**LIBRERÍA “MIKAELA”**

**Antecedentes**

La Librería MIKAELA, se encuentra ubicada en el Departamento de Cochabamba en la Provincia

CAPINOTA, inició sus actividades económicas el 2010 por la propietaria Magda Barrientos Lima, en

principio estaba ubicado en el Mercado Central de Capinota, ocupaba espacio reducido, las ventas solo era en la época escolar, tomando en cuenta que en ese entonces había 8 unidades educativas (segundarias y primarias)en el centro de Capinota, la cual constituía un mercado amplio y no había mucha competencia en el rubro, viendo todo esos factores la propietaria apertura el año 2012 un nuevo ambiente en alquiler que está ubicada en la Plaza Principal de Capinota, que actualmente es atendido por una cajera y una vendedora.

La variedad de los productos ofertados principalmente consiste en material escolar y de escritorio, también cuenta con libros.

Entre sus principales clientes son las instituciones públicas y privadas, el Gobierno Autónomo Municipal de Capinota y entidades Financieras próximas a la librería y además de los estudiantes de diferentes colegios son:

* Colegio Rodolfo Montaño
* Colegio Jaime Méndez
* Colegio Fe y Alegría
* Colegio Kjarkas
* Colegio de Charamoco
* Colegio Nocturno CEA
* Técnico superior en costura (CEA)
* Técnico superior en electricidad (CEA)
* Escuela Juana Azurduy
* Escuela Víctor Barrientos
* Escuela Antonieta Bandrés
* Escuela Kjarkas
* Escuela de Ucuchi
* Universidad Mayor de San Simón (Contaduría Pública)
* Guardería San Pablo
* Guardería Irpa Irpa

**Proveedores**

La librería es un intermediario de las empresas Faber Castell, Milcar, etc. Proveedores: La librería cuenta con varios proveedores especialmente con la empresa Faber Castell, Milcar y las tiendas por mayor del centro de Cercado, para la obtención de los productos de la empresa Faber Castell es necesario ir hasta sus instalaciones para hacer los siguientes pedidos, respecto a la empresa Milcar los pedidos se realiza directamente desde el punto de venta de la librería y los productos llegan a la librería en 48 horas.

**Estructura organizacional**

La librería MIKAELA, presenta la siguiente estructura:

**PROPIETARIA**

**(DUEÑA DE LA EMPRESA)**

**2 VENDEDORAS**

**CAJERA**

La librería además de la propietaria cuenta con una cajera y dos vendedoras, las vendedoras están distribuidas en dos turnos de 8 am a 14 pm y de 14 pm a 20 horas no cuentan con uniforme, la atención es de lunes a domingo de 8.00 A.M. a 8.00 P.M. los días de feria (domingo), atiende la propietaria y una vendedora y en la época de material escolar se necesita 8 personas en atención al cliente.

|  |  |
| --- | --- |
| Capital inicial invertido | 300000 bs |
| Capital disponible actualmente | 15000 bs |

**Plaza / ubicación**

La distribución se realiza de forma directa, es decir sin ningún tipo de intermediarios. La librería MIKAELA, se encuentra ubicada en la plaza principal de la provincia CAPINOTA, en la acera este calle Bolívar.

**Niveles de ventas**

**Nivel de venta mensualmente**

**(en bolivianos)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **AREA** | **Mes de febrero** | **Mes de marzo** | **Mes de abril** | **TOTALES** |
| **Rotulación** (lapiceros, marcadores,  Micro puntas lápices ,colores,etc) | 1500 | 1200 | 400 | 3100 |
| **Papelería**  (cartulinas, papelografos,hojas bond, empastados ,etc.) | 2500 | 1800 | 300 | 4600 |
| **Arte**  (pinturas,pinceles,material acrílico, reglas de medición,balanzas,lienzos,etc) | 1000 | 600 | 300 | 1900 |
| **Didáctica**  (juegos recreativos, educativos) | 800 | 400 | 250 | 1450 |
| **TOTALES** | 5800 | 4000 | 1250 | 11050 | |
| **bazar (** |  |  |  |  | |

**(En bolivianos)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Área** | **Porcentaje de ventas en los últimos 3 meses (febrero,marzo,abril)** | **Porcentaje**  **Por área**  **( inversión)** | **%** |  |
| Rotulación | 14% | 20 | 6000 |  |
| Papelería | 21% | 35 | 10500 |  |
| Arte | 8.5% | 20 | 6000 |  |
| Didáctica | 6.5% | 25 | 7500 |  |
| Total | 100% |  |  |  |

**Identificación del problema:**

Actualmente una gran parte de las empresas que ese dedican a todo tipo de producción y venta de servicios se encuentran en una situación no muy favorable, esto debido a la pandemia que se vive mundialmente.

**En cuanto a la microempresa “LIBRERÍA MIKAELA”, la venta de materiales de escritorio y material escolar no es la misma desde el mes de abril (inicio de la cuarentena total) esto a causa de la suspensión total de las actividades escolares siendo los estudiantes los principales consumidores.**

**Soluciones:**

* Elaborar un plan de marketing con el fin de promover las ventas.
* Realizar entregas a domicilio sin ningún costo adicional.
* Crear promociones con colegios que demanden materiales escolares por mayor.
* Implementar la venta de regalos y libros.
* Implementar el servicio de fotocopias, anillados y empastados.

**Pasos para llegar a las soluciones:**

* Una buena alternativa son la repartición de afiches que contengan el número de la microempresa.
* Los productos tendrán un descuento de acuerdo a la cantidad que adquiera el establecimiento.
* se realizará entregas al establecimiento de la guardería
* los productos serán de una buena calidad.
* Repartición de afiches: La repartición de afiches, tiene la función de informar a los clientes sobre el descuento y promociones que realizara la empresa. La repartición se realiza en las instalaciones de la librería y en la plaza principal por la alta afluencia de gente.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Objeto** | **Empresa** | **Cantidad** | **costo** |
| Afiches | Imprenta Grisel | 1000 | 380bs |

**Obsequios en el día de la madre**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Objeto | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
| Canastones | 10 | 80 | 800 |

**Concursos mediante la radio en el día de la amistad, día del estudiante.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Objeto | Medio | Cantidad | Costo unit | Costo total |
| Regalos (peluches, portarretratos.  Etc.) | Radio | 10 | 25 | 250 |

**Obsequios adicionales a la compra**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Objeto** | **Empresa** | **Cantidad** | **Costo unit.** | **Costo total** |
| Estuche | Textil Edward | 150 | 2.5 | 375 |
| Total |  |  |  | 375 |

**Objetivo general**

**Mejorar los niveles de venta de la microempresa “LIBRERÍA MIKAELA”. Mediante un programa de marketing.**

**Objetivos específicos:**

* Lograr que la microempresa vuelva a la normalidad en cuanto a sus ventas
* Recuperar los niveles de ventas.
* Crear un programa de marketing dirigido netamente al cliente, persuadirlo mediante promociones y descuentos.
* Facilitar la adquisición de los materiales al cliente.

**Políticas de crédito:**

Actualmente no cuenta con ninguna, es decir, se basa en **ENTREGA Y PAGO.**

e= en la actualidad las nuevas normas de gobierno no nos favorece por la imposición de la cuarentena total por lo cual nos perjudica negativamente.

Teniendo los siguientes estándares

**-1 2.5 5**

**5= positivo**

**2.5= neutro**

**-2.5 negativo**

**En nuestra librería bazar influye negativamente con un porcentaje del -1.5.**

Presup de ventas = V + F e

Nivel de ventas actual por mes

Análisis de determinación de datos;

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Factores específicos  Área de papelería | = | Factor de ajuste | Pandemia |
| Modificación de inversión. |
| Factor de cambios | Implementación de entregas a domicilio, promociones  Sorteos por días especiales. |
|  |
| Factores de crecimiento | Inversión de capital adicional para la implementación del área de BAZAR., |
| Redirección en inversión de áreas actuales. |

-40%

25%

25%

Análisis de determinación de datos;

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Factores específicos  Área de rotulación | = | Factor de ajuste | Pandemia |
| Modificación de inversión. |
| Factor de cambios | Implementación de entregas a domicilio, promociones  Sorteos por días especiales. |
|  |
| Factores de crecimiento | Inversión de capital adicional para la implementación del área de BAZAR., |
| Redirección en inversión de áreas actuales. |

-40%

25%

25%

Análisis de determinación de datos;

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Factores específicos  Área de arte | = | Factor de ajuste | Pandemia |
| Modificación de inversión. |
| Factor de cambios | Implementación de entregas a domicilio, promociones  Sorteos por días especiales. |
|  |
| Factores de crecimiento | Inversión de capital adicional para la implementación del área de BAZAR., |
| Redirección en inversión de áreas actuales. |

-40%

25%

25%

Análisis de determinación de datos;

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Factores específicos  Área de didáctica | = | Factor de ajuste | Pandemia |
| Modificación de inversión. |
| Factor de cambios | Implementación de entregas a domicilio, promociones  Sorteos por días especiales. |
|  |
| Factores de crecimiento | Inversión de capital adicional para la implementación del área de BAZAR., |
| Redirección en inversión de áreas actuales. |

-40%

25%

25%

|  |  |
| --- | --- |
| **Factores económicos:**  El gobierno con las ultimas disposiciones de declarar al país en cuarentena total perjudica de gran manera al BAZAR LIBRERÍA MIKAELA , ya que sus principales consumidores provienen de instituciones como ser colegios, escuelas, universidades, guarderías y demás instituciones que disponen de material escolar y de escritorio | -1 |
| **Factores administrativos**  Las decisiones tomadas con respecto a la implementación del área de BAZAR son muy favorables para la microempresa. | 3.5 % |

**AREA DE BAZAR (ingresos en bolivianos) por el mes de mayo**

|  |  |
| --- | --- |
| **AREA** | **Mes de mayo** |
| **Para mujeres** (bisutería,carteras,  Maquillajes,regalos,  Perfumes,etc) | 2100 |
| **Para varones**  (billeteras,cinturones,  Ceniceros,llaveros.etc) | 750 |
| **Para niños**  (juguetes, materiales didácticos, sorteos, álbum,  regalos) | 677 |
| **Artículos domesticos**  (portarretratos,adornos,etc) | 450 |
| **TOTALES** | 3977 |
| **bazar (** |  |

**(En bolivianos)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Área** | **Porcentaje de ventas en MAYO %** | **Porcentaje**  **Por área**  **( inversión)%** | **%** |  |
| mujeres | 40% | 35 | 5250 |  |
| varones | 25% | 20 | 3000 |  |
| niños | 15% | 30 | 4500 |  |
| Artículos domésticos | 20% | 15 | 1000 |  |
| Total | 100% | 100 | 15000 |  |

**Análisis de determinación de datos:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **FACTORES ESPECIFICOS**  **IMPLEMENTACION DEL AREA DE BAZAR** | |  | | --- | | **FACTOR DE AJUSTE** | | **FACTOR DE CAMBIO** | | **FACTOR DE CRECIMIENTO** | | Pandemia, modificacion de inversion. |
| Implementación de ventas y entregas a domicilio, afiches, promociones, cupones y sorteos. |
| Inversión en la implementación de área de BAZAR. |

**-30%**

**30%**

**40%**

|  |  |
| --- | --- |
| **FACTOR ECONOMICO:**  Con las leyes o normas actuales sobre la emergencia sanitaria que afronta el país las pequeñas y medianas empresas nos vemos afectadas en gran porcentaje; es por eso que la librería-bazar “MIKAELA” implemento el área de bazar para generar ingresos durante y después la emergencia sanitaria. | 2.5 |
| **FACTOR ADMINISTRATIVO:**  La librería opto por la implementación de BAZAR aprovechando los días festivo**s.** | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| presupuesto de ingreso para el 2020 | | | | | | | | | | | | |
| detalle | enero | febrero | marzo | abril | mayo | junio | julio | agosto | septiembre | octubre | noviembre | diciembre |
| unidades vendidas por mes | cien % | cien % | menos 28% | menos 83 % | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual |
| ingreso por papeleria | 2500 | 2500 | 1800 | 300 | 313.72 | 326.27 | 339.32 | 352.89 | 367.005 | 381.68 | 396.94 | 412.81 |
| unidades vendidas por mes | cien % | cien % | menos 20% | -67% | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual |
| ingreso por rotulacion | 1500 | 1500 | 1200 | 400 | 416 | 432.64 | 449.94 | 467.94 | 486.66 | 506.13 | 526.37 | 547.42 |
| unidades vendidas por mes | cien % | cien % | menos 40% | menos 50% | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual |
| ingreso por arte | 1000 | 1000 | 600 | 300 | 313.72 | 326.27 | 339.32 | 352.89 | 367.005 | 381.68 | 396.94 | 412.81 |
| unidades vendidas por mes | cien % | cien % | menos 50 % | menos 37.5% | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual | 4% mensual |
| ingreso por didactica | 800 | 800 | 400 | 250 | 260 | 270.4 | 281.22 | 292.47 | 304.17 | 316.34 | 328.99 | 342.15 |