

# UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA

Dependencia: **OFICINA DE DISTRIBUCION Y VENTAS**

Responsable: **Mag. Jorge Luis Mora Aguilar**

Período de gestión: **2012**

## **Objetivo General**

Cumplir con la distribución de material didáctico, de acuerdo a las proyecciones de la Oficina de Planificación e igualmente las proyecciones determinadas en las OFERTAS ACADEMICAS a efectos de cubrir la demanda de matrículas tanto Ordinaria, Cursos de Extensión, así como la matrícula del CONED en los diferentes Centros Universitarios de la UNED.

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 por medio de los Centros Universitarios con el objetivo de llegar a aquellos lugares o zonas rurales que por razones de distancia no podemos atender oportunamente.

Cumplir con la misión de promoción de nuestros libros a través de las diferentes ferias nacionales (Regionales) e internacionales, tomando en cuenta la participación activa de los libros para su consecución.

Realizar todas las gestiones de compra de materiales externos para atender la demanda de las diferentes matrículas realizadas en el período 2012, las cuales representan un aumento importante a nivel de OFERTA ACADEMICA.

Ejecutar las solicitudes de reimpresiones de libros sello EUNED así como las guías de estudio y materiales complementarios sello UNED, necesarios para las materias ordinarias del 2012, Extensión, Semestrales 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.

Cumplir con la actividad de recolección en las diferentes dependencias de nuestra sede central de todas las encomiendas para enviarlos a los diferentes Centros Universitarios.

Apoyar las gestiones de ventas a través de nuestra Fundación con el aporte de nuestro promotor, como parte de la logística de promocionar y comercializar directamente los libros sello EUNED.

## **Introducción**

El ejercicio del 2012, OFIDIVE 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 la responsabilidad de llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos y como parte de las necesidades de los mismos centros universitarios.

Se cumple con la misión de 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, por medio de nuestra Fundación y de otras Librerías Nacionales; 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 y comercialización a nuestros libros didácticos así como línea editorial.

Nuestra Oficina de Distribución y Ventas apunta al cambio organizacional e igualmente tiene la determinación en ajustarse a los cambios estructurales con el fin de ser auto-suficientes en un alto grado de eficiencia y con el pensamiento de ser competitivos.

Por otro lado, OFIDIVE orienta a la actividad de establecer convenios con instituciones autónomas y semiautónomas para negociar los libros sello EUNED a sus funcionarios, de forma tal que los resultados de promoción y comercialización de libros sean efectivos y generarán una rotación importante en los inventarios.

Lo anterior no sería posible sin la ayuda de las altas autoridades universitarias, Sres. Luis Guillermo Carpio, Katya Calderón, Victor Manuel Aguilar, Edgar Antonio Castro Monge, con la participación importante de los Sres. René Muñíos, Luis Carlos Huertas, Alverto Cordero, Ernesto Amey y las Sras. Guadalupe Jiménez, Yirlania Quesada y Laura María Vargas.

## **Logros concretos y productos:**

- **Alcanzamos las metas trazadas en cuanto a las gestiones correspondientes de compra de libros didácticos, reimpressiones, reproducción de materiales audiovisuales y fotocopiado de algunas antologías**, obligatorios para atender las diferentes matrículas del período 2012, orientado a la atención de matrículas Ordinaria, Extensión y del CONED.

**S obtuvo todos los materiales didácticos requeridos para atender toda la demanda de matrículas de los tres períodos del 2012**, los cuales serán distribuidos a todos los estudiantes de San José a través de nuestra oficina central e igualmente se realizó la distribución a todos los Centros Universitarios.

- **Se logra eficientemente la dirección y control de los diferentes cupos por materia**, fijados a los diferentes Centros Universitarios basados en las proyecciones totales de cada materia determinados en la COMISION DE OFERTA ACADEMICA, 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 requeridos**, para los diferentes cursos de la Dirección de Extensión, Colegio Nacional a Distancia, y para todos aquellos Convenios con otras Instituciones Gubernamentales.
- **Se determina un aumento importante en materia de Versiones Preliminares**, los cuales cubren una necesidad importante en la actualización de contenidos de materiales para atender materias de cursos de Generales, y con ello se destaca el aumento en distribución de mayor cantidad de libros, ya que algunas materias aumentaron la cantidad de materiales, así también muchas materias requieren de diferentes materiales de diferente género, o lo que podemos catalogar como híbridos
- **Se logra alcanzar la meta de habilitar un espacio como punto de Venta de libros sello EUNED en el Centro Universitario de Cañas, e igualmente se opera contra pedido o demanda, en el Centro Universitario de Nicoya**, lo que significa un aumento en nuestras pretensiones de promocionar y comercializar nuestros libros en la zona de Guanacaste, y sumado a la apertura en el 2011 del punto de venta en el Centro Universitario de Alajuela, se ha obtenido un resultado muy importante en materia de ventas de nuestros libros sello EUNED, en donde se destacan nuestros libros de línea didáctica y la importante rotación de libros de línea editorial, lo que significa acercar a algunas comunidades que por si el promocionarlos se limitaba únicamente a través de participaciones de Ferias de libros o actividades en las cuales fuimos invitados.

- Se destaca en el aumento de las ventas y principalmente en la rotación de inventarios, específicamente de libros de línea editorial, la cual ha destacado como un género que en los últimos seis años ha alcanzado un aumento en las reproducciones anuales así también sus ventas sobrepasan los **¢70.000.000.00** anuales en los últimos tres años lo cual representa un 15% sobre el total de las ventas brutas anuales, y que también obedece al existir una limitada reproducción de libros didácticos, por el hecho de que varias coordinaciones de cátedra optaron por requerir libros externos.

**Se logra gestionar Ventas Brutas de Contado por un total de ¢299.400.216.00 (ver cuadro 1.1), lo que representa un incremento del 8.50% con respecto al 2012 Un 25.08% con respecto al 2010.** Este comportamiento demuestra la gran cooperación de los librerías, para atender los nuevos horarios así como reforzar las participaciones y actividades de libros en todo el país, mejorando la promoción y comercialización de libros sello EUNED, en donde los resultados de ventas de libros de línea editorial se ha incrementado y el interés de nuestros clientes se inclinó favorablemente con las nuevas portadas de este género.

En dicho cuadro 1.1 se detalla el comportamiento de los últimos diez años en donde se determina que el incremento es importante, principalmente en los últimos cuatro años, tomando en cuenta que los libros de línea editorial han tomado un lugar preponderante en el resultado de las ventas, por motivos de que línea didáctica prácticamente se ha estancado por la poca producción de textos de este género, y algunos que se han reproducido no tienen interés comercial.

AÑOS	MONTO	DIFERENCIA	INCREMENTO PORCENTUAL
2002	¢145.201.701,00	¢8.341.857,00	6,10%
2003	¢136.600.874,00	-¢8.600.827,00	-5,92%
2004	¢149.547.587,00	¢12.946.713,00	8,92%
2005	¢162.434.599,00	¢12.887.012,00	9,43%
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%
2012	¢299.400.216,00	¢23.454.070,00	8,50%

**Cuadro 1.1**

- **Se logró generar una buena aceptación de los clientes en facilitar un espacio adicional en cuanto a la apertura de horario importante de acuerdo a sus necesidades los días Sabados;** lo que ha significado un importante resultado en las ventas de contado, igualmente aprovechándose el recurso humano para alternar la participación de los mismos librereros en las diferentes actividades y ferias de libros.
- **Para el año 2012 se obtuvo una venta total de Crédito por ¢85.440.671.00 (ver cuadro 1.2), incrementándose en un 74.97% con respecto al 2011** y en donde los aspectos más importantes se concentran en el movimiento que se ha logrado atender con apoyo a las gestiones de ventas a través de nuestra Fundación, pese a la recesión que se ha experimentado con las librerías como Lehmann, Universal y Llobet, entre otros clientes potenciales.

Es importante tomar en cuenta que como parte del resultado en ventas de crédito, se incluyen los ¢45.964.000.00 producto de la venta de 22.982 ejemplares del Manual del Conductor.

**Las librerías de administración privada generó ventas importantes,** producto de las liquidaciones realizadas en cuatro visitas en dicho periodo por nuestro promotor en todo el país, y con ello las recuperaciones prácticamente inmediatas, tomando en cuenta los acuerdos en el contrato de liquidación semestral.

<b>AÑOS</b>	<b>MONTO</b>	<b>DIFERENCIA</b>	<b>INCREMENTO PORCENTUAL</b>
<b>2002</b>	<b>¢25.105.329,00</b>	<b>¢814.903,00</b>	<b>3,35%</b>
<b>2003</b>	<b>¢40.131.043,00</b>	<b>¢15.025.714,00</b>	<b>59,85%</b>
<b>2004</b>	<b>¢63.231.108,00</b>	<b>¢23.100.065,00</b>	<b>92,01%</b>
<b>2005</b>	<b>¢46.094.162,00</b>	<b>-¢17.136.946,00</b>	<b>-42,70%</b>
<b>2006</b>	<b>¢36.401.721,00</b>	<b>-¢9.692.441,00</b>	<b>-21,00%</b>
<b>2007</b>	<b>¢45.952.159,00</b>	<b>¢9.550.438,00</b>	<b>26,23%</b>
<b>2008</b>	<b>¢91.586.070,00</b>	<b>¢45.633.911,00</b>	<b>125,36%</b>
<b>2009</b>	<b>¢72.203.229,00</b>	<b>-¢19.382.841,00</b>	<b>-42,18%</b>
<b>2010</b>	<b>¢77.930.056,00</b>	<b>¢5.726.827,00</b>	<b>7,93%</b>
<b>2011</b>	<b>¢48.830.462,00</b>	<b>-¢29.099.594,00</b>	<b>-37,34%</b>
<b>2012</b>	<b>¢85.440.671,00</b>	<b>¢36.610.209,00</b>	<b>74,97%</b>

**Cuadro 1.2**

- Las ventas brutas totales fueron de **¢384.840.887,00** (ver cuadro 1.3) las cuales representan un **18.49% de aumento** con respecto al año 2011.
- 

AÑOS	TOTAL VTAS BRUTAS	diferencia	%
2002	170.307.030,00	¢0,00	
2003	176.731.917,00	¢6.424.887,00	3,77%
2004	212.778.695,00	¢36.046.778,00	20,40%
2005	208.528.761,00	-¢4.249.934,00	-2,00%
2006	215.996.974,00	¢7.468.213,00	3,58%
2007	255.313.606,00	¢39.316.632,00	18,20%
2008	282.606.077,00	¢27.292.471,00	10,69%
2009	292.804.602,00	¢10.198.525,00	3,61%
2010	296.846.697,00	¢4.042.095,00	1,38%
2011	324.776.608,00	¢27.929.911,00	9,41%
2012	384.840.887,00	¢60.064.279,00	18,49%

**Cuadro 1.3**

**Se logra un crecimiento en ventas de Línea Editorial**, en donde las acciones de estratégicas por parte del CONSEJO EDITORIAL para desarrollar una mayor divulgación y comercialización a través de su programa de PUNTO y COMA, así como el cambio en sus portadas, significó importantes resultados finales anuales en ventas tanto de contado así como de crédito. Este género tomo el puesto de muchos libros de línea didáctica que ya no tienen vigencia a nivel de OFERTA ACADEMICA y por ello el desinterés de muchos clientes por ellos.

- **Tuvimos un incremento en las ventas del Manual del Conductor**, la cual representa un porcentaje muy importante como parte de las ventas brutas totales. En el período 2012 se logró vender 59.575 unidades para un total de ¢119.150.000 lo cual incrementa el total de libros de este manual con respecto a los últimos años, en donde existió una limitante reproducción por falta de un acuerdo del COSEVI en materia de cambios al material.

**Se ha gestionado la comercialización de varios libros externos que ya no tienen vigencia en las ofertas académicas**, lo cual se obtendrán resultados importantes y una aceptable rotación de aquellos libros que por razones especiales el proveedor no los recibe, así mismo estos últimos nos extendieron las autorizaciones para poder comercializarlos y con ello habilitar espacios para otros títulos que se encuentran en hacinamiento en nuestras bodegas.

- **Se cumplió con la distribución de libros a nuestras librerías UNED, Clientes Internacionales, librerías de Administración Privada y demás comercios nacionales**, con el fin de lograr obtener un lugar en muchos negocios para promocionarlos e igualmente lograr ventas importantes.
- **Se participó en 63 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. Resumen de las Actividades de Ferias y Exhibiciones de Libros de la Editorial UNED:

<b>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</b>		<b>VENTA TOTAL</b>
<b>FEBRERO</b>		
ULATINA	Desafío de la televisión	90.000,00
UNA, HEREDIA	TODO EDUCACION	861.850,00
ICOMOS, LA SOLEDAD	CRONICAS DE LO EFIMERO	26.000,00
<b>MARZO</b>		
SAN JOSE	Transitarte 2012	1.200.000,00
UNED, SIQUIRRES	Todo	70.000,00
UNED, Santa Cruz	Todo	90.000,00
UNED, La Cruz	Todo	105.000,00
UNED Paraninfo	Miradas plurales alrededor de la crisis económica mundial	28.000,00
SAN JOSE	FIA	1.500.000,00
Paraninfo	Elemento de Turismo	35.000,00
una, heredia CIDENAF	educación, niñez y adolescencia	25.000,00
UCR LIBERIA	Día del libro	90.000,00
UNED TILARAN	Día del libro	85.000,00
<b>ABRIL</b>		
GRECIA	MES DEL LIBRO	¢150.000,00
Rep. Dopminicana	FERIA INTERNACIONAL	¢0,00
Golden Valley SFHeredia	VENTANA DEL ALMA	¢130.000,00
Paraninfo	SERIE MAPACHIN	¢25.000,00
UNED, QUEPOS	Drecho, educación, cuentos literatura, ecología, contable, administración	¢100.000,00

UNED Atenas	Todo	¢20.000,00
<b>MAYO</b>	UCR y Par NI Guayabo	
Turrialba		¢60.000,00
UNA, HEREDIA	Feria del Libro	¢92.000,00
UNA, PZ.	Turismo, Ciencias, Ingés, Adm. Bibliotecología,	¢80.000,00
UCR,	M. HIST. GUAYABO	¢50.000,00
UNED cd.Neyli	Turismo	¢57.000,00
UTN Alajuela	ADM. TURIS. LITERATURA	¢75.000,00
TEC-SANCARLOS	AMBIENTAL	¢276.000,00
Fte. L. Lehman	Julieta Dobles Recital	¢75.000,00
UCR, aud.Abelardo bonilla generales	Julieta Dobles Recital	¢95.000,00
<b>JUNIO</b>		
Bagaces	F. MICROEMPRESARIOS	¢390.000,00
ES. CS HUM.	Carazo tiempo y marcha	¢155.000,00
UCR	Mediación docente de la orientacion educativa	¢180.000,00
Heredia, ESPH	ambiental	¢200.000,00
Paraninfo	Cong. Ciencias Policiales	¢25.000,00
UNA, HEREDIA	Cong. Secret. Y adm.	¢173.000,00
UNED, PARANINFO	Historiando Costa Rica	¢42.000,00
<b>JULIO</b>		
Estacion atlantico	Carmen Naranjo	¢18.000,00
Guatemala	Feria Internacional del Libro	¢90.000,00
san Jose, Corobici	Albun de Figueroa	¢47.000,00
FINDEL, CAÑAS	AGROINDUSTRIAL, ADM.	¢190.000,00
<b>AGOSTO</b>		
C.U. SAN MARCOS	ADMINISTRACIÓN, EDUCACIÓN	¢15.000,00
ITCR SAN CARLOS	AMBIENTAL, ADMINISTRACIÓN	¢300.000,00
Esc. la Fortuna	todo infantil	¢380.000,00
UCR, EST. GENE. ABELARDO BONILLA	CAÑAS: HOMBRE DE ESTADO Y EMPRESARIO	¢86.000,00
UNED, La cruz y Santa Cruz	Geografia, Historia y civica	¢75.000,00
FILCR	Interés general y profesionales	¢7.300.000,00
<b>SETIEMBRE</b>		
ITCR SAN CARLOS	ACTIVIDAD INFANTIL	¢50.000,00
U.FIDELITAS	ADMINISTRACIÓN	¢1.000.000,00
Esc. San Martín, ALAJUELA	INFANTIL	¢75.000,00

UNED, Paraninfo	Seminario Violencias ECSH	¢190.000,00
UNA, EDUPUC SUR	educación, niñez y adolescencia	¢61.400,00
<b>OCTUBRE</b>		
Encuentro UPALEÑO	UPALA	¢60.000,00
UNED, Paraninfo	Competitividad en C.R.	¢5.000,00
<b>NOVIEMBRE</b>		
CC Mexicano	El Café de las Cuatro	¢75.000,00
C.U. PALMARES	FERIA DE LA SALUD	¢45.000,00
C.U. TILARAN	FESTIVAL DE LECTURA Y ARTE	¢50.000,00
BAGACES	GUANACASTEARTE	¢45.000,00
PARQUE PZ	ENCUENTRO DE ESCRITORES	¢110.000,00
UFIDÉLITAS	AVANCARI	¢93.000,00
Guadalajara Mexico		¢115.500,00
UNA P.Z.	Turismo, RURAL	¢295.000,00
Asamblea Leg.	Leer es Pura vida	¢70.000,00
<b>DICIEMBRE</b>		
PARANINFO UNED	ENTREGA ANUAL SELLO EUNED	¢347.900,00
C.C. ESPAÑAEl farolito	Duelos desiguales	¢180.000,00
<b>Ventas totales</b>		<b>¢18.024.650,00</b>
<b>Total de ferias y exhibiciones participadas 63</b>		

- **Se logra aumentar el movimiento de ventas a través de 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.
- **Se continúa con el proyecto en la 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 2012**, y se espera conseguir mayor cantidad de clientes para el período 2013, así también cuando se gestionen posibilidades de apertura de puntos de venta en algunos Centros Universitarios como La Cruz, Liberia, San Marcos y Turrialba.

## **Actividades en Proceso**

- Continuar con las visitas a todas las zonas del país a efectos de seguir promocionando y comercializando nuestros libros sello EUNED a nivel de ferias y actividades, 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 Nicaragua (ya se participó) y Guadalajara que se realizará en Noviembre del 2013.
  
- Establecer descuentos especiales en cada una de las librerías sello EUNED, especialmente en aquellos textos que ya no tienen rotación alguna y que por su descontinuados contenidos no se pueden comercializar de la forma que se requiere, igualmente para determinar descuentos especiales a los libros externos que ya no tienen vigencia en OFERTA ACADEMICA.
  
- Continuar con emplastar todos nuestros libros sello EUNED 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 un procedimiento oportuno de entrega en consignación para el año 2013 con la consigna de poder aportarles equipo necesario a fin de poder exhibir y comercializar nuestros libros sello EUNED, tomando en cuenta el interés de colaborar con los centros universitarios de La Cruz, Liberia, San Marcos y Turrialba.
  
- Con la compra de nuevos exhibidores 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; 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, lo cual se está trabajando el contrato o convenio con CORREOS DE COSTA RICA para la distribución respectiva.
  
- Establecer alternativas de mejoramiento en los diferentes sistemas computarizados de matrícula, igualmente aportar alternativas para optimizar recursos a lo interno de la OFIDIVE.
  
- Determinar la revisión de aquellos libros de versión preliminar que conforman los saldos de títulos ociosos o ninguna rotación, a efectos de generar una salida de inventario para acta de destrucción.
  
- Estos materiales ocupan un espacio valioso en nuestra bodega de Tibás y pueden ser utilizados de forma oportuna de paletizados o tarimas plásticas de libros que tienen poco espacio en Bodega Sabanilla, habilitando espacios que permitan mayor movilidad ante el crecimiento en los últimos cuatrimestres, en cuanto a nuevos materiales requeridos en ofertas académicas.
  
- Continuar con la comercialización de libros externos, principalmente de aquellos títulos que ya no tienen vigencia en Oferta Académica y que son de casas editoriales con representación nacional, tomándose en cuenta que existen las autorizaciones para poder gestionar las ventas del mismo. En este caso se aplica un descuento especial del 40% sobre el precio de venta para llevarlo al costo y automáticamente a un precio asequible para los clientes, debido a que son ediciones superadas.

## Innovaciones obtenidas en el periodo 2012

- Basados en el II Congreso Universitario en el año 2000, mediante la moción 005, en donde se determina que:

*“Los cambios que actualmente se generan en la sociedad hacen que la Universidad deba dinamizarse y proyectarse en las diversas comunidades del país para cumplir con la responsabilidad de democratizar la educación superior. Para ello los Centros Universitarios deben fortalecerse y asumir un desempeño más efectivo y eficaz. Por esto, en acatamiento de las disposiciones del Segundo Congreso Universitario y de los Lineamientos de Política Institucional, se promoverá efectivamente una mayor desconcentración de actividades con el propósito de que los Centros Universitarios se conviertan en agentes de cambio y de desarrollo de sus propias comunidades y regiones a la cual pertenecen, así como en una plataforma facilitadora de los procesos de la Universidad.”*

**PRODUCTO DE LA INICIATIVA 1** Por ello se ha iniciado a través del Centro Universitario de Alajuela en primera instancia y posteriormente con el centro universitario de Cañas, los espacios como puestos de ventas y divulgación de nuestros libros

**PRODUCTO DE LA INICIATIVA 2** De acuerdo a este punto de los puestos de ventas en el marco de nuevas alternativas de comercialización a través de Centros Universitarios, OFIDIVE apunta a que en el año 2013 se puedan instituir nuevos puntos de comercialización en centros universitarios como NICOYA, LIBERIA, LA CRUZ, SAN MARCOS y TURRIALBA. Con ello se estima generar ingresos por ventas brutas en libros por ¢1.500.000.00 mensuales significando una recaudación por ventas de estos emplazamientos en el orden de ¢18.000.000.00 en el período 2013.

Una vez que los mismos centros determinen diferentes esfuerzos de promoción en sus comunidades, las ventas pueden promediar los ¢500.000.00 mensuales cada una, o sea ¢30.000.000.00 al año.

Tomando en cuenta las posibilidades de que estos centros inicien el año siguiente, podemos motivar a otros centros que tengan la misma capacidad y espacios para habilitar inventarios necesarios que puedan almacenar diferentes géneros de nuestros textos y aumentar la capacidad de ingresos en el año, todo ello con el apoyo desde la misma Supervisión de Librerías, la cual ha realizado un gran esfuerzo así mismo un gran apoyo a los puntos de ventas ya existentes.

- Supervisión de Librerías se ha constituido en un equipo de trabajo cuya plataforma de servicio para el desarrollo de la comercialización de los libros sello EUNED combina en forma logística, las experiencias de su personal a cargo, así como del promotor de ventas y del encargado del sistema de oferta del libro en internet, la finalización del proyecto de las ventas de libros por internet, se obtiene una buena base para continuar aportando las ideas necesarias para aumentar la rotación de libros y apoyar con sus librerías todas las actividades de comercialización, divulgación y oferta de las obras del sello EUNED.

Por otro lado se realizó una compra de estanterías metálicas para cambiar las que existen en nuestros puntos de ventas sello UNED e igualmente a aquellos centros que propicien espacios de comercialización de nuestros libros sello EUNED.

**PRODUCTO DE LA INICIATIVA** Con ello se puede exponer mayor cantidad de libros, además tienen una ventaja por tener una precinta para rotular y un cajón metálico en la parte inferior con dos gavetas con llaves para almacenar inventario; constituyéndolo no solamente como un exhibidor sino también en un minimizador de espacio por su capacidad de almacenamiento.

- En cuanto a la comercialización de los libros externos, se realizó una separación de los no ofertados o no vigentes en ofertas académicas y aquellos que tienen vigencia dentro de la oferta, lo ilustro a continuación:

1. Libros no ofertados      ¢222.911.000.00 que obedece a 31.777 ejemplares
2. Libros presentes oferta    ¢250.275.204.00 que corresponden a 21.586 libros

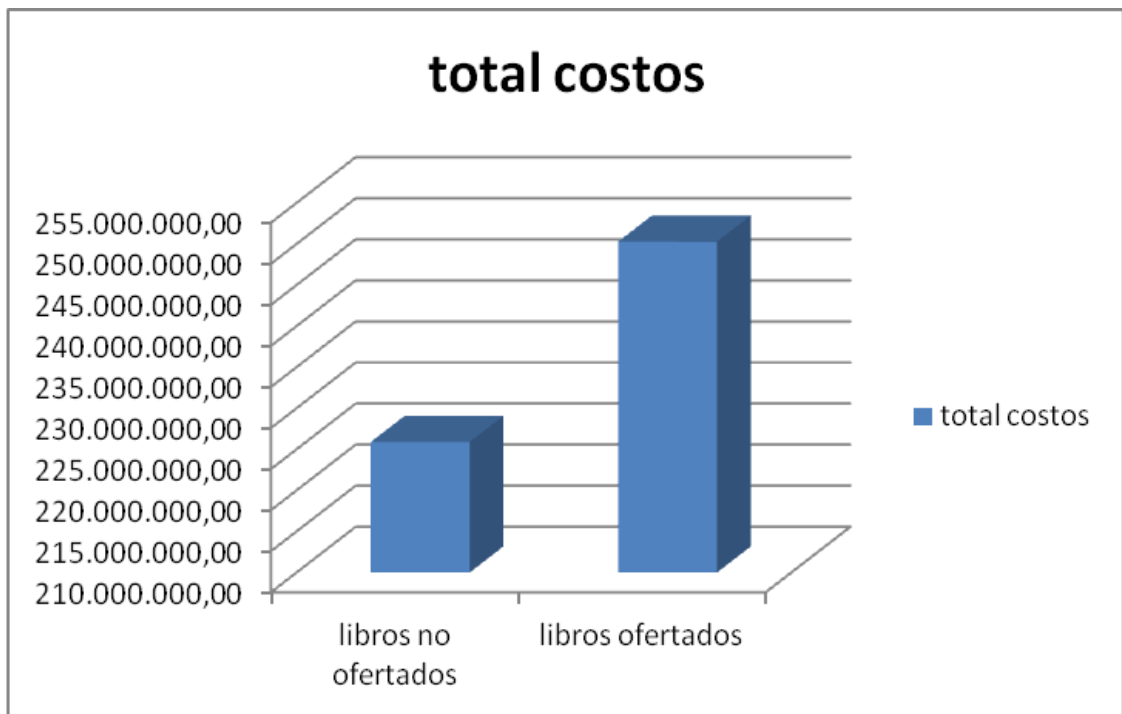
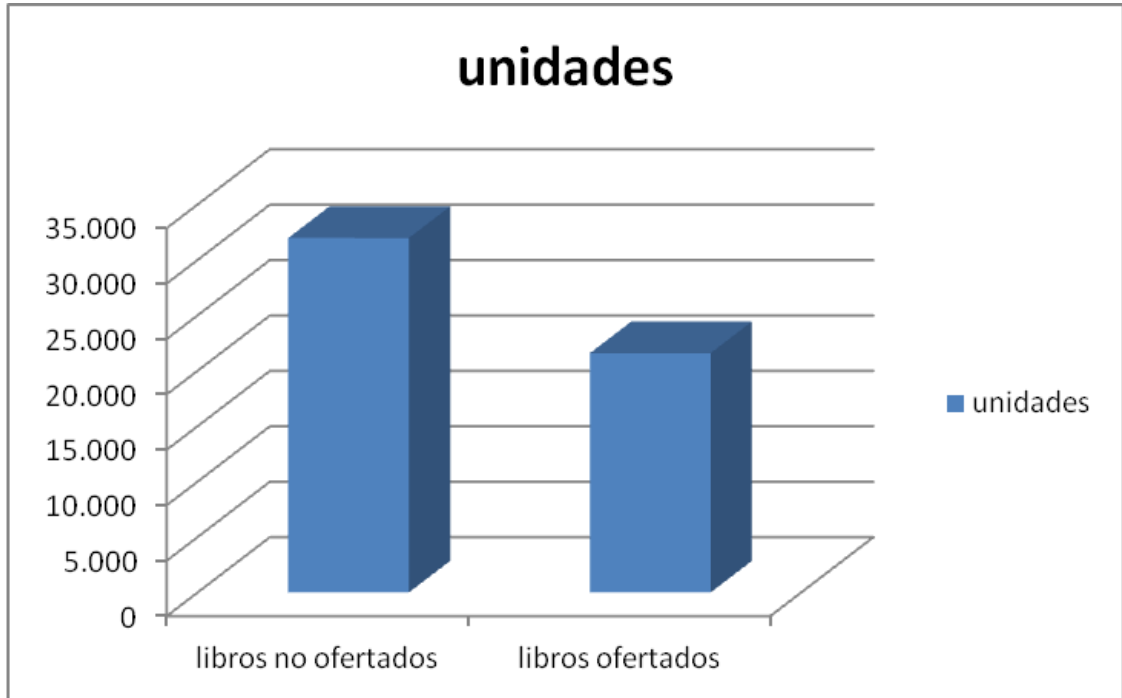
De acuerdo a lo anterior se muestra que se tiene una mayor cantidad en existencia y un costo bajo en los libros que no tienen actualmente rotación alguna, lo que podemos justificar que en su momento se adquirieron con un costo bajo, lógicamente son libros de ediciones de años anteriores ó ediciones superadas.

En todo caso, es importante determinar la cantidad que se puede comercializar sin problema alguno, por ser libros que tienen varios años de ocupar un espacio físico y cuya utilidad en la oferta académica ha sido totalmente descartada.

**PRODUCTO DEL PROYECTO** Se determinó cuáles de estas ediciones superadas son vendibles y cuáles no, a lo que podríamos gestionar una salida por donación a colegios científicos o profesionales, de la siguiente forma:

Se determina donar la cantidad de 5.765 libros no comerciables con un costo de ¢23.586.000.00 y el resto del inventario que corresponde a 26.012 ejemplares valorados en ¢199.325.913.00 descontarlo en un 40% y finalmente se podría obtener una venta de ¢119.595.000.00

A continuación muestro con un gráfico, la posición actual de los inventarios de libros en materia de costos totales antes detallados:



- De los libros sello EUNED de línea editorial se ha realizado un acuerdo a través del Consejo Editorial para ajustar los factores que determinan el precio de venta de cada uno de los textos, en este caso se ajustó de un factor de 2.50 sobre el costo a un 1.75 para ajustar los precios de ventas unitarios.

**PRODUCTO DE LA INICIATIVA** El resultado ha generado buenos réditos hasta el punto de aumentar las ventas mensuales entre libros de recientes y viejas ediciones, pasando de ventas anuales de ¢35.000.000.00 a más de ¢65.000.000.00 lo que significa más de un 100% en aumento en los últimos tres años.

Pero es importante destacar que dentro de las ventas totales, la presencia de ventas de línea editorial en 1998 era de un 6.58% y en la actualidad es de un 15.42% correspondiente a las ventas totales.

- Como parte de las iniciativas que se realizan a nivel de PROPUESTAS-PLAN DE MERCADEO INSTITUCIONAL, se propone darle seguimiento a desarrollar alianzas con asociaciones, cooperativas, gremios o colegios profesionales y otras entidades públicas y privadas, que brinden espacios para promover y comercializar libros, revistas, periódico y tal vez documentales de la UNED.

**PRODUCTO DE LA INICIATIVA** Esta tarea lleva consigo una misión a través de las librerías, con el fin de incrementar nuestros puntos de ventas y como parte de las participaciones de los libros en las diferentes actividades en la comercialización de libros, además del apoyo que realizan a nivel ferias de libros.

- Al aumentar la rotación de inventarios así como desocupar espacios de libros que no tienen mucha rotación, se podrá contar con un bodegas totalmente asequibles para la movilización de inventarios y necesarios para poder embalar y en tiempos de reproducción, poder tener la capacidad de ingresarlos así como para distribuir en tiempos de matriculas.

**PRODUCTO DE LA INICIATIVA** La importancia que tiene este beneficio, es que a nivel de la bodega de Tibás, se estaría desocupando paulatinamente, lo que generaría una economía en su costo actual.

## **Relación de los productos según Plan de Desarrollo Institucional 2011-2015, (Sesión 2108-2011, Acuerdo Artículo V, inciso 3 del 04 de agosto del 2011).**

- OFIDIVE aportará toda logística como parte de las Políticas 2012-2015 de la UNED en como EJE: Pertinencia e Impacto en su apartado 1.1 que menciona lo siguiente: **“Fortalecer la regionalización de Servicios que brinda la UNED desde los centros universitarios, desde la perspectiva tecnológica y de innovación para que funciones con apropiados niveles de articulación entre ellos y las demás instancias de la Universidad, con el fin de fomentar proyectos de Investigación, Extensión y cualquier otro que permita el desarrollo de las potencialidades de las regiones y comunidades”** Como parte de sus actividades en un entorno de pertinencia e impacto, OFIDIVE apuesta a orientar sus esfuerzos en el fortalecimiento de la comercialización a través de puntos de ventas que se están habilitando en los centros universitarios.
- **Como parte de las Políticas del 2012-2015 *Planificación, Administración y Rendición de cuentas: 11.3. Promover la racionalización de los recursos humanos, técnicos y financieros, así como su debida articulación con los procesos institucionales. Se debe reorientar las inversiones priorizando las metas incluidas en el Plan de Desarrollo Institucional;*** nuestra oficina ha optimizado sus recursos con el sentido de ahorro a las políticas de austeridad, sin dejar de lado el compromiso de crecer en sus tres áreas más importantes, como lo es la distribución y atender la demanda de matricula por internet, utilizándose el mismo personal que se orienta a labores de matriculas por internet.

De lo anterior OFIDIVE igualmente ha apostado ajustar sus tiempos para que paralelamente al crecimiento de la UNED, atienda todas las funciones y actividades en pro de las necesidades de la Institución en paralelo con los diferentes proyectos que la UNED

- **Como parte de la política institucional 2011-2015 como lo es Desarrollar estrategias para acceder a recursos financieros en el ámbito nacional e internacional que potencien la generación de recursos propios. Para ello, hay que Identificar y valorar las oportunidades que brindan el entorno financiero y los entes internacionales para el financiamiento de proyectos,** nuestra oficina orienta sus recursos en pro de la promoción y divulgación que genere comercialización de los libros sello EUNED con el fin de obtener recursos propios a través de las participaciones internacionales y principales a nivel nacional en las diferentes ferias de libros.

- A efectos de poder conseguir los objetivos en obtener y propiciar la promoción y comercialización de nuestros libros sello EUNED, así como la custodia y distribución de nuestras bodegas, como parte de una logística a realizarse en medio de una serie de requerimientos y necesidades institucionales, OFIDIVE se debe apoyar en promover la capacitación en el mejoramiento del conocimiento del personal que realiza labores importantes en estos escenarios, **por ello cumple con las políticas desarrollo institucional desde el punto de vista de Promover la capacitación, actualización y formación, orientado al fortalecimiento y modernización del modelo de educación a distancia para contar con un personal idóneo, creativo e innovador que potencie el modelo de educación a distancia, además de una mejora sustancial en el clima organizacional de las dependencias de la universidad; como parte del apartado del TALENTO HUMANO.**
- Como un compromiso de OFIDIVE en función de propiciar lazos con instituciones autónomas y semiautónomas para la consecución de los objetivos para generar ingresos propios y comercializar a través de funcionarios de varias instituciones, es necesario interponer una acción como parte de la política 2011-2015: 2.3 **Proponer e impulsar alternativas de cooperación y alianzas estratégicas con otras instituciones, tanto en el contexto nacional e internacional orientadas al desarrollo integral de la universidad que incluya nuevas fuentes de financiamiento.**