

**UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA
OFICINA DE DISTRIBUCION Y VENTAS**



PARA Mba. Victor Manuel Aguilar Carvajal
VICERRECTORIA EJECUTIVA

DE Lic. Jorge Luis Mora Aguilar
OFICINA DE DISTRIBUCION Y VENTAS

ASUNTO **INFORME DE LABORES DEL 2011**

O.D.V.001-2012

16 de Enero, 2012

A continuación detallo el correspondiente **INFORME DE LABORES** de la Oficina de Distribución y Ventas, desarrolladas durante el **período 2011**

Quedo a sus gratas órdenes para cualquier consulta que considere oportuna y necesaria con base a dicho informe.

Atentamente,

JMA/mmg

Copia: Mag. Luis Guillermo Carpio Malavassi, Rector
Consejo Universitario
Centro Planificación y Programación
Consejo Editorial
Dr. Edgar Castro Monge, Vicerrector de Planificación
Mag. Victor Aguilar Carvajal, Vicerrector Ejecutivo

Anexo: Arriba indicado.

OFICINA DE DISTRIBUCION Y VENTAS

MBA. JORGE LUIS MORA AGUILAR

INFORME DE LABORES, PERIODO 2011

Objetivo General

Cumplir con la distribución de material didáctico, de acuerdo a las proyecciones de la Oficina de Planificación y la demanda de matrículas tanto Ordinaria, Cursos de Extensión, materias de Posgrados así como la matrícula del CONED en los diferentes Centros Universitarios de la UNED en que se imparten, con el propósito de atender la entrega de libros y cronogramas a todo el estudiantado durante el período 2011.

Generar ingresos mediante ventas de libros de contado y crédito, tanto producción UNED así como también textos adquiridos y en consignación; a través de nuestras Librerías sello UNED así como librerías de Administración Privada. Igualmente generar ingresos por ventas de contado a diferentes mercados nacionales e internacionales.

Establecer más puntos de ventas en diferentes lugares del territorio, a nivel de librerías a nivel de consignación.

Cumplir con la misión de promoción de nuestros libros a través de las diferentes ferias nacionales (Regionales) e internacionales.

Realizar todas las gestiones de compra de materiales externos para atender la demanda de las diferentes matrículas realizadas en el período 2011.

Ejecutar las solicitudes de reimpresiones de libros sello EUNED así como las guías de estudio y materiales complementarios, necesarios para las materias ordinarias del 2010, Extensión, Semestrales, Posgrados y CONED.

Lograr las tareas de liquidación de todos aquellos materiales que como resultado a la matrícula quedaron en existencia en cada centro universitario, para ser incorporados de nuevo a las existencias en las bodegas de OFIDIVE.

Recolectar todas las encomiendas de la sede central para enviarlos a los diferentes Centros Universitarios.

Introducción

El ejercicio del 2011, se logró atender las diferentes necesidades de la UNED, tanto en la distribución de los materiales didácticos así como también la distribución de encomiendas a los diferentes Centros Universitarios con el objetivo de brindar un buen servicio a través de los diferentes funcionarios de nuestra Oficina, con la responsabilidad de llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos.

Además se cumple con el objetivo generar ingresos a través de ventas de contado por medio de nuestras librerías sello UNED, así como generar ingresos por ventas de crédito a Librerías de Administración Privada y otros clientes de Crédito, a su vez se logra el objetivo de incrementar los clientes de crédito, así también las participaciones en las diferentes actividades de Ferias, con el fin de darle mayor promoción a nuestros libros didácticos así como línea editorial.

Lo anterior no sería posible sin la ayuda de las altas autoridades universitarias, Sres. Luis Guillermo Carpio, Katya Calderón, Victor Aguilar, que nos facilitaron los recursos y los espacios para poder realizarnos en todos los procesos por el cual OFIDIVE es responsable ante la UNED.

Logros alcanzados período 2011:

- Se alcanzó el objetivo de los trámites por compras de libros didácticos para atender la demanda de matrículas, además del fotocopiado de antologías y reproducción de materiales audiovisuales, y finalmente la solicitud de reproducción de reimpressiones de libros sello Euned y Uned, todos requeridos para atender la demanda de matrículas de los diferentes cuatrimestres del período 2011. .
- Con la colaboración de la Oficina de Contratación y Suministros y de la Editorial, se obtuvieron todos los materiales didácticos necesarios para la entrega a todos los estudiantes de San José así como el envío de los mismos a los diferentes Centros Universitarios.
- Se logra llevar a cabo eficientemente la dirección y control de los diferentes cupos por materia, fijados a los diferentes Centros Universitarios, para cada uno de los procesos de matrícula, tanto ordinaria, extensión y Coned, así como la liquidación de los mismos cupos para el envío de materiales contra la matrícula real en cada período.
- Se alcanza el objetivo de entregar todos los materiales didácticos necesarios para los diferentes cursos de la Dirección de Extensión, Sistemas de Estudios de Postgrados, Colegio Nacional a Distancia, y para todos aquellos Convenios ó Carreras Conjuntas.

- Se cumplió con el objetivo en atender la demanda de servicio de plataforma de matrícula MATRIWEB; la cual aumentó a un movimiento del 52.82% con respecto a la totalidad de la matrícula, en el período 2011.
- Se logra consolidar como punto de venta en el Centro Universitario de Alajuela, rescatando lo que fue la librería Carlos Luis Fallas, y que posteriormente se amplía en la misma instalación, ofreciendo un espacio más de venta como una iniciativa del administrador Colman Zambrana y con el apoyo de nuestras autoridades, igualmente con el apoyo de nuestro supervisor de librerías para poder acondicionar bajo el sistema SAE en cuanto al manejo de inventario como librería UNED.
Es importante destacar los resultados en crecimiento de este punto de venta que al final del período 2011, promedia ventas de ¢2.000.000 mensuales, y que se espera un movimiento importante para nuestras aspiraciones comerciales en dicho centro universitario, igualmente destacando el interés que ha despertado en otros administradores de centros que solicitan su oportunidad para establecer un punto de venta, tomando en cuenta que facilita y refuerza la idea de regionalizar nuestros libros sello EUNED.
- Se logran Ventas Brutas de Contado por un total de **¢275.946.146** (ver **cuadro 1.1**), lo que representa un incremento **del 26.05% con respecto al 2010 y un 25.08% con respecto al 2009**, a pesar de la inestabilidad que ha generado las ventas del Manual del Conductor, material que ha estado en medio de solicitudes de cambios lo cual ha perdido interés por los usuarios.

AÑOS	MONTO	DIFERENCIA	INCREMENTO PORCENTUAL
2005	¢162.434.599,00	-----	-----
2006	¢179.595.253,00	¢17.160.654,00	10,56%
2007	¢209.361.447,00	¢29.766.194,00	16,57%
2008	¢191.020.007,00	-¢18.341.440,00	-8,76%
2009	¢220.601.373,00	¢29.581.366,00	15,49%
2010	¢218.916.641.00	1.684.732.00	-0,76%
2011	¢275.946.146.00	57.029.505.00	26.05%

Cuadro 1.1

- A partir del año anterior se determina laborar en nuestros puntos de venta con un horario de jornada continua de Lunes a Sábado, buscando una alternativa adicional que

ha generado una aceptación por los clientes, aumentando ventas de contado. Igualmente como una alternativa adicional en la participación de los mismos libreros en ferias.

- Para el año 2011 se obtuvo una venta total de Crédito por **¢48.830.462** (ver cuadro 1.2), disminuyendo con respecto **al período 2010 en un 37.34%**; en donde los motivos más fuertes se concentran en la recesión que se ha experimentado con las librerías como Lehmann, Universal y Llobet, entre otros clientes potenciales; por otro lado el comportamiento con el Manual del Conductor a repercutido mucho, por ser un material que es parte de los pedidos que regularmente se generan con estas importantes librerías, siendo parte de las respuestas de disminución actualmente (**en este apartado se espera una reacción importante con la reproducción de 50.000 ejemplares a inicios del 2012**).

Así mismo debemos tomar en cuenta que la librería de administración privada **El Palacio del Libro** dejó de funcionar en este año, disminuyendo las ventas en un aproximado de ¢7.500.000.00 anuales.

AÑOS	MONTO	DIFERENCIA	INCREMENTO PORCENTUAL
2005	¢46.094.162,00	-----	-----
2006	¢36.401.720,96	-¢9.692.441,04	-21,03%
2007	¢45.952.159,00	¢9.550.438,04	26,24%
2008	¢91.586.070,00	¢45.633.911,00	125,36%
2009	¢72.203.229,00	-¢19.382.841,00	-42,18%
2010	77.930.056.00	¢5.726.827.00	7.93%
2011	48.830.462.00	-29.099.594.00	-37.34%

Cuadro 1.2

- Las ventas brutas totales fueron de **¢324.776.608,00** (ver cuadro 1.3) las cuales representan un **9.41% de aumento** con respecto al año 2010.

Aunque se ha visto afectado las ventas importantes tanto de contado así como de crédito realizadas en otros períodos de aproximadamente 50.000 unidades del Manual del Conductor y 1.500 del Manual de Transporte Público por la misma inestabilidad de sus reproducciones a raíz de los cambios que se han realizado por el COSEVI, el aumento es importante.

Igualmente debemos tomar en cuenta que tenemos una disminución en ventas de Línea Editorial, en donde se debe establecer acciones estratégicas para desarrollar una mayor divulgación y comercialización de este género y llevarlo a los niveles de ventas como en otros períodos y que representen de igual manera parte del porcentaje con el género de línea didáctica, importantes resultados finales anuales en ventas de contado y de crédito.

AÑOS	MONTO	DIFERENCIA	INCREMENTO PORCENTUAL
2005	197.397.361,00	-----	-----
2006	212.645.375,00	15.248.014,00	7,72%
2007	256.289.976,00	43.644.601,00	20,52%
2008	282.658.197,00	26.368.221,00	10,29%
2009	292.769.102,00	10.110.905,00	3,58%
2010	296.846.697,00	4.077.595,00	1,39%
2011	324.776.608,00	27.929.911,00	9,41%

Cuadro 1.3

- Se participó en **71 Ferias y Exhibiciones de libros** en diferentes lugares en todo el País; incluyendo las diferentes ferias regionales coordinadas por la Cámara Costarricense del Libro, en donde debemos destacar la participación de los Administradores de las diferentes librerías, logrando promocionar las mismas y en su mayor parte de las ventas formaron parte de ellas.
- Se cumplió con la distribución de libros a nuestras librerías UNED, Clientes Internacionales, librerías de Administración Privada y demás comercios nacionales.
- Se logra aumentar el movimiento de ventas a través de la Fundación FUNDEPREDI alternativa para poder gestionar ventas internacionales de forma tal que el cliente pueda obtener mayor tiempo de pago en los casos de ventas de crédito y en cuanto a las generadas de contado, se optimiza operacionalmente la misma Fundación, así también para poder generar ventas a través de la plataforma de internet de dicha Fundación.
- Se logra establece una estación de trabajo para atender la demanda de ventas por internet así como la demanda de matriculas por la Web en cada período, conformando

un personal especializado en este tipo de acciones, tomando en cuenta que sumará una experiencia para atender a futuro la demanda de ventas por internet que directamente realizará la Oficina de Distribución y Ventas.

- Se logró aumentar la cantidad de clientes de crédito en el año 2011, y se espera conseguir mayor cantidad de clientes para el período 2012, en el momento que se habilite la plataforma de ventas por Internet, igualmente cuando se gestionen posibilidades de apertura de puntos de venta en algunos Centros Universitarios.

Actividades en Proceso

- Continuar visitas a todas las provincias del país a fin de promocionar y Comercializar nuestros libros a nivel de ferias itinerantes, así como la promoción de nuestras librerías.
- Continuar la participación de Ferias Internacionales mediante el plan de Comisiones con Editoriales Costarricenses en conjunto con los procesos de participación de EDITORIALES UNIVERSITARIAS PUBLICAS COSTARRICENSES, de las cuales estaremos gestionando los proyectos de participación para las Ferias Internacionales de Panamá y México. Igualmente presentar un proyecto bien planificado que ofrezca resultados a futuro en cuanto a nuevos clientes, a efectos de posicionar la marca y la comercialización de nuestros libros sello EUNED.
- Establecer descuentos especiales en cada una de las librerías sello EUNED. Continuar con emplastificar todos nuestros libros sello UNED exhibidos en cuatro librerías de Administración Privada, San Ramón, Guápiles, San Isidro y Ciudad Nelly, con el fin de proteger dichos textos.
- Aumentar la promoción de nuestros libros y conseguir nuevos clientes con el apoyo de la Oficina de Tesorería y de la Vicerrectoría Ejecutiva.
- Habilitar el proceso de ventas a través de los Centros Universitarios con la apertura de quioscos de ventas de libros en el C. U. de Alajuela con un procedimiento oportuno de entrega en consignación para el año 2012 con la consigna de poder aportarles equipo necesario a fin de poder exhibir y comercializar nuestros libros sello EUNED.
- Mejorar las condiciones actuales de todas nuestras librerías sello Uned, buscando una mejor presentación y ambiente que motive a muchos clientes que por razones de espacio, no es posible ofrecerles mayor variedad, así como también reforzarlas con otra diversidad de productos entorno a la actividad de venta de libros; así mismo continuar con los talleres de capacitación para los libros en pro de ofrecerles mejores conocimientos y orientar condiciones de mejor atención al cliente.
- Finalizar el proyecto de la plataforma de ventas por internet, como parte de los canales de comercialización de nuestros libros sello EUNED.

- Determinar nuevos paquetes de libros línea editorial, analizando precios asequibles para los lectores que nos favorecen con su compra, así también continuar con el análisis de precios de aquellos libros que tienen más de quince años y que por sus viejas ediciones, no tienen interés en los clientes.
- Establecer alternativas de mejoramiento en los diferentes sistemas computarizados de matrícula, igualmente aportar alternativas para optimizar recursos a lo interno de la OFIDIVE, así como aquellos procesos entorno a las acciones que involucran a la misma OFIDIVE a efectos de hacer los procesos más ágiles y oportunos en cada cuatrimestre, así como la determinación de históricos como base para toma de decisiones.

Limitaciones Concretas

- Las gestiones de envío o entrega de libros cuenta con limitaciones de ubicar un mensajero exclusivamente para OFIDIVE para poder atender toda la demanda de encomiendas que por razones de ventas a clientes de diferentes lugares del país, nos depositan a nuestras cuentas y posteriormente se necesita enviarlos por sistema de envío por encomiendas por BUSES. Igualmente se necesita un vehículo de apoyo adicional para atender no solo la promoción, sino que también las entregas lo cual representa una diferencia en atender a un cliente en un 100% de efectividad o dejar que una venta se anule, principalmente a librerías como la LEHMANN, UNIVERSAL y JIMENEZ y TANZI, así como las librerías de Administración Privada.
- OFIDIVE se ha responsabilizado con todos los procesos de cupos y entrega de libros a todos los diferentes Centros Universitarios, con la limitación con las mismas entregas de los libros, cuando no se cuentan con los mismos en las fechas determinadas por la COMISION DE OFERTA ACADEMICA en cada cuatrimestre, generando problemas de distribución previa contra la cantidad de cupos asignados. Esto produce problemas en atención efectiva para cada Centro Universitario en el momento de matricular un estudiante. Se debe tomar en cuenta la responsabilidad y el compromiso que tiene la UNED en cuanto a que esta plataforma depende su éxito no solamente en la apertura de matrícula de una materia, igualmente depende de la entrega oportuna de un material didáctico, y cuando existen pendiente de libros por falta de entrega a tiempo a OFIDIVE, se limita la acción a nivel de los Centros Universitarios.
- Hay necesidad de un nuevo promotor que ayude a abarcar más la promoción de nuevos materiales de línea editorial, colaborando también en una alternativa de buscar salida a aquellos materiales adquiridos que han sido superados por nuevas ediciones, sumándose al stock de inventario de libros de poca rotación, destacando muchos de los libros externos que por razones de ediciones superadas quedan en stock bodega ocupando un espacio que puede ubicarse para materiales nuevos ó novedades.

- Nuestras librerías necesitan mayor espacio y mejor presentación externo así como interno con nuevos rótulos y exhibidores, que marquen diferencia con respecto a lo que actualmente ofrecen y poder competir con otras librerías del comercio privado.

Alternativas de solución

- Establecer un mayor contenido presupuestario para exhibir nuestros libros con adquisición de mobiliario y equipo para nuestras librerías, principalmente con los compromisos a nivel de Contratos con librerías de Administración Privada.
- Incorporar un nuevo promotor que aumente nuestra participación en la comercialización de nuestros libros, además de una mayor cobertura en búsqueda de mayores alternativas de comercios interesados en nuestros libros.
- Continuar con la participación de Ferias Internacionales a fin de realizar mediante un proyecto de participación y realizar contactos de futuros clientes, mostrando nuestras novedades tanto de línea editorial así como didáctica, tomando en cuenta que los resultados han sido efectivos principalmente en Honduras con la Universidad Pedagógica Francisco Morazán.
- Solicitar el apoyo de las autoridades para equipar aquellos centros universitarios que reúnan las condiciones correspondientes y apoyarnos en los proyectos de ventas de nuestros libros sello EUNED que a corto plazo signifique una alternativa de venta que no podemos gestionar a través de nuestras librerías por la misma incomodidad de vender a zonas rurales canalizándolo mediante envíos por encomiendas.
- Solicitar un mensajero al 100% para destacarlo a nivel de librerías para atender los diferentes pedidos de clientes con una mayor efectividad de entrega.
- Analizar e implementar un efectivo proceso de proyecciones para asignar cupos que determine la menor cantidad de diferencias en el momento de liquidar las diferentes matrículas, orientando una mayor efectividad de asignación por Centro Universitario.
- Determinar una política anticipada en la asignación de materiales para las diferentes OFERTAS ACADEMICAS que puedan incorporarse a un proceso de reproducción oportuna para poder cumplir con las fechas de entrega, así mismo un proceso anticipado de asignación de material externo para matrícula, para incorporar al proceso de Contratación Administrativa de forma oportuna para obtener resultados de fechas de ingresos mas eficientes.