



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

ESCUELA DE POSTGRADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS XVII PROMOCIÓN**

PROYECTO:
LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE

PROFESOR
Ing. Ana Jaramillo

INTEGRANTES
Elaine Jijón G.
Leonardo Cañizares C.

Julio de 2002



DP-07013

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSGRADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESPAE

ESPIRITU EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE NUEVOS NEGOCIOS

CONTENIDO	PAG
I.- Sumario Ejecutivo	1
1. ANALISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO	
1.1.- Nombre y descripción del negocio	2
1.2.- Misión, Visión, Objetivos y Valores	3
1.3.- Tendencia del entorno Internacional	4
1.4.- Tendencia del entorno Nacional	5
1.5.- Tendencia de la Industria	6
2. ANALISIS DEL MERCADO	
2.1.- Objetivos del mercadotecnia	7
2.2.- Descripción del producto /servicio	7
2.3.- Productos competidores	8
2.4.- Fortaleza o Debilidades de su producto frente a la competencia	8
2.5.- Ventajas diferencial de nuestro producto	9
2.6.- Análisis de nuestro cliente	9
2.7.- Análisis de la competencia	10
2.8.- Determinación del tamaño del mercado global	12
2.9.- Tamaño de mi mercado	13
2.10.- Plan de mercadeo y estrategias de ventas	13
3. ANALISIS TECNICO O DE PRODUCCION	
3.1.- Objetivos del área de producción	15
3.2.- Especificaciones del producto o servicio	15
3.4.- Descripción del proceso de producción o prestación del servicio	16
3.5.- Diagrama de flujo de procesos	16

3.6.- Características de la tecnología	16
3.7.- Facilidades	16
3.8.- Equipos y Maquinarias	16
3.9.- Diseño y distribución de la planta y oficinas	17
3.10.- Materia Prima	17
3.11.- Mano de obra requerida	17
3.12.- Productividad	17
3.13.- Capacidad Instalada	17
3.14.- Plan de producción	17
3.15.- Plan de compras	17
3.16.- Controles de calidad	17
3.17.- Procedimientos de mejora continua	17

4. ANALISIS ADMINISTRATIVO

4.1.- Objetivos del área administrativa	18
4.2.- El grupo empresarial	19
4.3.- Personal Ejecutivo	20
4.4.- Estructura organizacional	
4.5.- Funciones, políticas de capacitación y desarrollo del personal	

5. ANALISIS LEGAL, SOCIAL Y DE VALORES PERSONALES

5.1.- Aspectos legales de la compañía	24
5.2.- Aspectos de legislación urbana	25
5.3.- Análisis Ambiental	25
5.4.- Análisis Social	25
5.5.- Análisis de Valores Personales	25

6. ANALISIS ECONOMICO

6.1.- Inversiones en Activos Fijos	26
------------------------------------	----

6.2.- Inversiones en capital de trabajo	26
6.3.- Presupuesto de Ingresos	26
6.4.- Presupuesto de Materias Primas, Servicios e Insumos	26
6.5.- Presupuesto de personal	27
6.6.- Presupuesto de otros gastos	27
6.7.- Análisis de Costos y Punto de Equilibrio	27

7. ANALISIS FINANCIERO

7.1.- Flujo de Caja	28
7.2.- Estado de Resultados	28
7.3.- Balance General	28

8. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

8.1.- Riesgos de Mercado	29
8.2.- Riesgos Técnicos	29
8.3.- Riesgos Económicos	29
8.4.- Riesgos Financieros	29

9. EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO

9.1.- Evaluación de Contado	30
9.2.- Evaluación con Financiación	31
9.3.- Análisis de sensibilidad	31
9.4.- Análisis de la estructura Financiera	31
9.5.- Evaluación Integral	31

10. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION

I. SUMARIO EJECUTIVO

La idea de negocio que proponemos consiste en una librería que se dedicará a lo que arbitrariamente llamaremos “literatura artística”, aplicando esta descripción a aquellos libros que no son de disciplinas técnicas. Nuestras líneas de productos abarcan los libros de literatura universal, temas espirituales y de autoayuda, libros sobre artes, y temas de interés general.

Después de realizar una encuesta de mercado sobre los gustos y preferencias de las personas amantes de la lectura, estudiar la información disponible en otras librerías y las necesidades no satisfechas de este segmento, notamos que existe un espacio importante para esta idea.

A pesar de la crisis económica, ha crecido a un ritmo del 20% desde el año 1999. Queremos, pues, obtener nuestro nicho de mercado en el segmento de clientes de entre 30 a 45 años, con ingresos superiores a los \$500 mensuales.

Nuestra misión es ofrecer un stock variado de libros al público amante de la literatura, las ciencias y las artes, con servicio personalizado, satisfaciendo sus preferencias y necesidades, en un ambiente agradable y acogedor.

La inversión inicial la hemos calculado en \$ 35.000 para compra de activos, y capital de operación. Bajo condiciones de correcta negociación con distribuidores puede dejar un margen de ganancia de hasta el 40%. Nuestros planes prevén comprar a crédito y vender de contado. La librería estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el Centro Comercial La Rotonda.

Nuestra ventaja diferencial en un mercado competitivo y estandarizado de libros radica en el servicio. Nuestro verdadero negocio es el servicio personalizado. Nos concentraremos en proporcionar información actualizada a nuestros clientes. Para ello, nuestra librería contará con una página Web en la que ofrecerá información cultural y de las últimas obras para sus clientes. Tendrá una base de datos de ellos, sus preferencias, su perfil de compras. Con esto haremos un seguimiento para ofrecer productos que seguramente le interesarán,

de acuerdo a sus preferencias. También realizaremos entregas a domicilio. Pondremos nuestro mejor esfuerzo en la imagen corporativa y en posicionarnos como la mejor en servicios. Contaremos con una sala de lectura muy cómoda para que el cliente pueda examinar en detalle el libro que desee comprar en un ambiente confortable donde incluso podrá disfrutar de una taza de café.

Nuestra meta inicial es lograr conquistar un segmento del 10% del mercado, que se refleja en un ingreso bruto de \$ 172.00,00 en el primer año de operaciones y prevé un incremento gradual para concluir con un 15% de participación de mercado.

Nuestra responsabilidad social radica en fomentar la cultura nacional, dando espacio para el lanzamiento de libros de autores nacionales y patrocinando todo proyecto que fomente la lectura y la cultura, como por ejemplo concursos literarios.

Teniendo el capital propio, y evaluando el proyecto por tres años, el valor actual neto de los flujos que genera el mismo es positivo y tiene una tasa interna de retorno del 26%. La sensibilidad del proyecto soporta una disminución de hasta el 30% de las ventas esperadas y un incremento similar de los costos.

En cuanto al punto de equilibrio con un 75% del ingreso previsto por las ventas, se alcanza el nivel de factibilidad.

No existen barreras para entrar al negocio, ni complicaciones de tipo legal ni tecnológico y los riesgos no son mayores: los incontinentes y los propios del mercado, como en todos los demás casos.

2. ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1.1. Nombre y descripción del negocio

NOMBRE: Librería "CIENCIA Y ARTE"

El negocio consiste en la venta de libros de cultura general, o “literatura artística” y difusión de obras de autores nacionales e internacionales, dirigido a un segmento de clientes interesados en desarrollar su intelecto a través de la lectura.

A través de la continua información vía internet sobre las obras que están en actualidad y seguimiento a un banco de datos de clientes especiales, pretendemos satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.

1.2 Misión, visión, objetivos y valores

Visión

Ser una empresa líder reconocida por su calidad en atención personalizada al cliente, ofreciendo oportunamente obras de alto contenido cultural, difundiendo la cultura y las artes.

Misión

Ofrecer cultura al público amante de la literatura, las ciencias y las artes, estar a la vanguardia en ofrecer servicio personalizado al cliente, satisfaciendo sus preferencias en un ambiente agradable y acogedor.

Objetivos

Difusión de obras de autores nacionales y extranjeros, con prominencia de crear el interés por la cultura de los autores nacionales.

Desarrollar una infraestructura adecuada que permita que el cliente encuentre un ambiente agradable que fomente el interés hacia la lectura.

Promover el interés del público en continuamente estar actualizándose en obras de sus autores predilectos.

Realizar invitaciones de autores nacionales y extranjeros para que expongan sus obras y el público pueda contactarse con ellos.

Metas

Lograr un 10% de participación del mercado en el primer año, hasta llegar al 15% al término de los 3 primeros años.

Lograr un 30% de utilidad sobre la inversión.

Posicionarse como una empresa de servicio personalizado.

Valores

Calidad

Honestidad

Conocimiento

Ética profesional

Responsabilidad social

Empatía

1.3 Tendencia del entorno Internacional

Las tendencias internacionales que afectan nuestro negocio están relacionadas con diversos factores, que mencionamos a continuación:

Factores económicos

Recesión mundial que encarecerá el valor de las obras

Restricciones a las importaciones

Factores políticos

Guerra entre EEUU y Afganistán que provoca estancamiento del comercio internacional.

Factores Demográficos

Crecimiento de la población joven y adulta

Factores Culturales

Disponibilidad de los autores nacionales e internacionales para asistir a eventos

Defensa de los derechos de autor y control de las copias piratas

Factores Tecnológicos

Difusión de los E-Books y libros en Red.

1.4 Tendencia del Entorno Nacional

La incidencia del entorno internacional en nuestro negocio está ligada a los siguientes factores:

Factores Políticos y legales

Legislación restrictiva en apertura de nuevas librerías.

Factores Demográficos

Crecimiento de la población joven y adulta

Factores tecnológicos

Importación de E-Books

Compra de libros a través de Internet

Suscripciones a libros en Red.

Compra de libros a domicilio

Factores culturales

Interés del público en la lectura

Limitación en la difusión de obras

Apoyo del gobierno a autores nacionales
Apoyo y promoción del gobierno a la lectura.

Factores económicos

Restricción a las importaciones
Encarecimiento de los aranceles
Recesión económica que afecta la capacidad de compra de los consumidores

1.5 Tendencia de la Industria

La industria del libro ha experimentado un crecimiento de alrededor del 20% en los últimos años a pesar de la crisis económica. Poco a poco ha aumentado el número de lectores de temas de autoayuda y espiritualidad, así como la costumbre de regalar libros.

En las últimas inauguraciones de centros comerciales (llamados también “malls”) encontramos entre una y dos librerías del corte que nosotros pretendemos tener, con similar tecnología, mercado y clientes, todas ellas atacan un segmento especial del consumidor de libros, la parte cultural y de autoayuda y superación, no entran en el mercado de libros de texto o escolares.

2. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 Objetivos de la mercadotecnia

El objetivo de la mercadotecnia es lograr captar el segmento de clientes que prefieren la lectura de tipo artístico para lo cual tomaremos en cuenta las opiniones que hemos obtenido en las encuestas preliminares:

Opiniones de clientes que han mostrado interés en su producto/servicio

Le interesa un lugar donde se le permita en forma cómoda hojear el libro sin ser importunado, en un ambiente agradable, pero a la vez se pueda contar con personal especializado que le recomienda algún texto a leer.

Opiniones de clientes que NO han mostrado interés en su producto/servicio

Hay demasiadas librerías en el ambiente y las personas no tienen costumbre de leer, la práctica común es que no les interesa cultivarse. Instalar una librería en un ambiente donde la gente no lee no es rentable.

Formas posibles de evitar la falta de interés

- . Publicidad original en periódicos
- . Publicidad atractiva en el mismo local
- . Ofertas continuas
- . Seguimiento personalizado a clientes interesados.
- . Acuerdos con instituciones culturales y educativas para el fomento de la lectura.

2.1 Descripción del Producto o Servicio

El producto principal a venderse es el servicio de atención y cultura a través de obras, divididas en cuatro categorías:

- . Literatura artística
- . Libros gráficos sobre pintura
- . Libros de superación y autoayuda
- . Libros sobre temas de interés general

Nuestro servicio va a satisfacer la necesidad del cliente a través de la oportunidad, disponibilidad, facilidad del acceso y diversidad de obras que satisfagan la necesidad de

conocimiento y la información actualizada de las últimas obras de interés y la información constante.

2.2 Productos competidores

- . Televisión
- . Películas
- . Cine
- . Revistas

2.3 Fortalezas o debilidades de su producto frente a la competencia

ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- . Conocimiento del personal sobre las obras que se expenden para asesoría al cliente
- . Base de datos de libros a disposición del público en una computadora para consulta y a través de página Web.
- . Ambiente agradable para facilidad de consulta
- . Oportunidad en la difusión de obras
- . Servicio a domicilio
- . Atención personalizada
- . Exposición permanente de obras a través de los propios autores.

OPORTUNIDADES

- . Abastecer un mercado de clientes selecto que necesita seguimiento de sus necesidades
- . Atender a personas que no tienen tiempo de salir a comprar a través de servicio informativo,

DEBILIDADES

- . Infraestructura económica para competir con grandes librerías.

AMENAZAS

- . Otras librerías en expansión
- . Librerías con costos más baratos o libros en promoción
- . Copias piratas de libros más conocidos o en boga.



2.4 Ventaja Diferencial del PRODUCTO/SERVICIO

La ventaja diferencial de nuestro servicio es éste, el SERVICIO, que consiste en atención personalizada, asesoría especial, publicidad original, además de la entrega de productos o servicios complementarios al actual como:

- . Búsqueda por catálogo y la entrega a domicilio de libros
- . Cafetería
- . Suscripción de libros a través de círculo de clientes especiales
- . Renta de libros
- . Información a través de página Web.

2.5 Análisis de nuestro cliente

Nuestro cliente tipo (consumidores finales) tienen las siguientes características:

- Es de clase media, medio-alta
- Está entre los treinta y cuarenta y cinco años
- Residencia al norte de la ciudad
- Educación superior completa o a medio terminar
- Sus ingresos oscilan entre 500 y 2.500 dólares mensuales.

La base de decisión de compra de los clientes (precio, calidad, servicio, amistad, política, religión, forma de pago) es la siguiente:

Precio

Calidad

Servicio

Relaciones Interpersonales

Es importante destacar que de la tabulación de las encuestas realizadas que se muestran en los anexos, se sacaron las siguientes conclusiones:

- La mayor parte de los encuestados tiene interés en comprar libros.
- Los clientes dan mayor importancia a la ubicación y al servicio.
- La entrega a domicilio es el servicio más requerido.
- La frecuencia de compra se acerca a un libro por mes.
- La mayoría se entera de los nuevos libros cuando visita las librerías.
- Las novelas y los libros de superación y autoayuda son los más buscados.
- El Librero, Sagitario, La Científica y el Círculo de Lectores son los más recordados.

2.6 Análisis de la Competencia

Precios

La competencia directa que es la Librería El Librero, tiene los precios más altos del mercado. Quizá la exclusividad de su ubicación, hacen que su clientela este dispuesta a pagar tales precios. Además hacen gala de la calidad de sus productos.

Limitaciones en la satisfacción de los deseos de los clientes

No hacen seguimiento de los clientes, no son de los que ofrecen buscar libros o llamar a sus clientes a decirles que tienen o pueden conseguir un libro que les puede interesar porque conocen sus gustos.

Como posibilidad de solucionar estas dificultades y ganar mercado, podemos nosotros crear bases de datos de los clientes, lo cual representa un esfuerzo tecnológico y de horas-hombre considerables, pero que en la lucha encarnada por el mercado, la mayoría de las empresas lo están acometiendo.

Las librerías actuales manejan el 40% del segmento al cual queremos llegar.

Su esquema de Ventas y distribución es la venta directa al cliente en locales, al contado y a crédito con pagos a través de tarjetas.

Su capacidad de producción, así como su capacidad financiera no ha sido identificada.

La empresa líder es en este momento El Librero, por servicio al cliente.

En los últimos años no se han acabado empresas en esta actividad. Se han mantenido con su nicho de mercado, especialmente aquellas que tienen como soporte la venta de textos escolares.

La imagen de la competencia ante los clientes es la de exclusividad y selectividad.

Las personas les compran por su ubicación en centros comerciales donde el cliente tiene facilidad y acceso así como comodidad para examinar y hacer compras en forma detenida.

El segmento hacia el cual están dirigidos son la clase media y media alta.

Porqué será fácil o difícil competir con ellos?

Será difícil competir con ellos en infraestructura, por su tamaño y la ubicación privilegiada (centros comerciales), será fácil si se atiende a clientes seleccionados previamente.

Creemos que podemos lograr una fracción del mercado por el excelente servicio especializado, por atender personalmente, por dar facilidad en la compra, por las condiciones adecuadas del local.

MATRIZ COMPETITIVA

Los competidores claves son:

EMPRESA	PRECIO	DIRIGIDO A	UBICACION
El Librero	Alto	Cultura General	Río Centro Los Ceibos
Librería Sagitario	Medio, bajo	Cultura General	Mall del Sol
Librería Compte	Medio	Cultura General	Mall del Sol
Librería La Iliada	Medio, bajo	Textos, Cultura General	Zona central
Librería Española	bajo	Textos, Cultura General	Zona central
Librería Selecciones	Medio	Cultura General	Policentro
Librería La Sociedad	Bajo	Textos	Alborada
Librería Cervantes	Medio	Textos	Zona central /Alborada
Librería Científica	Medio	Textos/Cultura General	Alborada/Urdesa/Centro
Librería Vida Nueva	Bajo	Textos	Zona central
Librería Multilibros	Medio	Textos	Urdesa
Librería La Librería	Medio	Cultura General	Malecón 2000
Librería Studium	Alto	Textos, Cultura G.	Urdesa

2.7 Determinación del tamaño del Mercado Global

El mercado global al cual pretendemos llegar es del segmento de clientes interesados en literatura artística con una segmentación escogida de:

- Personas mayores de 30 años con instrucción superior completa
- Estudiantes de arte y literatura
- Público en general mayor de 30 años interesado en la lectura.

2.8 Tamaño del Mercado

¿Qué parte de esos clientes y de esos consumos mi negocio va a conseguir?.

Estimamos cubrir el 10% de esos clientes al inicio y mantenernos con un 15% del mercado, con unas ventas anuales de \$180.000.

Análisis del ciclo de vida del producto

El producto está en su fase de madurez, por lo tanto la única forma de atraer clientes es a través de promociones u ofertas de precios o servicio diferenciado.

2.9 Plan de Mercadeo y estrategias de ventas

Hemos planificado partir con una venta de 20 libros diarios de Lunes a Viernes, lo que da un total de 100 libros, 30 libros los días Sábado y 10 los días Domingo, lo cual da un total de 140 libros a la semana a un precio promedio de US\$12,00 , lo que da un total de US\$1.600,00 a la semana, con un total de USD\$ 6.500 al mes.

Estrategia de precio:

Teniendo en cuenta la estrategia de precios de la competencia y sabiendo que por las condiciones del negocio es difícil establecer el bajo costo como estrategia competitiva, nuestra prioridad será la diferenciación en el servicio, sin descuidar la máxima reducción de costos posible dentro de este esquema.

En cuanto a descuentos, éstos se realizarán sobre saldos, por volumen y cuando se realicen actividades promocionales en eventos culturales.

Estrategia de ventas

Clientes:

Los clientes que recibirán el mayor esfuerzo de ventas serán los clientes cautivos, aquellos que sean recurrentes y que ingresen en nuestra base de datos.

Para identificar y contactar clientes potenciales es importante moverse en los círculos culturales, eventos, lanzamientos, exposiciones. Además de tener una lista de posibles clientes mediante su perfil cultural y enviarles invitaciones al evento de inauguración.

Las características del producto que se enfatizará son la cultura y el servicio al cliente en atención personalizada y rápida.

Para motivar la venta se realizarán eventos especiales de lanzamiento e invitación de personalidades destacadas de la literatura que expondrán o presentarán obras o autografiarán sus propios libros.

El área geográfica inicial que se cubrirá es el mercado de Guayaquil, en el sector norte de la ciudad, con posibilidades luego de ampliar el mercado al sur de la ciudad.

Estrategia Promocional

Realizar descuentos especiales por volúmenes de compra y ofertas del mes, así como el lanzamiento del libro de la semana.

Publicidad en el periódico una vez al mes, comentando sobre los libros más leídos y las novedades en cartelera.

Ambiente agradable para que el cliente pueda acercarse y disfrutar de un rato de lectura, y elegir con toda comodidad el libro que desee adquirir.

Consulta de obras a través de página Web donde se incluirá los eventos culturales de trascendencia.

3. ANALISIS TECNICO

3.1 Objetivos del área de producción

En el caso nuestro el objetivo principal es el de la tener los inventarios en cantidades suficientes para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, asegurando una adecuada rotación del inventario y a la vez manteniendo una continua actualización de las obras.

3.2 Especificaciones del producto o servicio

El producto a venderse es el servicio de distribución de libros, así como la actualización de obras.

3.3 Descripción del proceso del servicio

Para prestar el servicio que pretendemos, es necesario escuchar al cliente para poder asesorarlo en su compra. El proceso de servicio tiene las siguientes etapas: (Ver Proceso en Anexo 1).

3.4 Diagrama de flujos de procesos

En el Anexo 1 especificamos el proceso de servicio al cliente.

3.5 Características de la tecnología

Contaremos con un software para manejo de la base de datos de nuestros clientes, así como también con una página web donde los clientes podrán consultar las obras que se encuentran a nuestra disposición.

3.6 Facilidades

El negocio estará ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil, en un local previamente alquilado en el Centro comercial LA ROTONDA, contará con 36 metros cuadrados y cuyo alquiler mensual es de \$ 600.

El local cuenta con todos los servicios básicos, como agua, energía, alcantarillado, dos líneas telefónicas, cuenta con la iluminación y ventilación adecuadas, seguridad, parqueo.

Contaremos con una sala de lectura, una pequeña cafetería y atención permanente de nuestros empleados para atención personalizada de nuestros clientes.

3.7 Equipos y maquinaria

Para el buen funcionamiento del negocio se requiere de los siguientes equipos:

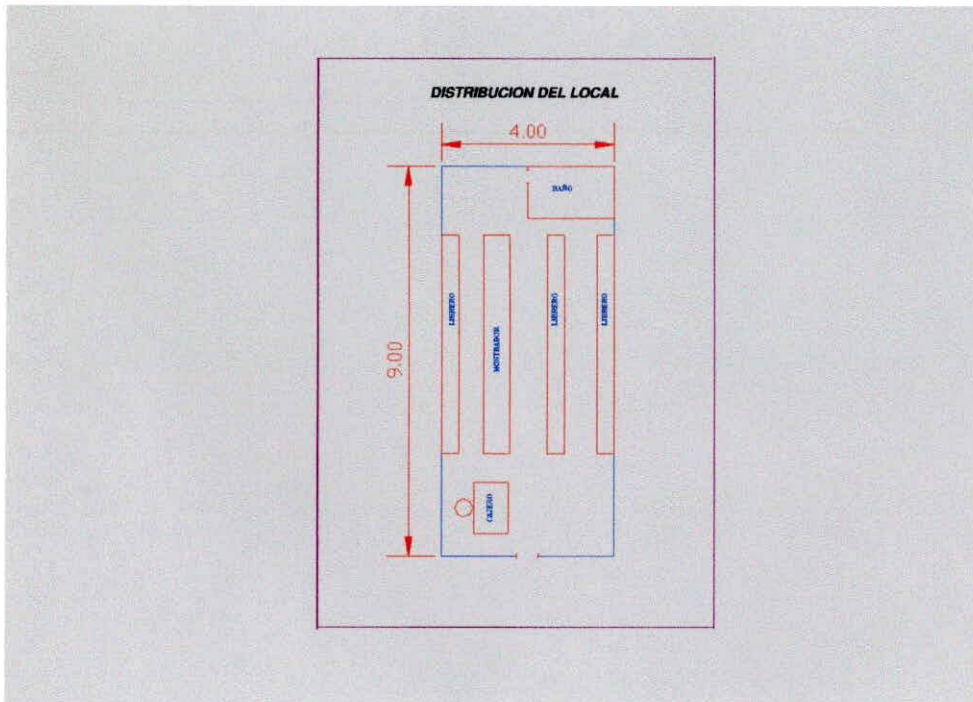
- Un computador de 400 Mhz, 128 Megabytes en memoria RAM y disco duro de 8 gigabytes de capacidad. (Contabilidad, Administración, Inventarios)
- Un computador de 333 Mhz, 64 megabytes en memoria RAM, disco duro de 6 gigabytes de capacidad, para almacenar una base de datos que contiene la información de clientes y proveedores con editor de texto y hoja electrónica.
- Dos impresoras de inyección de tinta
- UPS 525 V.A. de dos horas
- Supresor de pico
- 10 estanterías fabricadas especialmente según el diseño requerido
- Software de contabilidad, finanzas e inventarios, sistema operativo.
- Un computador personal para Gerente.
- Una caja registradora
- Una calculadora de escritorio
- Dos escritorios sencillos
- Dos sillas tipo ejecutivo
- ***Cuatro sillas de espera***

- Una cafetera
- de espera .
- Una cafetera.
- Un extintor
- Suministros de Oficina
- Dos teléfonos inalámbricos
- Un teléfono facsímil
- Un sillón de visita
- Dos archivadores 4 gavetas
- Una mesa rectangular
- Dispensador de agua fría y caliente
- aire acondicionado.

Todos estos equipos se comprarán localmente y se pagarán de contado.

3.5 Diseño y distribución de la planta y oficinas

El local cuenta con un área de 36 metros cuadrados, los cuales se distribuyen en dos plantas, como en la figura adjunta. En la planta alta se encuentra la oficina y la cafetería.





4. ANALISIS ADMINISTRATIVO

4.1 Objetivos del área administrativa

Los objetivos del área administrativa son contar con el personal suficiente e idóneo para brindar atención al cliente en forma eficaz, así como atender los pedidos en forma oportuna y solucionar los problemas administrativos que se presenten.

4.2 El grupo empresarial

La empresa se constituirá según el régimen de sociedad anónima, la misma que estará compuesta por dos socios en calidad de capitalistas y gestores.

La figura adjunta presenta el organigrama de la empresa, la junta de accionistas definirá las metas y estrategias de la empresa.

El contador será contratado por honorarios profesionales y laborará un día en la semana, sus funciones son: el manejo contable y financiero del negocio y la actualización de políticas tributarias y fiscales.

Los dependientes laborarán la jornada acostumbrada en los centros comerciales y sus funciones básicas son la atención al cliente y la actualización del inventario. La contratación será en forma permanente bajo el régimen de seguridad social.

4.3 Personal Ejecutivo

Los miembros del grupo empresarial son:

- ✓ Eco. Elaine Jijón G.
- ✓ Ing. Leonardo Cañizares

La educación, experiencia laboral, capacitación en la industria y habilidades de cada uno, son las siguientes:

Eco. Elaine Jijón Gordillo

Economista, Universidad Estatal de Guayaquil. Especialista en organización administrativa y dirección de personal.

Leonardo Cañizares, Ingeniero Comercial.

Con experiencia en ventas, contacto con clientes, conocimiento del negocio.

Participación de cada uno en la Gestión Empresarial

El Ing. Leonardo Cañizares será el realizador y emprendedor en este proyecto, además de llevar la parte comercial, ventas, mercadeo y publicidad.

La Eco. Elaine Jijón será la Administradora e Integradora en el proyecto, además de los aspectos financieros, contables y legales

Conformación del Directorio

Las decisiones a tomar en la ejecución del proyecto serán tomadas en común acuerdo entre el Gerente General (Elaine Jijón) y el Gerente Comercial (Leonardo Cañizares), desarrolladores del proyecto.

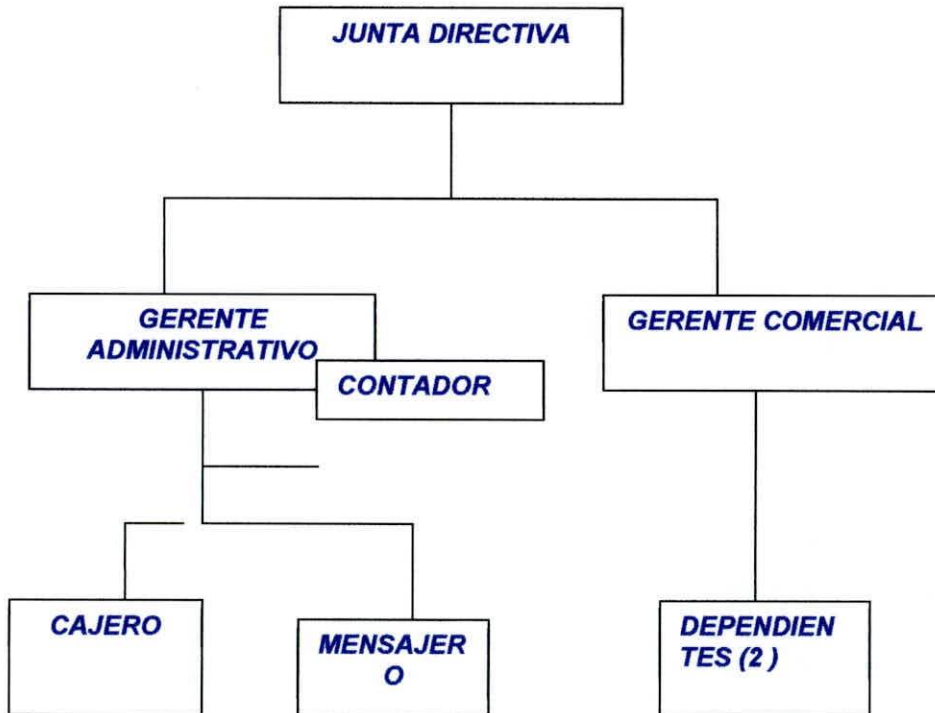
Los Asesores

Un contador para llevar en regla los asuntos financieros y tributarios del negocio.

Un abogado apoyando en la gestión de permisos mercantiles, municipales y de salud, además de establecer contratos de personal y alianzas estratégicas con otras empresas y proveedores.

4.4 Estructura organizacional

ORGANIGRAMA DE LA LIBRERÍA



4.5 Funciones, políticas de capacitación y desarrollo del personal

Niveles jerárquicos que se establecerán en la Empresa

Descripción de Funciones, tareas específicas.

Gerente / Administrativo:

- Planear objetivos de la empresa
- Definir las metas financieras de la empresa
- Realizar gestiones financieras
- Controlar y registrar el flujo de transacciones que se originen a diario
- Verificar y controlar la gestión del contador externo, el asesor legal mensajero y cajero.
- Controlar los índices financieros
- Supervisar inventario de obras
- Determinar necesidades de compra

Gerente Comercial

- Planear objetivos de la empresa.
- Establecer Alianzas Estratégicas con clientes y proveedores
- Supervisar la calidad del servicio brindado y el grado de satisfacción del cliente
- Realizar la gestión de ventas tanto individuales como corporativas
- Diseñar y ejecutar promociones.
- Supervisar y entrenar a dependientes.

Dependientes

- Aperturar registro del cliente
- Atender clientes personalmente y por teléfono.
- Actualizar y organizar inventario.
- Facturar.

Cajero

- Recibir dinero producto de la venta.
- Realizar depósitos bancarios.

Mensajero

- Realizar trámites bancarios
- Colocar libros en perchas.
- Limpieza en general.

Asesor Legal

- Obtener y renovar permisos municipales, mercantiles y sanitarios para el funcionamiento del local
- Ayudar en los trámites pertinentes en el registro de la propiedad y el registro mercantil
- Elaboración de contratos para el personal fijo y eventual en el caso de requerirse

Asesor Contable

- Recibir los registros contables para elaborar Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y calcular índices financieros
- Realizar la declaración de impuestos mensuales y elaborar la declaración de impuestos a la renta anual

Forma de Contratación, niveles salariales, prestaciones, beneficios adicionales

La contratación del personal lo realizará el asesor legal, donde se considerará lo siguiente:

Personal de planta (tendrán todos los beneficios de ley, además su salario será de acuerdo al perfil solicitado)

Personal temporal (se establecerá un sueldo de común acuerdo)

Funciones, políticas, mecanismos de dirección y control

EMPLEADOS

Definición de necesidades cuantitativas y cualitativas

Definición Cuantitativa

Para la apertura del negocio se requiere un total de 6 personas a tiempo completo

Definición Cualitativa

Nivel 1:

- Gerente Administrativo: Profesional con aptitudes administrativas, financieras y organizativas
- Gerente Comercial: Profesional con aptitudes de ventas, mercadeo y publicidad

Nivel 2:

- Asesor Contable: Contador externo

Nivel 3:

- Mensajero: Bachiller con moto

- Dependientes: Estudiante Universitario, con conocimientos de biblioteca, humanidades y cultura general.

Mecanismos de selección, reclutamiento y contratación

Mecanismos de Reclutamiento

- Requisición de personal a tiempo completo
- Elección de fuentes externas, esto es personal cuyos curriculum vitae sean receptados a través de diario.

Mecanismos de Selección

- Revisión de Curriculum Vitae
- Entrevista preliminar
- Pruebas de selección
- Verificación referencia
- Entrevista final
- Decisión sobre terna

Mecanismos de Contratación

- Revisión cláusulas del contrato
- Acuerdo entre las partes
- Firma del Contrato

Políticas de incentivos, desarrollo, capacitación, prestaciones, etc.

Compensaciones y Beneficios

- Salario
- Bonificaciones
- Comisiones sobre ventas.
- Utilidades

5 ANALISIS LEGAL, SOCIAL, Y DE VALORES PERSONALES

5.1 Aspectos legales de la compañía

En cuanto al aspecto legal, nuestra empresa se constituirá bajo el régimen de sociedad anónima. Los procesos de contratación se realizarán según las leyes vigentes. En las proyecciones financieras se ha previsto el cumplimiento riguroso de todas las obligaciones tributarias y de orden municipal.

De la misma forma todas las obligaciones laborales (aportes y prestaciones) están previstas de acuerdo a la ley.

Todo el software que se utilice tendrá su respectiva licencia.

Todos los servicios se ampararán con un contrato que incluirá los siguientes aspectos:

- Las partes contratantes
- Alcance del contrato
- Responsabilidades profesionales
- Monto del contrato
- Procedimientos de facturación y pago
- Derechos de autor
- Tiempo de entrega
- Firma de las partes

En los casos en los que haya que presentar garantía para los casos tanto de compra como de venta, las mismas tendrán los siguientes requisitos:

- Incondicional
- Irrevocable
- De cobro inmediato
- Renovable a la sola petición del interesado

5.2 Aspectos de legislación urbana

La empresa se afiliará a la Cámara de Comercio de la Ciudad de Guayaquil y cumplirá todas las obligaciones derivadas de ello. También contará con los permisos municipales y sanitarios que exige la Ley.

5.3 Análisis ambiental

La empresa no tiene un impacto directo sobre el ambiente, no genera emisiones que contaminen la tierra, el agua o el aire.

La tecnología que se utilizará requerirá energía eléctrica en forma racional, las instalaciones de la oficina contarán con todas las comodidades y cumplirán las reglamentaciones necesarias para brindar un ambiente adecuado para la protección física y mental de los trabajadores.

Los desechos sólidos que se originen por las actividades propias del negocio serán clasificados y entregados a las empresas de reciclaje.

5.3 Análisis social

Inicialmente la empresa dará empleo directo a cuatro personas, más adelante, y de acuerdo con el crecimiento será necesario contar con un mayor número de técnicos, los cuales podrían contratarse a tiempo parcial.

5.4 Análisis de Valores personales

La empresa velará para que todos los servicios prestados se realicen de una manera honesta, con la mejor calidad. Se cumplirán los términos de las garantías ofrecidas.

6. ANALISIS ECONOMICO

6.1 Inversiones en Activos Fijos

El cuadro 1 muestra la inversión en activos fijos (equipos, software, muebles y enseres). Todos estos activos se adquirirán de contado. Los cuadros 2 y 3 muestran la depreciación y amortización de bienes, utilizando el método lineal y en el tiempo que la ley establece para cada caso.

6.2 Inversión en Capital de Trabajo

La inversión inicial para realizar el primer pedido es de \$ 8.000.

Se requiere un colchón de efectivo para cubrir los costos fijos del primer mes.

6.3 Presupuesto de Ingresos

El cuadro 4 recoge la información detallada de los ingresos por línea. No se consideran procesos de recuperación de cartera porque la venta es de contado. El primer año se ha elaborado en forma mensual para poder identificar mejor el desarrollo del negocio. Se han incluido para los años 2 y 3 los ajustes debidos a la inflación que para nosotros se ubicará alrededor del 12%.

No necesitamos insumos para la operación de nuestro negocio, únicamente manejar correctamente el inventario de libros que previamente hemos categorizado por líneas bien definidas.

6.4 Presupuesto de Materias Primas, servicios e Insumos

En el Flujo de Caja presentado se explica la inversión a realizarse en cada uno de los años en compra de mercaderías (libros), que constituye nuestra materia prima o insumo.

6.5 Presupuesto de Personal

Como se vio en su momento, la empresa tendrá en la nómina a cuatro personas: los dos socios gestores que actúan a nivel de gerentes y tendrán un salario mensual de \$ 500, los otros dos empleados serán los dependientes de la librería.

Se han considerado incrementos del 12% anual para los siguientes dos años.

Todos los aspectos legales y de prestaciones sociales se han cubierto, como muestran los detalles del cuadro 5.

6.7 Presupuesto de Otros Gastos

El rubro Otros Gastos contempla los Gastos Administrativos y de Ventas necesarios para el funcionamiento del negocios, explicados en Anexos.

6.8 Análisis de Costos y Punto de Equilibrio

Como se ha podido observar el costo de la mercadería es del 60%, lo que nos permite un margen de contribución del 40%. Esta cifra se logra debido a que se compra crédito a los grandes distribuidores y se vende al contado.

En el cuadro 6 se destaca el punto de equilibrio que se calcula por línea de acuerdo a la contribución de cada una al nivel de ingresos.

Se observa que con un cálculo conservador en el nivel de ventas, se cumple la meta del punto de equilibrio.

7. ANALISIS FINANCIERO

7.1 Flujo de Caja

El flujo de caja que se presenta en el cuadro siguiente tiene las consideraciones conservadoras en cuanto a ingresos que hemos creído necesarias. Aún así no presenta dificultades de tesorería.

No se han considerado otros ingresos como intereses por colocación de excedentes ni otro tipo de ventas, para evaluar únicamente las líneas con las que se pretende iniciar el proyecto.

La inversión inicial de \$36.000 es financiada por los accionistas. Mas adelante se considerará el escenario de tomar dinero prestado para iniciar el negocio.

7.2 Estado de Resultados

El cuadro siguiente tiene el estado de pérdidas y ganancias de los tres años considerados para la evaluación del proyecto de negocio.

Se puede observar que arroja utilidades desde el primer año.

7.3 Balance General

A continuación el balance general de los tres años de proyección que estamos considerando.

8. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

8.1 Riesgos de Mercado

El riesgo principal del negocio es el contar con una base de clientes suficiente y permanente que garanticen nuestro volumen de compras proyectado. Las proyecciones realizadas pueden verse afectadas por la reducción del número de clientes por el surgimiento de otros negocios parecidos en el lugar donde se instale nuestra librería. Ganar un margen del mercado será nuestro primer desafío a través de campañas publicitarias y el conservarlo se dará a través del constante contacto con el cliente.

8.2 Riesgos Técnicos

No aplica para nuestro producto. Sin embargo, debemos estar constantemente actualizando nuestra página Web con el fin de que pueda ser atractiva a nuestros clientes.

8.3 Riesgos Económicos

Cuando se habla de riesgos económicos generalmente se hace referencia a que los flujos reales del proyecto no sean aproximados a los proyectados. En este caso los flujos están correlacionados y la probabilidad de que sean casi iguales es cercana a uno.

8.4 Riesgos Financieros

Por riesgo financiero entendemos la posibilidad de no poder cubrir los costos del dinero prestado para financiar un proyecto. En este caso el dinero es proveído por los accionistas y no existe la presión de un pago de intereses. El único riesgo para los accionistas es que no se cumpla con la tasa mínima atractiva de retorno que esperan obtener.

9. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

9.1. Evaluación de Contado

En el cuadro se puede notar que al financiar el proyecto con capital propio, el valor actual neto es positivo y la tasa interna de retorno es del , valor que supera las expectativas de cualquier inversión de este tipo.

9.2 Evaluación con Financiación

Al prestar el 50% de la inversión inicial, los flujos traídos a valor presente dan resultado negativo, por lo cual este tipo de financiación no es conveniente. Ocurre además que los tres años en los que se evalúa el proyecto no alcanzan para obtener rentabilidad deseada y pago puntual de las obligaciones financieras.

9.3 Análisis de sensibilidad

La apreciación del análisis de sensibilidad se la realiza con respecto al valor actual neto. Nuestros escenarios van dirigidos a observar que ocurre con el VAN cuando se incrementan los costos o disminuyen los ingresos, variables que son más susceptibles de cambios imprevistos.

En el caso que nos ocupa y como podemos observar en el cuadro adjunto, una disminución del ingreso del 30% hace que nuestro VAN comience a ser negativo.

De igual manera un aumento en los costos del 40% tiene el mismo efecto sobre el valor actual neto.

Estas consideraciones ayudan a monitorear el proyecto y vemos que puede castigarse en ambas variables sin que deje de ser atractivo porque las probabilidades de que eso ocurra no son altas.

9.4 Evaluación de la estructura financiera

Con respecto a la estructura financiera la empresa se mantiene con una posición de solidez con su indicador de 2,36 a 4,3 del primero al tercer año. Con respecto a su posición de liquidez, los indicadores revelan un comportamiento saludable desde el primer año (7,16) hasta el tercer año (7,40), considerando que la compañía vende al contado y los créditos de sus proveedores son a lo mucho a 90 días.

9.5 Evaluación Integral

Una vez analizado el flujo de caja neto del proyecto y los estados financieros bajo el supuesto de la liquidación del negocio en tres años y sin considerar valor de salvamento, concluimos que la tasa de retorno del supera las expectativas que los socios puedan tener sobre la inversión de su capital en algún tipo de instrumento financiero. Esto hace que el proyecto sea económicamente factible.

Al realizar el análisis del punto de equilibrio se nota que con un cumplimiento del 75% de las ventas proyectadas, se alcanza el nivel de factibilidad.

No existen barreras para entrar al negocio, ni complicaciones de tipo legal ni tecnológico, lo que hace relativamente sencillo implementarlo teniendo las condiciones de capital requeridas.

	PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL												PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO
	PRIMER TRIMESTRE			SEGUNDO TRIMESTRE			TERCER TRIMESTRE			CUARTO TRIMESTRE					
	1er. Mes	2do. Mes	3er. Mes	1er. Mes	2do. Mes	3er. Mes	1er. Mes	2do. Mes	3er. Mes	1er. Mes	2do. Mes	3er. Mes			
SALARIO BASICO	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	21,840.00	24,460.80	39,396.10
REFRIGERIO	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	2,880.00	3,225.60	3,612.67
IESS	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	217.92	2,615.04	2,928.94	3,280.31
DECIMOTERCER SUELDO	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	1,920.00	2,150.40	2,408.45
DECIMO CUARTO SUELDO	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	384.00	430.08	481.69
HORAS EXTRAS	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00	1,344.00	1,505.28
COMPENSACION SALARIAL	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	1,152.00	1,290.24	1,445.07
TOTAL MANO DE OBRA	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	2,665.92	31,991.04	35,829.96	40,129.56
DESEMBOLSO NETO TRABAJAD	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	29,376.00	32,901.12	36,849.25

DEPRECIACION Y AMORTIZACION				
Periodo	PAAG	V Actual	Ajuste	Depreciacion este-Depreciacion Acumulada
EQUIPOS DE COMPUTACION	0	2,600.00		0.00
5 ANOS	1	20%	2,080.00	520.00
	2	20%	1,560.00	520.00
	3	20%	1,040.00	520.00
MUEBLES Y ENSERES	0	6,510.00		
(10 ANOS)	1	10%	5,859.00	651.00
	2	10%	5,208.00	651.00
	3	10%	4,557.00	651.00
TOTA ANUAL DEPRECIACION		1,171.00		
AMORTIZACION				
SOFTWARE Y BIBLIOTECA	0	6,000.00		
(5 ANOS)	1	20%	4,800.00	1,200.00
	2	20%	3,600.00	1,200.00
	3	20%	2,400.00	1,200.00
GASTOS PRE-OPERACIONALES				
Varios Gastos constitucion cia.	0	1,935.00		
	1	10%	1,741.50	193.50
	2	10%	1,548.00	193.50
	3	10%	1,354.50	193.50
TOTAL ANUAL AMORTIZACION		1,393.60		

NOTAS:

1. Se considera una inflacion anual del 12% para el año 2 y 3

2. Los sueldos son como sigue:

Dependientes	2	250	500
Mensajero	1	120	120
Cajero	1	200	200
Gerente Administrativo y Comercial	2	500	1000
			1820



Cuadro 2

ANEXO 1

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN				
	S	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ARRIENDO	600.00	7,200.00	8,064.00	9,031.68
SERVICIOS PUBLICOS	135.00	1,620.00	1,814.40	2,032.13
SEGURO	200.00	2,400.00	2,688.00	3,010.56
IMPUESTOS LOCALES	150.00	150.00	168.00	188.16
Gastos de constitución	800.00			
Municipio				
bomberos		50.00	56.00	62.72
Afiliación CC				
Registro Mercantil				
TOTAL GASTOS OPERACIÓN	1,885.00	11,420.00	12,790.40	14,325.25

ANEXO 2

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS				
	Mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GASTOS DE PUBLICIDAD	180.00	2,160.00	1,500.00	1,000.00
ASESORIA CONTABLE	300.00	3,600.00	4,032.00	4,515.84
OTROS GASTOS	200.00	2,400.00	2,688.00	3,010.56
SUMINISTROS DE OFICINA	100.00	1,200.00	1,344.00	1,505.28
AMORTIZACIONES	116.13	1,393.50	1,393.50	1,393.50
DEPRECIACION M Y EQUIPOS	97.58	1,171.00	1,171.00	1,171.00
TOTAL GASTOS ADM.VTAS.	993.71	11,924.50	12,128.50	12,596.18

DESEMBOLSO NETO CAJA	780.00	9,360.00	9,564.00	10,031.68
-----------------------------	--------	----------	----------	-----------

PRESUPUESTO DE INGRESOS																
PRODUCTO	PRIMER TRIMESTRE			SEGUNDO TRIMESTRE			TERCER TRIMESTRE			CUARTO TRIMESTRE			ANO 1 TOTAL	ANO 2	ANO 3	
	1er mes	2do. Mes	3er. Mes	1er mes	2do. Mes	3er. Mes	1er mes	2do. Mes	3er. Mes	1er mes	2do. Mes	3er. Mes				
LINEA AUTOAYUDA																
CANTIDAD A VENDER	140	190	130	280	280	280	280	280	300	320	380	420	380	3,360	3,360	3,360
PRECIO UNITARIO	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	17	19
VENTA TOTAL	2,100	2,850	1,950	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,500	4,800	5,700	6,300	5,400	50,400	56,448	63,222
LINEA NOVELAS																
CANTIDAD A VENDER	60	100	80	150	112	112	112	112	112	112	112	180	112	1,354	1,354	1,354
PRECIO UNITARIO	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	13
VENTA TOTAL	600	1,000	800	1,500	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,800	1,120	13,540	15,165	16,985
LINEA DE OBRAS DE ARTE																
CANTIDAD A VENDER	4	8	6	10	8	8	8	8	8	8	8	10	8	94	94	94
PRECIO UNITARIO	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	100
VENTA TOTAL	320	640	480	800	640	640	640	640	640	640	640	800	640	7,520	8,422	9,433
LINEA DE HOGAR																
CANTIDAD A VENDER	50	70	70	80	80	80	80	80	80	80	90	100	90	960	960	960
PRECIO UNITARIO	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	13	15
VENTA TOTAL	600	840	840	960	960	960	960	960	960	960	1,080	1,200	1,080	11,520	12,902	14,451
LINEA DE INTERES GENERAL																
CANTIDAD A VENDER	310	360	400	420	420	420	420	420	420	420	420	550	420	4,980	5,040	5,040
PRECIO UNITARIO	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	20	23
VENTA TOTAL	5,580	6,480	7,200	7,560	7,560	7,560	7,560	7,560	7,560	7,560	7,560	9,900	7,560	89,640	101,606	113,799
VENTAS BRUTAS	9,200	11,810	11,270	14,480	14,480	14,480	14,480	14,480	14,780	15,200	16,100	20,000	15,800	172,620	194,544	217,889
IVA 12%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RETENCION EN LA FUENTE 1%	9,200	11,810	11,270	15,020	14,480	14,480	14,480	14,480	14,780	15,200	16,100	20,000	15,800	172,620	194,544	217,889
VENTAS NETAS	9,200	11,810	11,270	15,020	14,480	14,480	14,480	14,480	14,780	15,200	16,100	20,000	15,800	172,620	194,544	217,889
VENTAS AL CONTADO																
VENTAS A CREDITO																
RECUPERACION DE CARTERA																
INGRESOS EFECTIVOS																
CUENTAS POR COBRAR																
Cantidad vendida	564	728	686	940	900	900	900	900	920	950	990	1,260	990	10,748	10,808	10,808
Promedio mensual																896

CONSIDERACIONES ESPECIALES:

1. Se prevé una inflación del 9% en el segundo y tercer año.
2. Estacionalidad en las ventas: mayor venta en Febrero, Abril, Octubre y Diciembre.
3. Todas las ventas serán al contado (efectivo o con tarjeta de crédito)
4. En la venta de libros no aplica retención del IVA

Cuadro 4
LIBRERIA CIENCIA Y ARTE

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS

PRODUCTO	PRIMER TRIMESTRE			SEGUNDO TRIMESTRE			TERCER TRIMESTRE			CUARTO TRIMESTRE			ANO 1	ANO 2	ANO 3	
	1er mes	2do. Mes	3er. Mes	1er mes	2do. Mes	3er. Mes	1er mes	2do. Mes	3er. Mes	1er mes	2do. Mes	3er. Mes	TOTAL			
LINEA AUTOAYUDA																
CANTIDAD A VENDER	140	190	130	280	280	280	300	320	380	360	420	380	3,360	3,360	3,360	
PRECIO UNITARIO	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	10	11
VENTA TOTAL	1,260	1,710	1,170	2,520	2,520	2,520	2,700	2,880	3,420	3,240	3,780	3,420	30,240	30,240	33,869	37,933
LINEA NOVELAS																
CANTIDAD A VENDER	60	100	80	112	112	112	112	112	112	112	180	112	1,354	1,354	1,354	1,354
PRECIO UNITARIO	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	8
VENTA TOTAL	360	600	480	672	672	672	672	672	672	672	1,080	672	8,124	8,124	9,099	10,191
LINEA DE OBRAS DE ARTE																
CANTIDAD A VENDER	4	8	6	8	8	8	8	8	8	8	10	8	94	94	94	94
PRECIO UNITARIO	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	54	60
VENTA TOTAL	192	384	288	384	384	384	384	384	384	384	480	384	4,512	4,512	5,053	5,660
LINEA DE HOGAR																
CANTIDAD A VENDER	50	70	70	80	80	80	80	80	80	90	100	90	960	960	960	960
PRECIO UNITARIO	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	8	9
VENTA TOTAL	360	504	504	576	576	576	576	576	576	648	720	648	6,912	6,912	7,741	8,670
LINEA DE INTERES GENERAL																
CANTIDAD A VENDER	310	360	400	420	420	420	420	420	420	420	560	420	4,860	4,860	5,040	5,040
PRECIO UNITARIO	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	12	14
VENTA TOTAL	3,348	3,888	4,320	4,536	4,536	4,536	4,536	4,536	4,536	4,536	5,940	4,536	53,784	53,784	60,964	68,280
VENTAS BRUTAS	5,520	7,086	6,762	8,688	8,688	8,688	8,688	8,688	8,688	9,480	12,000	9,660	103,572	103,572	116,726	130,734
IVA 12%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RETENCION EN LA FUENTE 1%	5,520	7,086	6,762	8,688	8,688	8,688	8,688	8,688	8,688	9,480	12,000	9,660	103,572	103,572	116,726	130,734
VENTAS AL CONTADO	5,520	7,086	6,762	8,688	8,688	8,688	8,688	8,688	8,688	9,480	12,000	9,660	103,572	103,572	116,726	130,734
VENTAS A CREDITO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RECUPERACION DE CARTERA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INGRESOS EFECTIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CUENTAS POR COBRAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

CONSIDERACIONES ESPECIALES:

1. Se prevé una inflación del 12% en el segundo y tercer año.
2. Estacionalidad en las ventas: mayor venta en Febrero, Abril, Octubre y Diciembre.
3. Todas las ventas serán al contado (efectivo o con tarjeta de crédito)
4. En la venta de libros no aplica retención del IVA

PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
EQUIPOS			
Computador (1)	3	700	2100
Impresora de Inyección (2)	2	100	200
Fax	1	300	300
TOTAL EQUIPOS	6	1100	2600
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio de madera (3)	2	500	1000
Silla ATU para escritorio (3)	2	160	320
Silla ATU para visita (3)	4	110	440
Archivador 4 gavetas	2	200	400
Calculadora	1	60	60
Estanterías 2 metros ancho x 1,5	10	100	1000
Extintor	1	20	20
Teléfono	2	60	120
1 mesa redonda (para sala lectura)	1	200	200
4 sillas (sala lectura)	4	50	200
Butacón grande	1	500	500
1 cafetera para hacer café expreso	1	500	500
Vajilla y otros utensilios	1	100	100
1 dispensador de agua fría y caliente	1	200	200
1 aire acondicionado split	2	600	1200
Caja registradora	1	250	250
	36		6510
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			6510
INVERSION DEPRECIABLE			9110
TOTAL INVERSION DEPRECIABLE			9110
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			9110

NOTA:

- (1) 1 PARA Vendedor (mostrador)
1 para Contador-Administrador
1 para Gerente
- (2) 1 para Vendedor (impresión de factura)
1 para Administrador-Contador
- (3) 1 para Gerente
1 para Contador-Adminsitrador

Cuadro 6

PLAN DE NEGOCIOS-ANALISIS ECONOMICO
LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE

PRESUPUESTO DE INVERSION EN SOFTWARE			
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
SOFTWARE			
Sistema Operativo	1	1.000,00	1.000,00
Sistema de control de inventarios	1	2.000,00	2.000,00
Sistema Contable	1	1.500,00	1.500,00
Diseño y mantenimiento página Web	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL EQUIPOS	3	4.500,00	6.000,00
INVERSION AMORTIZABLE			6.000,00

Cuadro 8

**LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ESTADO DE RESULTADOS (SIN CONSIDERAR FINANCIACION)**

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS NETAS	172.620,00	194.544,00	217.889,00
MENOS: COSTO DE VENTAS	103.572,00	116.726,00	130.734,00
UTILIDAD BRUTA	69.048,00	77.818,00	87.155,00
Menos. Gastos			
Gastos de Operación	11.420,00	12.790,40	14.325,25
Gastos de Administración y Ventas	11.924,50	12.128,50	12.596,18
Gastos de Personal	31.991,04	35.829,96	40.129,56
TOTAL GASTOS	55.335,54	60.748,86	67.050,99
UTILIDAD OPERACIONAL	13.712,46	17.069,14	20.104,01
MENOS: 15% UTILIDADES	2.056,87	2.560,37	3.015,60
SUBTOTAL	11.655,59	14.508,77	17.088,41
Menos: Impuesto Renta	2.913,90	3.627,19	4.272,10
UTILIDAD NETA	8.741,69	10.881,58	12.816,31



LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
BALANCE GENERAL (SIN FINANCIACION)

Cuadro 9

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO CORRIENTE				
Caja y Bancos		15.723,96	17.417,27	19.372,22
Cuentas por Cobrar (clientes)		0,00	0,00	0,00
Anticipo para Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00
Inventario	8.000,00	19.508,00	32.477,56	47.003,56
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		35.231,96	49.894,83	66.375,78
ACTIVOS FIJO				
Equipos		2.600,00	2.600,00	2.600,00
Menos: Depreciación de Equipos		-520,00	-1.040,00	-1.560,00
Neto		2.080,00	1.560,00	1.040,00
Muebles y Enseres		6.510,00	6.510,00	6.510,00
Menos: Depreciación de Muebles y E		-651,00	-1.302,00	-1.953,00
Neto		5.859,00	5.208,00	4.557,00
Software		6.000,00	6.000,00	6.000,00
Menos: Amortización		-1.200,00	-2.400,00	-3.600,00
Neto		4.800,00	3.600,00	2.400,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		12.739,00	10.368,00	7.997,00
Gastos Pre-operativos		1.741,50	1.548,00	1.354,50
TOTAL ACTIVOS		49.712,46	61.810,83	75.727,28
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
Prestaciones sociales por Pagar		2.056,87	2.560,37	3.015,60
Cuentas por Pagar (proveedores)				
Impuesto a la renta por pagar		2.913,90	3.627,19	4.272,10
Retenciones en la fuente				
IVA por Pagar				
TOTAL PASIVOS CORRIENTE		4.970,77	6.187,56	7.287,70
TOTAL PASIVOS				
PATRIMONIO				
Capital	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
Revalorización de Patrimonio				
Resultados de ejercicios anteriores		0,00	8.741,69	19.623,27
Utilidades o pérdidas del ejercicio		8.741,69	10.881,58	12.816,31
Reserva Legal		0,00		0,00
TOTAL PATRIMONIO		44.741,69	55.623,27	68.439,58
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		49.712,46	61.810,83	75.727,28
DIFERENCIA		0,00	0,00	0,00

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE

Cuadro 10

CONDICIONES PRESTAMO BANCARIO

CAPITAL 18000
TASA INTERES ANUAL 12%
PLAZO (AÑOS) 5
FORMA PAGO: SEMESTRAL
AMORTIZACION 1800

	CUADRO PAGO	CAPITAL	INTERES	ABONO	DIVIDENDO	SALDO CAPI	PAGO EFFECT	ABONO CAP	INTERES
Jun-año1		18.000,00	1.080,00	1.800,00	2.880,00	16.200,00			
Dic-año1		16.200,00	972,00	1.800,00	2.772,00	14.400,00	5.652,00	3.600,00	2.052,00
Jun-año2		14.400,00	864,00	1.800,00	2.664,00	12.600,00			
Dic-año2		12.600,00	756,00	1.800,00	2.556,00	10.800,00	5.220,00	3.600,00	1.620,00
Jun-año3		10.800,00	648,00	1.800,00	2.448,00	9.000,00			
Dic-año3		9.000,00	540,00	1.800,00	2.340,00	7.200,00	4.788,00	3.600,00	1.188,00

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
FLUJO DE CAJA (EVALUACIÓN CON FINANCIACION)

Cuadro 11

CONCEPTO	PRIMER TRIMESTRE			SEGUNDO TRIMESTRE			TERCER TRIMESTRE			CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3	
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11				Mes 12
CAJA INICIAL																
MAS INGRESOS		10,955.00	9,440.75	8,996.49	8,372.24	8,997.99	9,443.73	7,009.48	7,455.23	8,000.97	8,665.72	9,572.47	10,555.21	10,955.00	10,071.96	7,289.12
POR VENTAS AL CONTADO		9,200.00	11,510.00	11,270.00	15,020.00	14,460.00	14,480.00	14,480.00	14,780.00	15,200.00	15,600.00	16,100.00	20,000.00	172,620.00	184,544.00	217,889.00
MAS INGRESOS POR RECUPERACION CARTERA		9,200.00	11,510.00	11,270.00	15,020.00	14,460.00	14,480.00	14,480.00	14,780.00	15,200.00	15,600.00	16,100.00	20,000.00	172,620.00	184,544.00	217,889.00
TOTAL DISPONIBLE		9,200.00	11,510.00	11,270.00	15,020.00	14,460.00	14,480.00	14,480.00	14,780.00	15,200.00	15,600.00	16,100.00	20,000.00	172,620.00	184,544.00	217,889.00
MENOS: INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	9,110.00															
MENOS: COMPRA MERCADERIA	8,000.00															
MENOS: SOFTWARE	6,000.00															
GASTOS DE PERSONAL		2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	2,448.00	29,376.00	32,901.12	36,849.25
ARRIENDO		600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	8,064.00	9,031.68
SERVICIOS PUBLICOS		135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00	1,620.00	1,814.40	2,032.13
SEGURO		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00	2,688.00	3,010.56
MENOS: EGRESOS POR PAGO IMPUESTOS		150.00												150.00	168.00	188.16
ESCRITURA DE CONSTITUCION		800.00														
BOMBEROS		50.00												50.00	56.00	62.72
MENOS: EGRESOS POR GASTOS DE OPERACIÓN	1,935.00	1,135.00	935.00	935.00	935.00	935.00	935.00	935.00	935.00	935.00	935.00	935.00	935.00	11,420.00	12,790.40	14,325.25
GASTOS PUBLICIDAD		180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	2,160.00	2,400.00	2,700.00
ASESORIA CONTABLE		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00	4,032.00	4,515.84
OTROS GASTOS		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00	2,688.00	3,010.56
SUMINISTROS DE OFICINA		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00	1,344.00	1,505.28
MENOS: EGRESOS POR GASTOS DE ADMINSTR		780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00	9,360.00	9,564.00	10,031.68
IVA																
RETENCION EN LA FUENTE																
IMPUESTO A LA RENTA Y UTILIDADES																
IESS																
TOTAL EGRESOS	25,045.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	21,792.00	0.00	4,226.92	5,600.31
NETO DISPONIBLE	-25,045.00	10,714.25	12,264.25	11,894.25	14,394.25	14,034.25	14,034.25	14,034.25	14,234.25	14,514.25	14,814.25	15,114.25	17,714.25	2,615.04	2,928.84	3,280.31
MAS: APORTE SOCIOS	18,000.00	-1,514.25	-444.25	-624.25	625.75	445.75	445.75	445.75	545.75	665.75	665.75	665.75	2,265.75	162,106.64	182,106.64	215,346.80
MAS: PTMO BANCARIO	18,000.00													4,768.96	2,437.16	2,542.20
menos: AMORTIZACION PTMO BANCARIO																
CAJA FINAL	10,855.00	9,440.75	8,996.49	8,372.24	8,997.99	9,443.73	7,009.48	7,455.23	8,000.97	8,666.72	9,572.47	10,558.21	10,071.96	10,071.96	7,289.12	5,043.33

5,043.32

130,734.00

116,726.00

103,572.00

12,000.00

9,860.00

9,480.00

8,868.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

8,688.00

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ESTADO DE RESULTADOS
 Cuadro 12

ITEM		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS NETAS		172.620,00	194.544,00	217.889,00
MENOS: COSTO DE VENTAS		103.572,00	116.726,00	130.734,00
UTILIDAD BRUTA		69.048,00	77.818,00	87.155,00
Menos. Gastos				
Gastos de Operación	Anexo 1	11.420,00	12.790,40	14.325,25
Gastos de Administración y Ventas	Anexo 2	11.924,50	12.128,50	12.596,18
Gastos de Personal	Anexo 3	31.991,04	35.829,96	40.129,56
TOTAL GASTOS		55.335,54	60.748,86	67.050,99
UTILIDAD OPERACIONAL		13.712,46	17.069,14	20.104,01
GASTOS FINANCIEROS		2.052,00	1.620,00	1.188,00
NETO DESPUES FINANCIACION		11.660,46	15.449,14	18.916,01
MENOS: 15% UTILIDADES		1.749,07	2.317,37	2.837,40
SUBTOTAL		9.911,39	13.131,77	16.078,61
Menos: Impuesto Renta		2.477,85	3.282,94	4.019,65
UTILIDAD NETA		7.433,54	9.848,83	12.058,96
		7.433,54	9.848,83	12.058,96

PUNTO DE EQUILIBRIO SIN FINANCIACION

LINEA	P.V(U)	C.V(u)	Margen bruto	Vtas proy Año 1	%part.Vtas	COSTOS FIJOS	CANTIDAD VENDER AÑO P.E.	CANTIDAD MENSUAL P.E
AUTOAYUDA	15	9	6	50400	0,29	16.156,36	2.693	224
NOVELAS	10	6	4	13540	0,08	4.340,42	1.085	90
OBRAS DE ARTE	80	48	32	7520	0,04	2.410,63	75	6
HOGAR	12	7	5	11520	0,07	3.692,88	739	62
INTERES GENERAL	18	11	7	89640	0,52	28.735,24	4.105	342
			54	172620	1,00	55335,54	8.697	725
Cantidad Proyect.Vend Año 1							10.748	896
Cantidad Proyect.Vend Año 2							10.808	
Cantidad Proyect.Vend Año 3							10.808	

PUNTO DE EQUILIBRIO CON FINANCIACION

LINEA	P.V(U)	C.V(u)	Margen bruto	Vtas proy Año 1	%part.Vtas	COSTOS FIJOS	CANTIDAD VENDER AÑO P.E.	CANTIDAD MENSUAL P.E
AUTOAYUDA	15	9	6	50400	0,29	16.755,49	2.793	233
NOVELAS	10	6	4	13540	0,08	4.501,37	1.125	94
OBRAS DE ARTE	80	48	32	7520	0,04	2.500,02	78	7
HOGAR	12	7	5	11520	0,07	3.829,83	766	64
INTERES GENERAL	18	11	7	89640	0,52	29.800,83	4.257	355
			54	172620	1,00	57387,54	9.019	752
Cantidad Proyect.Vend Año 1							10.748	896
Cantidad Proyect.Vend Año 2							10.808	
Cantidad Proyect.Vend Año 3							10.808	

Cuadro 14

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
BALANCE GENERAL(CONSIDERANDO FINANCIACION)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				
Caja y Bancos		10.071,96	7.289,12	5.043,32
Cuentas por Cobrar (clientes)		0,00	0,00	0,00
Anticipo para Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00
Inventario	8.000,00	19.508,00	32.477,56	47.003,56
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		29.579,96	39.766,68	52.046,88
ACTIVOS FIJO				
Equipos		2.600,00	2.600,00	2.600,00
Menos: Depreciación de Equipos		-520,00	-1.040,00	-1.560,00
Neto		2.080,00	1.560,00	1.040,00
Muebles y Enseres		6.510,00	6.510,00	6.510,00
Menos: Depreciación de Muebles y E		-651,00	-1.302,00	-1.953,00
Neto		5.859,00	5.208,00	4.557,00
Software		6.000,00	6.000,00	6.000,00
Menos: Amortización		-1.200,00	-2.400,00	-3.600,00
Neto		4.800,00	3.600,00	2.400,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		12.739,00	10.368,00	7.997,00
Gastos Pre-operativos		1.741,50	1.548,00	1.354,50
TOTAL ACTIVOS		44.060,46	51.682,68	61.398,38
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
Prestaciones sociales por Pagar		1.749,07	2.317,37	2.837,40
Cuentas por Pagar (proveedores)				
Impuesto a la renta por pagar		2.477,85	3.282,94	4.019,65
Retenciones en la fuente				
IVA por Pagar				
TOTAL PASIVOS CORRIENTE		4.226,92	5.600,31	6.857,05
Préstamo Bancario Largo Plazo		14.400,00	10.800,00	7.200,00
TOTAL PASIVOS		18.626,92	16.400,31	14.057,05
PATRIMONIO				
Capital	36.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Revalorización de Patrimonio				
Resultados de ejercicios anteriores		0,00	7.433,54	17.282,37
Utilidades o pérdidas del ejercicio		7.433,54	9.848,83	12.058,96
Reserva Legal		0,00	0,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO		25.433,54	35.282,37	47.341,33
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		44.060,46	51.682,68	61.398,38
DIFERENCIA		0,00	0,00	0,00

PROCESO DE VENTA DEL PRODUCTO

Cliente

1. *Ingresar al establecimiento*
2. *Si conoce la obra que va a adquirir, se dirige al dependiente de la librería*
3. *Si no sabe a ciencia cierta que va a comprar, se dirige a revisar los libros de las estanterías.*

Dependiente 1

4. *Atiende al cliente que pregunta sobre determinada obra.*
5. *Revisa en la base de datos si existe la obra.*
6. *De no existir la obra, informa al cliente que no la tiene disponible, pregunta sus datos e indica la fecha probable en que dispondrá del libro.*
7. *En caso de encontrarse disponible la obra, indica la información al cliente y el precio.*

Cliente

8. *Solicita la compra del libro.*

Dependiente 1

9. *Ingresar datos del cliente, cédula de identidad. De ser cliente nuevo, pregunta información personal para base de datos y la ingresa.*
10. *Digita nombre del libro, autor y código de la obra.*

11. *Emite factura de venta y la entrega al cliente.*
12. *Indica al cliente que se acerque a Caja a cancelar.*
13. *Ubica la obra y la entrega al Cajero.*

Cajero

14. *Recibe dinero del cliente. Ingresa datos en terminal de computadora, digitando código de la obra.*
15. *Sella papeleta de venta y entrega original al cliente.*
16. *Entrega libros al cliente.*

Dependiente 2

17. *Una vez que ha transcurrido quince minutos desde que el cliente empezó la revisión de las perchas, se acerca al cliente y le ofrece su asistencia para localizar su requerimiento.*
18. *De obtener respuesta positiva del cliente, elabora factura de venta y la entrega al cliente.*
19. *En caso de que cliente no concrete requerimiento de compra, solicita al cliente sus datos personales para futura compra.*

ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es obtener información sobre sus preferencias de obras de lectura para la instalación de una nueva librería que brindará servicio personalizado a sus clientes. Por favor ayúdenos contestando el siguiente cuestionario:

1. *Le gusta leer?.* SI NO

2. *Cuáles son las razones por las cuales no le gusta leer?.*

3. *Qué tipo de lectura prefiere?*

Novelas de amor

Novelas contemporáneas

Artes

Revistas de actualidad

Revistas de farándula

- Cómics*
- Hogar*
- Ciencia*
- Ciencia ficción*
- Cuentos*
- Superación personal y autoayuda*
- Otros*
-
-

4. *Con que frecuencia compra libros?*

- Mensual* *Semanal* *Trimestral* *Rara vez*

5. *Cuánto gastó el último mes en libros?.*

- Menos de US\$ 20,00*
- De USD 20 a Usd\$50*
- De USD\$50,00 a US 100*
- Más de USD100*

6. *Cuántos libros compró el último trimestre?.* _____

7. *A través de que medios se entera de nuevas obras?*

Periódico *Amigos* *Visita a librerías*

Otras fuentes

8. *Dónde compró sus últimas obras? (nombre del almacén).*

9. *Porqué prefiere ese local?*

Ubicación

Atención

Comodidad

Diversidad de textos y actualización de información

Precio

Otros: -----

10. *Qué es lo que le atraería de una nueva librería?*

Facilidad de revisar los textos *Comodidad* *Atención personalizada*

11. *Cuál de los siguientes servicios complementarios le gustaría recibir?*

Entrega a domicilio

Alquiler de obras

Asesoría en la compra

Búsqueda de libros

Información de nuevas obras

Lanzamiento de obras

Presentación de escritores

Otros: -----



DATOS PARA ENCUESTA

1. DISTRIBUCION MUESTRA.- INVESTIGACION PRELIMINAR

LUGAR	# ENCUESTAS	HECHO POR	FECHA
Espae (profesores, compañeros) Unilever (compañeros)	16	ELAINE JIJON	Oct-01
Amigos y familiares	8	LEONARDO CAÑIZARES	Oct-01
	24		

2. DISTRIBUCION MUESTRA.- INVESTIGACION MERCADO

LUGAR	# ENCUESTAS	HECHO POR	FECHA
Mall del Sol (público en general)	25	alumno Fac Economía	15-Jun-02
Río Centro Entre Rios Alumnos Fac. conomia	23 7	alumno Fac. Economía alumno Fac. Economía	15-Jun-02 15-Jun-02
	30		
Ciudadelas del Norte ciudad Alborada, Urdesa, Plaza Quil	25	alumnos Fac. Economía	15-16/jun-02
Total Encuestas	80		

NOTA: Los cuadros que siguen corresponde a la tabulación de la encuesta Preliminar.

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ENCUESTA DE MERCADO
NORTE DE LA CIUDAD (ALBORADA/URDESA)

PREFERENCIA POR LA LECTURA

LE GUSTA LEER	# PERSONAS
SI	15
No	10
TOTAL	25

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ENCUESTA DE MERCADO
RIO CENTRO ENTRERIOS

SERVICIOS QUE LE GUSTARIA RECIBIR

TIPO DE SERVICIOS	#
Asesoría en la Compra	1
Búsqueda de libros	
Información de nuevas obras	
Café	
Entrega a domicilio	9
Alquiler de obras	7
Información actualizada de precios	
Lanzamiento de obras	
Presentación de escritores	
No contesta	
TOTAL	17

NOTA: Los encuestados (15) contestaron más de 1 opción.

NUMERO DE LIBROS COMPRADO ULTIMO TRIMESTRE

CANTIDAD DE LIBROS EN EL TRIMESTRE	# PERSONAS
Ninguno	
DE Uno a Dos	5
DE Tres a Cuatro	6
DE Cinco a Seis	2
Más de 6	2
TOTAL	15

GASTO EN LIBROS ULTIMO MES

GASTO MENSUAL (DOLARES)	# PERSONAS
Menos de 20	11
DE 20 a 50	3
DE 50 a 100	1
Más de 100	
No contesta	
TOTAL	15

FRECUENCIA DE COMPRA

FRECUENCIA	# PERSONAS
MENSUAL	5
SEMANAL	6
TRIMESTRAL	3
RARA VEZ	1
TOTAL	15

QUE ES LO QUE LE ATRAERIA NUEVA LIBRERÍA

OPINION	# PERSONAS
Facilidad de revisar textos	11
Comodidad	3
Atención personalizada	1
No contesta	
TOTAL	15

**LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ENCUESTA MERCADO
NORTE DE LA CIUDAD (ALBORADA/URDESA)**

MEDIOS A TRAVES DE LOS CUALES CONOCE NUEVAS OBRAS

MEDIOS	#
Periódicos	1
Amigos	7
Visita a librerías	5
Otras fuentes (Internet)	3
TOTAL	16

NOTA: Los encuestados (15) contestaron más de 1 opción.

PORQUE PREFIERE EL LUGAR DONDE COMPRA LIBROS

MOTIVO	# PERSONAS
Ubicación	7
Atención	5
Comodidad	
Diversidad de textos	
Precio	4
Otros (facilidad pago, crédito, promociones)	
No contesta	1
TOTAL	16

NOTA: Los encuestados (15) contestaron más de 1 opción.

LUGAR DE COMPRA

SITIO	# PERSONAS
El Librero	
Sagitario	4
La Científica	1
La Iliada	
Cervantes	
Círculo de Lectores	
Librería Compte	
Selecciones	2
Nueva Vida	4
Librería parte superior Mall	
Vendedores particulares	
Internet	
Librería Studium	3
Otros	1
No recuerda una específica	
TOTAL	15

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE

TIPO DE LIBROS QUE PREFIERE

TIPOS	# PERSONAS
NOVELAS DE AMOR	4
NOVELAS CONTEMPORANEAS	2
ARTE	1
REVISTA DE ACTUALIDAD	2
REVISTA DE FARANDULA	2
COMICS	2
HOGAR	1
CIENCIA	
CIENCIA FICCION	
CUENTOS	
SUPERACION PERSONAL Y AUTOAYUDA	
OTROS (acertijos, esoterismo, problemas lógica)	2
TOTAL	16

NOTA: Los entrevistados contestaron más de una opción

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ENCUESTA DE MERCADO CONSOLIDADA

PREFERENCIA POR LA LECTURA

	ALBO/URDESA		ENTRERIOS		MALLSOL		TOTAL		%
	#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		
SI	15		24		15		54		67,5
NO	10		6		10		26		32,5
TOTAL	25		30		25		80		100

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ENCUESTA DE MERCADO

SERVICIOS QUE LE GUSTARÍA RECIBIR

TIPO DE SERVICIOS	ALBO/URDESA		ENTRERIOS		MALLSOL		TOTAL		%
	#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		
Asesoría en la Compra	1		5		6		12		14,81
Busqueda de libros			6		2		8		9,88
Información de nuevas obras			5		5		10		12,35
Café							0		0,00
Entrega a domicilio		9		8		7	24		29,63
Alquiler de obras		7		1		5	13		16,05
Información actualizada de precios							0		0,00
Lanzamiento de obras				4		3	7		8,64
Presentación de escritores				4		3	7		8,64
No contesta									
TOTAL	17		33		31		81		100

NOTA: Los encuestados contestaron más de 1 opción.

NUMERO DE LIBROS COMPRADO ULTIMO TRIMESTRE

CANTIDAD DE LIBROS EN EL TRIMESTRE	ALBO/URDESA		ENTRERIOS		MALLSOL		TOTAL		%
	#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		
Ninguno									
DE Uno a Dos	5		14		4		23		42.59
DE Tres a Cuatro	6		5		10		21		38.89
DE Cinco a Seis	2		3		1		6		11.11
Más de 6	2		2				4		7.41
TOTAL	15		24		15		54		100.00

GASTO EN LIBROS ULTIMO MES

GASTO MENSUAL (DOLARES)	ALBO/URDESA		ENTRERIOS		MALLSOL		TOTAL		%
	#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		
Menos de 20	11		13		11		35		64.81
DE 20 a 50	3		5		3		11		20.37
DE 50 a 100	1		4		1		6		11.11
Más de 100			2				2		3.70
No contesta									
TOTAL	15		24		15		54		100

FRECUENCIA DE COMPRA

FRECUENCIA	ALBO/URDESA	ENTRERIOS	MALLSOL	TOTAL	%
	#PERSONAS	#PERSONAS	#PERSONAS	#PERSONAS	
MENSUAL	5	6	4	15	27.78
SEMANAL	6	2	1	9	16.67
TRIMESTRAL	3	8	4	15	27.78
RARA VEZ	1	8	6	15	27.78
TOTAL	15	24	15	54	100.00

QUE ES LO QUE LE ATRAERIA NUEVA LIBRERIA

OPINION	ALBO/URDESA	ENTRERIOS	MALLSOL	TOTAL	%
	#PERSONAS	#PERSONAS	#PERSONAS	#PERSONAS	
Facilidad de revisar textos	11	11	7	29	56.86
Comodidad	3	6	6	15	29.41
Atención personalizada	1	1	5	7	13.73
No contesta					
TOTAL	15	18	18	51	100

LIBRERÍA CIENCIA Y ARTE
ENCUESTA MERCADO CONSOLIDADO

MEDIOS A TRAVES DE LOS CUALES CONOCE NUEVAS OBRAS

MEDIOS	ALBO/URDESA		ENTRERIOS		MALLSOL		TOTAL		%
	#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		
Periódicos	1		6		6		13		22.03
Amigos	7		5		1		13		22.03
Visita a librerías	5		7		4		16		27.12
Otras fuentes (Internet)	3		7		7		17		28.81
TOTAL	16		25		18		59		100.00

NOTA: Los encuestados contestaron más de 1 opción.

PORQUE PREFIERE EL LUGAR DONDE COMPRA LIBROS

MOTIVO	ALBO/URDESA		ENTRERIOS		MALLSOL		TOTAL		%
	#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		
Ubicación	7		6		5		18		28.13
Atención	5		4		2		11		17.19
Comodidad			6		4		10		15.63
Diversidad de textos			3				3		4.69
Precio	4		5		8		17		26.56
Otros (facilidad pago, crédito, promociones)			1		4		5		7.81
No contesta	1								
TOTAL	16		25		23		64		100.00

NOTA: Los encuestados (15) contestaron más de 1 opción.

LUGAR DE COMPRA

SITIO	ALBO/JURDESA		ENTRERIOS		MALLSOL		TOTAL		%
	#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		#PERSONAS		
El Librero				3			3		5.56
Sagitario		4		1			5		9.26
La Científica		1		5			6		11.11
La Iliada				2		1	3		5.56
Cervantes				3		1	4		7.41
Círculo de Lectores						1	1		1.85
Librería Compte							0		0.00
Selecciones		2		1			3		5.56
Nueva Vida				4			4		7.41
Librería parte superior Mall							0		0.00
Vendedores particulares							0		0.00
Internet							0		0.00
Librería Studium		3					3		5.56
Otros		1		5		5	11		20.37
No recuerda una específica				4		7	11		20.37
TOTAL	15		24		15		54		100

TIPO DE LIBROS QUE PREFIERE

TIPOS	ALBOJURDESA	ENTRERIOS	MALLSOL	TOTAL	%
	#PERSONAS	#PERSONAS	#PERSONAS	#PERSONAS	
NOVELAS DE AMOR	4	6	3	13	15.29
NOVELAS CONTEMPORANEAS	2	2	3	7	8.24
ARTE	1	3	2	6	7.06
REVISTA DE ACTUALIDAD	2	3	5	10	11.76
REVISTA DE FARANDULA	2	4	2	8	9.41
COMICS	2	3	4	9	10.59
HOGAR	1	4	3	8	9.41
CIENCIA		2	3	5	5.88
CIENCIA FICCION		4	3	7	8.24
CUENTOS		1	2	3	3.53
SUPERACION PERSONAL Y AUTOAYUDA		1	8	9	10.59
OTROS (acertijos, esoterismo, problemas lógica)	2	5			0.00
TOTAL	16	38	38	85	100

NOTA: Los entrevistados contestaron más de una opción