



UNAP E C
UNIVERSIDAD A P E C

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela de Administración

Título de la monografía:

Creación de una PYME editorial en Santo Domingo y su Impacto en la
Educación Colectiva.

Sustentado por:

Larry Almánzar 2013-0232

Idalia Reyes 2013-1842

Arturo Terrero 2013-2467

Profesores de Módulo

Lic. Carolyn Feliz y Lic. Alis Medina

Monografía de Grado para Optar por el Título de:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Santo Domingo, D. N., República Dominicana

Julio, 2018

Contenido

Agradecimientos

Dedicatorias

Resumen ejecutivo

Introducción.....	1
Capítulo I.....	4
Gestión de una editorial y su impacto en la educación colectiva.....	4
1.1 Editorial	4
1.2 Origen y evolución de la industria editorial.....	5
1.3 Conceptos generales de una editorial.....	6
1.3.2 Influencia de una empresa editorial en la educación	8
1.4 Planteamiento del problema vigente en República Dominicana.....	8
1.5 Editoriales en República Dominicana.....	9
Capítulo II.....	11
Proceso para crear una PYME en República Dominicana.....	11
2.1 Pasos para constituir una empresa.....	11
2.1.2 Registro de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).....	12
2.1.3 Registro Ministerio de Trabajo (MT).....	13
2.1.4 Registro en Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI).....	14
2.1.5 Registro Mercantil.....	16
2.2 Ley No. 488-08 sobre MIPYME.	18
Capítulo III	22
Creación de una empresa editorial y su impacto en la educación colectiva	22
3.1 Empresa editorial Hilos Rojos.....	23
3.2 Factibilidad de crear una empresa editorial en Santo Domingo	25
3.3 Análisis de mercado	25
3.4 Viabilidad financiera.....	26

3.4.1 Presupuesto Empresarial	27
3.4.2 Pronóstico de Ventas.....	27
3.4.3 Proyecciones de Activos Fijos	28
3.4.4 Proyección de gastos de personal	29
3.4.5 Balance General.....	30
3.4.6 Punto de Equilibrio	31
3.5 Título de la Encuesta	32
3.5.1 Pregunta de la encuesta:.....	32
3.5.2 Resultado de la encuesta	35
Conclusiones	43
Recomendaciones.....	44
Anexos.....	45
Bibliografía.....	52

Agradecimientos

A Dios

por haberme permitido llegar a esta etapa y lograr éxitos en mi carrera, por darme la oportunidad de seguir adelante a pesar de los obstáculos presentados en la trayectoria hacia la meta. brindándome fuerza, paciencia y perseverancia para así poder triunfar.

A mis padres Sandra y Jose

por el apoyo que me han brindado y siempre confiar en mí, por siempre ser los pioneros en mi educación y en mi crecimiento brindándome así todo lo necesario para lograr mis metas.

A mis hermanos Sergio y Geldys

gracias por ayudarme cada vez que lo necesitaba y estar siempre presentes en los momentos más difíciles de mi carrera.

A mis compañeros de la universidad

por estar presentes desde el inicio hasta el final apoyándonos uno con otro para llegar a la meta final y por todos los momentos buenos y difíciles en cada clase.

A mis compañeros de monográfico Larry y Arturo

han sido un gran equipo, es un honor haber trabajado con ustedes en esta trayectoria, haber tenido la paciencia y el empeño necesario para poder culminar esta etapa final. Les deseo muchos éxitos porque este no es un final sino el inicio de nuevas metas.

Idalia Reyes

A Dios.

A Él le agradezco enormemente por haberme acompañado en los momentos difíciles, por darme fuerzas y no dejarme rendir y por guiarme para cumplir todas mis metas, ya que sin él nada se puede.

A mis padres Ramón Terrero y Addy Genao.

Por haberme dado la vida en primer lugar, por hacer todo lo posible para que pudiese recibir una buena educación y no me faltara nada, por su apoyo incondicional y su confianza en mí.

A mi hermana Mady Terrero.

Le agradezco por siempre haber sido un soporte para mí, por su ayuda incondicional en momentos difíciles y por siempre darme ánimos para superarme y conseguir todas mis metas.

A mis amigos y compañeros de la universidad.

Gracias a ellos mi experiencia en la universidad fue muy amena. También les agradezco por haber confiado en que lograría concluir mi carrera.

Aprecio mucho todos los momentos que vivimos en cada clase.

A mis compañeros Larry Almanzar e Idalia Reyes.

Estoy enormemente agradecido por haber tenido tan buen equipo para concluir esta etapa final de mi carrera. Ha sido todo un placer haber trabajado con ellos. Les agradezco por su paciencia, motivación y la confianza que depositaron en mí como su compañero.

A UNAPEC y a mis asesores.

Por haberme guiado durante mi carrera y darme herramientas para aplicar en mi vida profesional.

Arturo Terrero

A Dios

Por la dicha de haberme permitido llegar hasta el punto donde estoy, por darme la paciencia y la voluntad necesaria, para hacer las cosas bien. Por cada esfuerzo, cada granito de arena, por mi fuerza de voluntad por mi dedicación, por mi entrega y mis ganas de hacer las cosas bien.

A mis padres

Por darme la vida, por haberme guiado siempre por el buen camino, por la educación, y por el apoyo que me brindaron tanto económico como moral. A mi padre (tito) por ser un ejemplo a seguir, por ser mi motivación Para superarme día tras días... A mi Madre Ivelisse: por ser la mujer que día tras día me apoya, me aconseja, ha estado siempre en el momento justo.

A mis hermanos

En especial a mi hermana por sus aportaciones para el desarrollo de esta tesis. Sus ideas, sus sugerencias, etc.

Mi novia

Por estar siempre a mi lado en los buenos y malos momentos, por enseñarme que todo es un proceso y apoyarme en cada paso.

A mis compañeros

Por cada momento compartido, tanto bueno como malo, en cada acuerdo o desacuerdo, pero a pesar de todo salimos adelante.

Larry Almanzar

Dedicatorias

Dedico este proyecto a Dios por darme la vida y sobre todo paciencia para llegar a esta etapa, a mis padres José Reyes y Sandra Fragoso por hacer de mí una joven de bien con una excelente educación y gracias a ustedes pude llegar a esta etapa tan importante en mi vida y para ustedes también, gracias por siempre darme lo mejor desde que nací hasta el día de hoy.

Idalia Reyes

Quiero dedicar la conclusión de mis estudios superiores a **Dios**, porque sin Él nada es posible, y a mis padres **Ramón Terrero y Addy Genao** por creer en mí y haberme apoyado no solo en el transcurso de mi carrera, sino durante toda mi vida, y por enseñarme que toda meta es alcanzable si se pone el esfuerzo para conseguirla.

Estoy enormemente agradecido por todo lo que hicieron para que yo pudiese llegar a donde estoy ahora.

Quiero recordarles que los quiero y que aprecio todos los sacrificios que han hecho por mí. Esto es para ustedes.

Arturo Terrero

Dedico este proyecto a Dios por permitirme terminar esta faceta de mi carrera, dándome las fuerzas necesarias para continuar. a mis padres Jose Almanzar e Ivelisse Polonia. a mis familiares qué si no los menciono se vuelven locos.

Larry Almanzar

Resumen ejecutivo

Esta monografía fue realizada en Santo Domingo con el propósito analizar la factibilidad de crear una empresa editorial, que la misma afecte positivamente la educación colectiva de las personas que viven en la zona antes especificada.

Con esta investigación buscamos analizar y determinar qué tan oportuno es la creación de este tipo de empresa en la actualidad.

Introducción

En la sociedad es imperante que se pueda propagar la educación y que haya medios para lograr ese cometido puesto que es como dijo Nelson Mandela en su frase “La educación es el arma más poderosa que puedes usar para cambiar el mundo”. Dicho esto, las empresas editoriales son vías por las que se puede expandir materiales para ampliar conocimientos como son los libros.

Para entender mejor sobre cómo operan este tipo de empresas y cómo pueden influenciar en la educación colectiva, contemplamos diversos conceptos referentes al tema:

Anónimo (2018), define una **editorial** como una institución que tiene como objetivo el producir, editar, promover y distribuir proyectos literarios.

Las ediciones que se llevan a cabo dentro de este tipo de negocios pueden tratar sobre distintos proyectos de literatura, los cuales pueden ser tanto libros como revistas o artículos.

Según: Kilpatrick "La **educación** es el proceso de construcción individual que enriquece y guía la vida de tal modo que resulte más intensa en la persona y en la sociedad".

Asimismo, Henz (1976:39) dice que La **educación** es el conjunto de todos los efectos procedentes de personas, de sus actividades y actos, de las colectividades, de las cosas naturales y culturales que resultan beneficiosas para el individuo, despertando y fortaleciendo en él sus capacidades esenciales para que pueda convertirse en una personalidad capaz de participar responsablemente en la sociedad, la cultura y la religión, capaz de amar y ser amado y de ser feliz».

Tomando en consideración estas definiciones, la educación de las personas es un tema en el que las empresas editoriales pueden tener una gran influencia, puesto

que estas producen y distribuyen materiales como libros y revistas que pueden contener informaciones que a su vez tienen la capacidad de incidir en el desarrollo de los individuos en la sociedad, ya que pueden tratar temas del ámbito de los negocios, la política, la cultura, la literatura per se, inclusive logran tocar tópicos como la superación personal.

Al basarse en las informaciones referidas, la viabilidad de este trabajo la verificaremos mediante un estudio del mercado que presente la posibilidad de apertura nuestra empresa editorial Hilos Rojos en Santo Domingo y como las personas perciben su relevancia en el tema de la educación colectiva, es decir, que puede aportar a este asunto.

Ya con esto planteado, hay que agregar que Hilos Rojos pretende cumplir con todas las peticiones de los autores que busquen confeccionar sus ideas a través de esta, e inclusive mejorarlas de ser posible. Asimismo, nuestra empresa busca participar en los programas de desarrollo educativo que se han iniciado en el país para que los jóvenes tengan un mejor futuro profesional.

Con esto dicho, para tener una muestra de lo que las personas entienden sobre lo que es y hace una editorial, además de su posible incidencia en la educación de la sociedad y en las iniciativas que buscan promover este tema por parte del Estado e instituciones públicas como el Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD) realizamos una investigación mediante una encuesta que estará anexada a este trabajo

Para llegar a consumir nuestro objetivo, esta monografía va a constar de tres capítulos, que son: **Capítulo I: Gestión de una empresa editorial**, que tratara lo que es una empresa editorial en sí, el origen y el desarrollo a través del tiempo de este tipo de entidades, asimismo los conceptos generales de una editorial, su influencia en la educación, qué papel puede tener en cuanto a fomentar este tema en la sociedad dominicana y una referencia de las instituciones de esta naturaleza vigentes en el país. El **Capítulo II Proceso para crear una PYME en República**

Dominicana, se enfocará en los pasos para crear una empresa en el país, así como los requerimientos que debe cumplir para que pueda constituirse, y de la misma manera, contemplará las regulaciones gubernamentales dirigidas a las PYMES. En el **Capítulo III: Creación de una empresa editorial y su impacto en la educación colectiva**, se analizará cómo es la creación de una institución de este tipo, la factibilidad de crear una en la provincia de Santo Domingo, además se presentará un estudio de mercado que ayudará a determinar si es posible lo anterior, y de la misma manera se pronunciará la viabilidad financiera de este proyecto, junto a una encuesta de cómo la gente percibe que una editorial tenga un rol en los programas de fomento educacional.

Al final de este trabajo hay plasmadas varias conclusiones vinculadas al mismo.

Capítulo I

Gestión de una editorial y su impacto en la educación colectiva

1.1 Editorial

Una empresa editorial es la que se dedica a editar proyectos literarios de acuerdo con las peticiones del cliente y a corregirlos de la mejor manera posible a través de medios de impresión o digitales para luego difundir el resultado final.

Este tipo de negocios tiene como operaciones principales la supervisión y la edición de los proyectos que recibe, la elaboración de ideas propias y la distribución de todos los referidos.

Generalmente se ha relacionado a este tipo de empresas desde sus orígenes solamente a la publicación de obras literarias, revistas de diversos temas, artículos y periódicos, sin embargo, cabe destacar que gracias al avance de la tecnología que generó el comienzo de la era de la información, los proyectos que las editoriales pueden difundir no se limitan solo a los impresos, sino que también pueden desarrollar proyectos por medios digitales o electrónicos, como son las páginas web, los blogs y los llamados “e-books” o libros digitales.

El proceso de elaboración de las ediciones en las empresas de este tipo consta de una serie de pasos invariables, que comienzan con la confección del material original que se va a editar por parte de su respectivo autor, siguiéndole la edición del mismo, luego su proceso de reproducción, seguido de su publicación y distribución, lo que lleva al último paso, que es el consumo del lector. (Diseño Editorial, s.f.)

1.2 Origen y evolución de la industria editorial

La industria editorial existe desde que se comenzó a utilizar la escritura en pergaminos y pieles para realizar obras literarias o simplemente reportes de algún suceso, hecho que se originó en la era feudal durante la Edad Media y se formalizó en 1450 con la creación de la imprenta por **Johannes Gutenberg**, un orfebre alemán. No obstante, algunas fuentes indican que pudo haber nacido en la antigüedad, puesto que se han encontrado impresiones que datan de los años a.C. en China.

Durante el renacimiento, el invento de la imprenta comenzó a tomar auge y ya para mediados del siglo XVI se convirtió en una actividad comercial que revolucionaría la forma en que se distribuían los escritos, además de que daría apertura a la edición de las obras literarias.

Cabe destacar que en el siglo XVII se creó el Derecho de Autor, que son las normas jurídicas que son concedidas por la ley a los autores de una obra o idea que ya ha sido publicada o aún no se ha editado. Las editoriales tuvieron la obligación de reconocer esta normativa y adoptarla a su negocio para evitar problemas legales frente a los autores de las obras que editaban y distribuían. En el siglo XIX las editoriales ya eran reconocidas como empresas lucrativas y ya no tan enfocadas en promocionar la cultura.

La industria editorial se mantuvo sin cambios importantes hasta que inició la época de la información, que trajo consigo la revolución tecnológica con las computadoras y volvió obsoletas las máquinas de escribir, hecho que dio apertura a la edición e imprenta digital.

Para comienzos del siglo XXI se entendía que las empresas que se desenvuelven en este mercado estaban “retrasadas” en cuanto a tecnología se refería, sin embargo, gracias al internet y a las innovaciones tecnológicas la manera de producir y editar proyectos literarios se hizo más rápida y eficiente debido a que se pudieron

incorporar a plenitud los procesos digitales y electrónicos a las operaciones de las editoriales.

No obstante, los avances en las tecnologías y las comunicaciones han creado algunos obstáculos para las empresas editoriales, como la legislación de los derechos de autor, además de que el proceso de digitalizar las obras literarias que están en el catálogo de una empresa editorial es muy arduo y requiere una inversión importante para llevarse a cabo. Esto demuestra que la edición de los libros físicos sigue siendo una parte importante para esta industria.

Tomando en cuenta los planteamientos establecidos anteriormente, se puede decir que hoy en día esta industria no está descartada ni se ha estancado ante los avances tecnológicos que han surgido porque hay pruebas de que se ha adaptado y que lo seguirá haciendo durante varios años más. (htt1)

Con esto dicho, las empresas editoriales aún tienen mucho que aportar a la sociedad actual, ya que a través de estas se puede fomentar y promover temas fundamentales para el desarrollo de las personas como es la educación. (Historia de la industria Editorial, s.f.)

1.3 Conceptos generales de una editorial

Para tener claro cómo funciona una empresa editorial, sus procesos y cómo puede aportar al fomento de la educación colectiva en la sociedad, es necesario aclarar los conceptos que más se utilizan en este tipo de negocios. Partiendo de este punto, contemplamos las siguientes definiciones relacionadas al tema para tener un mejor entendimiento de este:

Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera (1990) dicen en su libro **Hacer Empresa: Un Reto**, que una **empresa** es “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la

producción y/o distribución de bienes o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.” (Concepto Clave empresa según expertos, s.f.)

De la misma manera, Un libro es una **obra compuesta por un conjunto de hojas de papel o de otro material, encuadernadas y protegidas con una tapa o cubierta, que forman un volumen.** (Significados).

Los libros son el producto principal que tienen las editoriales para realizar sus actividades y desarrollar su negocio. (Significados, s.f.)

Teniendo como referencia el último concepto, es válido resaltar que una **editorial** es una empresa que se encarga de plasmar las ideas literarias de autores mediante la edición de estas. y a su vez distribuir esos proyectos u obras para que lleguen a los consumidores o lectores. (Anónimo, 2018)

Partiendo de lo anterior, hay que señalar que la **edición de libros** es el proceso de modificar, corregir (si es necesario), producir y distribuir las copias de un libro con el mismo formato. (Anónimo, 2018).

Asimismo, un **lector** se define como aquel individuo que lee ya sea un libro, un periódico, una revista, un documento, entre otros materiales plausibles de ser leídos, y que lo puede hacer tanto en silencio como en voz alta, y en diversos contextos. (Definición Lector, 2008)

Por otra parte, se entiende que un **autor** es toda persona que crea una determinada obra sobre la que tendrá derechos protegidos por la ley. (Derecho de Autor, 2008)

Teniendo una aclaración de los conceptos ya presentados con anterioridad, se puede decir que una empresa editorial básicamente se encarga de elaborar el material basado en la idea del autor, promocionarlo para así hacerlo llegar a los lectores.

Dicho esto, debido a la naturaleza de esta empresa, la misma puede incidir en la educación de la sociedad, puesto que, al distribuir obras literarias, es capaz de promover cualquier iniciativa, movimiento o proyecto relativo al tema, ya que el contenido de los libros puede estar dirigido a fomentar la educación de las personas sobre un tópico de interés.

1.3.1 Influencia de una empresa editorial en la educación

La educación es esencial para el desarrollo de una sociedad, por esa misma razón el Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD) y el presidente de turno Danilo Medina han incluido en la Estrategia Nacional de Desarrollo (END) el Pacto por la Educación, el cual busca impulsar que los dominicanos desarrollen su potencial lo más que puedan. Dicha iniciativa, ha diseñado diversas reformas y reestructuraciones en el sistema educativo dominicano que buscan que los estudiantes de todos los niveles educativos amplíen y mantengan sus conocimientos. (Pacto nacional para la reforma educativa en la república dominicana , 2014)

Con eso dicho, las editoriales pueden tener un rol importante en el desarrollo de esta iniciativa, puesto que pueden proveer a los programas contemplados por dicho pacto de materiales que contribuyen a su propósito, que son los libros, los cuales poseen la capacidad de influir en la formación educativa de una persona en niveles muy altos. (Pacto por la educación busca que dominicanos desarrollen al máximo su potencial, s.f.)

1.4 Planteamiento del problema vigente en República Dominicana

El Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD) tiene proyectado invertir en educación para este 2018, según el Presupuesto nacional y lo establecido en la Ley General de Presupuesto, RD\$153,495 millones con una variación porcentual de 7.34%, en conjunto con el 4% del PIB asignado.

Cabe destacar que el Banco Mundial (BM) reconoció el esfuerzo del Gobierno para mejorar la calidad de la educación en el país mediante un Pacto Educativo y programas. No obstante, el referido organismo alertó que hay una crisis de aprendizaje a nivel mundial y que una gran cantidad de jóvenes en países tercermundistas como la República Dominicana tienen una alta posibilidad de perder oportunidades de crecimiento profesional y de recibir bajos ingresos debido a la inadecuada preparación que perciben en sus niveles educativos de primaria y secundaria, es decir, un problema en la escolarización, que como consecuencia afectaría el crecimiento económico, puesto que como los estudiantes no se preparan como profesionales, no serán tomados en cuenta para un empleo, y como hay menos empleos, no se generan riquezas. (Consideraciones presupuesto 2018 ministerio de educacion, 2018)

Asimismo, el BM destacó que la República Dominicana tiene la capacidad de mejorar su sistema educativo. En este punto es que las empresas editoriales pueden tener un rol importante, ya que sus productos pueden ser un recurso que los programas para la educación utilicen para lograr su objetivo de mejorar la calidad del sistema educacional.

Por esta razón entendemos que las editoriales jugarían un papel importante en la mejora de la educación a nivel primario, secundario, superior e inclusive técnico, debido a que los libros y materiales que comercializa podrían ser dirigidos a actividades no lucrativas cuyo objetivo es simplemente impulsar el desarrollo educativo de los estudiantes de todo el país. (Resalta importancia de inversaion dominicana del 4 del PIB para educacion, s.f.)

1.5 Editoriales en República Dominicana

Esta es una lista de las empresas editoriales registradas y que están actualmente operando en República Dominicana:

Fondo Editorial, S.A.

Editorial Surco

Ediciones Cabrer, S.R.L.

Impresos Mejia

Letra Gráfica Cole, S. A.

Publisol

Editorial Suplemento

Editorial Actualidad Escolar 2000

Medios Especializados de América, S.R.L.

Sociedad Dominicana de Bibliófilos

Editorial Eclipse

Editora J y B

Editora Josora

Academia Dominicana de la Historia

Imprenta Paulino

Editora Alfa & Omega, S.R.L.

Distribuidora Escolar, S. A.

Editora Tropicalle CxA

Editora Búho, S.R.L.

Capítulo II

Proceso para crear una PYME en República Dominicana

2.1 Pasos para constituir una empresa.

Para crear nuestra empresa en República Dominicana tenemos que seguir una serie de pautas y cumplir con ciertos requisitos, los cuales son:

- Registrar el nombre comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI)
 - Esto tardará unos 5 días laborales.
 - Costará RD\$4,755.00.
- Pagar el impuesto de constitución en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) el cual se paga en el Banco de Reservas de la República Dominicana.
 - 1 día laborable que será simultáneo al proceso anterior.
 - Tendrá un costo del 1% del capital autorizado.
- Registrar los Documentos Legales en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo.
 - Este trámite puede tardar unos 5 días laborables aproximadamente.
 - Habrá que pagar RD\$2,500.00 por dicho trámite.

- Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC).
 - Tardará aproximadamente 7 días laborables.
 - No tendrá costo alguno.

2.1.1 Registro de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII)

La Dirección General de Impuestos Internos (DGII) es la institución que se encarga de la administración y/o recaudación de los principales impuestos internos y tasas en la República Dominicana.

La DGII surge con la promulgación de la Ley 166-97, que fusiona las antiguas Direcciones Generales de Rentas Internas e Impuestos Sobre la Renta. En fecha 19 de julio del año 2006 se promulgó la Ley No. 227-06 que otorga personalidad jurídica y autonomía funcional, presupuestaria, administrativa, técnica y patrimonio propio a la Dirección General de Impuestos Internos.

El Registro Nacional de Contribuyentes (RNC) es un número que se utiliza como código de identificación de los contribuyentes en sus actividades fiscales y como control de la administración para dar seguimiento al cumplimiento de los deberes y derechos de estos.

Pasos para registrarse en la DGII como persona jurídica:

- Formulario de Declaración Jurada de Registro y Actualización de Datos de Personas Físicas RC-01 llenado y firmado.
- Copia de la Cédula de Identidad y Electoral del solicitante de ambos lados.
- Copia del Pasaporte vigente que contenga No. de identificación (aplica en caso de extranjeros no residentes y dominicanos residentes en el exterior que no poseen Cédula de Identidad y Electoral).

- Copia del certificado del nombre comercial emitido por ONAPI (aplica en caso de poseer nombre comercial).
- Carta de autorización (en caso de que un tercero sea el que realice la solicitud).
- Copia de la Cédula de Identidad y Electoral del representante de ambos lados (en caso de que un tercero sea el que realice la solicitud).
- Copia del Certificado del Registro Mercantil (si lo posee). (Dirección general de impuestos internos (DGII), n.d.)

2.1.2 Registro Ministerio de Trabajo (MT)

El Ministerio de Trabajo (MT) es el organismo responsable de elaborar todas las políticas del país que tengan que ver con el sector empleo, así como también propiciar una autonomía en los sectores de la sociedad que regulen las relaciones de trabajo.

Partiendo de esto, nuestra empresa procede a registrar a nuestros empleados en este ministerio porque es la entidad que va a regular las relaciones laborales entre los empleados y la empresa.

Otra razón por la cual debemos registrar los empleados en el Ministerio es porque de este asentamiento dependen los derechos y deberes de ambas partes. En el caso del empleado podemos citar como derechos la seguridad social, el seguro médico, el seguro de riesgos laborales, la liquidación, pensión, entre otros. En el

caso de los empleadores podemos mencionar la puntualidad, la calidad del trabajo, el respeto, horas trabajadas, el cumplimiento de las funciones, entre otras.

Vale destacar que existen acuerdos entre empleados y empleador que no requieren de este registro y el empleado aprueba su renuncia a los derechos mediante una cláusula escrita en el contrato de trabajo. (BANCO POPULAR, POPULAR IMPULSA, 2014)

2.1.3 Registro en Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI)

La Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI) es una Institución adscrita al Ministerio de Industria y Comercio, con autonomía técnica y con patrimonio propio, que administra todo lo relativo a la concesión, al mantenimiento y vigencia de las diferentes modalidades de la Propiedad Industrial (Patentes de Invención, de Modelos de Utilidad, Registro de Diseños Industriales y de Signos Distintivos).

Propiedad industrial: patentes y marcas (ONAPI)

ONAPI es una Institución adscrita al Ministerio de Industria y Comercio, con autonomía técnica y con patrimonio propio, que administra todo lo relativo a la concesión, al mantenimiento y vigencia de las diferentes modalidades de la Propiedad Industrial (Patentes de Invención, de Modelos de Utilidad, Registro de Diseños Industriales y de Signos Distintivos).

La ONAPI tiene el compromiso de:

Garantizar la seguridad jurídica de los titulares de derechos mediante una observancia rigurosa de la legislación y procesos eficientes.

Facilitar el acceso a la protección de la inventiva y creatividad nacional.

Cooperar la conveniencia del desarrollo tecnológico por parte de nuestros nacionales con miras a generar bienestar y ser cada día más competitivos.

(ministerio de industria comercio y MiPymes, n.d.)

Además, se debe anexar copias de las cédulas de identidad o del RNC si la empresa lo posee o del pasaporte, si es extranjero. Si es necesario, también un poder de representación.

Ahora bien, si la marca es figurativa, es decir, que contiene sólo imágenes, dibujos, entre otros; mixta, contiene componente denominativo y gráfico o tridimensional, que corresponde a la forma de los productos o empaques, siempre y cuando sean su aspecto característico, se debe proceder de la forma siguiente:

Una carta o formulario dirigido a ONAPI con los siguientes datos:

- Nombres y apellidos completos del solicitante y gestor.
- Domicilio permanente.
- Número de teléfono, celular, fax y correo electrónico.
- Denominación de la marca mixta o figurativa o tridimensional.
- Debes enumerar los productos o servicios que deseas proteger con la marca solicitada e indicar las clases internacionales a las que pertenecen, en virtud de la clasificación de Niza.
- Una breve descripción de diseño.
- Las firmas del solicitante y su representante, si aplica.
- Anexar copias de las cédulas de identidad o del RNC si la empresa lo posee o del pasaporte, si es extranjero. Luego de varias (5) duplicaciones del diseño, en dimensiones no mayor de 15cm x 15cm, que deberán ser a colores si se reivindican colores. Y finalmente, poder de representación, si fuese el caso.

Los requisitos para el registro de nombre comercial: El formulario de registro, se debe llenar a computadora, a este formulario se le anexar copia de la cédula o RNC una copia del formulario (como comprobante de solicitud).

La tasa por servicios es RD\$ 4,755.00 (pago único por 10 años)

En un plazo no mayor a cinco días laborables es entregado el certificado de registro, si el mismo es aprobado.

Se puede realizar la solicitud vía su portal de internet. www.onapi.gob.do donde recibe su registro sin tener que trasladarse a las oficinas.

En el portal el pago de la tasa se realiza con Tarjeta de Crédito o débito.

2.1.4 Registro Mercantil.

El Registro Mercantil es el servicio que ofrece la Cámara de Santo Domingo que te brinda la oportunidad de que tu negocio pueda acceder a los beneficios y facilidades que se obtienen al estar formalizado.

El Registro Mercantil, tal y como ha sido concebido por el legislador, “es el sistema conformado por la matrícula, renovación e inscripción de los libros, actos y documentos relacionados con las actividades industriales, comerciales y de servicios, que realizan las personas físicas o morales que se dedican de manera habitual al comercio...”. Se instituyó en nuestro país en virtud de la Ley 52-60, sobre Establecimiento de Empresas Comerciales o Industriales, Registro Mercantil e Inscripción Industrial y actualmente se rige por la Ley 3-02 de fecha 18 de enero del año 2002, la cual le otorgó carácter público obligatorio y auténtico, con valor probatorio y oponible ante los terceros.

El Registro Mercantil es administrado por las Cámaras de Comercio y Producción facultadas por la ley a nivel nacional y bajo la supervisión de la Secretaría de Estado de Industria y Comercio.

Beneficios de estar formalizado

- Facilita la relación entre los comerciantes.
- Posibilita acceder a los servicios financieros.
- Permite obtener información de las compañías inscritas.

Funciones del Registro Mercantil

- Matricular e inscribir todos los documentos de las compañías para que sean conocidos por cualquier persona interesada a partir de dicha inscripción.
- Certificar la información de las compañías depositadas en el Registro Mercantil.
- Archivar y proteger los documentos legales de las compañías y/o personas físicas.
- Legitimar los Textos de Registro de Operaciones de los comerciantes conforme al Artículo 14, literal f) de la Ley No. 50-87, sobre Cámaras de Comercio y Producción.

Requisitos por Tipo Societario

Persona Física Crear este tipo de Empresa

- Cierre Registral Personas Físicas
- Matriculación Personas Física
- Modificación Personas Físicas
- Renovación Personas Físicas

Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)

- Cierre Registral por Disolución (sin bienes a liquidar)
- Matriculación y Transformación

- Matriculación
- Modificación por Transformación
- Renovación al Registro Mercantil
- Modificaciones al Registro Mercantil

2.2 Ley No. 488-08 sobre MIPYME.

La Ley No. 488-08, publicada el 30 de diciembre del año 2008, constituye un régimen regulatorio para el desarrollo y la competitividad de las entidades conocidas como MIPYMES (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas).

Para la elaboración de la referida Ley, se consideró que las MIPYMES constituyen una columna imperante de la economía de República Dominicana puesto que significan una fuente que genera empleos que contribuyen al crecimiento del PIB. Asimismo, también se tomó en consideración para la creación de esta normativa la importancia que tiene para el Estado el mantenimiento y el desarrollo de estas empresas, así como que los servicios financieros y no financieros pueden privados pueden alcanzar un mayor dinamismo.

Hay que señalar que el objetivo principal de la Ley 488-08 es implantar un marco de regulación y un ente supervisor que busquen suscitar el desarrollo social y económico del país mediante el fortalecimiento competitivo de las MIPYMES. De la misma manera, dicha ley también busca promover el desarrollo integral de estas empresas por sus capacidades de ser fuentes de empleos y contribuir a generación de riquezas que ayuda a la estabilidad social y contribuye en la eliminación de la pobreza.

Es justo destacar que el **artículo 2** de la mencionada ley provee definiciones de lo que son las MIPYMES y las diferencias entre las mismas puntualizando que:

Las **Microempresas** son un ente económico que pueden ser tanto formales como informales que poseen de 1 a 15 empleados y un activo que ronda los RD\$3,000,000.01, además de generar ingresos brutos anuales o facturación de hasta RD\$6,000,000.00.

Las **Pequeñas Empresas** son las unidades económicas tienen un número de 16 a 60 trabajadores, con un activo de RD\$3,000,000.01 hasta RD\$12,000,000.01, además de generar ingresos brutos anuales o facturación de RD\$6,000,000.01 hasta los RD\$40,000,000,.01.

Por su parte, las **Medianas Empresas** son aquellas que tienen de 61 a 200 empleados y un activo de RD\$12,000,000.01 a RD\$40,000,000.01, además de generar ingresos brutos anuales o facturación de RD\$40,000,000,.01. a RD\$150,000,000.00.

El **Párrafo II** del mencionado artículo establece que las MIPYMES que buscan favorecerse de la Ley 488-08 tienen que cumplir con las siguientes exigencias:

- Cumplir con las obligaciones tributarias.
- Estar formalizadas.
- Acatar con las obligaciones laborales.

En el **artículo 3** señala que la ley crea al Consejo Nacional de Promoción y apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Consejo Nacional PROMIPYMES) como entidad responsable de la administración, control y aplicación de esta ley en el país. De la misma manera y en vinculación a lo anterior, el **artículo 6** denota que el PROMIPYMES tiene el deber de:

- Fomentar y contribuir en el esclarecimiento, formulación y realización de políticas generales, transversales, sectoriales y regionales de índole promocional y de apoyo para las MIPYMES.
- Evaluar el ambiente económico, político y social, de la misma manera que las leyes, decretos y resoluciones emitidas por la autoridad pública, con el propósito de evaluar su impacto sobre las MIPYMES y, en ese sentido, plantear y gestionar la readecuación de las que le sean adversas.
- Promover y dar apoyo a la ejecución de estudios que buscan determinar las necesidades y demandas de las MIPYMES, así como la situación de desempeño de la cadena de valor relacionada con este tipo de entes productivos.

Con las puntualizaciones realizadas, se puede decir que esta ley aspira a que las MIPYMES tengan los medios para desarrollarse y que puedan contar con la ayuda del Estado dominicano y del sector privado para fortalecerse.

Dicho esto, el **artículo 18** apunta que en coordinación con el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD) y con otras instituciones públicas que determinan políticas para el desarrollo productivo del país, el PROMIPYMES pretende identificar y darles prioridad a los sectores productivos con mayor potencial de generación de empleos, divisas y riquezas.

Incluso el artículo 20 se precisa que PROMIPYME junto al Ministerio de Estado de Planificación, Economía y Desarrollo (MEPyD) y al Centro de Exportación e Inversión (CEI-RD), establecerá políticas de Comercio Exterior, que contribuyan al desarrollo de la cultura de exportación de los empresarios del sector, así como a la generación de empleos productivos y divisas para el país.

Mientras el artículo 21 refiere que debe existir **acceso de las MIPYMES a los mercados de bienes y servicios y de factores del Estado.**

La Ley de MIPYME establece que las instituciones estatales, al momento de realizar las compras de bienes y servicios, deben de efectuar el 15% de estas a las MIPYMES, siempre que los bienes y servicios demandados por dichas instituciones sean ofertados por estas.

Asimismo, indica que en caso de que las MIPYME sean dirigidas por mujeres, las instituciones estatales, al momento de realizar las compras de bienes y servicios, deben efectuar el 20% a este tipo de empresas, particularmente.

La Ley obliga a las instituciones a **colaborar con la capacitación de los empresarios MIPYME**, y con su desarrollo, productividad y promoción. (DGII,2008) (Banco Popular,2013)

Capítulo III

Creación de una empresa editorial y su impacto en la educación colectiva



3.1 Empresa editorial Hilos Rojos.

Reseña histórica:

Inicia con el deseo y anhelo de un grupo de jóvenes después de identificar la falta de una editorial (juvenil) en el país. Estas ven el talento sin explorar que existe en la industria más grande para escritores y el anhelo de las lectoras por tener sus historias preferidas en papel. Nos motiva el amor por la lectura y vivir nuevas vidas, nos motiva lo diferente, las ganas de ver los sueños realizados.

Misión: Nuestra misión es editar, publicar y ofrecer textos de alta calidad con los mejores contenidos y servicios en conjunto con un equipo comprometido para lograr la total satisfacción de los clientes y un mayor fomento del amor por la lectura y la escritura.

Visión: Nuestra visión es convertirnos en una de las mejores editoriales del país y posicionarnos entre las mejores editoriales del mundo con los más altos estándares de calidad con un equipo confiable y eficaz.

Valores:

- Honestidad.
- Orden.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Confianza.
- Credibilidad.
- Cooperación.
- Discreción.

Análisis FODA:**Fortalezas:**

- Entusiasmo
- Determinación
- Personal confiable
- Personal capacitado en cada una de las áreas
- Publicación títulos de calidad
- Creación de diseños únicos y personalizados para cada historia.
- Equipo imparcial y responsable.
- Dominio en las redes sociales.
- Confidencialidad en lo que hacen.

Oportunidades:

- Innovar en el mercado de editoriales dominicanas.
- Dar la oportunidad a nuevos autores de publicar sus libros
- Ofrecer servicios de edición, diseño, corrección.
- Ofrecer la Promoción de las obras editadas y distribuir las de una manera adecuada.
- Amplio dominio de las redes sociales.

Debilidades:

- Posibles fallas en la producción.
- Ser una editorial nueva.

Amenazas:

- Gran competencia en el mercado.
- Ser una editorial nueva.
- Mercado inestable actualmente.
- Atraer a la atención de librerías al comercio con nosotros.

3.2 Factibilidad de crear una empresa editorial en Santo Domingo

En esta parte analizaremos la factibilidad de establecer una empresa de ese tipo en la ciudad de Santo Domingo

3.3 Análisis de mercado

A continuación, listamos algunos de los competidores que se encuentran en el mercado editorial de la República Dominicana:

Fondo Editorial S.A. Editorial Surco, Ediciones Cabrer, S.R.L., Impresos Mejia, Letra Gráfica Cole, S. A. Publisol, Editorial Suplemento, Editorial Actualidad Escolar 2000, Medios Especializados de América, S.R.L., Sociedad Dominicana de Bibliófilos, Editorial Eclipse, Editora J y B, Editora Josora, Academia Dominicana de la Historia, Imprenta Paulino, Editora Alfa & Omega, S.R.L., Distribuidora Escolar, S. A., Editora Tropicalle CxA, Editora Búho, S.R.L.

Donde según la encuesta realizada a la muestra la más conocida es Santillana con un 34%, siendo esta una empresa internacional.

3.4 Viabilidad financiera

HILOS ROJOS EDITORIAL S.R.L.

RELACION DE EQUIPOS NECESARIOS

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINAS

Cant	Descripcion	Costo	Total
1	Escritorio	3,400.00	3,400.00
1	Aire acondicionado Split 12000 btu	14,000.00	14,000.00
2	Computador Desktop	20,000.00	40,000.00
2	Monitor LCD 19	7,295.00	14,590.00
2	UPS	1,995.00	3,990.00
1	Multifuncional	8,995.00	8,995.00
3	Cortinas decorativas	2,500.00	7,500.00
1	Cafetera electrica	1,500.00	1,500.00
1	Caja fuerte	3,000.00	3,000.00
1	Telefono inalambrico	1,500.00	1,500.00
3	Sillon Secretaria	3,100.00	9,300.00
1	Archivo 4 gabetas metal	3,890.00	3,890.00
2	Sistema de camaras seguridad	2,700.00	5,400.00
1	Software	15,790.00	15,790.00
1	Silla de Espera	1,200.00	1,200.00
1	Bebedero	5,000.00	5,000.00
	Total		139,055.00

MEJORA EN PROPIEDAD ARRENDADA

Cant	Descripcion	Costo	Total
2	Lamparas decorativas	2,800.00	5,600.00
2	Cubiculos	10,000.00	20,000.00
5	Pintura de pared	550.00	2,750.00
1	cerradura electrica	1,500.00	1,500.00
1	Letrero	25,000.00	25,000.00
	Total		54,850.00

	Total General		193,905.00
--	---------------	--	-------------------

3.4.1 Presupuesto Empresarial

HILOS ROJOS EDITORIAL S.R.L.

Proyeccion Necesidad de Financiamientos 5 años

PRESTAMO	1,000,000
Tasa Anual	12.00%
Tasa mensual	1.00%
No. pagos	36
Cuota de pago	(33,214)

3.4.2 Pronóstico de Ventas

HILOS ROJOS EDITORIAL S.R.L.

Pronostico de ventas

Incremento	5%	10%	10%	10%	
CANTIDAD	2018	2019	2020	2021	2022
EDICION	2,004	2,104	2,315	2,546	2,801
CORRECCION	2,400	2,520	2,772	3,049	3,354
PUBLICACION	1,800	1,890	2,079	2,287	2,516
VALORACION	3,000	3,150	3,465	3,812	4,193

Incremento	0%	5%	0%	5%	
PRECIO DE LISTA	2018	2019	2020	2021	2022
EDICION	720.00	720.00	756.00	756.00	793.80
CORRECCION	1,440.00	1,440.00	1,512.00	1,512.00	1,587.60
PUBLICACION	2,400.00	2,400.00	2,520.00	2,520.00	2,646.00
VALORACION	960.00	960.00	1,008.00	1,008.00	1,058.40

PROYECCION DE VENTAS	2018	2019	2020	2021	2022
EDICION	1,442,880	1,515,024	1,749,853	1,924,838	2,223,188
CORRECCION	3,456,000	3,628,800	4,191,264	4,610,390	5,325,001
PUBLICACION	4,320,000	4,536,000	5,239,080	5,762,988	6,656,251
VALORACION	2,880,000	3,024,000	3,492,720	3,841,992	4,437,501
Total Ingresos por servicios	12,098,880	12,703,824	14,672,917	16,140,208	18,641,941

3.4.3 Proyecciones de Activos Fijos

HILOS ROJOS EDITORIAL S.R.L.

Proyeccion Inversiones Activos Fijos

NUMEROS ACTIVOS FJOS REQUERIDOS						
DESCRIPCIÓN	INVERSION INICIAL	2018	2019	2020	2021	2022
MEJORA EN PROPIEDAD ARRENDADA	1	1				
MOBILIARIOS Y ENSERES OFICINAS	1	2	1	1	1	1
TOTAL	1	2	1	1	1	1

PRECIOS ACTIVOS FJOS REQUERIDOS						
DESCRIPCIÓN	INVERSION INICIAL	2018	2019	2020	2021	2022
MEJORA EN PROPIEDAD ARRENDADA	54.850					
MOBILIARIOS Y ENSERES OFICINAS	139.055	139.055	152.961	168.257	185.082	203.590
0.0						

INVERSION REAL Y FUTURA ACTIVOS FJOS						
DESCRIPCIÓN	INVERSION INICIAL	2018	2019	2020	2021	2022
ACTIVOS FJOS	193,905	278,110	152,961	168,257	185,082	203,590
MEJORA EN PROPIEDAD ARRENDADA	54.850	0	0	0	0	0
MOBILIARIOS Y ENSERES OFICINAS	139.055	278.110	152.961	168.257	185.082	203.590
0.0	0	0	0	0	0	0

3.4.4 Proyección de gastos de personal

HILOS ROJOS EDITORIAL S.R.L.

Proyeccion Gastos de Personal

NUMEROS PERSONAL REQUERIDO ADMINISTRATIVO					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
SOCIOS	3	3	3	3	3
SECRETARIA	1	1	1	1	1
DISEÑADOR	2	3	3	3	3
EDITOR	2	3	3	3	3
TOTAL	8	10	10	10	10

SUELDOS ESTIMADOS POR POSICION					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
SOCIOS	5,000	5,500	6,050	6,655	7,321
SECRETARIA	12,000	13,200	14,520	15,972	17,569
DISEÑADOR	15,000	16,500	18,150	19,965	21,962
EDITOR	12,000	13,200	14,520	15,972	17,569

GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
SUELDOS Y SALARIOS	972,000	1,425,600	1,568,160	1,724,976	1,897,474
REGALIA PASCUAL	81,000	118,800	130,680	143,748	158,123
VACACIONES	47,587	69,794	76,774	84,451	92,896
SEGURO MEDICO COMPLEMENTARIO	0	0	0	0	0
PLAN DE PENSIONES	69,012	101,218	111,339	122,473	134,721
SEGURO FAMILIAR DE SALUD	68,915	101,075	111,183	122,301	134,531
SEGURO ACCIDENTE DE TRABAJO	12,636	18,533	20,386	22,425	24,667
INFOTEP	9,720	14,256	15,682	17,250	18,975
PRE-AVISO	1,762	1,939	2,133	2,346	2,580
CESANTIA	1,448	1,593	1,752	1,927	2,120
TOTAL	1,264,080	1,852,807	2,038,088	2,241,897	2,466,086

3.4.5 Balance General

HILOS ROJOS EDITORIAL S.R.L.

Estado Ganancias y/o Pérdidas Proyectado 5 años

Valores en RD\$

	2018	2019	2020	2021	2022
<i>Ventas por Productos</i>					
EDICION	1,442,880	1,515,024	1,749,853	1,924,838	2,223,188
CORRECCION	3,456,000	3,628,800	4,191,264	4,610,390	5,325,001
PUBLICACION	4,320,000	4,536,000	5,239,080	5,762,988	6,656,251
VALORACION	2,880,000	3,024,000	3,492,720	3,841,992	4,437,501
Total	12,098,880	12,703,824	14,672,917	16,140,208	18,641,941
INGRESOS	12,098,880	12,703,824	14,672,917	16,140,208	18,641,941
<i>Ingresos por ventas</i>	12,098,880	12,703,824	14,672,917	16,140,208	18,641,941
Total Facturado anual	12,098,880	12,703,824	14,672,917	16,140,208	18,641,941
Ingresos acumulados	12,098,880	24,802,704	39,475,621	55,615,829	74,257,770
<i>Incremento venta anual</i>					
Ingresos Brutos	12,098,880	12,703,824	14,672,917	16,140,208	18,641,941
<i>Itbis 18% s/ingresos</i>	1,935,821	2,032,612	2,347,867	2,582,433	2,982,711
Ventas Netas	10,163,059	10,671,212	12,325,250	13,557,775	15,659,230
Costos de Ventas	(2,419,776)	(2,540,765)	(2,934,583)	(3,228,042)	(3,728,388)
UTILIDAD BRUTA	7,743,283	8,130,447	9,390,667	10,329,733	11,930,842
GASTOS DE MARKETING	10,500	10,815	14,060	14,060	14,060
<i>Gastos Mercadeo y publicidad</i>	10,500	10,815	14,060	14,060	14,060
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS	1,766,064	2,543,623	2,805,500	3,093,564	3,375,670
<i>Gastos de Personal</i>	1,264,080	1,852,807	2,038,088	2,241,897	2,466,086
<i>Gastos servicios publicos</i>	113,050	124,355	136,791	150,470	165,517
<i>Otros gastos operativos</i>	343,200	451,200	477,120	505,632	536,995
<i>Gastos depreciaciones y amortizaciones</i>	45,734	115,261	153,501	195,566	207,072
EBIT (Utilidad Operativa)	5,966,719	5,576,009	6,571,108	7,222,110	8,541,112
<i>Gastos Financieros</i>	16,911	21,559	11,569	847	0
<i>Otros ingresos</i>					
Utilidad Antes ISR	5,949,808	5,554,450	6,559,538	7,221,264	8,541,112
<i>Im puestos sobre la renta</i>	1,487,452	1,388,613	1,639,885	1,805,316	2,135,278
Utilidad Neta	4,462,356	4,165,838	4,919,654	5,415,948	6,405,834
Rentabilidad operativa antes de ISR	44%	39%	40%	40%	41%
EBIT DA (Utilidad Operativa antes ISR +de	6,012,453	5,691,270	6,724,609	7,417,676	8,748,185
<i>Depreciación & Amortización</i>	45,734	115,261	153,501	195,566	207,072

Balance General Projectado 5 años

Valores en RD\$

Balance General	2018	2019	2020	2021	2022
Activos					
Efectivo en caja y banco	4,462,356	4,165,838	4,919,654	5,415,948	6,405,834
Mejora en Propiedad Arrendada	54,850	54,850	54,850	54,850	54,850
Mobiliarios & Enseres Oficinas	139,055	139,055	139,055	139,055	139,055
Software	28,248	28,248	28,248	28,248	28,248
Certificado de Inversión	2,885,752	7,602,927	12,479,114	18,029,996	24,273,943
Depositos Alquiler	32,000	32,000	32,000	32,000	32,000
Depreciación acum. Equipos	(45,734)	(115,261)	(153,501)	(195,566)	(207,072)
Total Activos	7,556,527	11,907,656	17,499,419	23,504,531	30,726,858
Pasivos					
Cuentas por pagar proveedores	423,461	444,634	513,552	564,907	652,468
Cuentas por pagar accionistas	0	0	0	0	0
Prestamos por pagar					
Depositos en Garantía					
Prestamos por pagar	260,000	253,964	247,868	241,711	235,493
Impuestos por pagar	1,935,821	2,032,612	2,347,667	2,582,433	2,882,711
Impuestos por pagar -ISR	165,272	154,290	182,209	200,591	237,253
Ingreso diferido	0	0	0	0	0
Total Pasivos	2,784,554	2,885,500	3,291,296	3,589,642	4,107,924
Capital					
Capital	247,158	247,158	247,158	247,158	247,158
Aportes futura capitalización	62,459	146,804	413,117	703,936	1,002,146
Resultados Periodos Anteriores	0	4,462,356	8,628,194	13,547,847	18,963,795
Resultados del Periodo	4,462,356	4,165,838	4,919,654	5,415,948	6,405,834
Total Capital	4,771,973	9,022,156	14,208,122	19,914,889	26,618,933
Total Pasivos & Capital	7,556,527	11,907,656	17,499,419	23,504,532	30,726,857

3.4.6 Punto de Equilibrio

PUNTO EQUILIBRIO EN VALOR VENTA NETA (\$)

PE (\$) = CF/MC	2018	2019	2020	2021	2022
Costos Variables	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ingresos	12,098,880	12,703,824	14,672,917	16,140,208	18,641,941
Costos Fijos	1,793,475	2,575,997	2,831,129	3,108,470	3,389,730
$Pe = CF / (P - CV)$ numero clientes por año	1,793,475	2,575,997	2,831,129	3,108,470	3,389,730

3.5 Título de la Encuesta

Requerimientos para que una empresa editorial pueda impactar en la educación colectiva.

3.5.1 Pregunta de la encuesta:

Sexo

- Mujer
- Hombre

¿Alguna vez usted ha escrito un libro?

- Si
- No

¿Conoce alguna editorial?

- Si
- No

En caso de haber respondido “sí”, podría identificar cuál o cuáles editoriales usted conoce?

¿Cuál considera que es la función principal de una empresa editorial?

- Editar libros
- Imprimir libros
- Ambas

¿En cuál formato prefiere leer un libro?

- Digital (pdf)
- Físico
- Otros (wattpad, lilnet)

¿Cuántos libros has leído en el último año?

- Menos de 25
- 35-50
- Más de 50

¿En que se basa al momento de seleccionar un libro ?

- Portada
- Título
- Sinopsis

¿Qué géneros literarios le llaman más la atención ?

- Novela romántico
- Drama
- Suspenso
- Comedia
- Biografías
- Juveniles
- Fantasía
- Tesis
- Históricos
- Superación personal
- Young Adult
- Thriller

¿Por cuál no compra un libro?

- Falta de interés
- Muy costoso
- No encontró el que buscaba
- La librería quedaba lejos

Compraría usted un libro online (Amazon, EBay u otra tienda virtual) si el envió fuera gratis ?

- Si
- No
- Tal vez

¿Piensa usted que una editorial puede jugar un papel importante en la mejora de la educación?

- Si
- No
- Tal vez

¿Considera usted que en una empresa editorial es factible para impulsar el desarrollo educacional de los jóvenes de educación primaria, secundaria y superior?

- Si
- No
- Tal vez

¿Entiende que una editorial puede contribuir a la capacitación de docentes?

- Si
- No
- Tal vez

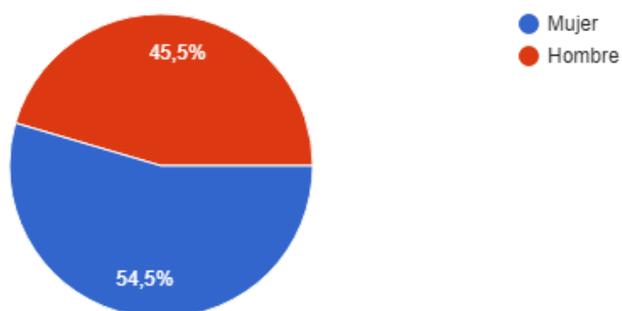
¿Usted entiende que el Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD) debería hacer un llamado a las editoriales para que contribuyan con sus programas de fomento educacional ?

- Si
- No
- Tal vez

3.5.2 Resultado de la encuesta

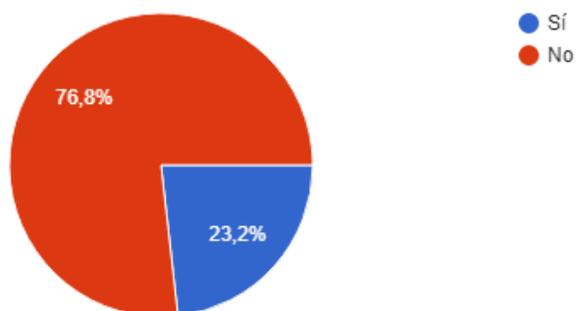
Sexo

44 respuestas



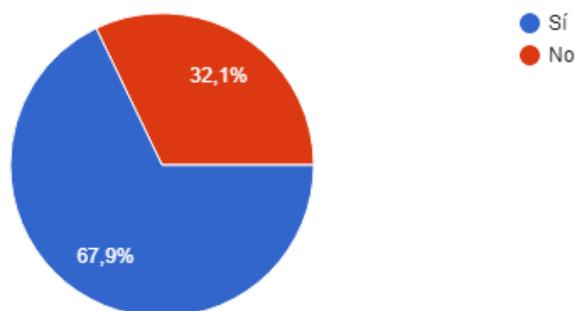
¿Alguna vez usted ha escrito un libro?

56 respuestas



¿Conoce alguna editorial?

56 respuestas



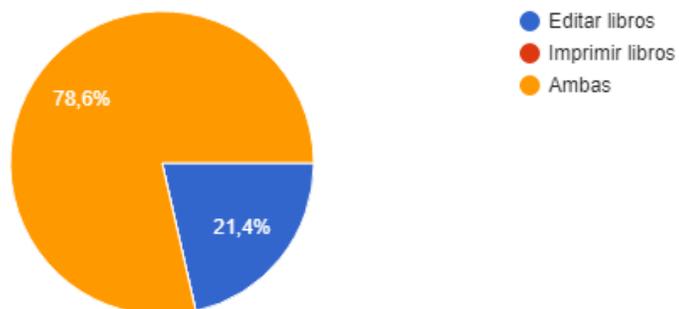
En caso de haber respondido "Sí", ¿podría identificar cuál o cuáles editorial usted conoce?

27 respuestas



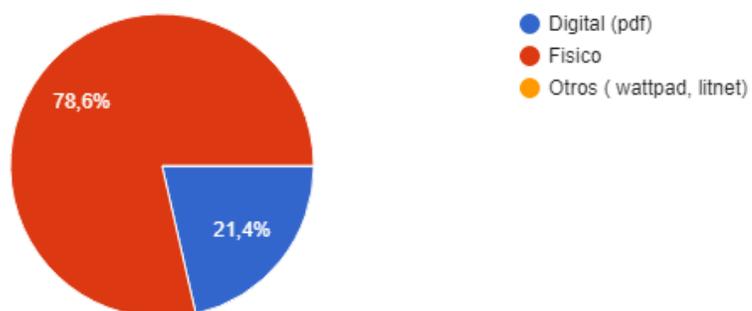
¿Cuál considera que es la función principal de una empresa editorial?

56 respuestas



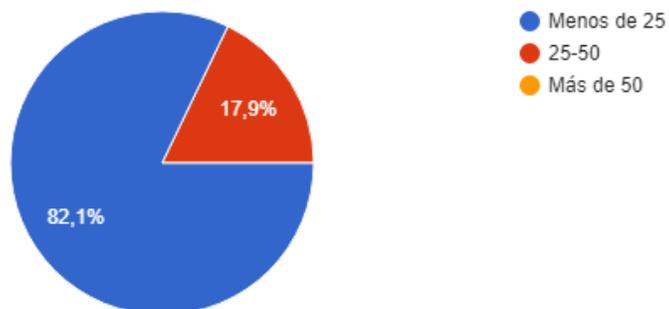
¿En cuál formato Prefiere leer un libro?

56 respuestas



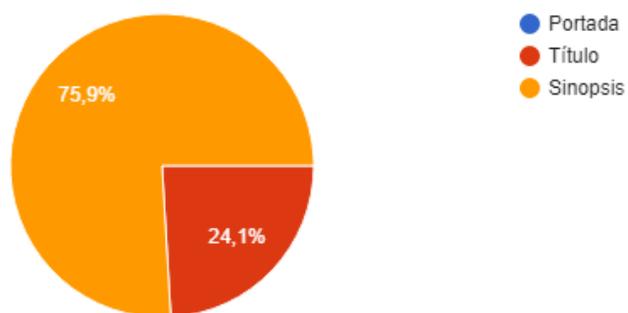
¿Cuántos libros ha leído en el último año?

56 respuestas



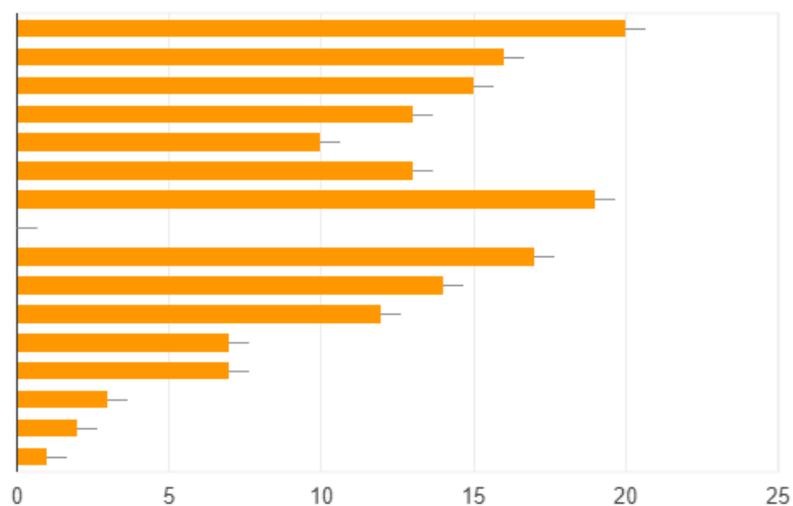
¿En que se basa al momento de seleccionar un libro?

54 respuestas



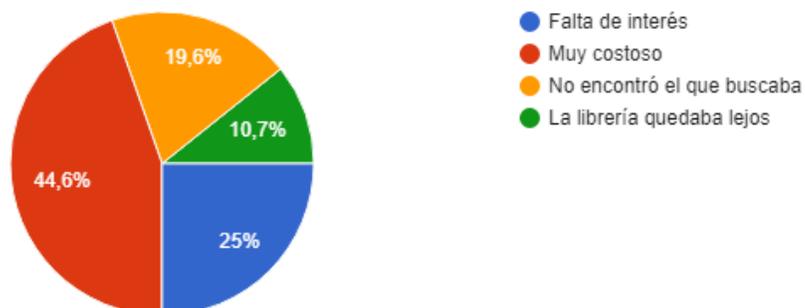
¿Que géneros literarios le llaman más la atención?

56 respuestas



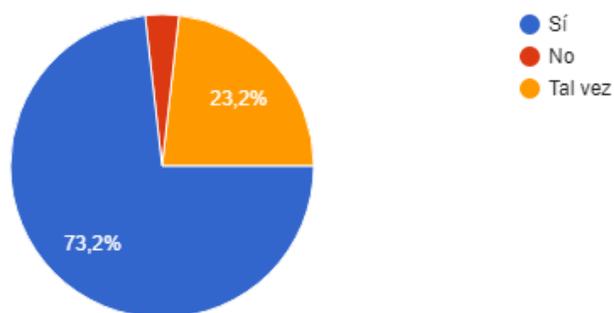
¿Por cual razón no compra un libro?

56 respuestas



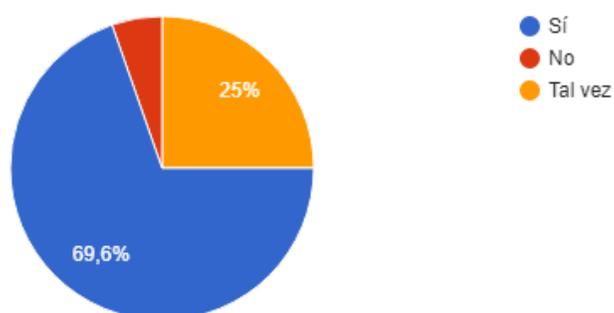
¿Compraría usted un libro online (Amazon, eBay u otra tienda virtual) si el envío fuera gratis ?

56 respuestas



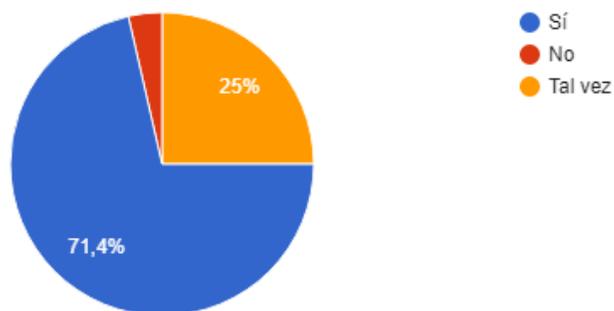
¿Piensa usted que una editorial puede jugar un papel importante en la mejora de la educación?

56 respuestas



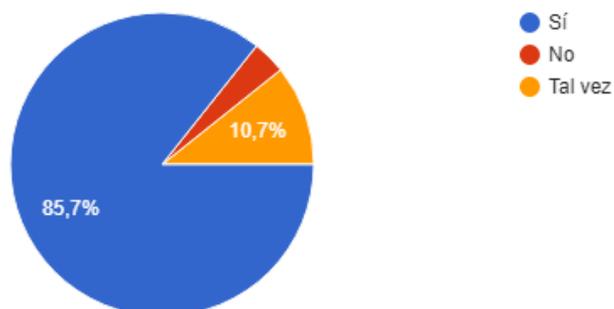
¿Considera usted que una empresa editorial es factible para impulsar el desarrollo educacional de los jóvenes ...ación primaria, secundaria y superior?

56 respuestas



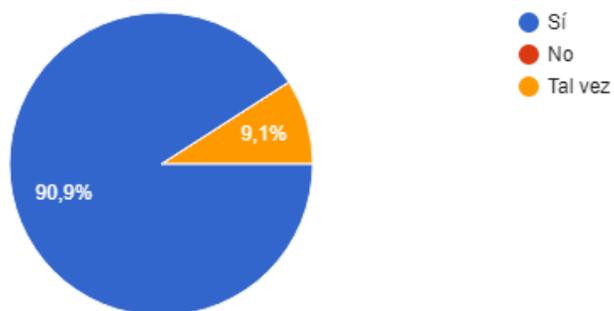
¿Entiende que una editorial puede contribuir a la capacitación de docentes?

56 respuestas



¿Usted entiende que el Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD) debería hacer un llamado a ...s programas de fomento educacional?

44 respuestas



Conclusiones

Durante la investigación realizada, planteamos la problemática que presentan los autores de la ciudad de Santo Domingo al no poder contar con una empresa para poder editar sus documentos. Es por esta razón que desarrollamos una propuesta de Creación de una empresa editorial en Santo Domingo y su impacto en la educación colectiva. Conforme a los resultados obtenidos de la encuesta realizada y su análisis, pudimos corroborar la hipótesis que alude a la efectividad de crear una empresa que permita a los autores poder editar, valorar e imprimir sus obras literarias.

Hilos rojos editorial se forma bajo las necesidades que presentan los futuros consumidores de nuestra marca. Este proyecto surge como una editorial, pero no nos limitaremos solo a este ejercicio, también hemos planteado concientizar a los niños y adolescentes sobre el consumo de libros de calidad, ofreciendo charlas y tomando participación en los programas educativos que está promoviendo el Estado a través del Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD) los cuales tienen el objetivo de que los jóvenes estudiantes de educación primaria, secundaria y superior alcancen su mayor potencial.

Nuestra iniciativa muestra una gran proyección en ventas superando la inversión en el primer año y así aumentando progresivamente en años posteriores.

Recomendaciones

Entrando en lo que se refiere a la terminación del trabajo, nosotros recomendamos que se realicen más estudios sobre el aporte que pueden tener las empresas editoriales en el desarrollo educativo de la República Dominicana, a razón de que este tipo de negocios pueden impulsar en gran medida esas iniciativas.

Asimismo, sugerimos que se realicen acuerdos con el Gobierno e instituciones estatales como el Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD) para que las editoriales tengan participación en los programas educativos y así estos puedan tener un mayor impacto con sus objetivos.

De la misma manera, recomendamos que se promuevan eventos, talleres o actividades para creaciones de PYMES enfocadas en el aporte social que estas empresas pueden dar, ya sea en términos ambientales, culturales o educativos.

En ese mismo sentido, sugerimos que se implementen iniciativas que promuevan sobre este tipo de negocio, su viabilidad y cómo puede atribuir a temas de interés social como la educación, ya sea de parte del sector público o el privado.

Anexos

Formulario de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII)

GERENCIA GESTIÓN DE REGISTRO Y COBRANZAS			
Declaración Jurada de Registro y Actualización de Personas Físicas (RC-01)			
Seleccione el servicio deseado: <input type="checkbox"/> Registrarme <input type="checkbox"/> Actualizar mis datos		Fecha <input type="text"/>	
DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE			
Nombre(s):		Apellido(s):	
Cédula de Identidad o Pasaporte (si es extranjero):		Nacionalidad:	
Teléfono:		Celular:	
Correo Electrónico:		Fax:	
Dirección:			
Calle	Edif.	Número	Urb./Barrio/Sector/Res. Provincia/Ciudad/Municipio
Referencia para ubicar su residencia			
DATOS DEL NEGOCIO			
Nombre Comercial:		Teléfono:	
Fax:		Fecha de inicio de operaciones:	
Dirección del Negocio (Establecimiento):			
Calle	Edif.	Número	Urb./Barrio/Sector/Res. Ciudad/Provincia/Municipio
Referencia para ubicar su establecimiento			
DETERMINACIÓN DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
1)- ¿Cómo obtiene sus ingresos? a) Recibo pago de un patrón o patronos (Asalariado) <input type="checkbox"/> b) Tengo acciones en empresas <input type="checkbox"/> c) Presto servicios profesionales de manera independiente <input type="checkbox"/> d) Tengo un negocio <input type="checkbox"/>		5)- ¿En cual zona están ubicados sus inmuebles? a) Rural <input type="checkbox"/> b) Urbana <input type="checkbox"/>	
2)- Para el desarrollo de su actividad será necesario: a) Tener trabajadores a los que pagaré un sueldo <input type="checkbox"/> b) Pagar comisión a los asalariados <input type="checkbox"/> c) Pagar prestación de servicios independientes <input type="checkbox"/> d) No tendré trabajadores <input type="checkbox"/>		6)- ¿Posee título de propiedad inmobiliaria a su nombre? a) SI <input type="checkbox"/> b) NO <input type="checkbox"/>	
3)- ¿En qué lugar desarrolla su actividad económica? a) En mi residencia <input type="checkbox"/> b) En un local alquilado <input type="checkbox"/> c) En un local propio <input type="checkbox"/> d) En las instalaciones donde presto servicios <input type="checkbox"/>		7)- Seleccione el sector económico al que pertenece a) Industrial <input type="checkbox"/> b) Comercial <input type="checkbox"/> c) Servicio <input type="checkbox"/> d) Agropecuario <input type="checkbox"/>	
4)- ¿Posee usted bienes inmuebles? a) SI <input type="checkbox"/> b) NO <input type="checkbox"/>		8)- Describa la(s) Actividad(es) Económica(s) de su Negocio Principal: <input type="text"/> Secundaria: <input type="text"/>	
9)- ¿Sus ventas van dirigidas al mercado? a) Local <input type="checkbox"/> b) Internacional <input type="checkbox"/> c) Local e Internacional <input type="checkbox"/>			
DATOS DE SUCURSALES (Si aplica)			
Nombre Comercial	Dirección	Teléfono	Fax
1			
2			
3			
DATOS DEL REPRESENTANTE (Si aplica)			
Nombre(s):		Apellido(s):	
Cédula de Identidad o RNC:		Teléfono:	
Celular:		Fax:	
Correo Electrónico:			
Dirección:			
Calle	Edif.	Número	Urb./Barrio/Sector/Res. Ciudad/Provincia/Municipio
Los signatarios de este documento dan fe de juramento que las informaciones consignadas en el mismo son correctas y que no han omitido ni falseado dato que debe contener, siendo todo su contenido la fiel expresión de la verdad. La DGII se reserva el derecho de auditar y rectificar las informaciones presentadas en este formulario, mediante las verificaciones de lugar.			
Firma del Solicitante		Firma del Representante	
Documentos que debe anexar a este formulario: *Fotocopia de la Cédula de Identidad o Fotocopia del Pasaporte (Si es extranjero) *Certificación de Registro de ONAPI (Si tiene nombre comercial)			

Formulario de la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI)

Registro de Marcas

	Departamento de Signos Distintivos Formulario de Solicitud de Registro de Marcas	Código: FO-SD-01 Versión: 06 Fecha: 06/27/2016
1. Datos Relativos a la Marca		
1.1 Tipo de Marca: <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Tridimensional		
1.2 Denominación de la Marca: (En caso de ser denominativa su protección será a la palabra o frase que solicite, tal y como lo indique. En los demás casos, la protección será al diseño y esta indicación será colocada de forma administrativa).		
1.3 Reproducción de la Marca. En caso de ser una Marca Figurativa, Mixta o Tridimensional, deberá adjuntar a su solicitud dos (2) reproducciones en un tamaño de 15 cm x 15 cm.		
1.4 Indique si desea proteger los colores del diseño como característica Distintiva del Signo. En caso afirmativo, señale los colores a proteger. <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		
Nombre de color (es) y parte (s) donde desea reivindicar:		
1.5 Renuncia a Elementos de la Marca. En caso de no desear protección sobre algunos elementos de su Signo, deberá expresarlo en el presente recuadro:		
1.6 <input type="checkbox"/> Reivindica Beneficio de Prioridad. Los detalles se encuentran en el formulario de anexo 3, adjuntado.		
Núm. Solicitud:	Fecha Presentación:	País:
1.7 Transliteración. <input type="checkbox"/> La Marca o parte de la Marca ha sido transliterada de la siguiente forma:		
1.8 Traducción. <input type="checkbox"/> La Marca o parte de la Marca ha sido traducida en la siguiente forma:		
1.9 Lista de Productos y/o Servicios a Distinguir.		
Clase (s)	Producto (s) / Servicio (s)	
Si el espacio indicado no es suficiente. Los demás productos y/o servicios se encuentran detallados en el anexo 2. <input type="checkbox"/>		
2. Solicitante /Titular:		
2.1 Nombres y Apellidos y/o Razón social:		
2.2 Tipo de Documento de Identificación <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> RNC	2.3 Número de Documento :	
2.4 Nacionalidad		

	Departamento de Signos Distintivos Formulario de Solicitud de Registro de Marcas	Código: FO-SD-01 Versión: 06 Fecha: 06/27/2016
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

2.5 Domicilio Legal. Indicar dirección exacta para futuras Comunicaciones con la Oficina.			
Dirección:		Sector:	
Ciudad:	Provincia:	País:	Código Postal:
2.6 Teléfono:		2.7 Email:	
<input type="checkbox"/> En caso de ser más de un solicitante, utilizar el anexo 1			
3. Representante/Gestor. Observar el Art. 148 Ley 20-00. En caso de no poseer Representante y residir en la República Dominicana, pasar al punto 4.			
3.1 Nombres y Apellidos y/o Razón Social:			
3.2 Tipo de Documento de Identificación <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> RNC	3.3 Número de Documento		
3.4 Nacionalidad:			
3.5 Domicilio Legal. Indicar Dirección exacta para futuras Comunicaciones con la Oficina.			
Dirección:		Sector:	
Ciudad:	Provincia:	Código Postal:	
3.6 Teléfono:		3.7 Email:	
<input type="checkbox"/> En caso de ser más de un representante, utilizar el anexo 2			
4. Poder de Representación. Requisito obligatorio según art. 65 literal f) del Reglamento de Aplicación de la Ley 20-00.			
¿Se adjunta Poder de Representación por primera vez? <input type="checkbox"/>			
¿El Poder de Representación obra en Poder de la Oficina? <input type="checkbox"/> En el Expediente _____			
¿Se adjunta consentimiento o autorización en virtud de lo que establece el Art. 75 e) de la Ley 20-00? <input type="checkbox"/>			
5. Firma del Solicitante o Representante. Al firmar corrobora todos los datos expuestos en el formulario.			
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> Firma del Solicitante y/o Representante			
Espacio Destinado a Sellos y Firmas de la ONAPI:			

Registro de nombre comercial

	Departamento de Signos Distintivos Formulario de Solicitud de Registro de Nombre Comercial, Rotulo y/o Emblema	Código: FO-SD-00 Versión: 04 Fecha: 27/06/2016
-----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

1. Datos Relativos a la Denominacion Solicitada:	
1.1 Tipo de Denominación: <input type="checkbox"/> Nombre Comercial <input type="checkbox"/> Rótulo <input type="checkbox"/> Emblema	
1.2 Denominación del Signo:	
1.3 Reproducción del Signo. En caso de solicitar un Rótulo o Emblema, deberá adjuntar a su solicitud dos (2) reproducciones en un tamaño de 15 cm x 15 cm.	
1.4 Indique si desea proteger los colores del diseño como característica Distintiva del Signo. En caso afirmativo, señale los colores a proteger. <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	
Nombre de color (es) y parte (s) donde desea reivindicar:	
1.5 Renuncia a Elementos del Signo. En caso de no desear protección sobre algunos elementos de su signo, deberá expresarlo en el presente recuadro:	
1.6 Actividad a Realizar (una breve descripción)	

2. Solicitante /Titular :			
2.1 Nombres y Apellidos y/o Razón Social:			
2.2 Tipo de Documento de Identificación <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> RNC		2.3 Número de Documento	
2.4 Nacionalidad			
2.5 Domicilio Legal. Indicar dirección exacta para futuras notificaciones.			
Dirección:			Sector:
Ciudad:	Provincia:	País:	Código Postal:
2.6 Teléfono:		2.7 Email:	
<input type="checkbox"/> En caso de ser más de un solicitante, utilizar el anexo 1 para solicitantes adicionales.			

3. Representante/ Gestor. Observar el Art. 148 Ley 20-00. En caso de no poseer Representante y residir en la República Dominicana, pasar al punto 4.			
3.1 Nombres y Apellidos y/o Razón Social:			
3.2 Tipo de Documento de Identificación <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> RNC		3.3 Número de Documento	
3.4 Nacionalidad			
3.5 Domicilio Legal. Indicar dirección exacta para futuras Comunicaciones con la Oficina.			
Dirección:			Sector:

	Departamento de Signos Distintivos Formulario de Solicitud de Registro de Nombre Comercial, Rotulo y/o Emblema	Código: FO-SD-00 Versión: 04 Fecha: 27/06/2016
-----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

Ciudad:	Provincia:	Código Postal:
3.6 Teléfono:		3.7 Email:
<input type="checkbox"/> En caso de ser más de un representante, utilizar el anexo 2 para representantes adicionales.		
4. Poder de Representación. Requisito obligatorio según Art. 65 Literal f) del Reglamento de Aplicación de la Ley 20-00.		
¿Se adjunta Poder de Representación? <input type="checkbox"/>		
¿El Poder de Representación obra en poder de la Oficina? <input type="checkbox"/> En el expediente _____		
¿Se adjunta consentimiento o autorización en virtud de lo que establece el Art. 75 e) de la Ley 20-00? <input type="checkbox"/>		
5. Firma. Al firmar corrobora todos los datos expuestos en el formulario.		
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> Solicitante y/o Representante		
Espacio Destinado a Sellos y Firmas de la ONAPI		

Registro Mercantil



¿Deseo servicio VBT? SI NO
 ¿Deseo Documentos serán depositados en Cariciber? SI NO

**SOLICITUD DE SERVICIOS DEL REGISTRO MERCANTIL
 EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (EIRL)**
 Para que este formulario sea recibido debe estar completado y firmado a computadora
 Para consultas escribir a informacion@registro.mercantil.gob.do

DATOS DEL GESTOR DEL SERVICIO

Este servicio es solicitado por: Oficina de Abogados Empresa Persona Física
 Oficina de Abogados/Empresa/Persona Física: _____ RNC/Cédula: _____
 Nombre de la Persona de Contacto: _____ Cédula: _____
 Correo electrónico: _____ Teléfono: _____
 ¿A nombre de quién se envía la factura? _____ RNC/Cédula: _____
 ¿Deseo Comprobante Fiscal? SI NO

DATOS DE SOLICITUD

DIRECCIONAMIENTO: _____ REGISTRO NO.: _____ NO
 DIRECCION DE LA EMPRESA: _____ TELEFONO D: _____ FAX: _____
 ABOGADO FISCAL: _____ UMAS: _____ PERSONA WEB/REGISTRO: _____
 FECHA DE DERECHAMBIERACION: _____ FECHA DE VENCIMIENTO: _____
 FECHA DE ACTO CONSTITUTIVO: _____ FECHA ÚLTIMA MODIFICACION: _____ RNC: _____

ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA

Activo Cesa Temporal Disuelta En Liquidación

ORDEN	FAVOR MARCAR ELLOS TIPOS DE SERVICIOS DESEADOS	MARCAR CON UNA X
1	Registro Nuevo o Modificación	
2	Modificación por Transformación y Transferencia	
3	Modificación por Cambio de Propiedad y del Proveedor	
4	Modificación por Cambio de Propiedad/Transformación de la Empresa	
5	Modificación por Cambio de Nombre de la Empresa	
6	Modificación por Cambio de Representación Legal Social	
7	Modificación por Cambio de Dirección Social de la Empresa	

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Servicios Industrial Agrario Comercio

ACTIVIDAD/DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	PRINCIPALES PRODUCTOS/SERVICIOS	SISTEMA ADOPTADO (Año)

DATOS DE GERENCIA

Cargo	Nombre y Apellidos	Dirección (Calle/Numero/Edificio)	Código Postal	Nacionalidad	Estado Civil
PROPIETARIO					
GERENTE					
GERENTE					
ADMINISTRADOR					
ADMINISTRADOR					
COMISARIO DE CUENTAS separados					

	Capital Aprobado	Moneda Estatal	Activo
Miles			
Céntimos			

Dirección de la Empresa	Fecha de Inicio de Operaciones	Dirección de la Empresa	Fecha Última Acto
<input type="radio"/> Comercial <input type="radio"/> Industrial			

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de http://www.perfiles.cult.cu/article.php?article_id=259

(s.f.). Obtenido de Ley 488-08:

<https://www.dgii.gov.do/contribuyentes/mipymes/Documents/Ley-488-08.pdf>

(s.f.). Obtenido de Ley 488-08 sobre Mipyme:

<https://www.impulsapopular.com/legal/seguridad-juridica/ley-488-08-sobre-mipyme/>

(2014). Obtenido de Pacto nacional para la reforma educativa en la republica dominicana :

<http://www.ministeriodeeducacion.gob.do/comunicaciones/publicaciones/pacto-nacional-para-la-reforma-educativa-en-la-republica-dominicana-2014-2030>

Concepto Clave empresa segun expertos. (s.f.). Obtenido de

<https://mipropiojefe.com/6-conceptos-clave-empresa-segun-expertos/>

Consideraciones presupuesto 2018 ministerio de educacion. (2018). Obtenido de

<http://www.ministeriodeeducacion.gob.do/transparencia/media/presupuesto/consideraciones-presupuestarias-minerd/consideraciones-presupuesto-2018-ministerio-de-educacionpdf.pdf>

Costo crear empresa en republica dominicana. (s.f.). Obtenido de

<https://morillosurielabogados.com/costo-crear-empresa-en-republica-dominicana/>

Definicion Lector. (2008). Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/general/lector.php>

Derecho de Autor. (2008). Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/derecho/autor.php>

Diseño Editorial. (s.f.). Obtenido de

<http://altherius.angelfire.com/paginas/disenoeeditorial/empresaeditorial.html>

Historia de la industria Editorial. (s.f.). Obtenido de

<https://prezi.com/lcweour5bz6c/historia-de-la-industria-editorial/>

Pacto por la educacion busca que dominicanos desarrollen al maximo su

potencial. (s.f.). Obtenido de <https://presidencia.gob.do/noticias/pacto-por-la-educacion-busca-que-dominicanos-desarrollen-al-maximo-su-potencial>

Proceso para constituir una compañía republica dominicana. (s.f.). Obtenido de

<http://www.republica-dominicana-live.com/republica-dominicana/proceso-para-constituir-una-compania-republica-dominicana.html>

Resalta importancia de inversaion dominicana del 4 del PIB para educacion. (s.f.).

Obtenido de <https://www.eldinero.com.do/57252/el-bm-resalta-importancia-de-inversion-dominicana-del-4-del-pib-para-educacion/>

Significados. (s.f.). Obtenido de <https://www.significados.com/libro/>

PÁGINA DE ANTIPLAGIO**Dustball Plagiarism Report****Score: 100%**

Planteamiento del problema vigente en República Dominicana OK

Cooperar la conveniencia del desarrollo tecnológico por parte de nuestros OK

Planteamiento del problema vigente en República Dominicana 8 OK

isma manera, recomendamos que se promuevan eventos, talleres o actividades OK

rial Suplemento, Editorial Actualidad Escolar 2000, Medios Especializados de OK

Dicha iniciativa, ha diseñado diversas reformas y reestructuraciones en el OK

ismo sentido, sugerimos que se implementen iniciativas que promuevan sobre OK

tando en cuenta los planteamientos establecidos anteriormente, se puede decir OK

brindándome fuerza, paciencia y perseverancia para así poder triunfar OK

tiendo de este punto, contemplamos las siguientes definiciones relacionadas al OK

Requerimientos para que una empresa editorial pueda impactar en la OK

haber respondido si, podría identificar cuál o cuáles editoriales usted OK

industria editorial se mantuvo sin cambios importantes hasta que inició OK

puntualizaciones realizadas, se puede decir que esta ley aspira a OK

MIPYME estable que las instituciones estatales, al momento de realizar OK

haberme guiado durante mi carrera y darme herramientas para aplicar OK

basarse en las informaciones referidas, la viabilidad de este trabajo OK

editoriales tuvieron la obligación de reconocer esta normativa y adoptarla OK

final de este trabajo hay plasmadas varias conclusiones vinculadas al OK

trámite puede tardar unos 5 días laborables aproximadamente OK