



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

LICENCIATURA EN ARTE Y DISEÑO

Escuela Nacional de Estudios Superiores,
Unidad Morelia

LA ELABORACIÓN DE UN PLAN
DE NEGOCIOS EN EL DISEÑO
EDITORIAL: NOVELA GRÁFICA

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ARTE Y DISEÑO

P R E S E N T A

KARLA BEANICE GUZMÁN OCHOA

DIRECTORA DE TESIS: M.C. JULIETA LASSO DE LA VEGA REYEROS

MORELIA, MICHOACÁN

OCTUBRE, 2022



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

LICENCIATURA EN ARTE Y DISEÑO

Escuela Nacional de Estudios Superiores,
Unidad Morelia

LA ELABORACIÓN DE UN PLAN
DE NEGOCIOS EN EL DISEÑO
EDITORIAL: NOVELA GRÁFICA

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ARTE Y DISEÑO

P R E S E N T A

KARLA BEANICE GUZMÁN OCHOA

DIRECTORA DE TESIS: M.C. JULIETA LASSO DE LA VEGA REYEROS

MORELIA, MICHOACÁN

OCTUBRE, 2022



ESCUELA
NACIONAL
DE ESTUDIOS
SUPERIORES
UNIDAD MORELIA

10
años
(2011-2021)

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES UNIDAD MORELIA
SECRETARÍA GENERAL
SERVICIOS ESCOLARES

MTRA. IVONNE RAMÍREZ WENCE
DIRECTORA
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
PRESENTE

Por medio de la presente me permito informar a usted que en la **sesión extraordinaria 17 del H. Consejo Técnico** de la Escuela Nacional de Estudios Superiores (ENES) Unidad Morelia celebrada el día **22 de septiembre de 2021**, acordó poner a su consideración el siguiente jurado para la presentación del Trabajo Profesional de la alumna **Karla Beanice Guzmán Ochoa** adscrita a la Licenciatura en **Arte y Diseño** con número de cuenta **416042649**, quien presenta el trabajo titulado: **"La elaboración de un plan de negocios en el diseño editorial"** bajo la dirección como **tutora** de la **Mtra. Julieta Lasso de la Vega**.

El jurado queda integrado de la siguiente manera:

Presidente:	Mtro. José Luis Jasso Ríos Montañez
Vocal:	Lic. Javier Huerta Salto
Secretario:	Mtra. Julieta Lasso de la Vega Reyeros
Suplente 1:	Dra. Mercedes Martínez González
Suplente 2:	Lic. Pablo Querea Gutiérrez

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
Morelia, Michoacán a 13 de octubre de 2022.

DRA. YUNUEN TAPIA TORRES
SECRETARIA GENERAL

CAMPUS MORELIA

Antigua Carretera a Pátzcuaro N° 8701, Col. Ex Hacienda de San José de la Huerta
58190, Morelia, Michoacán, México. Tel: (443)689.3500 y (55)56.23.73.00, Extensión Red UNAM: 80614
www.enesmorelia.unam.mx

El presente trabajo se logró realizar gracias al profesorado de la Licenciatura en Arte y Diseño de la Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad Morelia.

Agradezco a la Maestra Julieta Lasso de la Vega Reyesros, directora de tesina, por su asesoría, tiempo y dedicación durante la elaboración de la presente.

Además, manifiesto mi agradecimiento por el tiempo que se tomaron los miembros del jurado en revisar mi trabajo de titulación, por sus comentarios y opiniones, a la Doctora Mercedes Martínez González, al Maestro José Luis Jasso Rios Montañez, al Ingeniero Javier Huerta Salto, y al Licenciado Pablo Querea Gutierrez



KARLA BEANICE

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme dado la oportunidad de vivir hasta este momento.

A mis padres, por ser mi mayor apoyo, mi compañeros de sueños y ser mi ejemplo a seguir.

A mis profesores, por ayudarme a redescubrir mi amor por el arte y el diseño y enseñarme que con dedicación y esfuerzo puedo vivir de ello.

A mis amigos, porque sin ellos mi paso por la licenciatura no hubiera tenido el mismo sabor.

A mi esposo, que ha sido mi compañero y soporte para alcanzar esta meta.

I. INTRODUCCIÓN	2
II. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	3
II.1 Síntesis	4
II.2 Planteamiento	4
II.3 Justificación	5
II.4 Objetivos	6
II.5 Metodología	6
II.6 Marco Teórico	7
II.7 Marco Conceptual	8
CAPÍTULO 1. PLAN DE NEGOCIOS	11
1.1 Metodología del Plan de Negocios	22
CAPÍTULO 2. EL DISEÑO EDITORIAL COMO UN NEGOCIO	24
2.1 Elementos del Diseño Editorial	25
2.2 Diseño como negocio	27
2.3 Ilustración como negocio	31
2.4 Literatura dibujada como negocio	33
CAPÍTULO 3. EMPRESAS EDITORIALES	35
3.1 La Tinta del Silencio	37
3.2 El Naranja	40
3.3 Caligrama	42
CAPÍTULO 4. PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO	45
4.1 "Bea's" Plan de Negocios	47
III. CONCLUSIONES	64
IV. BIBLIOGRAFÍA	67

INTRODUCCIÓN

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en su carácter de institución pública y laica, se edifica con la sociedad como fundamento, teniendo como fin, contruibuir a formar profesionistas que aporten y ayuden al crecimiento económico, académico y profesional del país. Para ello, se han creado varias ramificaciones de dicha máxima casa de estudios, como es la Escuela Nacional de Estudios Superiores (ENES), Campus Morelia.

Se puede resaltar que dentro de la Licenciatura en Arte y Diseño hay alta calidad académica. Con este trabajo se busca resaltar la importancia de la enseñanza de estrategias mercadológicas que ayuden a los egresados a vender sus obras artísticas o diseños.

Hasta ahora, la gran mayoría de los proyectos elaborados por los alumnos de esta Licenciatura, se quedan en exposiciones realizadas exclusivamente por la Universidad al término del ciclo escolar; si bien se llevan materias optativas con relación al aprendizaje de producción, promoción y venta de obra artística o diseño, éstas no son las seleccionadas con regularidad. Por ende, la mayoría de los alumnos, pierden la oportunidad de generar ingresos con aquello que aman hacer; y en lo que han invertido tiempo, dinero y esfuerzo por aprender, mejorar y perfeccionar: una técnica de arte o una rama del diseño.

El presente trabajo tiene como principal objetivo demostrar la importancia de la elaboración de un plan de negocios para la producción, promoción y venta del diseño editorial, como servicio, en la creación de literatura dibujada, con un enfoque en la novela gráfica. Esto se lleva a cabo al identificar los conceptos teóricos sobre el diseño editorial, la planeación de negocios y la literatura dibujada, así como el análisis de empresas editoriales ya establecidas y la elaboración de un plan de negocios con el enfoque antes mencionado. Esto con la finalidad de ayudar al cuerpo estudiantil a perder el miedo a vender su obra, dando como ejemplo un negocio que conforma ambas partes de la Licenciatura: el arte, por medio de la literatura dibujada y el diseño, mediante el diseño editorial.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Síntesis

El trabajo en cuestión se centra en la elaboración de un prototipo de metodología para la creación de una empresa editorial digital basada en la literatura dibujada (novela gráfica, cómic, manga e historieta), con un enfoque principal en la novela gráfica y en la obtención de la remuneración económica de ésta, considerando que se puede hacer un negocio a partir del diseño editorial, sin necesidad de pertenecer a una corporación ya establecida para lograrlo.

Para ello, se elaborará un modelo de plan de negocios en el cual se explicarán las bases necesarias para la creación de una empresa y la venta de un producto o servicio, siendo la empresa, en este caso el diseñador y el producto o servicio, la novela gráfica. A la par, se realiza una investigación, la cual se encuentra en este trabajo y enuncia los diversos puntos a tomar en cuenta durante la creación del plan de negocios, tales como las finanzas, el diseño de la imagen corporativa, la creación de una marca, el marketing y los aspectos legales que todo ello implica, hasta la promoción y venta del producto.

Planeamiento

Hace algunos años, el estudiar una Licenciatura aseguraba a los egresados la obtención de un empleo y por tanto, de un ingreso seguro, con prestaciones que presumiblemente les permitirían tener un estilo de vida estable. En la actualidad, ya no es suficiente con tener estudios especializados en ciertas ramas del conocimiento. Para obtener un buen empleo se requieren años de experiencia, conocimiento de otros idiomas y haber cursado más estudios (Licenciatura, Maestría, Doctorado, Diplomados). Aunado a esto, la crisis económica y la pandemia global que se vive actualmente en el mundo y en nuestro país, posiciona a los recién egresados en una situación complicada.

Se ha visualizado que la sociedad actual enfrenta cambios constantes y que lo que era tendencia el día de ayer, mañana no lo es más y por ende, el estilo de vida, las necesidades y los hábitos de consumo de las personas se ven modificadas por estas

tendencias. Es por ello que se debe tomar ventaja de esta situación, reconociendo que el diseño se ha convertido en una valiosa herramienta en esta época. Sin embargo, se tiene que reconocer también que el tener el conocimiento o la práctica para elaborar diseños, no asegura ya una estabilidad económica, por lo que se hace necesario saber lo que implica realizar un diseño, y cómo elaborar un modelo de mercado a partir de éste.

Casi sin excepción, hay solo una forma de ganar mucho dinero en el mundo de los negocios, y es en el propio negocio. Quien quiera entrar en los negocios por sí mismo debe elegir una área que conozca y entienda. Obviamente, no puede saber todo lo que hay que saber desde el inicio, pero no debe comenzar hasta que haya adquirido un sólido conocimiento básico del negocio. (Getty, 1986). Esto aplica no solo al conocimiento del área de especialidad o giro del negocio, sino al negocio en sí mismo. ¡No se puede emprender sin saber cómo hacerlo!

Justificación

Tras finalizar los estudios en la Licenciatura en Arte y Diseño en la Escuela Nacional de Estudios Superiores, UNAM, campus Morelia y salir al campo laboral, la autora de este trabajo se percató de la complejidad de requerimientos en la oferta laboral para los recién egresados, así como la falta de conocimiento en cuanto al tema de valoración, promoción y venta del diseño editorial, por aquellos alumnos que mientras cursaban la Licenciatura no tomaron materias como Mercadotecnia o Plan de Negocios.

Ello permitió vislumbrar la importancia de contar con elementos que permitan acceder a mejores oportunidades de desarrollo profesional.

En la búsqueda de antecedentes sobre la formación del Plan de Negocios desde el punto de vista del diseño editorial, se encontró que solo se habla del por qué el diseño puede convertirse en un buen negocio, sin embargo, no se hace mención de cómo lograrlo. Aún cuando existen distintos métodos para realizar un plan de negocios, es importante tomar en cuenta que en el diseño editorial hay varios procesos específicos que se deben detallar para poder consolidar un negocio de este giro.

El realizar un estudio desde esta perspectiva aporta conocimientos en cuanto al tema, lo cual ayuda a futuras investigaciones para la comprensión del mismo. Así también, brinda información a diseñadores editoriales interesados en la creación de un negocio. En el caso particular, esto permite tener las bases para realizar en un futuro, un negocio de esta índole.

Objetivos

Pregunta de Investigación:

¿Por qué es fundamental contar con un plan de negocios para la producción, promoción y venta del diseño editorial en la literatura dibujada: novela gráfica?

Objetivo General:

Desarrollar un plan de negocios que de soporte a la producción, promoción y venta del diseño editorial, como servicio, en la creación de literatura dibujada con un enfoque principal en la novela gráfica.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los conceptos teóricos sobre el diseño editorial.
2. Analizar las posturas teóricas sobre planeación de negocios.
3. Analizar planes de negocios dentro del diseño editorial.
4. Elaborar un manual de procedimientos sobre la planeación de negocios sobre el diseño editorial, como servicio, en la creación de novelas gráficas.

Metodología

Esta investigación estará basada en el análisis de conceptos, características y teorías que posibiliten ejemplificar y delimitar el diseño editorial, así como las posibilidades que la creación de éste brinda (revistas, libros, e-books, periódicos, etc.), enfocándose en la elaboración de literatura dibujada, especialmente la novela gráfica.

Se hablará sobre aspectos generales del plan de negocios: definición, características

y límites que lo constituyen. Lo anterior sustentado por autores como Jean Paul Getty, Enrique Zorita Lloreda y Sophia Amoruso. Así mismo, se revisará la relación entre el diseño, el plan de negocios y el diseñador, mediante conceptos como precio, producto, plaza, persona y promoción. Del mismo modo se estudiarán diversas metodologías o modelos de negocios como Alcaraz, por Rafael Alcaraz Rodríguez o Canvas, por Alexander Osterwalder.

Finalmente, a partir de la delimitación de los conceptos previos y el análisis de las características de las creaciones, se propondrá una metodología de trabajo para el empleo del plan de negocios en la literatura dibujada: novela gráfica.

Marco Teórico

Este trabajo presenta un análisis sobre la planeación de negocios con un enfoque centrado en el diseño editorial de la literatura dibujada y su ejecución de manera virtual.

Se han buscado y encontrado documentos que brindan información considerable sobre la planeación de negocios, cómo funciona y las características que hacen de ésta algo tan necesario para el establecimiento de un negocio propio; o bien, para la correcta presentación a la hora de solicitar un empleo e incluso, el saber cómo dar un precio justo a los productos que se elaboran.

Este trabajo aborda conceptos clave como precio, producto, plaza, promoción, marketing, ingreso y egreso para abordar y entender mejor la compleja naturaleza del plan de negocios. Primeramente, se revisan textos de diversos autores; se analizan libros como *Generación de Modelos de Negocios* (Osterwalder & Pigneur, 2013) donde se habla sobre la realización del plan de negocios, o como el *Manual de Diseño Editorial* (de Buen, 2003) donde de manera general habla sobre qué es y cómo funciona el diseño editorial.

La complejidad del plan de negocios no se basa simplemente en pasos a seguir. Este tiene mayor relevancia por la diversidad que maneja a la hora de ver la temática

del negocio que se quiere establecer. Es por ello que se abordará también el texto de *Anatomy of a business plan, a step-by-step guide to building the business and securing your company's future* (Pinson, 2004). Éste texto es relevante, puesto que, aún cuando no se centra en el diseño editorial, plantea un enfoque que nos ayuda a comprender paso a paso cómo construir un plan de negocios exitoso. Así mismo nos permitirá recalcar el por qué emprender un negocio sin la planeación correcta, puede conducir a un fracaso total.

Continuando por esta misma línea se citará a Dan Galai, quien en su libro (en colaboración con Lior Hillel y Daphna Wiener) *How to create a successful business plan: for entrepreneurs, scientists, managers, and students* (Galai, Gillel, & Wiener, 2016) nos ayuda a comprender cómo es un plan de negocios exitoso, destacando que aunque sea un documento extenso, tiene que ser dinámico y no estático. De la misma manera se hace mención de algunos otros autores, textos y artículos en línea para sustentar y apoyar la premisa del trabajo en cuestión.

Finalmente, teniendo la información sobre qué es el plan de negocios, cómo aplicarlo al diseño editorial y cómo ponerlo en práctica, se propone una metodología para poder elaborar un plan de negocios que sea entendible para poder realizar proyectos tanto digitales como análogos y/o tradicionales. Esto con el fin de demostrar que no se requiere de grandes plataformas o de una inmensa cantidad de dinero para hacer que un negocio en el área del diseño editorial salga a flote y se consolide. En suma, se elabora una propuesta de un manual de plan de negocios que privilegie el diseño editorial en el apartado de la literatura dibujada: novela gráfica.

Marco Conceptual

En este apartado se aborda con detalle la teorización de los conceptos o ideas mayormente utilizados a lo largo de la presente investigación. Esto con el fin de que al lector le sea de utilidad y pueda comprender de mejor manera a qué se refiere la autora de dicho trabajo con la utilización de los siguiente términos.

Diseño editorial: Según David Zanón (Zanón Andrés, 2007), “El diseño editorial es el área del diseño gráfico especializada en la creación y composición de las diferentes publicaciones (libros, revistas, periódicos, catálogos y folletos) donde se organizan en el espacio, los textos, imágenes, y en algunos casos, multimedia, en diversos soportes.”

Literatura dibujada: Aunque Oscar Masotta (Masotta, 1968), acuña este término a la historieta, siendo él el primero en utilizarlo, la autora de este trabajo lo utilizará para referirse a los diversos tipos de literatura donde predomina la ilustración sobre el texto. Es decir, la historieta, el cómic, el manga, el cuento ilustrado y la novela gráfica.

Historieta / Cómic: Para la mayor parte de los autores que han realizado estudios sobre la historieta (Umberto Eco, Javier Coma, Elisabeth K. Baur.), hacen referencia a la misma y la nombran cómic; como si estos fueran sinónimos. Desde esa perspectiva, podemos tomar la definición dada por Mabel Manacorda de Rosetti (Manacorda de Rosetti, 1976) la cual nos dice que “Una historieta (cómic) es una secuencia narrativa formada por viñetas o cuadros dentro de los cuales pueden integrarse textos lingüísticos o algunos signos que representan expresiones fonéticas (Boom, crash, bang, etc.)”. Sin embargo, con el paso del tiempo, se demostró que ambos géneros de literatura dibujada contienen diferencias marcadas en cuanto a longitud, extensión de texto y la cronología externa e interna de estos.

Historieta: Esta suele requerir muchos encuadres o viñetas para narrar la historia, es decir, que posee elementos narrativos y diálogos más extensos. La narración de la misma tiende a tener un orden cronológico interno, es decir la historia contada en el volumen a leerse. Sin embargo, no tiene un orden cronológico externo, es decir, que el volumen 2, no es la secuencia del primero, y así sucesivamente. (Manacorda de Rosetti, 1976)

Comic: Este suele requerir menos encuadres o viñetas para su narración, ya que las imágenes tienden a ser más explícitas. Se narra sin un orden cronológico interno, es decir que se puede inducir al pasado o al futuro en cualquiera de las viñetas. Sin embargo, el orden cronológico externo es de suma importancia para hacer de la lectura más comprensible. Es decir, si se quiere entender el último volumen de la serie, se debió haber leído los anteriores primero. (Manacorda de Rosetti, 1976)

Manga: José Andrés Santiago (Santiago, 2013), quien ha escrito uno de los libros más detallados sobre la historia del manga dice que este “es el nombre con el que genéricamente se denomina al cómic japonés”. Éste conlleva algunas diferencias, siendo la primordial el modo de lectura, ya que a diferencia del cómic que se lee de izquierda a derecha, el manga se lee de derecha a izquierda; también es distinto el estilo de dibujo y la trama.

Novela Gráfica: Para Santiago García (García, 2010) autor del libro “La Novela Gráfica”, “esta es un formato de publicación con guión de un solo autor y que contiene una historia única, donde se fusionan el dibujo y la narrativa y se presentan temas profundos e historias extensas.” Sin embargo, el historietista Eddie Campbell (Campbell, 2005) considera que este nombre no es apropiado, y que ello más que un nuevo modelo narrativo, es todo un movimiento artístico. Sin embargo, para la autora de este trabajo, la novela gráfica sobrepasa en extensión narrativa al cómic y sus tramas tienden a ser más profundas, maduras, adultas y hasta cierto punto, oscuras.

Plan de Negocios: Charles Kuehl Lambing (Kuehl Lambing, 1998) describe que “un plan de negocio es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio [y que cuando este] está bien escrito constituye una evidencia de la capacidad del empresario para planear y administrar su compañía.” Por otro lado el profesor Ignacio de la Vega García-Pastor (de la Vega García-Pastor, 2004), quien es el Director de Desarrollo Estratégico y Director del Centro Internacional de Creación de Empresas del Instituto de Empresa, nos dice que el plan de negocio es un documento en el cual se identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio. Éste examina su viabilidad técnica, económica y financiera; siendo esta una herramienta indispensable para el desarrollo de una empresa.

CAPÍTULO 1

PLAN DE
NEGOCIOS

A lo largo del presente capítulo se definen los conceptos de negocio, empresa y su conformación, con la finalidad de establecer los aspectos más representativos y con ello realizar un proceso de análisis y reflexión que aportará los elementos necesarios para enunciar las bases y la importancia del plan de negocios para la comercialización efectiva de cualquier producto o servicio.

Los negocios juegan un papel importante en nuestra sociedad, ya que buscan satisfacer las necesidades y deseos de las personas que no pueden hacerlo por sí mismos. Un negocio implica la producción, intercambio y distribución de bienes y servicios, teniendo como meta la obtención de ganancias. Sin embargo, esto no es todo; según Constantinos Markides un negocio posee varias definiciones según el producto, la función y el portafolio de capacidades básicas. (Markides, 2002). Un negocio según su producto es aquel que se define por aquello que vende u ofrece. Según su función, es aquél que busca establecer el beneficio que obtendría el cliente al comprar su producto. Según su portafolio de capacidades básicas es aquél que logra identificar lo que ofrece la empresa al mercado.

Para aclarar los tres puntos mencionados por Markides, se utiliza una empresa reconocida mundialmente como ejemplo: Apple. Como negocio, Apple se dedica a la venta de electrónicos, como computadoras, celulares inteligentes, tabletas digitales, relojes inteligentes y audifonos (producto). Con ello, la empresa busca facilitar las tareas diarias dentro del trabajo y la vida cotidiana (función), buscando al hacerlo que la interfaz de sus productos se reconozca por ser amigables con el usuario; es decir, que cualquier persona que tenga acceso a uno, pueda utilizarlo fácilmente y de manera casi intuitiva (portafolio de capacidades básicas).

Tomar en cuenta lo anterior posibilita el establecimiento de una empresa. Según Simón Andrade, ésta es “aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles o la prestación de servicios”. (Andrade Espinoza, 2006) Definición que se complementa con el Diccionario de Marketing /Cultural S.A. que nos dice que la empresa busca la producción, transformación

o prestación de servicios, procurando satisfacer una necesidad existente en la sociedad (Cultural, S.A., 1999).

Sin embargo, el conocer el producto, función y portafolio de capacidades básicas y entender qué es una empresa, no es suficiente para su conformación. Primero se debe analizar el tipo de empresa que se quiere formar. Las empresas pueden clasificarse según su tamaño, su sector económico, su origen (nacionalidad) y el origen del capital. (Moles & Roland, 1990)

Por su tamaño, una empresa se puede clasificar en micro, pequeña, mediana y grande.

	Industria	Comercio	Servicios	Venta
Micro	0 a 10 empleados	0 a 10 empleados	0 a 10 empleados	Valor de ventas netas anuales no rebasa los \$900,000.00 MXN.
Pequeña	11 a 50 empleados	11 a 30 empleados	11 a 50 empleados	Valor de ventas netas anuales no rebasa los \$9,000,000.00 MXN.
Mediana	51 a 250 empleados	31 a 100 empleados	51 a 100 empleados	Valor de ventas netas anuales no rebasa los \$20,000,000.00 MXN.
Grande	De 251 empleados en adelante	De 101 empleados en adelante	De 101 empleados en adelante	Valor de ventas netas anuales rebasa los \$20,000,000.00 MXN.

(NAFIN, 2004)

Por su sector económico, una empresa se puede clasificar en primario, secundario y terciario.

Agrupación tradicional	Característica general		Criterios de orden
Actividades primarias	Explotación de recursos naturales	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza.	Las actividades primarias se sitúan en primer término porque aprovechan los recursos de la naturaleza que no han sufrido una transformación previa (aunque sí puede hablarse de cierta manipulación, como en el uso de fertilizantes, el mejoramiento de las razas del ganado y la cría de peces en medios controlados).
Actividades secundarias	Transformación de bienes	Minería. Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final. Construcción. Industrias manufactureras.	Los insumos de este grupo de actividades pueden provenir de las actividades primarias, o de este mismo grupo, y sus productos se destinan a todos los sectores.

Actividades Terciarias	Distribución de bienes	Comercio al por mayor. Comercio al por menor. Transportes, correos y almacenamiento.	Estos sectores efectúan las actividades de distribución de los bienes que se produjeron en los grupos de actividades primarias y secundarias.
	Operaciones de información	Información en medios masivos.	Sector que distribuye información a negocios e individuos.
	Operaciones con activos	Servicios financieros y de seguros. Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles o intangibles.	Sectores cuyas actividades consisten en invertir activos (dinero y bienes), de los que se obtienen beneficios al ponerlos a disposición del cliente, sin que este se convierta en propietario de dichos activos.
	Servicios cuyo insumo principal es el conocimiento y la experiencia del personal	Servicios profesionales, científicos y técnicos. Corporativos. Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de mediación. Servicios educativos. Servicios de salud y de asistencia social.	Sectores que comprenden actividades que requieren conocimientos y especialización por parte del personal, ya sea que se dirijan a otro negocio o a individuos.

	Servicios relacionados con la recreación	Servicios de esparcimiento: culturales, deportivos, y otros servicios recreativos. Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.	Estos sectores efectúan las actividades de distribución de los bienes que se produjeron en los grupos de actividades primarias y secundarias.
	Servicios residuales	Otros servicios excepto actividades gubernamentales.	Sector que presta servicios indistintamente al sector público o privado. Como centros de verificación vehicular, salones y clínicas de belleza, panteones, estacionamientos, servicios domésticos, etc.
	Gobierno	Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales.	Sector de carácter normativo o regulador de todas las actividades anteriores. En este sector se encuentran el INE, el INEGI, las cámaras de senadores y diputados, las oficinas de la ONU, las embajadas, etc.

(INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, s.f.)

Por su origen, una empresa se puede clasificar en nacional, extranjera y mixta.

Nacional	Aquella que se forma por iniciativa y con aportación de capitales de los residentes del país, buscando dedicarse a alguna rama de la producción o de la distribución de bienes y servicios
Extranjeras	Aquella que opera en el país aunque sus capitales no son aportados por los nacionales, sino por extranjeros. Esta se localiza y opera más allá de las fronteras de una nación.
Mixtas	Aquella en la cual existe una alianza entre empresarios nacionales y extranjeros, asociándose y fusionando sus capitales.

(ITSON, s.f.)

Por su origen capital, una empresa se puede clasificar en pública y privada.

Pública	Aquella cuyo capital pertenece al estado y generalmente su finalidad es satisfacer las necesidades de carácter social.
Privada	Aquella cuyo capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa.

(UAEH, s.f.)

También es importante seccionar una empresa por su responsabilidad jurídica.

Tipo de empresa	No. de Socios	Capital	Responsabilidad
Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.)	Mínimo 2 Máximo 50	Mínimo \$3,000.00 Cada socio debe dar el 50% de su aportación final al momento de constituir la empresa.	Varía según el monto que cada uno haya aportado.
Sociedad en Nombre Colectivo	Mínimo 2	No existe capital mínimo.	Ilimitada y solidaria.
Sociedad Anónima (S.A.)	Mínimo 2; no hay máximo	Mínimo \$50,000.00 MXN. Al momento de constituir la empresa se debe cubrir mínimo el 20% en efectivo.	Limitada en función de la aportación de cada uno de los miembros.
Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.)	Mínimo 2; no hay máximo	Mínimo \$50,000.00 MXN. Al momento de constituir la empresa se debe cubrir mínimo el 20% en efectivo.	Limitada en función de la aportación de cada uno de los miembros.

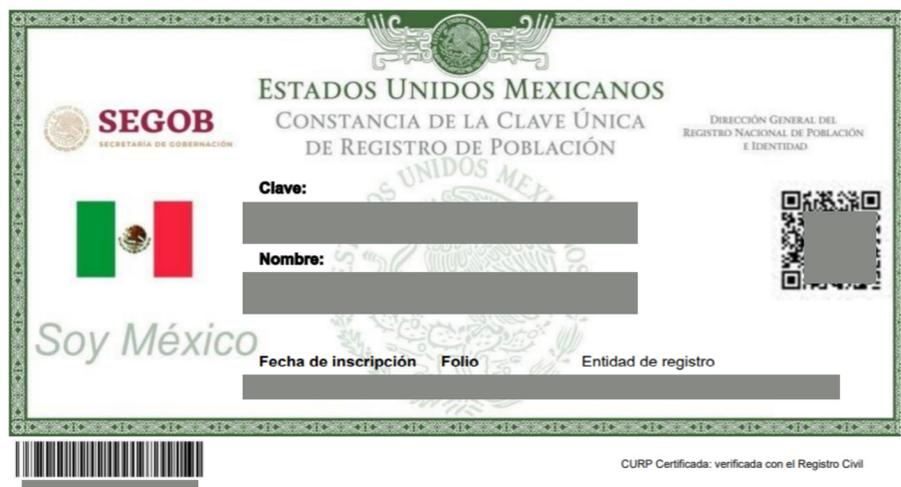
(Santander, 2019)

En México, dependiendo de si una empresa va a ser conformada por una única persona (persona física) o por varias (Denominación o Razón Social [DoRS]) se puede establecer o conformarla de diferentes maneras.

Cuando se es una única persona se debe dar de alta ante el Servicio de Atención Tributaria (SAT) e inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) como persona física con servicios profesionales (honorarios). El trámite se puede realizar de manera presencial ante cualquier módulo del SAT, o se puede iniciar en línea y finalizarse de manera presencial.

Pasos:

1. Obtener tu Clave Única de Registro de Población (CURP) en línea en: https://www.gob.mx/curp/*
2. Comprobante de domicilio (original).
3. Poder notarial para actos de administración, dominio o especiales en caso de representación legal con el que acredites la personalidad del representante legal (copia certificada) o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales (original) o ante fedatario público (instrumento notarial certificado).
4. Identificación oficial vigente del contribuyente o representante legal, como: credencial para votar vigente expedida por el Instituto Nacional Electoral (antes Instituto Federal Electoral), pasaporte, cédula profesional, licencia de conducir, credencial del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (original).



(Servicio de Administración Tributaria, 2020)

5. Acuse de preinscripción, si iniciaste el trámite a través del portal del SAT (original).

Cuando la empresa se conforma de varias personas bajo una Denominación o Razón Social (DoRS) el gobierno mexicano ha estipulado que a partir del 2020 se utilizará el Nuevo Módulo Único de Autorización (MUA) de Denominaciones MUA 2.0.

Una Denominación o Razón Social es el atributo de una persona moral que permite individualizarla y distinguirla de entre el universo de personas morales. La denominación o razón social de una persona moral, tiene una función similar al nombre de las personas físicas, es decir, permite su diferenciación entre unas y otras, aunque desarrollen actividades similares.

La denominación o razón social no incluye el régimen jurídico o modalidad que adopte la persona moral para desempeñar la actividad económica descrita en su objeto social. (Secretaría de Economía, 2020)

Pasos:

1. Contar con una firma electrónica avanzada e.firma.*
2. Ingresar en la página: <https://mua.economia.gob.mx>

ECONOMIA Inicio Ayuda para usuarios Búsquedas por... Contactar...

Inicio

Bienvenido al portal Tu Empresa

Acceso al portal

Para iniciar un nuevo trámite o dar seguimiento a uno existente, ingresa tus credenciales de acceso de tu E.firma vigente emitida por el SAT, si deseas realizar la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), el proceso para la solicitud de Uso de Denominación debe realizarse a través de: <https://www.gob.mx/tuempresa> pulsando el botón "Autorización de Uso de Denominación". Si no cuentas con tu e.firma, favor de realizar el trámite de solicitud desde la siguiente liga: <http://www.sat.gob.mx/>

Ingresar

3. Aceptar los términos y condiciones, y políticas de privacidad dentro del sistema.
4. Seguir los pasos enunciados dentro de la plataforma digital.

*Para solicitar una e.firma es necesario lo siguiente:

1. Programar una cita en cualquier oficina del SAT.
2. Acudir a la cita con los requisitos señalados.
 - Unidad de memoria extraíble preferentemente nueva que contenga el archivo de requerimiento (.req) generado previamente en el programa Certifica.
 - Correo electrónico personal al que el contribuyente tenga acceso.
 - Forma oficial FE Solicitud de Certificado de e.firma.
 - Contar con Clave Única de Registro de Población (CURP).
 - En el caso de los contribuyentes que hayan obtenido su RFC a través del portal del SAT con su CURP, deberán presentar original del comprobante de domicilio fiscal; tratándose de personas físicas que se encuentren en el régimen de sueldos y salarios, se podrá aceptar la credencial para votar vigente expedida por el Instituto Nacional Electoral para acreditar su domicilio, siempre y cuando este sea visible en dicho documento.
 - Original de la identificación oficial vigente del contribuyente, de las señaladas en el inciso A) del apartado de Definiciones de este Anexo.
 - En los casos previstos de personas físicas con representación, se requiere la documentación adicional señalada en el apartado de información adicional.
3. Registrar sus datos biométricos.
4. Recibir su certificado de e.firma.
5. Firmar el acuse de generación de e.firma.
(Servicio de Administración Tributaria, 2020)

1.1 Metodología del plan de Negocios

El desarrollo de una empresa no es una tarea sencilla. Los factores tanto internos como externos que influyen en esta, la hacen vulnerable. Los planes de negocios han sido creados para ayudar a las personas emprendedoras a plasmar sus ideas, concretándolas de manera correcta, ya que estos permiten seleccionar el camino adecuado hacia el logro de sus metas y objetivos.

Para Rafael Alcaraz Rodríguez, es una serie de pasos para la concepción y el desarrollo de un proyecto. Este sistema de planeación permite alcanzar metas determinadas, ya que al coleccionar la información de manera organizada se facilitará la toma de decisiones y se podrá obtener una guía específica para canalizar eficientemente los recursos disponibles. (Alcaraz Rodriguez, 2011)

Existen diversos métodos para elaborar un plan de negocios y cada plan varía dependiendo del tamaño, sector, origen y origen capital de la empresa. Sin embargo, todo plan de negocios debe contar, por lo menos, con los siguientes puntos:

1. Visión: ¿Qué se quiere lograr con el negocio?
2. Misión: ¿Por qué existe este negocio?
3. Objetivos: ¿Cuáles son los resultados esperados (medibles)?
4. Estrategias: ¿Cómo se construirá el negocio?
5. Plan de Acción: ¿Qué trabajo debe realizarse? (Jim, 2006)

Tomando los puntos anteriores como base, el plan de negocios puede extenderse y se le pueden añadir más criterios, según las necesidades de la empresa. Se debe recalcar que mientras más detallado y específico sea el plan, será mucho más sencillo el poder ejecutarlo. Un ejemplo más completo o extenso sería el de Rafael Alcaraz, el cual consta de 7 secciones:

Sección 1. Selección de la idea.

Esta sección captura la naturaleza del proyecto, analizando las necesidades que satisface

la empresa, el nombre de la misma, su clasificación, misión, visión, objetivos y el porqué esta se diferencia del resto de su sector.

Sección 2. Mercadotecnia.

En esta sección se establece el mercado meta, se realiza un estudio de mercado, se analizan los riesgos y oportunidades, se visualiza la competencia, se describe a detalle el producto o servicio a ofrecer y se establece la imagen corporativa de la marca, así como el plan publicitario para la misma.

Sección 3. Recursos materiales y logísticos

Esta sección describe el proceso de producción o prestación de servicio, establece el equipo y las instalaciones necesarias; y aborda dónde se asentará la empresa y la lista de materia prima necesaria.

Sección 4. Talento Humano y Aspectos Legales

En esta sección se elabora el organigrama y se establecen las funciones específicas por puesto, la selección y contratación del personal, así como la administración de sueldos y salarios; y todos los trámites legales necesarios para la eficaz operación de la empresa.

Sección 5. Finanzas

Esta sección define las entradas y salidas de dinero; el precio, costo, punto de equilibrio, y capital social. También proyecta el flujo de efectivo y los estados de resultados, así como la entrada y salida de dinero.

Sección 6. Plan de trabajo

En esta sección se establecen los puntos a seguir para lograr todos los objetivos ya delimitados anteriormente.

A lo largo de este capítulo se han analizado las posturas teóricas sobre la planeación de negocios, así como la definición de empresa desde una manera general y de manera particular, según su tamaño, su sector económico, su origen, origen del capital y su constitución jurídica. También se abordó la manera de constituir una empresa en México.

CAPÍTULO 2

EL DISEÑO EDITORIAL COMO UN NEGOCIO

A lo largo de este capítulo se analizará el diseño editorial y la importancia de este a la hora de elaborar productos como lo son las novelas gráficas, los cómics, las historietas o el manga. Se abordarán sus componentes y cómo el diseño editorial puede ser un buen negocio.

Delimitar el diseño editorial de las otras áreas del diseño, con sus semejanzas y diferencias, es necesario a la hora de realizar su análisis. Yolanda Zapaterra lo considera como una forma de periodismo visual, diferenciándolo de otros procesos del diseño gráfico, el cual tiende a orientarse a la promoción de un punto de vista o de un producto. Por el contrario, una publicación editorial, puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones. (Zapaterra, Diseño Editorial - Periódicos y revistas, 2008)

Para la Escuela Superior de Diseño de Barcelona la importancia del diseño editorial radica en crear publicaciones que resulten de lo más atractivas para nuestros ojos. Sin embargo, esto no lo es todo, ESDESIGN remarca que este también debe ser funcional, es decir, captar la esencia del contenido y plasmarlo en su formato. (Barcelona, 2019)

A la hora de elaborar cualquier publicación es importante poder tener presente, el formato, la tipografía, la retícula editorial, las herramientas de uso y el tratamiento de las imágenes. En el caso específico de la literatura dibujada, es indispensable, ya que es por medio de las imágenes lo que la publicación va a transmitir al lector. Sin embargo, no se puede omitir ningún otro criterio, ya que el manejo correcto de estos permitirá que el producto sea atractivo para el cliente y de fácil comprensión.

2.1 Elementos del Diseño Editorial

Para la maquetación o elaboración de cualquier diseño editorial es importante que se tomen en cuenta los diferentes elementos que son parte del mismo. El diseñador debe buscar un equilibrio visual de tal manera que la combinación de todos se vea reflejada en la pieza final como si fuesen un todo y no objetos aislados.

Tomando en consideración que la labor de un diseñador es la de comunicar, no solo la de decorar, los elementos principales son:

1.Retícula: Los autores Caldwell y Zapaterra afirman que las retículas son un conjunto de guías invisibles, o sistemas de orden, que ayudan al diseñador a determinar el lugar de aplicación y el uso del texto, imágenes y otros elementos del diseño tales como los espacios blancos, márgenes, folios y misceláneas. Esto, permite estructurar de mejor manera el diseño, ya que brinda continuidad y permite variación dentro de la maquetación (diseño). (Zapaterra & Caldwell, 2014)

2.Tipografía: Esta va más allá de ser solo la elección de letra para difundir la palabra escrita. Como afirman Ambrose y Harris, un concepto gana forma visual mediante la tipografía, por lo que el lector, tendrá una reacción diferente ante lo que ve, dependiendo de ella. (Ambrose & Harris, 2009). La tipografía puede dividirse principalmente en dos: las tipografías con serif, que son aquellas que poseen remates en sus terminaciones; las cuales son utilizadas en textos largos, debido a que estas favorecen la lectura o las tipografías de palo seco, que aportan una imagen simple, minimalista y moderna a la publicación. (Zapaterra & Caldwell, 2014)

3.Imagen: Dentro de las publicaciones, la imagen juega un papel muy importante. Esta sirve para ilustrar aquello que menciona el texto, para acompañar la lectura o para ilustrar de mejor manera aquello que no puede leerse a simple vista. Para poder diseñar una publicación balanceada, es necesario que los elementos, es decir, texto e imagen conlleven relación y convivan en lugar de competir, debido a que una competencia de elementos confundiría al lector en orden de lectura y contenido. (Zapaterra & Caldwell, 2014). Así mismo la relación entre imagen y texto ayudan al lector grandemente. Según Brockman “Los fallos del lector disminuyen, ya que la jerarquización de elementos, lo llevan a recorrerlos, de manera ordenada, sin generar trabas en la lectura, ni pérdidas de información. El orden de la configuración favorece la credibilidad de la información y da confianza. Una formación con títulos, subtítulos, imágenes y textos de las imágenes dispuestos con claridad y lógica no solo se lee con más rapidez y menor esfuerzo: también se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria”. (Brockmann, 1982)

4.Misceláneas: Con esto nos referimos a todos los elementos secundarios dentro del diseño. Estos no son imprescindibles, pero permiten al diseñador darle personalidad a la publicación, ya que son utilizados como decoración, referencia o guía para el lector.

5. Color: Este elemento tiene un papel importante a la hora de comunicar, ya que permite al diseñador transmitir diversas sensaciones al receptor. Heller indica que “Conocemos muchos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente.” (Heller, 2008). Es por ello la importancia de la aplicación del color y el contexto del texto, tipografía e imagen sean acordes, para que el resultado final transmita lo deseado.

6. Blancos: En términos de diseño, los blancos son aquellos espacios entre gráficos, imágenes y texto. Estos son utilizados para suavizar el entorno y transformar el espacio. (ESDesign, 2020)

2.2 Diseño como Negocio

En este apartado se analizará la importancia del diseño en la sociedad actual, su función y la remuneración económica que este puede proveer al diseñador.

Como se mencionó anteriormente un negocio busca satisfacer alguna necesidad y tener remuneración económica por medio de la prestación de un servicio o la venta de un producto. El diseñador gráfico Otl Aicher dice que “el diseño ilustra la filosofía técnica y económica de una empresa, y la imagen de la empresa revela el carácter de la misma, define su mentalidad. El diseñador es el filósofo de la empresa, el que, sea cual sea dicha mentalidad, la hace perceptible.” (Filipis, 2007). El diseño satisface la necesidad de hacer visible aquello que queremos representar, ya sea un sentimiento, un valor o una idea.

Teniendo en cuenta que la función del diseño es dar forma a los mensajes, el diseñador debe reconocer sus responsabilidades. Jorge Frascara menciona cuatro:

1. Responsabilidad Profesional: La responsabilidad del diseñador, frente al cliente y al público, de crear un mensaje que sea detectable, discriminable, atractivo y convincente.
2. Responsabilidad Ética: La creación de mensajes que apoyen valores humanos básicos.

3. Responsabilidad Social: La producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no aporten una contribución negativa.

4. Responsabilidad Cultural: La creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto. (Frascara, 2000)

Teniendo en mente que el diseño busca solucionar problemas de comunicación, es importante el conocer por qué ésta es tan importante para el ser humano. Según Joan Costa “La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano.” (Costa, 2007)

Tomando lo anterior en cuenta, se remarca que un diseñador vende soluciones, lo cual, convierte al diseño en una empresa de servicios. Es por ello que cuando un diseñador realiza un diseño para un cliente, tiene que ser retribuido mediante una compensación.

En México, según la Asociación de Profesionales de la Comunicación Visual, un diseñador debería tomar en cuenta los factores conceptuales, estéticos, funcionales, creativos y técnicos a la hora de realizar una cotización por un diseño. Así mismo, se debe considerar el tipo de cliente, la difusión, el precio base y el aumento.

CLIENTE	DIFUSIÓN	BASE	AUMENTO
Se define por su nivel de difusión y/o prestigio.	Cantidad de personas que verán o utilizarán el diseño.	Equilibrio entre el valor profesional y la oferta y demanda.	Se basa en la demanda y calidad del diseñador.
NACIONAL	Regional	50%	Hasta 100%
	Estatad	100%	Hasta 200%
	Nacional	200%	Hasta 300%
	Internacional	300%	Hasta 500%
TRASNACIONAL	Regional	200%	Hasta 300%
	Estatad	300%	Hasta 450%
	Nacional	450%	Hasta 600%
	Internacional	600%	Hasta 1,500%

SOLUCIÓN	TRABAJO	TAMAÑO	COSTO
<ul style="list-style-type: none"> • Diagramación Sencilla (S) • Diagramación Media (M) • Diagramación Compleja (C) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjeta • Volante • Invitación 	½ carta o menos	<ul style="list-style-type: none"> • S \$600.00 • M \$1,000.00 • C \$2,000.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Díptico • Tríptico 	Carta u oficio	<ul style="list-style-type: none"> • S \$800.00 • M \$1,000.00 • C \$2,500.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Folleto (chico) 	½ oficio (máximo 6 páginas)	<ul style="list-style-type: none"> • S \$1,000.00 • M \$3,000.00 • C \$5,500.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Folleto (carta) 	Por página	<ul style="list-style-type: none"> • S \$500.00 • M \$1,000.00 • C \$2,500.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Menú 	Carta	<ul style="list-style-type: none"> • S \$2,000.00 • M \$5,000.00 • C \$10,000.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Portada de libro 	Indefinido	<ul style="list-style-type: none"> • S \$2,000.00 • M \$5,000.00 • C \$7,000.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Libro (armado de) 	100 páginas	<ul style="list-style-type: none"> • S \$5,000.00 • M \$8,000.00 • C \$15,000.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Cartel 	70 x 90	<ul style="list-style-type: none"> • S \$5,000.00 • M \$8,000.00 • C \$17,000.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Cartel informativo 	70 x 90	<ul style="list-style-type: none"> • S \$3,000.00 • M \$6,000.00 • C \$15,000.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Calendario 	Indefinido	<ul style="list-style-type: none"> • S \$2,000.00 • M \$8,000.00 • C \$15,000.00

<ul style="list-style-type: none"> • Diagramación Sencilla (S) • Diagramación Media (M) • Diagramación Compleja (C) 	• Catálogo	Carta	<ul style="list-style-type: none"> • S \$5,000.00 • M \$17,000.00 • C \$28,000.00
	• Marca Comercial	Indefinido	<ul style="list-style-type: none"> • S \$10,000.00 • M \$25,000.00 • C \$40,000.00
	• Etiqueta	Indefinido	<ul style="list-style-type: none"> • S \$6,500.00 • M \$10,000.00 • C \$25,000.00
	• Empaque • Standee	Por cara o por vista	<ul style="list-style-type: none"> • S \$3,000.00 • M \$8,000.00 • C \$15,000.00
	• CD o DVD	Caja y disco	<ul style="list-style-type: none"> • S \$4,000.00 • M \$8,000.00 • C \$15,000.00
	• Logotipo	Indefinido	<ul style="list-style-type: none"> • S \$6,000.00 • M \$12,000.00 • C \$30,000.00
	• Identidad corporativa	Papelería y otros	<ul style="list-style-type: none"> • S \$15,000.00 • M \$30,000.00 • C \$60,000.00
	• CD interactivo	Por pantalla	<ul style="list-style-type: none"> • S \$500.00 • M \$1,000.00 • C \$2,500.00
	• Sitio web	Máximo 6 pantallas	<ul style="list-style-type: none"> • S \$8,000.00 • M \$12,000.00 • C \$25,000.00
	• Web comercial o tienda virtual	Indefinido	<ul style="list-style-type: none"> • S \$15,000.00 • M \$20,000.00 • C \$30,000.00

Por mayoreo	• Por cantidad o tamaño, 10% de descuento desde 8 unidades/páginas, o dependiendo del tipo de trabajo.
Urgentes	• A la cotización total se aumenta el 50%.
Bocetos	• El 30% de la cotización en el caso de que se cancele el trabajo final.
Con original	• Se aumenta el 50%, tomando en cuenta que en la cotización lo que se paga no es el original, son los derechos de uso y el dommy o archivo para impresión.

- Esta cotización no incluye IVA.
- Estas cantidades no son definitivas, se proponen como base para aumentarse según las circunstancias. (APROVISUAL, s.f.)

2.3 Ilustración como Negocio

En este apartado se analiza la importancia de la ilustración en la sociedad actual, su función y la remuneración económica que esta pueda proveer al ilustrador.

Según Alan Male “la ilustración es vista en todos lados, sus posibilidades de trabajo son infinitas. Esta influencia la manera en la que se informa y educa, lo que se compra y como se persuade a realizar actividades. Brinda opinión e interpretación. Provee entretenimiento y cuenta historias. Esta es vista en carteles publicitarios, posters, periódicos, revistas, libros de cualquier índole, empaques, e incluso en las estampillas. Puede ser animada, usada en películas y televisión, así como en línea, e-books, y como imágenes interactivas de última generación.” (Male, 2014)

Al igual que el diseño, la ilustración es un método de comunicación visual, que puede expresarse a través de una historia, un mensaje o un sentimiento. Utilizar el arte y las palabras juntas ayuda a explicar o clarificar ideas que de otro modo sería difícil de entender. La ilustración puede ayudar a crear interés en materias nuevas o que son poco conocidas, así como mantener la atención en aquello que se cree que es enteramente conocido.

En México, según la Asociación de Profesionales de la Comunicación Visual, la ilustración funge como una actividad profesional y no meramente técnica, ya que esta toma en cuenta los factores conceptuales, estéticos, funcionales, creativos y técnicos a la hora de realizar una cotización por un diseño.

Cuando un ilustrador busca que su trabajo sea remunerado, debe tener presente los factores antes mencionados, así como el tipo de cliente, la difusión, el precio base y el aumento.

CLIENTE	DIFUSIÓN	BASE	AUMENTO
Se define por su nivel de difusión y/o prestigio.	Cantidad de personas que verán o utilizarán el diseño.	Equilibrio entre el valor profesional y la oferta y demanda.	Se basa en la demanda y calidad del diseñador.
NACIONAL	Regional	50%	Hasta 100%
	Estatad	100%	Hasta 200%
	Nacional	200%	Hasta 300%
	Internacional	300%	Hasta 500%
TRASNACIONAL	Regional	200%	Hasta 300%
	Estatad	300%	Hasta 450%
	Nacional	450%	Hasta 600%
	Internacional	600%	Hasta 1,500%

SOLUCIÓN	TRABAJO	TAMAÑO	BLANCO Y NEGRO	COLOR
<ul style="list-style-type: none"> • Sencilla (S) Dibujo a línea • Media (M) Línea y color plano • Compleja (C) Degradados en color 	<ul style="list-style-type: none"> *Ilustración *Historieta *Cuadro de StoryBoard 	1/4 carta o menos	<ul style="list-style-type: none"> • S \$200.00 • M \$400.00 • C \$600.00 	<ul style="list-style-type: none"> • S \$250.00 • M \$500.00 • C \$750.00
		1/2 carta	<ul style="list-style-type: none"> • S \$400.00 • M \$800.00 • C \$1,200.00 	<ul style="list-style-type: none"> • S \$500.00 • M \$1,000 • C \$1,500.00
		1 carta	<ul style="list-style-type: none"> • S \$800.00 • M \$1,600.00 • C \$2,400.00 	<ul style="list-style-type: none"> • S \$1,000.00 • M \$2,000.00 • C \$3,000.00

<ul style="list-style-type: none"> • Sencilla (S) Dibujo a línea • Media (M) Línea y color plano • Compleja (C) Degradados en color 	*Ilustración	2 cartas	<ul style="list-style-type: none"> • S \$1,600.00 • M \$3,200.00 • C \$4,800.00 	<ul style="list-style-type: none"> • S \$250.00 • M \$500.00 • C \$750.00
	*Historieta			
	*Cuadro de StoryBoard	4 cartas	<ul style="list-style-type: none"> • S \$3,200.00 • M \$6,400.00 • C \$9,600.00 	<ul style="list-style-type: none"> • S \$4,000.00 • M \$8,000.00 • C \$12,000.00
		6 cartas	<ul style="list-style-type: none"> • S \$4,320.00 • M \$6,400.00 • C \$9,600.00 	<ul style="list-style-type: none"> • S \$5,400 • M \$10,800.00 • C \$16,200.00
		8 cartas (1 pliego)	<ul style="list-style-type: none"> • S \$5,760.00 • M \$11,520.00 • C \$17,280.00 	<ul style="list-style-type: none"> • S \$7,200.00 • M \$14,400.00 • C \$21,600.00
Por mayoreo	<ul style="list-style-type: none"> • Por cantidad o tamaño, 10% de descuento desde 6 ilustraciones, o a partir del tamaño 6 cartas, como se presenta en la tabla. 			
Urgentes	<ul style="list-style-type: none"> • A la cotización total se aumenta el 50%. 			
Bocetos	<ul style="list-style-type: none"> • El 30% de la cotización en el caso de que se cancele el trabajo final. 			
Con original	<ul style="list-style-type: none"> • Se aumenta el 50%, tomando en cuenta que en la cotización lo que se paga no es el original, son los derechos de uso. 			

- Esta cotización no incluye IVA.
- Estas cantidades no son definitivas, se proponen como base para aumentarse según las circunstancias. (APROVISUAL, s.f.)

2.5 Literatura Dibujada como Negocio

Una vez que se ha analizado la importancia del diseño y de la ilustración, y la retribución económica estimada en México, se puede comenzar a establecer un criterio para formar un negocio de diseño editorial, enfocado en la ilustración, que sea rentable.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México entre 2016 y 2021, el porcentaje de población lectora de libros en formato digital pasó de 6.8 a 21.5%; los lectores de revistas aumentaron de 2.6 a 21.6% y los de periódicos digitales, de 5.6 a 21.3 por ciento. El Módulo sobre Lectura (MOLEC) afirma que la población lectora de historietas y páginas de Internet como foros o blogs alcanzó las proporciones más altas desde 2016 con 9.9 y 57.6 por ciento. (INEGI & MOLEC, 2021)

Al contrario de los libros, en México el cómic y la historieta se han convertido en artículos de lectura que ha aumentado en consumo desde sus inicios hasta el día de hoy. Por ello, el Maestro José Miguel Alva Marquina, quien fue Director del Sistema de Bibliotecas de la Universidad del Valle de Toluca, México e Investigador del cómic a nivel mundial y de la historieta mexicana, trabaja en el fomento de la lectura a través de estos medios.

La historieta en México llegó a ser tan importante que en su época dorada, entre los años de 1940 y 1950, una sola revista podía alcanzar una tirada diaria de alrededor de 350,000 ejemplares, y cada una podía ser leída por cinco individuos, aproximadamente. (Moliné, 2006) Aún cuando la historieta mexicana no ha logrado volver a tener un auge tan grande como en aquella época, los habitantes de este país son consumidores de otro tipo de literatura dibujada, como lo es el cómic de superhéroes y el manga. (Zárate, 2005)

Al igual que el resto de la literatura, aquella que es dibujada, puede abordar diversos temas, por lo cual, el utilizar la historieta, el cómic, el manga o particularmente la novela gráfica como negocio, permitirá al diseñador o ilustrador, tener una amplia gama de contenido para desarrollar su trabajo. Así mismo, tomando en cuenta las cotizaciones realizadas por la Asociación de Profesionales de la Comunicación Visual en los departamentos de diseño e ilustración, y considerando la demanda de la literatura dibujada en México, se puede precisar que el diseño editorial enfocado en esta rama de la literatura es negocio rentable, ya sea que se conforme la empresa por una o varias personas.

En este capítulo se han analizado el diseño y la ilustración desde la perspectiva económica, con el propósito de crear una empresa editorial enfocada en la literatura dibujada.

CAPÍTULO 3

EMPRESAS EDITORIALES INDEPENDIENTES EN MÉXICO

En este capítulo se analizan tres empresas editoriales mexicanas, con el propósito de reafirmar lo establecido en el capítulo anterior sobre la rentabilidad del diseño editorial como un negocio.

México es un país que abunda en cultura e historia. Ha participado en todos los movimientos literarios, desde los tiempos precolombinos hasta el día de hoy. Actualmente, aun y cuando la cultura de lectura es baja, México sigue presente en la realización de programas de fomento a la lectura, lo que ha posibilitado el crecimiento de la industria editorial en nuestro país en los últimos 10 años.

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y la Fundación para las Letras Mexicanas (F.L.M.) crearon conjuntamente en el 2014 la Enciclopedia de la Literatura Mexicana, la cual es una enciclopedia digital que permite a cualquier usuario acercarse a autores mexicanos desde el siglo XV (antes de la conquista) hasta el Siglo XXI. También cuenta con un catálogo de todas las empresas editoriales en el país, así como un acervo que se apoya en la digitalización de bancos de instituciones como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), la Universidad Veracruzana (UV), o la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

Del catálogo de editoriales encontradas en dicha enciclopedia, se analizarán las siguientes:

1. La Tinta del Silencio
2. El Naranja
3. Caligrama

The logo for 'La Tinta del Silencio' features the text 'La Tinta' in a large, elegant, black cursive font, with 'Del Silencio' in a smaller, similar font below it. A black quill pen is positioned horizontally between the two lines of text.

3.1 La Tinta del Silencio

En 2001 nace la editorial La tinta del Silencio, la cual ha logrado publicar más de treinta títulos de cuentos, ensayos y poesía, en formatos artesanales. Como editorial independiente, busca difundir propuestas literarias de autores contemporáneos que se destaquen por su originalidad. (La Tinta del Silencio, 2020)

Esta empresa editorial no sólo se dedica a la publicación de libros, sino que ofrece diversos servicios editoriales.

1. Corrección de estilo. Revisar y corregir los aspectos ortográficos, tipográficos y de sintaxis que contribuyen a una lectura ágil del texto, sin alterar el sentido que el autor quiere dar en su manuscrito.

2. Diseño Editorial. Este servicio busca responder a las necesidades de cada proyecto, ya sea impreso o digital. Se enfocan en los aspectos estéticos y de legibilidad necesarios para crear publicaciones atractivas y de clara lectura.

Dentro de este apartado se ofrece lo siguiente:

- Maquetación y diagramación de libros y revistas
- Selección de tipografías
- Formación de textos
- Diseño de cubiertas (portada, lomo, contraportada, solapas)
- Diseño de colecciones y catálogos
- Preparación de archivos para imprenta

3. Edición digital. En este apartado la empresa establece que da los servicios editoriales tradicionales como corrección, diseño y diagramación, sin embargo, también integran soluciones propias de los libros electrónicos como:

- Creación de e-books (EPUB y MOBI)
- Libros interactivos

- Realidad aumentada para libros enriquecidos
- Digitalización de libros impresos
- Comprobación de errores y metadatos en archivos EPUB y MOBI
- Conversión de archivos EPUB, MOBI y PDF

4. Recursos audiovisuales. La empresa reconoce que se apoya de diversas personas para este recurso, estableciendo que trabajan con un equipo cercano de colaboradores para ofrecer:

- Ilustración (digital y tradicional)
- Fotografía
- Video
- Animación (2D y 3D)

5. Diseño Web. La empresa también indica que puede elaborar trabajos como el diseño de páginas web (HTML, HTML5, y WordPress), la elaboración de un e-commerce, manejo de redes sociales, y la redacción de contenido y marketing.

6. Libros de autor (autopublicación). La editorial también establece que este servicio es perfecto para autores independientes de textos literarios, académicos, científicos y de otras disciplinas que quieran dar a conocer su obra a través de un libro impreso o digital. También elaboran otras publicaciones como catálogos para artistas o de productos, revistas y fanzines. Este servicio incluye:

- Corrección de estilo y ortotipografía.
- Diseño de editorial y de cubiertas
- Impresión
- Encuadernación (rústica, grapada o pasta dura)
- Acabados en laminado mate, brillante o barniz negro
- Asesoría en derechos de autor
- Trámite de ISBN
- Tiraje desde 100 ejemplares

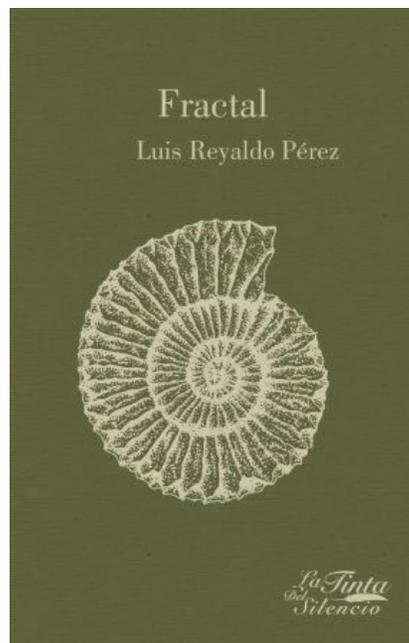
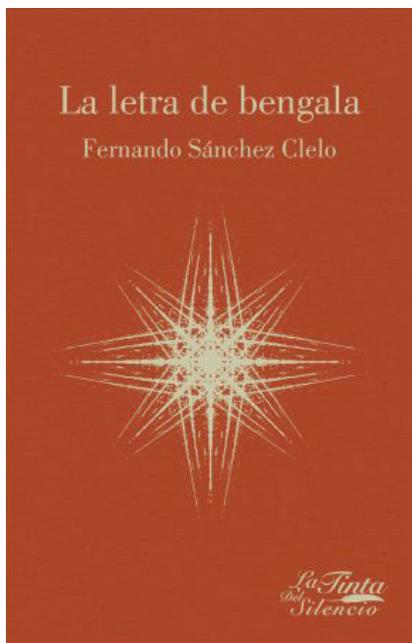
(La Tinta del Silencio, 2020)

La Tinta del Silencio cuenta con tienda digital. Sin embargo, tiene varios puntos de venta, los cuales ayudan a la promoción y venta de sus publicaciones. Los puntos de venta son los siguientes:

1. Jorge Cuesta – Librería de paso
2. Marabunta – Barra de Café y Librería
3. Impronta – Casa Editora
4. Labradería: libros, rarezas y chingonerías
5. La rueda – Libros y Café
6. El grafógrafo – Libros y Café
7. Noski Liburudenda – Librería
8. El Sótano – Librería

La editorial establece que para los envíos en la república mexicana aceptan pagos a través de diversos medios como PayPal, Transferwise, depósitos bancarios y en tiendas OXXO. (La Tinta del Silencio, 2020)

Aún cuando La Tinta del Silencio es una empresa editorial pequeña, tiene la oportunidad de crecer y tener mayor clientela, ya que tiene establecido un público meta para sus publicaciones, pero también ofrece diversos servicios que le permiten sostenerse.



Imágenes de portadas tomadas del catálogo en línea de La Tinta del Silencio

3.2 El Naranja

Aunque la editorial El Naranja fue fundada en 1994, esta comienza a publicar libros bajo su propio sello hasta el 2003. Desde entonces ha editado más de cien títulos de narrativa, poesía, arte, tradiciones, historia, ciencias naturales y literatura clásica, buscando que todo libro tenga un enfoque lúdico, ya que su público meta son los niños y los jóvenes.

Desde que la editorial comenzó a publicar bajo su propio sello, más de veinte títulos han sido seleccionados para el Programa Biblioteca de Aula y Escolares de la Secretaría de Educación Pública. Por seis años consecutivos (2014-2019) la Feria Internacional del Libro Infantil de Bolonia, ha nominado a Ediciones El Naranja para recibir el premio BOP (Bologna Best Children's Publisher of the Year Prize) como mejor editorial de Centro y Sudamérica. (El Naranja, 2020)

El Naranja tiene un catálogo extenso que según su Plan Lector, contiene material para diversos grados académicos, desde primero de preescolar hasta tercero de preparatoria. Asimismo da a conocer a cada uno de los autores e ilustradores que trabajan con ellos para la elaboración de cada uno de sus libros.

Algo que caracteriza a Ediciones El Naranja es el uso de sus redes sociales. Cuenta con una página de Facebook, Instagram, Twitter y un canal de Youtube, en el cual, no solo expone sus libros, sino que realiza entrevistas a sus autores y promueve la lectura.

La editorial recibe portafolios de ilustración así como manuscritos y libros ilustrados. Tienen distintos correos para comunicarse con ellos dependiendo de la información que se desee obtener o dar, ya sea para ventas de libros, ventas de derechos o servicios editoriales.

Esta editorial está ubicada en Ciudad de México, pero cuenta con distribuidores en todo el país y en diferentes partes del mundo a través de su tienda en línea.

1. Estados Unidos.

- a. LA librería. California
- b. Cazalibros. Minneapolis
- c. The Bilingual Publications Co. Nueva York
- d. Cinco Books. Florida
- e. Chulainn Publishing Corp. Colorado
- f. Lectorum Publications. Nueva Jersey

2. Colombia

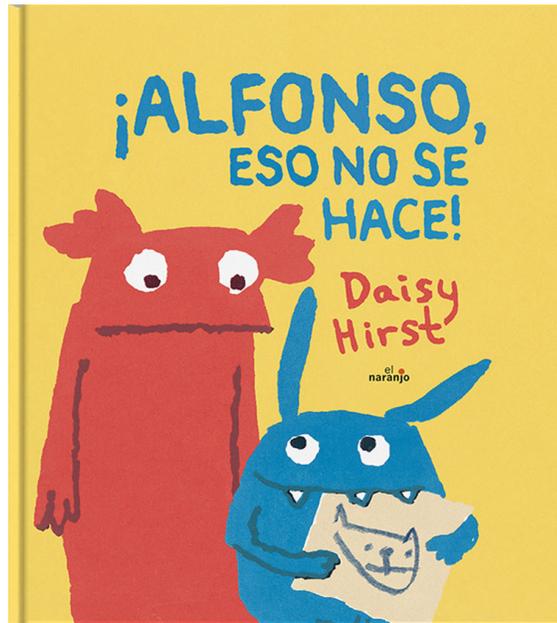
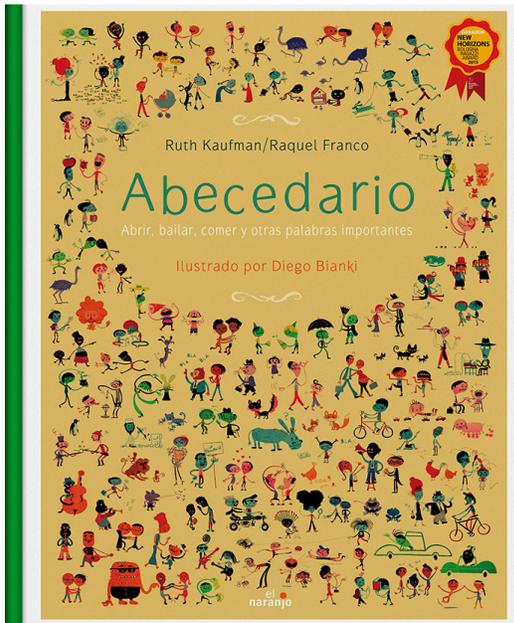
- a. Fondo de Cultura Económica. Bogotá.

3. Chile

- a. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile

4. España

- a. La Fabulosa Librería. Madrid.



Imágenes de portadas tomadas del catálogo en línea de Ediciones El Naranja.

3.3 Caligrama

Caligrama Editores se fundó en el 2006 como la primera casa editorial mexicana especializada en novela gráfica. La editorial se centró en ese género literario hasta el 2009, cuando se decide incorporar títulos de literatura fantástica. En 2012, decide lanzar sus primeras publicaciones digitales. Una de las grandes aportaciones de la editorial ha sido lograr la aceptación de la novela gráfica como género literario por parte de la Biblioteca Nacional, así como la introducción de algunos títulos en el catálogo de la misma. (Caligrama Editores, 2018)

Caligrama tiene varios puntos de venta en sucursales de la empresa Sanborns a lo largo de la república mexicana.

1. Ciudad de México.
2. Estado de México
3. Jalisco
4. Morelos
5. Nuevo León
6. Puebla
7. Querétaro

Caligrama no sólo publica bajo su propio sello editorial, sino que en su tienda en línea y sus diversos puntos de venta, también publica a otros sellos editoriales como: CIDCLI, Coco Books, DEVIR, Editorial Astronave, Gustavo Gili, MTM Editores, Monsa Publications, Normal Editorial y PANINI. (Caligrama Editores, 2018)

La editorial ofrece servicios editoriales como la traducción de obras, la corrección de estilo, la maquetación de libros y la entrega de edición a imprenta. Sin embargo, se especializan en la recepción y publicación de libros, entre los que destacan la novela gráfica y la literatura fantástica.

1. Novela Gráfica

- a. Debe tener mínimo 80 páginas y máximo 128.
- b. La obra puede estar diseñada para publicarse en más de un tomo, sin embargo, la historia dentro de cada tomo debe ser autocontenida.
- c. La obra debe estar totalmente terminada (trazada, entintada, coloreada, con textos, etc.) incluyendo portadas.
- d. Se manejan dos tamaños: cómic americano (25.4x38 cm) y carta.
- e. Puede ser en blanco y negro o a color.
- f. La novela no puede contener sexo explícito, ni violencia extrema (gore).
- g. La obra debe ser inédita, es decir, no puede haber sido publicada en ningún medio, incluyendo internet.
- h. El autor no debe haber cedido con anterioridad los derechos de edición, traducción y de representación de derechos subsidiarios a otra empresa.
- i. Tener el registro de la obra ante el autor.

2. Literatura fantástica

- a. La editorial recibe dos formatos: antologías de cuentos o novelas.
- b. En ambos casos la extensión deberá estar entre las 100 y 250 cuartillas
- c. No debe contener sexo explícito, ni violencia extrema (gore).
- d. El autor no debe haber cedido con anterioridad los derechos de edición, traducción y de representación de derechos subsidiarios a otra empresa.
- e. Tener el registro de la obra ante derechos de autor.

Una vez que el autor ha enviado su trabajo, Ediciones el Naranja pasa por un proceso de aprobación, en el que un consejo editorial determina qué trabajos pueden incorporarse dentro de la editorial. Esto con el fin de mantener unidad. Aún cuando la empresa toma una licencia de explotación y comercialización, los derechos sobre la obra siguen perteneciendo al autor.

Si no se está interesado en publicar con ellos o solicitar alguno de sus servicios editoriales, Ediciones el Naranja permite que las personas soliciten estar en su base de datos de colaboradores. (Caligrama Editores, 2018)



Imágenes de portadas tomadas del catálogo en línea de Editorial Caligrama.

A lo largo de este capítulo se ha podido analizar a 3 empresas editoriales mexicanas con diversos enfoques, que ofrecen diferentes servicios y tienen distintos canales de distribución. Las tres han logrado posicionarse dentro del mercado nacional e incluso internacional.

CAPÍTULO 4

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS

En este capítulo se presenta una propuesta de plan de negocios para la conformación de una nano empresa de diseño editorial en el área de literatura dibujada con un enfoque especial en la novela gráfica. Este plan analiza la viabilidad de la empresa, así como el mercado potencial. Asimismo, busca que queden claras los elementos básicos del negocio, las formas de financiamiento y las estrategias publicitarias a emplear.

El plan de negocios propuesto cuenta con los siguientes puntos.

1. Nombre de la empresa
2. Giro
3. Tipo de empresa
 - a. Tamaño
 - b. Sector Económico
 - c. Origen
 - d. Origen Capital
4. Misión
5. Visión
6. Objetivos
7. Valores
8. FODA
9. Descripción de productos y servicios
10. Segmento del mercado
11. Estudio de la competencia
12. Equipo e Instalaciones
13. Materia prima
14. Software
15. Costeo de producto y servicio
 - a. Costos Variables (CV). Materia prima por unidad de producto, costos de fabricación, etc.
 - b. Costos Fijos (CF). Gastos de oficina, administrativos y aquellos que no se pueden asociar directamente a la fabricación de cada unidad de producto o presentación de servicios de la empresa.

16. Precio de producto y servicio
 - a. Costo total de producto y servicio (CT) $CV + (CF/Producción\ esperada)$.
 - b. Mano de obra
 - c. Establecimiento del porcentaje de ganancia deseado para la empresa. (Con base en la política de precios)
 - d. Cálculo del precio de venta a cliente inmediato en el canal de distribución. $(PV = CT + (CT * \% \text{ de ganancia esperada})$
 - e. Obtención del punto de equilibrio. Ventas mínimas para cubrir los gastos de la empresa. $(PE = PV - CV)$
17. Acciones para introducir producto al mercado
18. Ubicación de la empresa
19. Registro de marca ante IMPI
20. Conformación de la empresa ante CANACO

4.1 Plan de Negocios

1. Nombre de la empresa: Bea's
2. Giro: Servicio de Diseño Editorial e Ilustración
3. Tipo de empresa
 - a. Tamaño: Micro
 - b. Sector Económico: Actividad Terciaria. Servicios relacionados a la recreación
 - c. Origen: Nacional
 - d. Origen Capital: Privada
4. Misión: Ofrecer a los clientes una gama de servicios editoriales, encontrando el producto o servicio de calidad que ellos desean.

5. Visión: Ser una empresa líder en ofrecer servicios editoriales digitales, enfocados prioritariamente en la literatura dibujada, ofreciendo el mejor servicio y atención, buscando posicionarse como la editorial predilecta a nivel local y nacional.

6. Objetivos

a. Bea's tiene como objetivo a corto plazo el registro de marca de la empresa y el establecimiento de la misma como un e-commerce (comercio en línea). Comenzar con la publicidad dentro de las redes sociales y la búsqueda de colaboradores y autores.

b. En un rango de no más de 5 años, lograr ser una empresa reconocida a nivel nacional. Asimismo, parte de los objetivos a mediano plazo es lograr posicionamiento no solamente entre nuestra clientela base, sino también entre distintas plataformas que busquen ofertar libros de editoriales independientes.

c. A largo plazo, se busca lograr hacer envíos digitales a nivel internacional, con textos en español e inglés, logrando así ser una editorial que ofrezca al mundo libros digitales (e-books) de alta calidad producidos por artistas y autores mexicanos.

7. Valores:

a. La máxima calidad como meta: El mejor servicio al mejor precio. Siempre estar en búsqueda de mejorar los procesos de producción y la operatividad de la empresa.

b. Constancia: El trabajo duro aún ante situaciones desafiantes.

c. Creatividad: Asumir con originalidad e ingenio aún la labor más ordinaria.

8. FODA

a. Fortalezas:

-Conocimiento en las áreas de diseño e ilustración.

-Conocimiento en el uso de programas de diseño

- Trabajo previo en una editorial
- Conocimiento del manejo de redes y elaboración de e-commerces.

b. Oportunidades:

- En la actualidad existen varias plataformas y medios para realizar el servicio de publicación de material elaborado por editoriales independientes.
- Artistas y Diseñadores profesionales o recién egresados de diversas licenciaturas en búsqueda de publicación de su trabajo.
- Apertura a realización de talleres que hablen sobre la literatura dibujada.

c. Debilidades:

- La empresa estará constituida por una sola persona en sus inicios.
- La demanda fuera mayor a la posibilidad de ejecución de trabajo.
- No hay una clientela base formada con anterioridad.

d. Amenazas:

- Ya existe una editorial enfocada en la publicación de novelas gráficas.
- Hay varias micro editoriales independientes local, municipal y nacionalmente.
- Existen varias empresas que aún sin ser editoriales, ofrecen servicios de este ramo.

9. Descripción de productos y servicios:

a. Productos:

- Reproducción de ilustración tradicional o digital temáticas, con cantidad limitada de copias, basadas en la literatura elaborada en la editorial.
- Libros enfocados en la literatura dibujada, principalmente novelas gráficas.
- Ilustración tradicional y digital por comisión: Se realizarán trabajos de ilustración tradicional o digital por comisión y se enviarán de manera digital, física, o ambas.
- Elaboración de Storyboard

b. Servicios:

- Corrección de estilo: Revisión de textos en inglés o español, elaborando correcciones orto tipográficas sin perder el sentido de lo que el autor busca transmitir. Desde 25 hasta 100 páginas.
- Traducción de textos: Traducción de textos de inglés a español y viceversa. Desde 25 hasta 100 páginas
- Diseño de portada. En este servicio se puede maquetar una portada, elaborar una ilustración para la misma, o ambas.
- Maquetación de libro completo. Desde 25 hasta 100 páginas.
- Diseño de catálogo. Desde 10 hasta 50 páginas.

10. Segmento del mercado

- a. Sexo: Indistinto
- b. Edad: De 18 años en adelante
- c. Clase económica: Media y media alta
- d. Comportamiento: Creativo

11. Estudio de la competencia

a. Caligrama: Empresa editorial mexicana enfocada en la publicación de novelas gráficas. Esta tiene 14 años en el mercado, publica para otras editoriales y tiene como sucursal a nivel nacional a una de la cadena de tiendas departamentales y restaurantes más grande del país (Sanborns).

b. Bubok: Empresa dedicada a brindar servicios editoriales en línea. Tales como: diseño de portada, promoción y venta de ebooks en librerías digitales, obtención de ISBN (Bubok), distribución mundial de audiolibros, conversión de libro a audiolibro, elaboración de código de barras, corrección de estilo, traducción de libro, redacción de sinopsis y biografía de autor, consultoría editorial, entre otras.

12. Equipo e Instalaciones

a. Computadora de escritorio o computadora portátil. (Entre \$15'000.00 y \$50'000.00 MXN)

- Intel Core i7 (puede ser mínimo i5)
- Memoria RAM (mínimo) 8GB
- SSD (128GB) por encima de HDD (500GB)
- Pantalla HD (mínimo) 15" (pulgadas)

b. Tableta y lápiz de dibujo digital. (Entre \$1'500.00 y \$40,000.00 MXN)

c. Impresora. (Entre \$2'500.00 y \$40'000.00 MXN)

13. Materia prima

a. Ilustración tradicional

- Papel para acuarela (\$229.00 MXN por 20 hojas)
- Lápiz (\$20.00 MXN)
- Acuarelas (Entre \$250.00 y \$1,000.00 MXN)
- Pinceles, mínimo 3, fino, medio y grueso. (Entre \$250.00 y \$500.00)

b. Ilustración digital

- Papel opalina 250 gr tamaño carta (\$246.00 MXN por 100 hojas)
- Tinta para impresora (Entre \$1,200.00 y \$3,000.00 MXN)

14. Software

a. Suite Adobe. (\$1,098.00 MXN al mes)

b. Microsoft Office 365 Empresa Estándar (\$264.00 MXN al mes)

15. Costeo de producto y servicio

a. Costos Variables (CV). Materia prima por unidad de producto, costos de fabricación, etc.

PRODUCTO FÍSICO	MATERIA PRIMA	PRECIO	COSTO VARIABLE
Ilustración tradicional	-Papel acuarela	-\$229.00 MXN (20 hojas) \$11.45 MXN (1 hoja)	-Original \$75.45 MXN
	-Acuarelas	-\$250.00 MXN Se pueden realizar hasta 100 acuarelas. \$2.50 MXN aprox por hoja	-Copia \$23.66 MXN
	-Pinceles	-\$250.00 MXN Su tiempo de vida es largo cuando se tienen los cuidados necesarios -\$1.25 MXN	
	-Mano de obra	\$60.00 MXN -\$6.00 MXN En caso de que la obra se reproduzca y se entregue de manera digital (hasta 10 pz)	
Ilustración digital	-Suite Adobe	-\$1,092.00 MXN -\$36.40 MXN por día -\$4.55 MXN por hora	-Carta \$67.21 MXN carta
	-Papel opalina 220gr	-\$246.00 MXN (100 hojas) -\$2.46 MXN (1 hoja) -\$1,23 MXN(1/2 hoja)	-Media carta \$33.60 MXN

	-Tinta para impresora 4 tonos	-\$1,112.00 MXN (5000 hojas) -0.20 MXN (1 hoja)	
	-Mano de obra	-\$60.00 MXN hora \$30.00 MXN media hora	

PRODUCTO DIGITAL	MATERIA PRIMA	PRECIO	COSTO VARIABLE
Reproducción de ilustración tradicional o digital temáticas	-Suite Adobe	-\$1,092.00 MXN -\$36.40 MXN por día -\$4.55 MXN por hora	\$64.55 MXN
	-Mano de Obra	-\$60.00 MXN	
Novela Gráfica	-Suite Adobe	\$1,092.00 MXN \$36.40 MXN por día \$4.55 MXN por hora	-Página \$64.55 MXN
	-Microsoft 365	\$264.00 MXN \$8.80 MXN por día \$1.10 MXN por hora \$.11 MXN por página	-Portada y Contraportada \$129.10 MXN
	-Mano de obra	\$60.00 MXN hora Se pueden editar 10 páginas por hora.	-Texto \$6.11 MXN por página

	-Obra completa (20 pags. de texto, 80 pags. de ilustración, portada y contraportada)		\$122.20 MXN + \$5,164 MXN \$129.10 MXN = \$5,415.30 MXN
Storyboard	-Suite Adobe	-\$1,092.00 MXN -\$36.40 MXN por día -\$4.55 MXN por hora	Por página \$19.55
	-Mano de Obra	-\$60.00 MXN \$15.00 MXN Se pueden realizar 4 páginas por hora.	

Ejemplo de producto digital:



Ilustraciones digitales para el diseño de marca de Karla Beanice en redes sociales.

SERVICIOS	HERRAMIENTA DE TRABAJO	PRECIO	COSTO VARIABLE
Corrección de estilo	-Microsoft 365	-\$264.00 MXN -\$8.80 MXN por día -\$1.10 MXN por hora -\$0.11 MXN por página	\$6.11 MXN por página
	-Mano de obra	-\$50.00 MXN -\$5.00 MXN Se puede corregir hasta 10 páginas por hora	
Traducción de textos	-Microsoft 365	-\$264.00 MXN -\$8.80 MXN por día -\$1.10 MXN por hora -\$0.11 MXN por página	\$7.11 MXN por página
	-Mano de obra	-\$60.00 MXN -\$6.00 MXN Pueden traducirse hasta 10 páginas por hora.	
Diseño de portada	-Suite Adobe	-\$1,092.00 MXN -\$36.40 MXN por día -\$4.55 MXN por hora	\$64.55 MXN promedio
	-Mano de Obra	-\$60.00 MXN	

Maquetación de libro	-Suite Adobe	-\$1,092.00 MXN -\$36.40 MXN por día -\$4.55 MXN por hora	-\$19.55 MXN por página.
	-Mano de Obra	-\$60.00 MXN -\$15.00 MXN Se pueden realizar hasta 4 hojas por hora.	
Catálogo	-Suite Adobe	-\$1,092.00 MXN -\$36.40 MXN por día -\$4.55 MXN por hora	-\$19.55 MXN por página.
	-Mano de Obra	-\$60.00 MXN -\$15.00 MXN Pueden realizarse hasta 4 hojas por hora.	

b. Costos Fijos (CF). Gastos de oficina, administrativos y aquellos que no se pueden asociar directamente a la fabricación de cada unidad de producto o presentación de servicios de la empresa.

Se le dará una vida útil a los electrónicos de 10 años y se dividirá su costo por esos 10 años y por mes.

PRODUCTO O SERVICIO	COSTO FIJO
Computadora	\$15,000.00 MXN (\$125.00 MXN al mes)
Tableta de dibujo	\$1,500.00 MXN (\$12.50 MXN al mes)
Impresora	\$3,500.00 MXN (\$29.16 MXN al mes)
Luz	\$250.00 MXN al mes
Agua	\$105.82 MXN al mes
Internet	\$540.00 MXN al mes
TOTAL	\$1,062.48 MXN al mes

16. Precio de producto y servicio

a. Costo total de producto y servicio (CT). $CV + (CF/Producción\ esperada)$. La cotización del Costo Total se realizará en formato mensual. A excepción del libro que se realizará en formato anual.

-Productos

PRODUCTO FÍSICO	CV + (CF/producción esperada)	COSTO TOTAL
Ilustración tradicional	$\$75.45 + (\$1'062.48/8)$ $\$23.66 + (1'062.48/40)$	\$208.26 MXN Original \$50.22 MXN Copia
Ilustración digital	$\$33.60 + (\$1'062.48/40)$ media carta $\$67.21 + (\$1'062.48/40)$ carta	\$60.16 MXN media carta \$93.77 MXN carta

PRODUCTO DIGITAL	CV + (CF/producción esperada)	COSTO TOTAL
Reproducción de ilustración tradicional o digital temáticas	$\$64.55 + (1,062.48/40)$	\$91.11 MXN

Novela gráfica	$\$64.55 + (1,062.48/1,500)$	\$65.25 MXN por página
	$\$129.10 + (1,062.48/1,500)$	\$129.80 MXN portada y contraportada
	$\$6.11 + (1,062.48/1,500)$	\$6.81 MXN por página
	$\$5,415.30 + (1,062.48/1,500)$	\$5,416 MXN completa
Storyboard	$\$19.55 + (1,062.48/40)$	\$46.11 MXN por página

- Servicios

SERVICIO	CV + (CF/producción esperada)	COSTO TOTAL
Corrección de estilo	$\$6.10 + (\$1,062.48/25)$	\$48.67 MXN por página
Traducción de texto	$\$7.11 + (\$1,052.48/25)$	\$49.60 MXN por página
Diseño de portada	$\$64.55 + (\$1,062.48/4)$	\$330.55 MXN
Maquetación de libro	$\$19.55 + (\$1,062.48/62)$	\$36.68 MXN por página
Catálogo	$\$19.55 + (\$1,065.48/50)$	\$40.79 MXN por página

b. Ganancia deseada por la empresa: El aumento de entre el 30% y 50% como punto inicial durante el establecimiento de la empresa, dependiendo de cada producto o servicio

c. Cálculo del precio de venta a cliente inmediato en el canal de distribución. (PV = CT + (CT * % de Ganancia esperada) + IVA (16%))

- Productos

PRODUCTO FÍSICO	(CT + (CT * % de Ganancia esperada)) * IVA (16%)	PRECIO DE VENTA
Ilustración tradicional	Orig. (208.26 + (\$208.26 * 50%)) + 16%	\$335.37 MXN
	Copia. (\$50.22 + (\$50.22 * 50%)) + 16%	\$87.38 MXN
Ilustración digital	½ c. (\$60.16 + (\$60.16 * 50%)) + 16%	\$104.67 MXN
	Carta. (\$93.77 + (\$93.77 * 50%)) + 16%	\$163.15 MXN

PRODUCTO DIGITAL	(CT + (CT * % de Ganancia esperada)) * IVA (16%)	PRECIO DE VENTA
Reproducción de ilustración tradicional o digital temáticas	(\$91.11 + (\$91.11 * 50%)) + 16%	\$158.53 MXN
Novela gráfica	Ilustración por página (\$64.91 + (64.91 * 50%)) + 16%	\$112.94 MXN
	Portada y contraportada (\$129.80 + (129.80 * 50%)) + 16%	\$225.85 MXN
	Texto por página (\$7.80 + (7.80 * 50%)) + 16%	\$13.57 MXN
	Novela completa (5,416+ (5'416 * 50%)) + 16%	\$9,423.84 MXN
Storyboard	(\$46.11 + (46.11 * 50%)) + 16%	\$80.23 MXN

-Servicios

SERVICIO	CT + (CT * % de Ganancia esperada) * IVA (16%)	PRECIO DE VENTA
Corrección de estilo	$(\$48.67 + (\$48.67 * 30\%)) * 16\%$	\$73.39 MXN por página
Traducción de texto	$(\$49.67 + (\$49.67 * 30\%)) * 16\%$	\$74.90 MXN por página
Diseño de portada	$(\$330.55 + (\$330.55 * 50\%)) * 16\%$	\$575.15 MXN
Maquetación de libro	$(\$36.68 + (\$36.68 * 50\%)) * 16\%$	\$63.82 MXN por página
Catálogo	$(\$40.79 + (\$40.79 * 50\%)) * 16\%$	\$70.97 MXN por página

d. Obtención del punto de equilibrio. Ventas mínimas para cubrir los gastos de la empresa. (PE = PV – CV)

-Productos

PRODUCTO FÍSICO	(Precio de Venta - Costo Variable)	PUNTO DE EQUILIBRIO
Ilustración tradicional	Original. \$335.37 – \$74.45	260 piezas
	Copia. \$87.38 - \$23.66	64 piezas
Ilustración digital	½ c. \$104.67 - \$67.21	38 piezas
	Carta. \$163.15 - \$33.60	130 piezas

PRODUCTO DÍGITAL	(Precio de Venta - Costo Variable)	PUNTO DE EQUILIBRIO
Reproducción de ilustración tradicional o digital temática	\$112.94 - \$64.55	49 copias por página
Novela gráfica	\$9,423.84 - \$5,415.30	4,009 copias
Storyboard	\$80.23 - \$19.55	61 páginas

- Servicios

SERVICIO	(Precio de Venta - Costo Variable)	PUNTO DE EQUILIBRIO
Corrección de estilo	\$79.39 - \$6.11	34.08 páginas
Traducción de texto	\$81.88 - \$47.06	34.82 páginas
Diseño de portada	\$743.67 - 65.30	696.61 portadas
Maquetación de libro	\$85.30 - 20.30	65 páginas
Catálogo	\$85.30 - 20.30	65 páginas

17. Acciones para introducir producto al mercado

- a. Uso de redes sociales de la empresa (Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube)
- b. Entregar tarjetas de presentación y cartas de agradecimiento al entregar los paquetes.

- c. Precio introductorio $(CT + (CT \cdot 50 \text{ o } 25\%)) \cdot 16\%$ Durante las primeras dos semanas de lanzamiento.
- d. Ventas al mayoreo, así como promociones en fechas especiales.

18. Ubicación de la Empresa

Ganadería Piedras Negras 70
Fraccionamiento Jardines del Toreo
C.P. 58049

19. Registro de marca ante IMPI

Aunque se está trabajando en su mayoría con obra ilustrada y literaria. La legislación protege obras de creación original susceptibles de ser divulgadas o reproducidas en cualquier formato o medio (JUSTICIA, 2021). Es decir, al registrar nuestra marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), toda obra que elaboremos bajo esta marca quedará protegida. Sin embargo, si se quisiese asegurar doblemente los derechos de autor de dichas obras, se podría inscribir cada obra ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) para obtener el registro de su obra literaria o artística, para seguridad jurídica como autor y/o titular de los derechos patrimoniales. (Gobierno, 2021)

Si esta fuera la decisión tomada por el artista, diseñador o editor, se requeriría lo siguiente:

- I. Original y copia del acta constitutiva documento que acredite la existencia de la persona moral.
- II. Original y copia del documento que acredite la personalidad del representante legal.
- III. Original y copia de la Identificación oficial del mandante, mandatario y testigos (en caso de que se presente carta poder. Original y Copia
- IV. Original del comprobante del pago de derechos.

- V. Original de la traducción al español de los documentos que se acompañan en idioma distinto
- VI. Original dos ejemplares de la obra, identificados con el nombre del autor y título.
- VII. Original de documento que acredite la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la obra.
- VIII. Original de la Solicitud de Registro de Obra RPDA-01. (Gobierno, 2021)

Este trámite tiene un costo de \$280.00 MXN y se puede realizar en línea en la página de trámites de INDAUTOR (<https://tramitesindautor.cultura.gob.mx/INDAUTOR-01-001/obra.php>) o de manera presencial a la Dirección del Registro Público del Derecho de Autor, ubicada en Puebla # 143, Planta Baja, Col. Roma Norte, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06700, Ciudad de México con un horario de atención de lunes a viernes de 9:30 a 14:00 horas.

Para los propósitos de esta editorial en específico se realizará solamente el registro de marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual. Donde se requiere lo siguiente:

TIPO DE DOCUMENTO	ESTADO DEL DOCUMENTO
Solicitud de Protección de Signos Distintivos A (Marcas, Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Aviso Comercial o Nombre Comercial) o Solicitud de Protección de Signos Distintivos B (Marca Holográfica, Marca Sonora, Marca Olfativa, Imagen Comercial o la combinación de las anteriores) (Por duplicado)	Solicitado Completado Entregado

Hoja adicional complementaria al punto "Datos generales de las personas"	Solicitado Completado Entregado
Comprobante de pago	Solicitado Completado Entregado

Imagen de Solicitud ante el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual.

El trámite también puede realizarse en línea, de manera sencilla y sin necesidad de imprimir ningún formulario.

20. Conformación de la empresa ante CANACO

PASOS A REALIZAR	ESTADO
Recoger solicitud para crear una empresa en la Secretaría de Relaciones Exteriores.	En proceso Completado
Creación de Acta Constitutiva	En proceso Completado
Inscripción al SAT	En proceso Completado
Registro de Propiedad ante el Registro Público de la Propiedad y el Comercio	En proceso Completado
Registro ante el IMSS	En proceso Completado

Consultar 2886 (956) Ext. 6419
Dirección General de Asesoría Jurídica
sra@scrae.gob.mx

País en constitución de SRE

LUGAR Y FECHA: _____ Fecha: _____

SOLICITO DE PERMISO DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD
(ARTÍCULO 19 DE LA LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA)

NOMBRE DEL PROMOTIVO: _____

CONSEJO PARA DAR RESPUESTA: _____

NOTIFICACIONES: _____

PERSONAS AUTORIDADAS PARA RECEBER LA RESOLUCIÓN: _____

DENOMINACIÓN SOLICITADA EN ORDEN DE PREFERENCIA: _____

REGIMEN JURÍDICO DE LA PERSONA MORAL: _____

_____ FIRMA AUTOGRAFIA DEL PROMOTIVO

La resolución emitida a este solicitud (o su negativa) será notificada al promotor en la siguiente actividad:

Para cualquier comentario, duda o aclaración que requiera o que desee, comunicarse al teléfono de Atención al Cliente (800) 11 11 11 o al correo electrónico de Atención al Cliente de la Secretaría de Relaciones Exteriores (sra@scrae.gob.mx) entre 9:00 AM y 5:00 PM (CST).

Nota: esta solicitud podrá ser reemplazada, modificada o cancelada por el promotor. Una vez emitida la resolución, no podrá ser modificada ni reemplazada.

Una vez emitida la resolución, el promotor deberá acudir al Registro Público de la Propiedad y el Comercio para inscribir la sociedad.

Una vez inscrita la sociedad, el promotor deberá acudir al IMSS para registrar a los socios.

Una vez inscrita la sociedad, el promotor deberá acudir al SAT para registrar a la sociedad.

Una vez inscrita la sociedad, el promotor deberá acudir al Registro Público de la Propiedad y el Comercio para registrar a la sociedad.

Una vez inscrita la sociedad, el promotor deberá acudir al Registro Público de la Propiedad y el Comercio para registrar a la sociedad.

Imagen de Solicitud ante Secretaría de Relaciones Exteriores obtenida de

LINEA DE CAPTURA PARA PAGO DE SERVICIOS

1001684123

INSTITUTO MEXICANO de la Propiedad Industrial

LINEA DE CAPTURA 0100168412398086244

REFERENCIAL DE FEPS 1001684123

VIGENTE HASTA: 13/05/2014 TOTAL A PAGAR: \$2,671.86

Concepto	Cantidad	Artículo	Importe
Por el servicio de una solicitud de registro para el pago de una marca hasta la notificación por escrito de su estado de inscripción del SICE.	1	144	\$2,671.86

Esta referencia sólo deberá ser pagada y presentada ante el IMPI una sola vez.

Para que su pago sea válido verifique que el número de LC sea igual al de su comprobante bancario.

Este documento podrá ser validado en los módulos del IMPI (como referencia de pago) incorporados al computador, teléfono o la Internet de los bancos:

Bancomer Banamex Scotiabank Banorte

Imagen de comprobante de pago obtenida del sitio idconline.mx

CONCLUSIONES

Como último apartado del estudio realizado, se abordan las principales conclusiones que se obtienen de la tesina en cuestión. Se comenzará por indicar el objetivo general y se expone como se realizó el estudio en base a este y cuáles han sido los resultados del mismo.

El tema de la tesina surgió de la inquietud por contribuir al aumento de interés por la adquisición y aplicación del conocimiento mercadológico para la venta de obra artística o diseño. Siendo que, no basta con tener un amplio conocimiento y ser un excelente artista o diseñador, si no se sabe como publicar, promocionar, vender o generar ingresos de los trabajos mencionados.

Para dar una ejemplificación de ello, la autora se enfocó en las áreas del arte y el diseño que son de su interés profesional, siendo estas el diseño editorial y la ilustración. Se tomó la decisión de exponer el cómo se puede vender aquello que se ama realizar por medio del estudio, análisis y planificación concibiendo así la idea de una empresa enfocada en la literatura dibujada.

El objetivo general de la tesina es desarrollar un plan de negocios para la producción, promoción y venta del diseño editorial, como servicio, en la creación de la literatura dibujada. Para ello se delimitaron tres objetivos específicos: Identificar los conceptos teóricos sobre el diseño editorial, estudiar las posturas teóricas sobre la planeación de negocios y analizar los planes de negocios dentro del diseño editorial.

El proyecto se desarrolló en torno a una idea, que surge como consecuencia de detectar una oportunidad de negocio y de la necesidad de demostrar que a partir de la elaboración de productos o préstamo de servicios en las áreas del arte y diseño se puede percibir una remuneración económica que permita al artista o diseñador vivir de aquello que ama hacer. Las ideas de negocio son aquello que nos permite iniciar cualquier proyecto empresarial, por lo que una vez que se ha detectado una necesidad, es necesario realizar un análisis de viabilidad para determinar si el proyecto es viable o no, dado que la elaboración de un plan de negocios es fundamental para el desarrollo

CONCLUSIONES

de una empresa, ya que este permite vislumbrar con detenimiento y detalle aquello que se necesita para la conformación de la misma.

A lo largo de la investigación se logró realizar el análisis de conceptos y características del diseño editorial, diferenciándose de otras ramas del diseño, aún cuando hay similitudes entre todas ellas. Asimismo se planteó la literatura dibujada como un término a utilizar para hablar sobre diversas ramificaciones de la literatura que utiliza la ilustración como medio principal de comunicación, siendo estas el cómic, el manga, la historieta, y la novela gráfica.

El plan de negocios permite ver con exactitud los alcances y limitaciones del diseño editorial, así como el desarrollo de una propuesta para la formación de una microempresa editorial en el ramo de la literatura dibujada, particularmente con la visión de elaborar novelas gráficas. Se reconoce la relevancia de la planificación dentro de las empresas, sin importar su constitución, tamaño u origen. Ya que esto se transforma en una herramienta que procura disminuir los riesgos a la hora de crear un negocio, así como el desarrollo o ampliación del catálogo de productos o servicios que la empresa brinde, tener una mejor percepción de los presupuestos manejados o evaluar la situación pasada y presente de la empresa para lograr vislumbrar con mayor claridad el futuro de la misma.

Una vez que se ha realizado un estudio y análisis de la planeación de negocios, como se menciona anteriormente, es importante recalcar el éxito empresarial de aquellos que tienen claro el cómo utilizarlo. Tomando en cuenta lo antes citado, se analizaron 3 empresas editoriales de corte independiente; las cuales al tener claro sus objetivos y delimitar sus metas, han logrado posicionarse dentro del país.

Derivado de ese análisis se concluye que sí es importante la elaboración de un plan de negocios para la producción, promoción y venta de la obra artística y el diseño. De la misma manera, se puede concluir que aún cuando la realización de dicho plan es un proceso que requiere de tiempo, es algo prioritario de realizar.

CONCLUSIONES

Este trabajo presenta las bases para la conformación de una empresa, ya que considera todas las dimensiones necesarias para establecerla y desarrollarla en el momento que así se decida. También constituye un soporte que se puede aplicar a diversos negocios enfocados en las artes y el diseño, ya que contiene fórmulas para llegar a la obtención del precio final o comercial del producto o servicio a vender.

Se tiene la certeza de que la plantilla del plan de negocios no es suficiente, se requiere además el conocimiento y capacitación dentro de las áreas de estudio que se pretendan implementar al elaborarlo. Ya que este es solo el instrumento que permitirá que el empresario o emprendedor esté familiarizado con el sistema, modo de trabajo y cotización. Esto con el fin de optimizar la operatividad y productividad de la empresa.

Con respecto al plan de negocios presentado en el capítulo final de esta tesina, se demuestra la viabilidad de la elaboración de una microempresa dedicada al diseño editorial enfocado a la literatura dibujada. Aún cuando México es un país que tiene bajo índice de lectura, su población tiene un alto índice de gusto por lo visual o ilustrativo. Dicho esto, aún cuando los resultados dentro del estudio de mercado son positivos, se requiere una inversión sólida para tener el equipo adecuado que no necesite de una repocisión a corto plazo, ya que esto podría afectar el flujo de la empresa. Sin embargo, al establecerse como una empresa y realizar las inversiones necesarias, el punto de equilibrio en la mayoría de los servicios y productos que esta ofrece, tiene un rango de recuperación bastante rápido, lo que implica que se recuperaría la inversión y se comenzaría a ver ganancias en un plazo corto de tiempo.

En relación a la producción y venta de literatura dibujada, en específico, de la novela gráfica. la autora llegó a coincidir con lo mencionado por Eddie Campbell. Es to es que la novela gráfica es por sí misma otro movimiento artístico, el cual requiere de horas de estudio y trabajo para su concepción, creación, publicación, promoción y venta. Con esto mencionado, la elaboración del plan de negocios permitió establecer la ventana de negociación donde se considera que ésta es un producto que podría ser rentable a largo plazo, después de que los servicios editoriales y los otros productos

CONCLUSIONES

ofertados hayan permitido que la empresa se solidifique. En otras palabras, para que sea factible vender una novela gráfica elaborada 100% por un artista y/o diseñador independiente a precios que sean competitivos, se tendría que tener un público estable y una promoción que nos permita producir y obtener ganancias por ello.

Con todo lo anteriormente mencionado se concluye que la elaboración de un plan de negocios, especialmente dentro del área del diseño editorial enfocado en la literatura dibujada, es necesario. En primer lugar, para el diseñador y/o ilustrador, ya que este le permite el saber cómo y cuánto cobrar por los productos y servicios brindados, así como valorar el trabajo realizado y valorar realmente lo que implica la elaboración de una obra artística o literaria desde un punto de vista económico. Y en segundo lugar, porque demuestra la viabilidad de dicho proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). El Emprendedor de Éxito: Cuarta Edición. CDMX: Mc Graw Hill.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2009). Basics Design 08 Design Thinking. Suiza: AVA Publishing SA.
- Andrade Espinoza, S. (2006). Diccionario de economía. Lima: Editorial Andrade.
- APROVISUAL. (s.f.). Guía General para Clientes e Ilustradores - México. Obtenido de Asociación de Profesionales de la Comunicación Visual: <http://www.aprovisual.com/ilustracion.html>
- APROVISUAL. (s.f.). Guía General para Clientes y Diseñadores - México. Obtenido de Asociación de Profesionales de la Comunicación Visual: <http://www.aprovisual.com/disenio.html>
- Barcelona, E. S. (06 de Marzo de 2019). ¿Qué es el diseño editorial y cuáles son sus salidas profesionales? Obtenido de ESdesign Escuela Superior de Diseño de Barcelona: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-es-el-diseno-editorial-y-cuales-son-sus-salidas-profesionales#>
- Brockmann, J. M. (1982). Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos. España: Gustavo Gili.
- Caligrama Editores. (2018). Catálogo en nuestra librería. Obtenido de Caligrama: <https://www.caligrama.com.mx/pages/tienda.html>
- Caligrama Editores. (2018). Publica con nosotros. Obtenido de Caligrama: <https://www.caligrama.com.mx/pages/publicaNosotros.html>
- Caligrama Editores. (2018). Quiénes somos. Obtenido de Caligrama: <https://www.caligrama.com.mx/pages/nosotros.html>
- Campbell, E. (2005). Manifiesto de la Novela Gráfica.
- CONACO. (s.f.). ¿Cómo crear una empresa en México? Obtenido de CONACO: <https://www.ccmexico.com.mx/blog/noticias/como-crear-una-empresa-en-mexico.html>
- Costa, J. (2007). Diseñar para los ojos. España: Costa Punto Com Editor (CPC).
- Cultural, S.A. (1999). Diccionario de Marketing. España: Cultural S.A.
- de Buen, J. (2003). Manual de Diseño Editorial. CDMX: Santillana.
- de la Vega Garcia-Pastor, I. (2004). The Business Plan: Analyzing the Feasibility of a Business Project. Obtenido de Instituto de Empresa, Business School: <https://>

BIBLIOGRAFÍA

iepublishing.ie.edu/en/the-business-plan-analyzing-the-feasibility-of-a-business-project

- El Naranjo. (2020). Nosotros. Obtenido de El Naranjo: <https://www.edicioneselnaranjo.com.mx/nosotros.php>
- ESDesign. (25 de Marzo de 2020). La importancia de los espacios en blanco en diseño web / ¿Cómo utilizarlos? Obtenido de Escuela Superior de Diseño de Barcelona: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/la-importancia-de-los-espacios-blancos-en-diseno-web-como-utilizarlos#:~:text=El%20espacio%20en%20blanco%20es%20esencial%20para%20hacer%20legible%20el,el%20interletraje%20y%20el%20seguimiento.>
- Filipis, J. (2007). Glosario de Diseño. Buenos Aires: FADU Ciudad Universitaria.
- Frascara, J. (2000). Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Galai, D., Gillel, L., & Wiener, D. (2016). How to create a successful business plan: for entrepreneurs, scientist, managers and students. New Jersey: World Scientific.
- Garcia, S. (2010). La Novela Gráfica. Bilbao: Astiberri Ediciones.
- Getty, J. P. (1986). Cómo hacerse rico. Madrid: IBERONET.
- Gobierno de México. (2021) Inscripción de Obra Literaria o Artística. Obtenido de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/inscripcion-de-obra-literaria-o-artistica/INDAUTOR3258>
- Heller, E. (2008). Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Barcelona: Gustavo Gili.
- INEGI. (s.f.). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/205/download/5998>
- INEGI, & MOLEC. (22 de Abril de 2021). La Lectura en formato digital de libros, revistas y periódicos registra los incrementos más altos desde 2016: Obtenido de MOLEC 2021: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/MOLEC2020_04.pdf
- ITSON. (s.f.). Características de la Empresa. Obtenido de Instituto Tecnológico de Sonora: http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa11/caracteristicas_empresa/z7.htm
- Jim, H. (2006). The One Page Business Plan. United States of America: The One

BIBLIOGRAFÍA

Page Business Plan Company.

- JUSTICIA México. (2021). Derecho de la Propiedad Intelectual. Obtenido de JUSTICIA México: <https://mexico.justia.com/derecho-de-la-propiedad-intelectual/>
- Kuehl Lambing, C. (1998). *Empresarios pequeños y medianos*. Nueva York: Prentice Hall.
- La Tinta del Silencio. (2020). Servicios Editoriales. Obtenido de La Tinta del Silencio: <https://latintadelsilencio.com/servicios/>
- La Tinta del Silencio. (2020). Sobre nosotros. Obtenido de La Tinta del Silencio - Editorial Artesanal: <https://latintadelsilencio.com/>
- La Tinta del Silencio. (2020). Puntos de Venta. Obtenido de La Tinta del Silencio: <https://latintadelsilencio.com/puntos-de-venta/>
- Male, A. (2014). *Illustration: Meeting the brief*. Londres: Bloomsbury Visual Arts.
- Manacorda de Rosetti, M. V. (1976). *La comunicación integral: imagen, lengua, literatura: la historieta*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Markides, C. (2002). *En la estrategia está el éxito*. Bogotá: Norma.
- Masotta, O. (1968). *Literatura Dibujada*. Literatura Dibujada.
- Moles, A., & Roland, C. (1990). *Creatividad y métodos de innovación*. España: Ibérico Europeo Ediciones.
- Moliné, A. (2006). *Novaro (el globo infinito)*. Ediciones Sins Entido, 8.
- NAFIN. (2004). *Fundamentos de Negocio*. Obtenido de Nacional Financiera - Banca de Desarrollo: https://www.nafin.com/portalfn/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Administracin/administracion1_1.pdf
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Generación de modelos de negocio*. Zalla: Deusto.
- Pinson, L. (2004). *Anatomy of a Business Plan, A Step-by-Step Guide to Building the Business and Securing Your Company's Future*. Chicago: Dearborn Trade, A Kaplan Professional Company.
- Santander. (2019). *México: Administrar una empresa*. Obtenido de Santander / Trade Marker: <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/mexico/administrar-una-empresa#:~:text=Formas%20jur%C3%ADdicas%20de%20las%20empresas,-Sociedad%20de%20Responsabilidad&text=Capital%20m%C3%ADnimo%20o%20m%C3%A1ximo%20%3A%203.000%20MXN%20m%C3%ADnimo>

BIBLIOGRAFÍA

- Santiago, J. A. (2013). Manga, del cuadro flotante a la viñeta japonesa. Barcelona: Comanegra.
- Secretaría de Economía. (2020). Guía General del Usuario. Obtenido de Secretaría de Economía: https://mua.economia.gob.mx/mua-web/tutorial/GUIA_GENERAL_USUARIO.pdf
- Servicio de Administración Tributaria. (2020). Obtén tu certificado de e.firma (antes Firma Electrónica). Obtenido de Secretaría de Hacienda y Crédito Público: [https://www.sat.gob.mx/tramites/16703/obten-tu-certificado-de-e.firma-\(antes-firma-electronica\)](https://www.sat.gob.mx/tramites/16703/obten-tu-certificado-de-e.firma-(antes-firma-electronica))
- Servicio de Administración Tributaria. (2020). Realiza tu inscripción en el RFC persona física. Obtenido de Secretaria de Hacienda y Crédito Público - Servicio de Administración Tributaria: <https://www.sat.gob.mx/tramites/33629/realiza-tu-inscripcion-en-el-rfc-persona-fisica>
- UAEH. (s.f.). Clasificación de las empresas en México. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n5/m14.html>
- Zanón Andrés, D. (2007). Introducción al Diseño Editorial. Madrid: Vision Net.
- Zapaterra, Y. (2008). Diseño Editorial - Periódicos y revistas. Barcelona: Gustavo Gili, S.L.
- Zapaterra, Y., & Caldwell, C. (2014). Diseño editorial Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales. Barcelona: Gustavo Gili.
- Zárate, H. T. (2005). Frente al anime japonés, al cómic mexicano le hacen el fuchi. La Crónica de Hoy.