

Administración de la empresa editorial

Agustín Garrido

agugarrido@hotmail.com

Misión

La misión que nos hemos propuesto en esta empresa editora es la de cubrir un nicho del mercado no explotado y fomentar la actividad de autores argentinos en el mismo proceso. Comenzaremos con un proyecto de colección de tres libros de ciencia ficción, aunque es probable que se agregue un cuarto libro a la misma colección en el siguiente año (2009). De esta manera, intentamos animar la industria nacional y satisfacer al público consumidor específico de la ciencia ficción. A través de nuestra colección aspiramos a renovar el interés por autores argentinos en particular, que si bien existen no son tenidos en cuenta en librerías, son poco difundidos y por ende poco conocidos por el lector.

Por el momento, nuestra editorial se centrará en la zona de Capital Federal, por no disponer de medios para alcanzar un mercado mayor con bajo presupuesto.

Características

Publicaremos una colección de tres antologías de cuentos del género. Cada uno abordará un tema específico dentro de la ciencia ficción, valiéndose de un cuento de un autor reconocido en el ámbito local, y otros de autores desconocidos, que serán elegidos mediante un concurso. Una explicación más detallada es dada en el apartado "La Colección".

La razón por la cual abordaremos esta clase de publicación es que el mercado nacional se encuentra poco explotado y no existe una competencia específica para el libro. Toda la producción de esta clase se desarrolla, para los potenciales compradores hispanohablantes, en España, a pesar de que la mayoría son autores extranjeros. Nos proponemos la renovación del segmento a través de concursos literarios que abastezcan de imaginación a la industria meramente nacional. El autor argentino tiene en estos momentos pocas chances de ser publicado en el país, y en el caso del género abordado, sólo las páginas de internet le ofrecen la posibilidad. Un proyecto ideal sería conseguir que los concursos de la editorial adquieran, con el tiempo, un status importante en el ámbito del género para poder ganar prestigio, como es el caso del concurso que lleva a cabo la UPC (Universitat Politècnica de Catalunya). El mismo lleva ya más de quince ediciones y publica anualmente a los ganadores del subgénero novela corta, que suelen ser españoles, aunque algunos autores argentinos lo han conseguido. Como proyecto a largo plazo, consideramos que es un objetivo muy interesante, porque supondría un libro fijo anual para la editorial y el prestigio que acarrea el hecho de que los autores nacionales deseen ser publicados por nosotros. Para ello, nos proponemos en el futuro intentar formar un vínculo explícito con la Universidad de Buenos Aires, más específicamente con el Departamento de Letras, para que participen activamente en el concurso. No supondría un gasto extra para la Facultad, ya que correríamos con los gastos de premiación y producción, y resultaría un buen aporte cultural, por lo que creemos que no es una idea inviable. Por supuesto, en esta primera edición no podemos darnos el lujo de incluir un premio en metálico para los participantes, pero está contemplado para futuras ediciones, ya que es imprescindible para lograr el objetivo de prestigio.

Nuestros objetivos a futuro son, al igual que cualquier empresa, obtener rentabilidad al desarrollar el emprendimiento. Sin embargo, no pretendemos ser una editorial que se dedique pura y exclusivamente a obras redituables, sino conformar con el tiempo, un catálogo de promoción cultural. Claro que en un principio, los riesgos son grandes. Al ser una pyme de reciente formación, nuestro primer proyecto contará con autores desconocidos, pero nos aseguraremos de la participación de figuras destacadas que sustenten la seriedad y validez de dicho certamen y de nuestras obras. Los ganadores del concurso se beneficiarán a través de la publicación de sus cuentos en nuestra editorial a la vez favoreciéndonos con publicidad adicional sobre la promoción de la colección. Además, al ser un evento de estas características, los participantes nos cederían sus derechos de autor para permitir una edición económica.

Las tareas de edición se llevarán a cabo dentro de la editorial, mientras que la impresión se tercerizará.

Inserción en el mercado

Existen pocas editoriales que se dediquen exclusivamente a la publicación de ciencia ficción. En la actualidad, este mercado no está demasiado explotado puesto que las librerías colocan en esta sección obras que no corresponden al género, es decir, de la rama del terror, fantasía, etc. La mayoría de las editoriales que intervienen son españolas y se dedican más que nada a la reedición de clásicos que a la expansión del género y búsqueda de nuevos autores. En las librerías aparecen muy pocos escritores de habla hispana.

Lo que diferencia a nuestra editorial es que brinda una novedad en el nicho, tanto por los autores nuevos como por la posibilidad de elegir libros en su idioma original. En el apartado sobre competencia se detallará este aspecto.

Organización

Decidimos organizarnos bajo el formato de una sociedad de hecho, debido a la simplicidad de los trámites de constitución y porque no genera gastos, excepto el registro en la AFIP como responsables inscriptos.

La editorial tendrá como sede física la casa de uno de nuestros socios-integrantes, que usaremos como oficina y cuyos gastos de expensas y servicios serán incluidos como gastos de estructura.

La editorial decidió crear para su promoción e inserción en el mercado una página web, cuyo diseño no consta en los gastos por tratarse de un amigo de los socios.

Hemos tenido la eventual colaboración de la Dirección de Microemprendimientos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que, luego de la presentación de nuestro proyecto, se ha comprometido a otorgar un préstamo de \$40.000 para la publicación. A esto se le suma un total de \$10.000, aportado en partes iguales por cada uno de los socios.

Departamentalización

La editorial va a trabajar bajo un régimen de división del trabajo horizontal, mediante un agrupamiento funcional de las actividades para obtener una mayor especialización y organización de acuerdo a las habilidades y conocimientos de cada integrante.

Para eso elegimos una departamentalización por procesos, maximizando la especialización en distintos sectores:

Administración y Finanzas: se aboca a tareas como decisiones financieras, contabilidad de la editorial (flujo de ingresos y egresos), planillas de costos (Gantt, plan de edición y de ventas). Estará a cargo de X.

Proyecto y producción editorial: se encarga de tomar las decisiones editoriales, tratar con los autores, del diseño general de la colección (micro y macro editing, corrección de estilo, armado de interiores, diseño de tapas, etc), la búsqueda de presupuestos y la elección de la imprenta. A cargo de Z.

Marketing, distribución y ventas: desarrolla tareas de promoción, difusión y distribución de los ejemplares junto a la venta directa. A cargo de Y.

Destinatarios

El público al que apunta la publicación de ciencia ficción argentina es por definición acotada, ya que el género en Argentina no se desarrolló con la fuerza que cabía esperar en otros tiempos. Si bien las ediciones de autores extranjeros han tenido siempre grandes tiradas y buenas ventas, no se ha prestado mucha atención a lo que podían brindar autores nacionales, y es por eso que el lector potencial es en estos momentos poco numeroso: áquel que guste del estilo podrá explorar con nuestra colección el ámbito nacional, y aquellos que lo siguen con pasión, participando de las páginas de internet al respecto, serán atrapados también. Un lector no tan fanático puede optar por nuestra publicación para adentrarse en el género, dado el reducido precio de tapa. Sea como sea, el lector promedio será seguramente joven, con un poder adquisitivo medio en adelante.

Es la intención de la editorial que este círculo se vaya ampliando con el tiempo, y para ello, como ya explicamos, apelamos a conseguir un buen status con el concurso pero además será necesaria una campaña sistemática en el futuro que invite al lector no especializado a acercarse a la ciencia ficción del país. Pero para lograrlo es necesario un asesor de marketing que no podemos pagar por el momento. Por eso, en esta primera etapa de la editorial, nuestras campañas deberán orientarse principalmente a clubes de lectores, suscriptos a las revistas de la ciencia ficción (fanáticos del tópico) y estudiantes, quienes creemos pueden llegar a interesarse por la publicación.

La colección: "La otra estrella"

Características físicas

Formato (medidas): 14 x 20 cm.

Encuadernación: pegado – sistema Binder

Interiores: 200 páginas, papel obra 80 grs. - 1/1 color

Tapas: Cartulina forrada base blanca de 350 grs. con solapas. Impresión full color (offset) con terminación en Laca UV. Ilustraciones originales.

Los tres libros de la colección deben estar relacionados entre sí por una estética común. Las ilustraciones, todas del mismo autor, contribuirán primeramente a lograrlo, pero además es necesario definir la distribución de los títulos y paratexto. Elegimos que las ilustraciones sean en blanco y negro y los títulos a color; el diseño será el mismo para todos, pero cada uno tendrá un color propio.

La contratapa mantendrá el color predominante de la tapa y llevará en el margen superior el nombre del título y en el inferior el de la colección. Contendrá unos breves párrafos que detallarán el contenido, haciendo hincapié en el autor principal y sus logros, y en la descripción del tema específico.

Descripción de interiores: la misma para los tres títulos, constará de una hoja en blanco luego de la tapa, una página (impar) completamente en blanco salvo por el título de la colección, el reverso en blanco; la siguiente página incluye el nombre del libro más el subtítulo, y en el margen inferior el nombre de la editorial; del reverso se incluyen los datos sobre la edición, impresión, editorial, número de ISBN, etcétera. La siguiente página incluye únicamente el nombre del libro, sin subtítulos, y la página del reverso en blanco; la próxima hoja comienza con el prólogo. Cada cuento tiene una hoja que le sirve de "tapa", con su título y debajo el nombre del autor. Al final se incluye un índice y luego una hoja en blanco.

Características conceptuales

La colección constará en este primer año de tres títulos que serán publicados escalonadamente a lo largo de los doce meses. Cada uno tiene un tema específico a tratar a lo largo de todos sus cuentos, algunos de los cuales pertenecerán a un autor reconocido, algo que siempre gusta al público. Este autor se llevará el 10% del precio de tapa, mientras que los

demás escritores serán recompensados suficientemente con la publicación de su obra. Los tres títulos son:

- “El viajero imprudente” subtítulo: “Cuentos argentinos de ciencia ficción sobre el tiempo y el espacio: Carletti y otros”.
- “Cuando los mundos chocan” subtítulo: “Cuentos argentinos de ciencia ficción sobre mundos desconocidos: Capanna y otros”.
- “El largo adiós de Harrison Ford” subtítulo: “Cuentos argentinos de ciencia ficción sobre ciberpunk: Gardini y otros”.

El primero de los libros trata la temática de los viajes en el tiempo, como también los viajes a otras dimensiones del espacio y a universos paralelos. Es un tema muy común dentro de la ciencia ficción y no pretendemos restringirlo demasiado, ni a este ni a los otros temas de los libros. El autor principal es Eduardo J. Carletti, reconocido autor nacional, al igual que los otros dos elegidos. Para el libro escogimos tres de sus cuentos sobre el tema, a saber: "Pasaje de ida al agaire", "Al Universo no le gusta" y "Pajarito testigo involuntario de máxima singularidad desnuda de todos los tiempos". El resto de los cuentos serán aportados por el concurso, en un total de cinco.

El título del libro fue elegido por su toque humorístico como también por ser el nombre de una novela de 1950 sobre el tema de los viajes temporales. Por supuesto esto será consignado en la contratapa.

Para este título los textos de la tapa y la contratapa serán rojos, como también la contratapa.

El segundo de los títulos de la colección también es llamado así en honor a un clásico, esta vez del cine, que trata la temática del libro: los contactos con extraterrestres, mundos diferentes, planetas desconocidos. La idea de este juego con los nombres es hacer una especie de “guiño” al lector especializado y a la vez resultar descriptivos del contenido. El autor principal es en este caso Pablo Capanna, con su “Contactos extraterrestres”, de larga duración. Junto a él se incluirán nuevamente cinco cuentos del concurso.

Para esta segunda publicación el color predominante será el verde.

El tercero de los libros trata el subgénero del ciberpunk, cuyas características son personajes parecidos a los de la novela negra policial, de ética dudosa, a veces hackers de computación; la acción puede transcurrir dentro de la misma red; sociedades futuras cargadas de tecnología. Toma su nombre de un juego de palabras: “El largo adiós” es una de las principales novelas de policial negro, de Raymond Chandler, y Harrison Ford es el protagonista de la famosísima película del subgénero, “Blade Runner”, basada en una novela de Phillip Dick. El autor que representará este libro es Carlos Gardini, con su cuento extenso “Timbuctú”, y lo seguirán otros cinco cuentos de autores desconocidos. El color característico será amarillo.

Cada uno de los libros llevará una ilustración original en la tapa, que representará algunos aspectos de la temática específica del título. El ilustrador no está incluido en los gastos de la editorial por tratarse de un muy buen amigo de uno de los integrantes del grupo. Por supuesto, en el caso de que la editorial marche exitosamente en los futuros años se le pagarían las ilustraciones.

El concurso

El concurso que realizará la editorial describirá mínimamente las tres categorías posibles en las que se podrá participar, correspondiéndose con los tres temas elegidos para la colección. Los cuentos deberán tener un formato específico acorde a las necesidades de la

colección, es decir, alcanzar las 200 páginas de cada libro. Por lo tanto, los cuentos no podrán ser excesivamente cortos ni largos.

La promoción del concurso será llevada a cabo en las revistas on-line de ciencia ficción argentina más importantes, que son tres:

- Revista Cuasar: www.revistacuasar.com.ar
- Quinta Dimensión: www.quintadimension.com
- Revista Axxón: www.axxon.com.ar

La promoción no es gratis, pero funciona como un anticipo de las publicaciones: al publicitar el concurso aparece por primera vez el nombre de la editorial, y al anunciar ganadores se avisa sobre la próxima edición del libro, generando expectativa entre todos los usuarios de la página, o al menos informándolos al respecto. Una vez terminado el concurso, en las mismas páginas se realizará propaganda sobre la salida de cada título, información sobre los puntos de venta, etcétera.

El jurado del concurso seremos, en un primer momento, los miembros de la editorial y alguno de nuestros amigos devotos al género, como el ilustrador. Sin embargo, sería ideal que los autores principales accedieran a ser parte de la selección final, algo que no consideramos imposible ya que serán publicados con él. Además, llevándose el 10% del precio de tapa con pocos cuentos, se les pedirá que prologuen el título correspondiente como parte del trato. Sería una promoción misma para los autores reconocidos de nuestra colección, cuyos libros no aparecen en los stands, ya que el cuento que incluiremos llevaría al lector potencial a conocerlo e interesarse en su obra.

Futuro de la colección

Como se dijo anteriormente, la editorial proyecta al menos un nuevo título para el 2009, siempre teniendo en cuenta el rendimiento de los primeros. Este cuarto libro tendría como tema principal el de "Evolución humana" y su autor principal sería Leopoldo Lugones, con tres cuentos de su libro "Las fuerzas extrañas": "Un fenómeno inexplicable", "Yzur" y "El origen del Diluvio". Si bien no es la ciencia ficción a la que estamos habituados, se lo considera uno de los pilares del género en el país. La editorial lo toma en cuenta porque a partir del año 2009, según la ley de derechos de autor argentina, la obra de Lugones puede ser usada sin el pago de derechos, pues habrán transcurrido 70 años desde el primero de enero del año siguiente al que muere el autor (Lugones murió en 1938). Una vez más, el resto de los cuentos serían aportados por un concurso.

Plan de marketing

Canales de venta

- Librerías independientes (pequeñas y medianas) → 50% de participación.
- Venta directa → 35% Convenciones. Círculo de lectores.
- Internet → 15% Página web, envío a domicilio.

Nuestro principal canal de venta serán las librerías, en esta primera etapa no aspiramos a figurar en las librerías mayores, ya que no sería provechoso. Las librerías específicas donde se encuentren los libros serán mencionadas en nuestras publicidades como

también en nuestra página web. Las características del lector potencial descriptas anteriormente hacen que un canal importante de ventas sean las convenciones específicas del género, como también el Círculo Argentino de Ciencia Ficción y Fantasía, que se reúne semanalmente.

Unas de las fechas importantes para la publicación serán la reuniones del año 2008 que organicen las revistas Axxón y Quinta Dimensión en la Facultad de Filosofía y Letras. Este año existió una sobre Literatura de Terror y Fantástica (octubre) que será realizada nuevamente, y en otros años también se realizaron convenciones sobre Tolkien (autor de "El señor de los anillos") y juegos de rol, cuyo público muchas veces comparte el gusto por la ciencia ficción. Por eso es que dentro de la universidad se proyecta realizar publicidad del libro, en forma de folletos. Entre los folletos y el énfasis a las demás publicidades, el mes de octubre tendrá mayor relevancia en los gastos de publicidad.

En cuanto a la venta directa, consideramos que en el trato personalizado con el lector llevaremos a cabo un descuento del 10% como forma de promoción.

El último canal, el de venta directa a través de nuestra página, significaría el ingreso total por la venta, por lo que se intentará poner mucho énfasis en este canal. Tratándose de público que se informa mediante las páginas nombradas acerca del género, la publicidad en las mismas lo redireccionaría a nuestra página. El precio de tapa sería el mismo, y el costo para la editorial sería sólo el del envío por correo.

La editorial también ha decidido hacer una promoción en el mes 9: venderemos los tres títulos juntos, sólo por ese mes, aprovechando la salida del tercer libro. El precio será de \$75, lo que se detalla en el plan de ventas y facturación.

Descuento comercial

- Librerías independientes (pequeñas y medianas) → 40%
- Venta directa → 10% (por bonificación)
- Internet → no tienen descuento.

Distribución y ventas

Para la distribución contamos con la camioneta de uno de los socios, por lo que los gastos de comercialización resultan menores, incluyendo la nafta y el gasto de envío por correo en el caso del canal de venta a través de internet. Tomamos un 3% del ingreso neto.

Competencia

Una de las mayores ventajas de nuestras publicaciones es la falta de una competencia directa. Existen antiguas recopilaciones de cuentos de ciencia ficción del país, pero datan del año 1995 al pasado, y otra del 2004 de autores desconocidos, frente a la que nuestra colección posee la ventaja de tener un autor reconocido que la destaca. Por lo tanto, nuestra publicación renovaría ese espacio de antologías. Todos esos libros fueron encontrados en internet en una enciclopedia respecto al tema, pero no los vimos ofrecidos en ningún punto de venta, con lo cual la competencia es casi inexistente.

Por el otro lado, frente a los grandes del género, la diferencia radica en el precio de tapa: la nueva antología de cuentos de Orson Scott Card, que incluye a los grandes del género, cuesta \$50. La recopilación de cuentos completos de Phillip K. Dick, el autor de "Blade Runner", cuesta \$84 cada uno de los tres tomos. De todas maneras, no es la competencia directa ya que frente a un libro así, nuestros autores desconocidos no pueden hacer frente. El verdadero libro a desplazar es el de la UPC, ya mencionada, que saca anualmente sus compilaciones. Estas cuestan, a partir de la de 1994, \$72, cifra altísima comparada a nuestros \$30.

Análisis de costos

Costos de estructura

Servicios	Luz	\$30
	Agua	\$10
	Gas ^(*)	\$20
	Teléfono	\$160
	Internet	\$100
Oficina	Expensas	\$150
	Mantenimiento	\$170
Otros gastos ^(**)		\$2500
Total \$3140		

^(*)Los servicios de luz, agua y gas son de saldo bimestral, pero aquí se exponen las tarifas mensuales de cada uno.

^(**)Se incluyen todos los gastos necesarios para la realización de las distintas tareas llevadas a cabo por los integrantes de la editorial. A medida que aumente la rentabilidad de los distintos proyectos, este monto se acrecentará paralelamente para contemplar sueldos fijos.

Determinación de costos de publicidad

Costos de publicidad	
Publicidad en la web	\$2750
Creación página web propia	\$500
Folletos	\$200

La publicidad en las tres páginas web, como ya fue mencionado, es el gasto principal que enfrentaremos. La creación de nuestra página, dejando de lado el diseño, incluye el mantenimiento mensual. Los folletos, por otro lado, no serán un medio muy importante, sólo enfocados en el mes de octubre.

Determinación del PVP

Consideramos que el PVP estimativo sería de \$30 por cada uno de los ejemplares de la colección, teniendo en cuenta el público hacia el cual nos dirigimos, de mediano poder económico como mínimo, y que nuestros competidores no ofrecen lo mismo, motivo por el cual fijamos un precio accesible pero que nos permita cubrir los costos y obtener rentabilidad.

Tirada prevista

Antiguamente, las obras de estas características tenían grandes tiradas y, a la vez, numerosas reediciones. Hoy, con la saturación del mercado y la diversificación de la oferta y teniendo en cuenta que no es un nicho demasiado explotado, consideramos adecuado lanzarnos al negocio con una tirada de 1000 ejemplares cada uno sirviéndonos de una impresión en *offset* (que nos permite reducir los costos del producto). Una tirada mayor sería arriesgada teniendo en cuenta que la editorial acaba de ser lanzada y necesita promocionar su nombre en este primer año.

Costo del producto		
Costos de reproducción	Sin tercerizar ^(*)	-
Costos de producción	Imprenta ^(**)	\$4400 (\$4,40 por ejemplar)
Total \$4400		

(*) El costo de las tareas de preproducción, por ser estas realizadas en la editorial, se contempla en los costos de estructura, destinados a remunerar el trabajo de los integrantes de la editorial.

(**) Incluye películas, pre-prensa y encuadernación (ver presupuesto Gráfica Caalen adjunto)

Determinación del descuento comercial ponderado

Descuento comercial ponderado			
Canal	Descuento (%)	Participación por canal (%)	Descuento ponderado (%)
Librerías independientes	40	50	20
Venta directa	10	35	3,5
Internet	-	15	-
Total 23.5%			

Determinación del plazo de cobro ponderado

Plazo de cobro ponderado			
Canal	Participación (%)	Plazo de cobro (en días)	Plazo de cobro ponderado (en días)
Librerías independientes	50	30	15
Venta directa	35	-	-
Internet ^(*)	15	10	2
Total 17 días			

^(*) El cobro se efectiviza contra entrega y depende del tiempo de envío.

Escandallos

Escandallo General

PVP	\$30
Descuento comercial (23,5% PVP)	\$7,05
Ingreso Neto	\$22,95
Derecho de autor (10% PVP)	\$3
Costo unitario de producto	\$4,4
Dotación de obsolescencia (5% CP)	\$0,22
Margen Bruto	\$15,33
OTROS GASTOS COMERCIALES	
Publicidad (5% IN)	\$1,15
Dotación de incobrables (2% IN)	\$0,46
Comercialización (3% IN)	\$0,69
Margen de contribución general	\$13,03

Punto de equilibrio

CE / MCG = Peq (cantidad de ejemplares)

$\$3.140 / \$13,03 = 241$ libros

CE / MCG % = Peq (en pesos – Ingreso neto total)

MCG % = $1 - CVU / IN$

MCG % = $1 - \$9,92 / \$22,95$

MCG % = 56,78%

Peq = $\$3.140 / 0,5678 = \$5530,15$

→ Para cubrir los costos de estructura mensuales es necesario vender 241 libros por mes o \$5530,15 (facturación neta). Esto haría un total de 2892 libros y \$66361,8 anuales para cubrir los gastos de estructura durante un año.

Escandallo producto

PVP	\$30
Descuento comercial (23,5% PVP)	\$7,05
Ingreso neto	\$22,95
Derecho de autor (10% PVP)	\$3
Margen bruto	\$19,95
OTROS GASTOS COMERCIALES	
Publicidad (5% IN)	\$1,15
Dotación de incobrables (2% IN)	\$0,46
Comercialización (3% IN)	\$0,69
Margen de contribución producto	\$17,65

Punto de equilibrio

CE edición / MCP = Peq (cantidad de ejemplares) || CE = CUP*tirada

Peq = $\$4.400 / \$17,65 = 250$ libros

CE / MCP % = Peq (en pesos – ingreso neto total)

MCP % = $1 - \$5,3 / \$22,95$

MCP % = 76,91%

Peq = $\$4.400 / 0,7691 = \$5720,97$

→ Para cubrir el costo total de producción (costo de edición del total de las tiradas de cada uno de los títulos de la colección) es necesario vender, aproximadamente, 750 libros, lo que hace un total \$17212,5 de facturación neta.

Plan económico

Planilla de ventas por ejemplares (12 meses)

El mes 1 es noviembre del año 2007. El mes 12 es octubre de 2008.

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Título 1		150	180	100	80	60
Título 2						200
Título 3						
Total		150	180	100	80	260

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
80	60	100	50	50	80	990
150	140	150	80	100	140	960

		250	200	170	250	870
230	200	500	330	320	470	2820

Mes 9 → PROMOCIÓN: compra de toda la colección (los tres títulos) por \$75. Es decir que sería un PVP de \$25, y un IN de \$19,13. Calculamos que aprovecharían esta promoción quienes no hayan comprado los títulos anteriores, lo que haría un total estimativo de 80 ejemplares de cada título comprados bajo estas condiciones.

Planilla de ventas por facturación bruta y facturación neta

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Fact. bruta (ventas*PVP)		\$4500	\$5400	\$3000	\$2400	\$7800
Fact. Neta (ventas*IN)		\$3442,5	\$4131	\$2295	\$1836	\$5967

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Fact. bruta (ventas*PVP)	\$6900	\$6000	\$13800	\$9900	\$9600	\$14100
Fact. Neta (ventas*IN)	\$5278,5	\$4590	\$10558,2	\$7573,5	\$7344	\$10786,5

Plan financiero

Flujo de caja (12 meses)

Nota: El gasto de publicidad no aparecerá en su totalidad, puesto que gran parte de ella se destina al concurso, que se lleva a cabo en los meses anteriores. Se destina casi todo al mes de octubre, y al de la salida de cada libro, como también al mes de promoción. El resto de los meses se mantiene la página web propia.

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
INGRESOS						
Ventas neto			\$3442,5	\$4131	\$2295	\$1836
EGRESOS						
Producción	(6600)	(3300)			(3300)	
Estructura	(3140)	(3140)	(3140)	(3140)	(3140)	(3140)
Derechos autor					(450)	(540)
Publicidad	(50)	(300)	(50)	(300)	(50)	(50)
Comercialización		(103,5)	(124,2)	(69)	(55,2)	(179,4)
Total egresos	(9790)	(6843,5)	(3314,2)	(3509)	(6995,2)	(3909,4)
Diferencia (I-E)	(9790)	(6843,5)	128,3	622	(4700,2)	(2073,4)
Dif. acumulada	(9790)	(16633,5)	(16505,2)	(15883,2)	(20583,4)	(22656,8)

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
INGRESOS						
Ventas neto	\$5967	\$5278,5	\$4590	\$10558,2	\$7573,5	\$7344
EGRESOS						
Producción						
Estructura	(3140)	(3140)	(3140)	(3140)	(3140)	(3140)
Derechos autor	(300)	(240)	(780)	(690)	(600)	(1380)
Publicidad	(50)	(50)	(400)	(50)	(50)	(500)
Comercialización	(158,7)	(138)	(345)	(227,7)	(220,8)	(324,3)
Total egresos	(3648,7)	(3568)	(4665)	(4107,7)	(4010,8)	(5344,3)
Diferencia (I-E)	2318,3	1710,5	(75)	6450,5	3562,7	1999,7
Dif. acumulada	(20338,5)	(18628)	(18703)	(12252,5)	(8689,8)	(6690,1)

Plazo de cobro ponderado: 17 días.

Condiciones de pago a la imprenta: 50% inicio, 25% en término y 25% a los 3 meses.

Tiempo de entrega de la imprenta: de 15 a 40 días.

Liquidación derechos de autor: dos meses después del cobro del ingreso por ventas.

Teniendo en cuenta que el último mes del año será muy productivo en ventas, equilibrará la balanza negativa del año de la muestra.