<b>13,00%</b>	<b>13,00%</b>
(-) Reserva legal (10%)		0,06%	0,37%	0,64%	0,90%	1,30%	1,30%
<b>(=) Utilidades netas a distribuir</b>		<b>0,58%</b>	<b>3,31%</b>	<b>5,80%</b>	<b>8,07%</b>	<b>11,70%</b>	<b>11,70%</b>
(-) Distribución de Utilidades anuales		0,00%	0,33%	0,58%	0,81%	1,17%	1,17%
<b>(=) Utilidades a Capitalizar</b>		<b>0,00%</b>	<b>2,98%</b>	<b>5,22%</b>	<b>7,26%</b>	<b>10,53%</b>	<b>10,53%</b>

#### 5.7.1.2. Balance general



<b>CENTRO EDITORIAL UNMINUTO</b>									
<b>BALANCE GENERAL PROFORMA: INVERSION</b>									
<b>ANALISIS VERTICAL</b>									
<b>INFORMACION FINANCIERA</b>	<b>CP</b>	<b>A</b>		<b>ii</b>		<b>O</b>		<b>S</b>	
		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		
<b>ACTIVOS CORRIENTES:</b>									
Caja y Bancos		0,73%	10,94%	23,17%	35,75%	48,06%	60,34%		
Cuentas por cobrar		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
inventarios de materias primas		0,00%	0,09%	0,08%	0,08%	0,08%	0,07%		
inventarios de empaques		0,00%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%		
inventarios de productos terminados		0,00%	1,30%	1,27%	1,21%	1,15%	1,05%		
Inversiones temporales		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>0,73%</b>	<b>12,34%</b>	<b>24,52%</b>	<b>37,05%</b>	<b>49,29%</b>	<b>61,47%</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS:</b>									
TERRENOS		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
MAQUINARIA Y EQUIPO		94,91%	93,13%	81,18%	68,78%	56,56%	44,21%		
EQUIPO DE OFICINA		4,36%	4,28%	3,73%	3,16%	2,60%	2,03%		
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO BRUTO</b>		<b>99,27%</b>	<b>97,40%</b>	<b>84,91%</b>	<b>71,94%</b>	<b>59,16%</b>	<b>46,24%</b>		
(-) Depreciaciones acumuladas		0,00%	9,74%	9,43%	8,99%	8,45%	7,71%		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>		<b>99,27%</b>	<b>87,66%</b>	<b>75,48%</b>	<b>62,95%</b>	<b>50,71%</b>	<b>38,53%</b>		
<b>OTROS ACTIVOS:</b>									
Diferidos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>		<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>		
(-) Amortización acumulada diferidos		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS NETOS</b>		<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>		

<b>CENTRO EDITORIAL UNMINUTO</b>									
<b>BALANCE GENERAL PROFORMA: FINANCIAMIENTOS</b>									
<b>ANALISIS VERTICAL</b>									
<b>INFORMACION FINANCIERA</b>	<b>CP</b>	<b>A</b>		<b>ii</b>		<b>O</b>		<b>S</b>	
		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		
<b>PASIVOS CORRIENTES:</b>									
Obligaciones bancarias		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
Proveedores		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
Retenciones y aportes de nómina		0,00%	1,08%	1,06%	1,01%	0,96%	0,88%		
Cesantías consolidadas		0,00%	0,19%	0,18%	0,17%	0,16%	0,15%		
Impuestos por pagar		0,00%	0,21%	1,24%	2,18%	3,00%	4,29%		
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>0,00%</b>	<b>1,48%</b>	<b>2,48%</b>	<b>3,37%</b>	<b>4,12%</b>	<b>5,32%</b>		
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>									
Obligaciones bancarias		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
Préstamos de socios		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>		<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>		
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>0,00%</b>	<b>1,48%</b>	<b>2,48%</b>	<b>3,37%</b>	<b>4,12%</b>	<b>5,32%</b>		
<b>PATRIMONIO</b>									
Capital social		100,00%	98,12%	95,04%	90,59%	85,14%	77,63%		
Reserva legal acumulada		0,00%	0,00%	0,04%	0,26%	0,62%	1,07%		
Reserva legal (10%)		0,00%	0,04%	0,23%	0,40%	0,56%	0,80%		
Utilidades acumuladas no distribuidas		0,00%	0,00%	0,14%	1,74%	4,56%	8,01%		
Utilidades del ejercicio		0,00%	0,36%	2,07%	3,64%	5,01%	7,17%		
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL Y PATRIMONIO</b>		<b>100,00%</b>	<b>98,52%</b>	<b>97,52%</b>	<b>96,63%</b>	<b>95,88%</b>	<b>94,68%</b>		
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>		

## 5.7.2. Análisis horizontal

### 5.7.2.1. Estado de resultados

CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO								
ESTADO DE RESULTADOS								
ANALISIS HORIZONTAL								
INFORMACION CONSIDERADA	A		B		O		S	
	AÑOS 1 Y 2		AÑOS 2 Y 3		AÑOS 3 Y 4		AÑOS 4 Y 5	
	Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa
INGRESOS POR VENTAS	4.583.335	5%	4.760.193	5%	4.796.968	5%	8.305.835	8%
(-) Costos de ventas	288.938	0%	419.017	1%	422.079	1%	425.168	1%
Materia prima	1.200	0%	121.212	1%	122.424	1%	123.648	1%
Mano de obra directa	258.854	0%	260.149	1%	261.449	0%	262.757	1%
Empaques	8.483	1%	17.053	2%	17.396	2%	17.745	2%
Gastos Indirectos	20.400	0%		0%		0%		0%
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	4.294.397	81%	4.341.175	45%	4.374.889	31%	7.880.666	43%
(-) TOTAL GASTOS OPERACIONALES	32.784	1%	33.052	1%	22.721	1%	22.835	0%
(-) Gastos operacionales de Administración	20.784	1%	20.992	1%	10.601	0%	10.654	0%
(-) Gastos de Ventas y Publicidad	12.000	0%	12.060	0%	12.120	0%	12.181	0%
(=) Utilidad Operacional	4.261.613	502%	4.308.124	84%	4.352.167	46%	7.857.832	57%
(+) Otros ingresos no operacionales	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Otros egresos no operacionales	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de impuestos	4.261.613	502%	4.308.124	84%	4.352.167	46%	7.857.832	57%
(-) Impuestos sobre la renta (35%)	1.491.565	502%	1.507.843	84%	1.523.259	46%	2.750.241	57%
(=) Utilidad después de impuestos	2.770.049	502%	2.800.280	84%	2.828.909	46%	5.107.591	57%
(-) Reserva legal (10%)	277.005	502%	280.028	84%	282.891	46%	510.759	57%
(=) Utilidades netas a distribuir	2.493.044	502%	2.520.252	84%	2.546.018	46%	4.596.832	57%
(-) Distribución de Utilidades anuales	298.939		252.025	84%	254.602	46%	459.683	57%
(=) Utilidades a Capitalizar	2.690.455		2.268.227	84%	2.291.416	46%	4.137.148	57%

### 5.7.2.2. Balance general

CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO									
BALANCE GENERAL PROFORMA INVERSION									
ANALISIS HORIZONTAL									
INFORMACION FINANCIERA	CP	A		B		O		S	
		AÑOS 1 Y 2		AÑOS 2 Y 3		AÑOS 3 Y 4		AÑOS 4 Y 5	
		Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa
<b>ACTIVOS CORRIENTES:</b>									
Caja y Bancos		18.111.790	118,58%	20.673.560	38,24%	23.263.467	43,03%	29.138.317	37,68%
Cuentas por cobrar		-	-	-	-	-	-	-	-
inventarios de materias primas		1.200	1,00%	1.212	0,99%	1.224	1,00%	1.236	1,00%
inventarios de empaques		167	2,01%	171	1,97%	174	2,01%	177	2,01%
inventarios de productos terminados		6.894	0,38%	9.687	0,53%	9.531	0,52%	9.600	0,52%
Inversiones temporales		-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>18.120.051</b>	<b>105,22%</b>	<b>20.684.629</b>	<b>36,92%</b>	<b>23.274.396</b>	<b>41,54%</b>	<b>29.149.331</b>	<b>36,76%</b>
<b>ACTIVOS FIJOS:</b>									
TERRENOS		-	-	-	-	-	-	-	-
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES		-	-	-	-	-	-	-	-
MAQUINARIA Y EQUIPO		(13.000.000)	-10,00%	(13.000.000)	-12,50%	(13.000.000)	-12,50%	(13.000.000)	-14,29%
EQUIPO DE OFICINA		(597.000)	-10,00%	(597.000)	-12,50%	(597.000)	-12,50%	(597.000)	-14,29%
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE		-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACTIVO FIJO BRUTO</b>		<b>(13.597.000)</b>	<b>-10,00%</b>	<b>(13.597.000)</b>	<b>-12,50%</b>	<b>(13.597.000)</b>	<b>-12,50%</b>	<b>(13.597.000)</b>	<b>-14,29%</b>
(-) Depreciaciones acumuladas		-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>		<b>(13.597.000)</b>	<b>-11,11%</b>	<b>(13.597.000)</b>	<b>-14,29%</b>	<b>(13.597.000)</b>	<b>-14,29%</b>	<b>(13.597.000)</b>	<b>-16,67%</b>
<b>OTROS ACTIVOS:</b>									
Diferidos		-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>									
(-) Amortización acumulada diferidos		-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS NETOS</b>									
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>4.523.051</b>	<b>3,24%</b>	<b>7.087.629</b>	<b>4,69%</b>	<b>9.677.396</b>	<b>6,40%</b>	<b>15.552.331</b>	<b>9,67%</b>

**CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO**  
BALANCE GENERAL PROFORMA: FINANCIAMIENTOS  
ANÁLISIS HORIZONTAL

INFORMACION FINANCIERA	CP	A		B		C		D	
		AÑOS 1 Y 2		AÑOS 2 Y 3		AÑOS 3 Y 4		AÑOS 4 Y 5	
		Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa	Var. Absoluta	Var. Relativa
<b>PASIVOS CORRIENTES:</b>									
Obligaciones bancarias		-		-		-		-	
Proveedores		-		-		-		-	
Retenciones y aportes de nómina		7.571	0%	7.609	1%	7.647	0%	7.685	1%
Cesantías consolidadas		1.306	1%	1.313	0%	1.319	0%	1.326	0%
Impuestos por pagar		1.491.565	502%	1.507.843	84%	1.523.259	46%	2.750.241	57%
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>1.500.442</b>	<b>72%</b>	<b>1.516.765</b>	<b>42%</b>	<b>1.532.225</b>	<b>30%</b>	<b>2.759.252</b>	<b>42%</b>
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>		-		-		-		-	
Obligaciones bancarias		-		-		-		-	
Préstamos de socios		-		-		-		-	
<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>		-		-		-		-	
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>1.500.442</b>	<b>72%</b>	<b>1.516.765</b>	<b>42%</b>	<b>1.532.225</b>	<b>30%</b>	<b>2.759.252</b>	<b>42%</b>
<b>PATRIMONIO</b>		-		-		-		-	
Capital social		-	0%	-	0%	-	0%	-	0%
Reserva legal acumulada		55.150		332.155	602%	612.183	158%	895.074	90%
Reserva legal (10%)		277.005	502%	260.028	84%	262.891	46%	510.759	57%
Utilidades acumuladas no distribuidas		197.411		2.438.429	1235%	4.704.080	178%	6.790.415	93%
Utilidades del ejercicio		2.493.044	502%	2.520.252	84%	2.546.018	46%	4.596.832	57%
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL Y PATRIMONIO</b>		<b>3.022.609</b>	<b>2%</b>	<b>5.570.864</b>	<b>4%</b>	<b>8.145.171</b>	<b>6%</b>	<b>12.793.079</b>	<b>8%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>4.523.051</b>	<b>3%</b>	<b>7.087.629</b>	<b>5%</b>	<b>9.677.396</b>	<b>6%</b>	<b>15.552.331</b>	<b>10%</b>

### 5.7.3. Indicadores financieros y su interpretación

**CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO**  
INDICADORES FINANCIEROS

TIPOLOGIA DE RAZONES INDICADORES FINANCIEROS	FORMULA	A	B	C	D	E
		1	2	3	4	5
<b>1. DE LIQUIDEZ</b>						
1.1 Razón corriente o liquidez	Act.Cte/Pas.Cte	8,3	9,9	11,0	12,0	11,6
1.2 Prueba ácida	Act. Cte - Invent./Pas. Cte	7,4	9,3	10,6	11,7	11,3
1.3 Capital de trabajo	Act. Cte - Pas. Cte	15.148.500	31.768.110	50.935.974	72.678.146	99.068.224
<b>2. DE ACTIVIDAD</b>						
2.1 Rotación capital de trabajo (veces)	Vent.Netas/Cap. Trabajo	6	3	2	1	1
2.2 Rotación activos fijos	Ventas/Act.Fijo bruto	1	1	1	1	1
2.3 Rotación activos totales	Ventas/Act.Totales	1	1	1	1	1
2.5 Rotación de patrimonio	Ventas/Patrimonio	1	1	1	1	1
<b>3. DE ENDEUDAMIENTO</b>						
3.1 Nivel de endeudamiento	Tot pasiv. tercer/total activ	0,01	0,02	0,03	0,04	0,05
3.2 Concentración en el corto plazo	Pas. Cte/ Pas. Total Terc.	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
3.3 Apalancamiento	Pas. Cte.Total/ Patrimonio	0,02	0,03	0,03	0,04	0,06
3.4 Solvencia total	Patrimonio/activo fijo	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9
<b>4. RENTABILIDAD</b>						
4.1 Rendimiento del patrimonio	Utilidad neta/patrimonio	0,00	0,02	0,04	0,05	0,08
4.2 Margen bruto de utilidad	Utilidad bruta/ Ventas Netas	0,06	0,11	0,15	0,18	0,24
4.3 Margen operacional de utilidad	Utilid. operac./Ventas Netas	0,01	0,06	0,10	0,14	0,20
4.4 Margen neto de utilidad	Utilidad neta/Vent. Netas	0,01	0,03	0,06	0,08	0,12
4.5 Rendimiento del activo total	Utilidad Net/ Act total	0,00	0,02	0,04	0,05	0,07

<b>CENTRO EDITORIAL UNIMINUTO</b>							
<b>INTERPRETACION INDICADORES FINANCIEROS</b>							
TIPOLOGIA DE RAZONES INDICADORES FINANCIEROS	FORMULA	A		B		S	
		1	2	3	4	5	
<b>1. DE LIQUIDEZ</b>							
1.1 Razón corriente o liquidez	Act.Cte/Pas.Cte	Capacidad de respaldo que tiene la empresa por cada peso que debe en el corto plazo					
1.2 Prueba ácida	Act. Cte - Invent./Pas. Cte	Capacidad de respaldo en activos de fácil realización por cada peso que debe en el corto plazo					
1.3 Capital de trabajo	Act. Cte - Pas. Cte	Valor que le quedaría a la empresa después de cubrir sus pasivos de corto plazo					
<b>2. DE ACTIVIDAD</b>							
2.1 Rotación capital de trabajo (veces)	Vent.Netas/Cap. Trabajo	Número de veces que las ventas rotaron por cada peso en capital de trabajo					
2.2 Rotación activos fijos	Ventas/Act.Fijo bruto	Número de veces que las ventas rotaron por cada peso invertido en activos fijos					
2.3 Rotación activos totales	Ventas/Act.Totales brutos	Número de veces que las ventas rotaron por cada peso de activos totales					
2.5 Rotación de patrimonio	Ventas/Patrimonio	Número de veces que las ventas rotaron por cada peso de patrimonio					
<b>3. DE ENDEUDAMIENTO</b>							
3.1 Nivel de endeudamiento	Tot pasiv. tercer/total activ	Participación de terceros por cada peso que la empresa tiene en activos					
3.2 Concentración en el corto plazo	Pas. Cte/ Pas. Total Terc.	Participación de acreedores de corto plazo sobre el total del pasivo					
3.3 Apalancamiento	Pas. Cte.Total/ Patrimonio	Porcentaje comprometido con terceros por cada peso de patrimonio					
3.4 Solvencia total	Patrimonio/activo fijo	Capacidad de respaldo del patrimonio por cada peso invertido en activos fijos					
<b>4. RENTABILIDAD</b>							
4.1 Rendimiento del patrimonio	Utilidad neta/patrimonio	% de utilidad que los socios obtuvieron por cada peso de patrimonio					
4.2 Margen bruto de utilidad	Utilidad bruta/ Ventas Netas	% de utilidad bruta sobre cada peso de ventas totales					
4.3 Margen operacional de utilidad	Utilid. operac./Ventas Netas	% de las utilidades operacionales por cada peso de ventas netas					
4.4 Margen neto de utilidad	Utilidad neta/Vent.Netas	% de utilidad neta por cada peso de las ventas netas					
4.5 Rendimiento del activo total	Utilidad Net/ Act.total bruto	% de utilidad por cada peso invertido en activos					

## CONCLUSIONES

En el estudio de mercado, se realizó una consulta de los centros editoriales de otras universidades, como la publicación de libros y revistas para ayudas académicas. En la consolidación de estos centros editoriales, se identificó la demanda potencial de material de soporte académico, realizado de acuerdo a su segmento.

En el estudio técnico he consultado los procesos internos de cada centro editorial en el cual se puede basar para la aplicación del futuro centro editorial que se creará en UNIMINUTO.

En el estudio administrativo se estableció el direccionamiento estratégico por medio de la misión y visión, y así también el organigrama con los perfiles de cada cargo.

En el estudio financiero y de evaluación económica se determinó los estados financieros aunque el proyecto no es viable este centro editorial no consiste en

vender material académico sino tener material para la biblioteca y algunos libros para la venta.

Se determinó el punto de equilibrio hipotético en el cual determina la cantidad mínima para obtener utilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- POLÍTICA DE PRODUCCIÓN EDITORIAL – UNIMINUTO (documento preliminar) Febrero de 2009
- <http://www.urosario.edu.co>
- <http://www.utadeo.edu.co>
- <http://www.javeriana.edu.co/editorial/>
- <http://www.unincca.edu.co/>
- <http://www.unal.edu.co/>
- Formulación y evaluación de proyectos: Un enfoque para emprendedores. Autor Rafael Méndez
- Claves para el debate público # 28 Agosto 2009 Editorial: Universidad Nacional.
- Guía para la presentación de proyectos Autor: ILPES Editorial: Siglo XXI México.
- Cómo elaborar una tesis. Autor: Santiago Zorrilla

## ANEXOS

### UNIVERSIDAD NACIONAL

#### Gestión Editorial<sup>9</sup>

#### Catálogo editorial 1966-2008



Centro Editorial, Facultad de Ciencias Humanas  
Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2008  
148 páginas, encuadernación rústica, 23 x 15,5 cm  
ISBN: 978-958-719-039-7

<sup>9</sup> <http://www.humanas.unal.edu.co/cms.php?id=1098>

El lector encontrará en estas páginas un recorrido por los cuarenta y dos años de historia editorial de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional. Después de un largo proceso de investigación, se ha configurado este documento con las reseñas y datos bibliográficos de doscientas sesenta y ocho obras, cuyas fechas de publicación comprenden el periodo entre el año 1949 y el 2008. También se presentan en este catálogo las revistas y demás publicaciones de la facultad, así como un completo índice de autores en el que se cuentan más de 1300 nombres, en su mayoría de profesores e investigadores de la universidad.

Las páginas que el lector tiene en sus manos no nacieron de pretensiones comerciales, son más bien un homenaje y un recuerdo cuyo valor es imposible de fijar en términos económicos. Sin embargo, este catálogo no deja de ser ante todo una provocación a la lectura, pues aun cuando queremos preservar la memoria histórica de la facultad y su producción editorial, es claro que para ello se necesita la existencia de lectores activos que se nutran y actualicen nuestro pasado académico con nuevas miradas, nuevas interpretaciones. Los rumbos inciertos de las ciencias humanas en Colombia no pueden perder de vista el vasto horizonte que antecede nuestros esfuerzos, las miles de páginas que, a manera de un inmenso e inagotable palimpsesto, se proyectaron desde el pasado para enriquecer nuestro presente.



Centro Editorial, facultad de Ciencias Humanas  
Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2008  
122 páginas, encuadernación rústica, 23 x 15,5 cm  
ISBN: 978-958-719-038-7

El Centro Editorial de la Facultad de Ciencias Humanas se complace en poner a disposición de la comunidad universitaria el *Manual editorial*, material que surge de la necesidad de optimizar el proceso editorial, desde la elaboración del texto original por parte del autor, hasta el momento de entregar el material definitivo a

prensa. El objeto fundamental es, por supuesto, beneficiar a lectores y autores con la obtención de un producto final de alta calidad. La facultad quiere que la calidad e importancia de los contenidos de sus libros y revistas se acompañe de una excelente presentación formal y de un riguroso trabajo editorial.

Consciente de la necesidad que tienen los autores, editores, correctores —y todos aquellos que están directa o indirectamente relacionados con la producción editorial de la facultad— de un material práctico y eficaz para la resolución de las más frecuentes dudas que puedan surgir en el transcurso de su labor, el Centro Editorial recoge en este trabajo: las resoluciones que definen los lineamientos de política, estructura y reglamento editorial de la facultad; el *Manual del autor*, que incluye los procedimientos que deben seguir autores y editores para desarrollar un proyecto con la mayor calidad y eficacia en el proceso editorial; el *Manual del corrector*, que compendia, entre otros, las normas ortográficas y tipográficas, los sistemas de referencia bibliográfica y las pautas editoriales a los que se deben ceñir nuestras publicaciones; los formatos requeridos institucionalmente para el debido trámite de los proyectos de publicación; los diagramas que dan cuenta de la ruta editorial que recorre todo proyecto, y, finalmente, algunos recursos bibliográficos para edición y corrección, disponibles en medio impreso y en Internet.

## REVISTA “ESPECTATIVAS” JORGE TADEO LOZANO

### ¿Quiénes Somos?<sup>10</sup>

Somos un grupo de estudiantes de Relaciones Internacionales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, que percibimos la actual dinámica de la globalización de las relaciones económicas, políticas, culturales y tecnológicas como un proceso continuo de intercambio, de opinión y de gestión que afianza y facilita las estrategias de internacionalización colombiana con la comunidad internacional.

Por esto creemos firmemente que una de las mejores formas de vincularnos oportunamente en este proceso globalizador depende de la coordinación al interior

---

<sup>10</sup> [http://www.utadeo.edu.co/programas/pregrados/relacio\\_inter/expectativas/7/revista2/ediciones.htm](http://www.utadeo.edu.co/programas/pregrados/relacio_inter/expectativas/7/revista2/ediciones.htm)



de las comunidades educativas como una forma eficaz para lograr un consenso académico que incentive la formulación de políticas y estrategias racionales para una mayor internacionalización de nuestras relaciones con el mundo.

A la vez tenemos muy presente, las oportunidades que la tecnología de la información nos ofrece como punto de partida para la internacionalización de las relaciones académicas de la Facultad de Relaciones Internacionales y de toda la comunidad tadeísta.

La revista EXPECTATIVAS propende por la integración e intercambio académico de opinión universitaria en torno a los temas comunes que las Relaciones Internacionales configuran en el nuevo orden mundial dentro de una aldea global en continua expansión y globalización.

## **EDITORIAL<sup>11</sup>**

### **EL OFICIO DE ESCRIBIR EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES**

**Por Numar Muriel**

Antes de dar curso a la nota editorial, queremos reseñar aquí la encomiable labor desarrollada por nuestra Decana la Doctora Ester Lozano de Rey, quien por una década estuvo acompañando y dirigiendo el programa de Relaciones Internacionales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. La Señora Ester Lozano, es una profesional honesta, luchadora y comprometida con nuestra Institución, muestra fehaciente de lo cual es el proceso de acreditación del programa que dirigió con acierto culminando con la Acreditación de Alta Calidad de la Facultad. Pero quizá sus más altas cualidades tienen que ver con su magnanimidad, su sabiduría y su prudencia enormes, de las cuales hace gala en cada momento de su vida, irradiando ganas de vivir en quienes hemos tenido la fortuna de trabajar con ella. Inmensa gratitud manifestamos desde estas líneas a esa gran dama colombiana y le auguramos grandes éxitos en la nueva labor que emprende en la Biblioteca Museo Carlos Lleras Restrepo.

---

<sup>11</sup> [http://www.utadeo.edu.co/programas/pregrados/relacio\\_inter/expectativas/7/revista2/editorial.htm](http://www.utadeo.edu.co/programas/pregrados/relacio_inter/expectativas/7/revista2/editorial.htm)

Como es bien sabido por todos, las Relaciones Internacionales son un ámbito del saber del cual se ocupa la Ciencia Política, que en esencia se constituye del estudio del Derecho Internacional, La Política Internacional y las Organizaciones Internacionales. Es explícito el carácter de actualidad en este complejo ámbito, ante lo cual un problema que enfrenta es el de las fuentes confiables y de las investigaciones serias. Para docentes y analistas reviste gran problemática establecer las referencias y los soportes de sus análisis por cuanto es inminente siempre la posibilidad de caer en generalizaciones basadas en juicios de valor que pretenden ser universalizadas. Es el riesgo de los análisis de coyuntura que abundan cada vez más, en los que, las “voces autorizadas”, parecen tener siempre la última palabra. El analista internacional opera como un adivino a quien nadie puede imputar sus equívocos, pues los acontecimientos desdicen de los hechos pero no desmienten a las personas.

Sin embargo, es importante trascender todos estos equívocos, pues las Relaciones Internacionales apelan a fuentes que aunque son difíciles de conseguir y de consultar, son posturas institucionales de organizaciones internacionales, instancias estatales e interestatales y de entidades oficiales, que deben ser pasadas por el tamiz riguroso de los métodos para la investigación, el análisis y la proyección en esta disciplina. Son cantidades enormes de documentos o enunciados oficialmente emitidos a la opinión pública mundial, los cuales deben diferenciarse plenamente de las fuentes y análisis periodísticos, pues deben siempre tomarse de las fuentes directas. Dentro de los métodos de investigación más convalidados se tiene el cuantitativo, el cualitativo, el análisis de coyuntura y los métodos comparativos.

Además de lo anterior, es de vital importancia hacer evidente el enfoque o los enfoques teóricos desde los cuales se construye un análisis responsable, pues las Relaciones Internacionales como uno de los componentes fundamentales de la

Ciencia Política, debe afianzarse por su rigor científico para poder consolidar su propio estatuto epistemológico y definir su objeto de estudio. Dentro de los enfoques más importantes se cuentan hoy, los neomarxistas, los funcionalistas, los constructivistas, el de la elección racional y los alternativos.

Esto por supuesto supone el oficio de la escritura que si bien es muy difícil, es de cardinal importancia, pues como cualquier otra disciplina seria, sus hallazgos deben ser sometidos a la crítica de la comunidad de expertos a través de revistas especializadas indexadas nacional e internacionalmente. El lenguaje escrito es el más objetivo y es el medio por el cual se puede verificar o refutar los diversos descubrimientos. Por esto la **Revista Expectativas**, propende por fomentar y fortalecer el oficio de la escritura seria y rigurosa, tanto en estudiantes, como en docentes de la importante disciplina de las Relaciones Internacionales

**CONSEJO DE REDACCIÓN**  
**Denisse A. Grandas Estepa**  
**Numar Alberto Muriel Restrepo**  
**Martha Lorena Arias Beltrán**