



PLAN DE NEGOCIO LIBRERÍA “LOS HIJOS DE SIÓN”

ELIZABETH BRAVO NARANJO

0412000

PROYECTO DE GRADO II

TUTORA:

CAROLINA LÓPEZ SAA

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS NOCTURNO
SANTIAGO DE CALI
27 DE NOVIEMBRE DE 2013**



PLAN DE NEGOCIO LIBRERÍA “LOS HIJOS DE SIÓN”

ELIZABETH BRAVO NARANJO

0412000

PROYECTO DE GRADO II

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS NOCTURNO
SANTIAGO DE CALI
27 DE NOVIEMBRE DE 2013**

TABLA DE CONTENIDO

| | Página |
|--|---------------|
| 1. NOMBRE DE LA EMPRESA..... | 5 |
| 3. MODELO DE EMPRESA..... | 6 |
| 4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO..... | 6 |
| 5. ANALISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 7 |
| 6. ANALISIS DEL MERCADO | 9 |
| 7. ANALISIS TECNICO | 15 |
| 5. ANALISIS AMBIENTAL Y SOCIAL | 21 |
| 8. ASPECTOS LEGALES | 21 |
| 9. ANALISIS ADMINISTRATIVO..... | 22 |
| 10. ANÁLISIS FINANCIERO | 23 |
| 10.6 ANALISIS DELL FLUJO DE CAJA NETO..... | 25 |
| 10.8. ANÁLISIS SOCIAL Y DE VALORES..... | 27 |
| 11. CONCLUSIONES..... | 28 |
| 12. BIBLIOGRAFIA..... | 29 |
| 13. ANEXOS..... | 30 |

TABLA DE ANEXOS

| | Página |
|-------------------------------------|---------------|
| ANEXO 10.1 Formatos de entrevista | 32 |
| ANEXO 10.2 Entrevistas | 34 |
| ANEXO 10.3 Fotografías de Libros | 42 |
| ANEXO 10.4 Localización del negocio | 48 |
| ANEXO 10.5 Organigrama | 49 |

TABLA DE CUADROS

| | Página |
|--------------------------------|---------------|
| Cuadro N° 1 Tamaño del mercado | 11 |
| Cuadro N° 2 Flujo neto | 25 |

TABLA DE DIAGRAMAS

| | Página |
|--|---------------|
| Diagrama N°1 Proceso de servicio | 17 |
| Diagrama N° 2 Proceso servicio postventa | 18 |

PLAN DE NEGOCIO LIBRERÍA “HIJOS DE SIÓN”

1. NOMBRE DE LA EMPRESA

“HIJOS DE SIÓN”. Librería Católica y de Humanidades.

2. CONCEPTO DE EMPRESA

La esencia de la librería “hijos de sión” es la oferta de libros católicos y de ciencias humanas y sociales a clientes como docentes, estudiantes y profesionales de las disciplinas de trabajo social, enseñanza de idiomas, enseñanza de la literatura, ética y derechos humanos, historia y geografía, sociología antropología. La atención al cliente es personalizada (Clientes incondicionales). La diferencia con otras librerías son los tipos de libros a ofrecer, la librería “Hijos de Sión” se centrará en vender libros, revistas y videos que desarrollan los docentes y profesionales Colombianos, especialmente de las editoriales de las universidades públicas y privadas del país.

También se venderán libros extranjeros pero en menor proporción. En cuanto a los libros católicos se pretende ofrecer libros no comunes en las librerías religiosas. Se destaca la importancia de que la librería este al sur de ciudad, debido a que la mayoría de las universidades y algunos colegios están en la zona, Ya que las quejas de algunos usuarios de las librerías religiosas católicas manifiestan que estas están concentradas al norte y centro de la ciudad.

3. MODELO DE EMPRESA

La adquisición de los libros será por proveedores de editoriales colombianas y extranjeros como Norma, Gedisa, Agnus Dei, San Pablo, Las paulinas, Minutos de Dios, Espacio, entre otros.

Se comprarán como mínimo 5 libros por cada referencia. Para empezar la librería se tiene estimado 112 referencias es decir., que en el primer mes la librería contará como minimo 560 libros.

La generación de ingresos se realizará mediante la venta de los libros a los clientes interesados y a las bibliotecas.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1 ESTRUCTURA METODOLÓGICA

La investigación de mercado es de tipo exploratoria y cualitativa: Se utilizó la técnica de entrevistas: una entrevista a dos dueños de librerías de la ciudad, la librería Susurros de Dios y La Librería Internacional y dos entrevistas a personas de la comunidad como posibles clientes de la librería. Anexo 1.

5. ANALISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1 CONCLUSIONES DE LAS LIBRERÍAS ENTREVISTADAS

De acuerdo a las entrevistas realizadas a la librería Internacional y a la librería Susurros de Dios, podemos concluir (Anexo 2):

- a) Las estrategias de mercado utilizadas para promocionar las librerías, se centran en la asistencia a ferias o eventos de libros y a la entrega separadores de libros con información de la librería. También utilizan la página web para acercarse a los clientes, actualizando constantemente los datos de cada cliente para mostrar las novedades que adquiere la librería.
- b) Un cliente potencial importante son las bibliotecas, demanda mayor cantidad de libros, la negociación de debe ser personalizada, así que se necesita un personal adicional de los vendedores en el sitio de la librería para atender a este cliente.
- c) Las librerías más rentables serían las especializadas en clientes académicos y profesionales, la librería de tipo religioso es difícil promocionarla, pues esta especialidad no es muy conocida y no se compra muchos ejemplares.
- d) Las librerías utilizan solo una plataforma electrónica la facturación digital, algunas no se preocupan por tener los datos de sus clientes, para mantenerlos informados de la novedades y Best sellers.
- e) La voz a voz y las referencias personales de amigos, es muy importante para promocionar la librería, pero se hace necesario mantener permanentemente informado a los clientes actuales.

- f) La ubicación de las librerías debe ser cuidadosamente escogida, para no tener competencias directas cercanas. Buscar zonas donde no haya el tipo de librería que se busca realizar.
- g) El número de vendedores que trabajan en las librerías pequeñas son dos y un administrador, los costos y los ingresos no dan para tener más trabajadores. Esto dificulta el ofrecimiento de los libros a las bibliotecas o clientes como universidades, colegios, entre otros.

5.2. CONCLUSIONES DE LOS CLIENTES DE LIBRERIAS ENTREVISTADOS

- a) Los académicos y profesionales compran libros en lapsos de 1 mes a tres meses, de acuerdo a su especialidad, para mantenerse informado de las últimas tendencias de su carrera, la gente común generalmente compran libros una vez al año, no les interesa leer aludiendo que no tienen tiempo o les da pereza, pues existe la televisión.
- b) Estos profesionales y académicos también compran libros de interés general, especialmente si son recomendados o Best sellers, por eso una manera de vender libros es estar ofreciendo continuamente las novedades que llegan, no esperar que el cliente pregunte.
- c) Las personas escogen las librerías de acuerdo a satisfacer su necesidad de conocimiento y curiosidad, las librerías en temas variados, pueden tener una ventaja, pero esta se vuelve desventaja a no tener suficientes libros de determinados temas, que hacen que cliente busque librerías más especializadas. También las escogen por la cercanía a su trabajo o casa.

- d) Los libros de textos se venden mucho, pero su público objetivo es muy limitado, ya que son estudiantes y profesores. Muchas veces estos estudiantes prefieren sacar fotocopias de capítulos que necesitan.
- e) Los clientes desean que en sus librerías favoritas también se vendan otros productos como papelería y artículos de oficina, fuera de las cafeterías.
- f) Los profesionales manifiestan que no es rentable una librería religiosa, pues es un tema muy complicado y en Colombia la religión no es tan importante.

6. ANALISIS DEL MERCADO

El mercado de venta de libros es muy competitivo en Colombia, los subsectores en que se dividen los libros son: Científico, técnico y universitario, subsector didáctico, subsector de interés general y subsector religiosos. Las cantidades de libros que se vendieron en Colombia en el año 2009, según encuesta realizada por la Cámara Colombiana del Libro es de 1.403.070 libros científicos, tecnológicos y universitarios; 13.223.783 libros didácticos, 16.561.720 libros de interés general y 3.906.128 libros religiosos, que representa en ventas 556.750.621.302 millones de pesos. Se observa que la subcategoría de libros que más se vende son los libros didácticos y los que menos se vende son los religiosos. (Cámara de comercio del libro, 2009). La Librería Los Hijos de Sión venderá libros religiosos católicos, universitarios de humanidades y de interés general. A pesar de que abundan librerías religiosas en la ciudad de Cali, su venta no es muy significativa en el País. Sin embargo, al ser nuestra cultura de mayoría católica, se pensaría que este segmento del mercado vendiera más, esto puede ser una fortaleza, ya que nuestra librería venderá libros religiosos que casi no se ven en otras librerías religiosas. Una debilidad es la

competitividad de los libros de interés general, aunque se venden mucho, las librerías que venden estos libros son muchas y también existen los vendedores ambulantes de libro.

6.1 PRODUCTO

La librería Los Hijos de Sion comprará sus ejemplares de humanidades y religiosos, a distribuidores colombianas, españolas, argentinas y ecuatorianas de las siguientes editoriales:

- Norma
- Gedisa
- Minuto de DIOS
- Universidad del Valle
- San Pablo
- Paulinas
- Agnus Dei
- Lumen Hvmanitas
- Dummies
- Espacio
- Universidad Icesi
- Universidad Nacional
- Universidad de Antioquia
- Universidad Javeriana

En el Anexo N° 3 se encuentran las fotografías de algunos de los libros que se van a vender en la librería

6.2 CLIENTES Y TAMAÑO DEL MERCADO

La ciudad de Santiago de Cali, actualmente tiene 2.258.017 habitantes en las 22 comunas que la conforman (Cali en cifras, 2011). Para nuestro mercado nos interesa conocer la población de las comunas 2, 3, 5, 10, 16, 17,19 y 22 por ser las que albergan barrios de estrato socioeconómico 4,5 y 6. Según Cali en Cifras, estas comunas tienen 728.360 habitantes, que equivalen al 32,3% de la población total de comunas de la ciudad, que pueden llegar a ser nuestros clientes. El cliente externo los estudiantes, docentes y profesionales de las carreras de ciencias humanas, desde los 18 años hasta 70 años. En un año la participación esperada es de 1% de mercado es decir, 7.283,6 posibles clientes para comprar los libros.

CUADRO N° 1 TAMAÑO DEL MERCADO

| TAMAÑO DE MERCADO (Clientes) | ESTIMADO VENTAS ANUAL (Unidades) | FRACCIÓN DEL MERCADO |
|------------------------------|----------------------------------|----------------------|
| 728.360 | 7.312 | 1% |

6.3 COMPETIDORES

En la ciudad de Santiago de Cali se encuentran 39 librerías que representa una competencia a la Librería los Hijos de Sion, pero de estas dos agrupan los productos que se venden en la librería:

LIBRERÍA NACIONAL. www.librerianacional.com Lleva 65 años comercializando libros de literatura infantil, **literatura universal**, **diccionarios**, psicología, **historia universal**, novela histórica, sociología, administración, contabilidad, economía, mercadeo, filosofía y **ética**, derecho, medicina, sistemas, **literatura inglesa**, antropología, estadística, ventas, política,



agricultura, química, diseño, arte, turismo, pedagogía, Superación, biología, **biblias**, libros de debates religiosos y revistas.

LIBRERIA PANAMERICANA Fundada en 1.961 Panamericana librería y papelería S.A. cuenta con 23 puntos de venta en todo el país. La línea de productos que se ofrecen a sus clientes son: tecnología, libros y textos, papelería escolar y didáctica, papelería de oficina, mobiliario, arte y herramientas, decoración y regalos, y música y películas.

Las demás librerías son, o netamente religiosas o con ventas de libros en inglés, humanidades y trabajo Social. Como la librería Católica Susurros de Dios, San Pablo, la internacional, Las Paulinas y las librerías arquidiocesaneas. Una fortaleza que va tener la librería Los Hijos de Sión es que venderá libros religiosos que no se encuentran en las demás librerías religiosas.

Una amenaza es el prestigio que tiene la librería Nacional, La Panamericana y algunas librerías religiosas, conseguir buenos distribuidores de libros, los precios de los libros de idiomas, éticos, de trabajo social e historia.

6.4. PLAN DE VENTAS

Se tiene previsto iniciar ventas en Enero de 2014. En el Anexo 6 en el cuadro de mercado se presenta la proyección de ventas de forma mensual y en forma anual para el 2.014 hasta el 2.017. Las ventas de libros al final del periodo del 2.014 son de 7.312 libros.

6.5. ESTRATEGIA DE PRECIO

El precio de los libros varía según origen, tamaño, editorial y calidad del papel impreso, se puede inferir que va desde un promedio de 6.165 pesos hasta un promedio de 42.879 pesos. La ganancia de cada ejemplar es de aproximadamente del 30 al 35% del precio de venta al público. Los libros que se venderán en la librería no son caros, por lo tanto, esto es una ventaja sobre otras librerías que venden libros costosos, aumentando la cantidad y compra de libros en la librería “Hijos de Sión”.

6.7. ESTRATEGIA DE VENTA

El tipo de canal estratégico que se utilizará en la librería es la venta personalizada, es decir, los vendedores atenderán al cliente en todas sus necesidades, lo orientará y responderá sus preguntas. Se contará con la estrategia de voz a voz y los remitidos, donde los clientes les informe a sus amigos la existencia de la librería, para esto se desarrollará una base de datos con la información de los clientes para informarlos de las novedades y Best sellers que llegan a la librería con un premio recibirán un 10% de descuento en la compra de libros. También se asistirá a ferias de libros y eventos donde se promocióne y se vendan los libros. La entrega del producto va ser en el local y a domicilio sólo a las bibliotecas la cual se encargará la administradora. El cliente puede evaluar el servicio y la calidad del producto vía internet o en el local. Las formas de pago que tendrán los clientes son: Efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, pago electrónico.

6.6. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

- La publicidad será por medio de separadores de libros (contenga los datos de la librería y los tipos de libros que encontrarán), se repartirán en las ferias y eventos de libros o académicos, las iglesias y universidades. Realizar alianzas con universidades.
- Se construirá una página WEB para promocionar los libros.

6.8. POLITICAS DE SERVICIO

Es un servicio personalizado hacia los clientes. Se garantiza la autenticidad de los libros y los derechos de autor. Para cambios de libro tienen 3 días máximo entregando el libro en buen estado y la factura de compra. Únicamente para libros comprados para regalar. Si tiene alguna queja, reclamo o sugerencia del servicio, lo atenderá el administrador directamente, el cual se disculpará, le ofrecerá una bebida de su preferencia y lo atenderá de inmediato para solucionar el problema.

6.9. ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

El producto será comprado en las editoriales de San Pablo, las Paulinas, universidad del Valle, Universidad Nacional, editorial Espacio y Lumen Hvmanitas de Argentina, Minutos de dios, Gedisa España, Dummies Norteamericana y México por internet o personalmente. La compra se realizará por consignación y adquisición directa. Las alianzas claves que se va a tratar de realizar con otras librerías que sirvan de apoyo en la venta de los libros religiosas son la Librería Susurros de Dios, librería San Pablo, Las paulinas y La



Internacional. Para la venta de los otros libros se pueden realizar alianzas con Universidades, asociaciones estudiantiles y gremios profesionales.

7. ANALISIS TECNICO

7.1 PROCESO DEL SERVICIO

El servicio será personalizado, la atención a los clientes será de asistencia personal dedicada, el vendedor debe saludar al cliente, decir su nombre, escuchar atentamente al cliente, guiar al cliente al libro, decirle las características del libro, siempre amablemente y con cordialidad y respeto al cliente, si el cliente compra el libro llevarlo a la caja registradora y hacer la venta y entregar factura. Informarle al cliente el tiempo prudencial para hacer reclamos o cambiar el libro. Si el cliente se encuentra insatisfecho con el servicio guiarlo a la administradora.

Al cliente interno se le realizará una inducción sobre el servicio al cliente. Capacitación tecnológica y del producto y el servicio postventa. Este local contará con un vendedor y un administrador. Se evaluará el desempeño del empleado; se contará con buzón de sugerencias y atención postventa.

La atención posventa consiste en realizar un seguimiento telefónico o por el correo electrónico de la satisfacción del cliente con respecto al servicio y el producto, el cual, se realizará una encuesta de satisfacción al cliente y se leerán las sugerencias



permanentemente que los clientes dejen en el buzón y se procederá a analizarlas y a estudiar posibles cambio de mejora en el servicio.

DIAGRAMA N° 1 PROCESO DEL SERVICIO

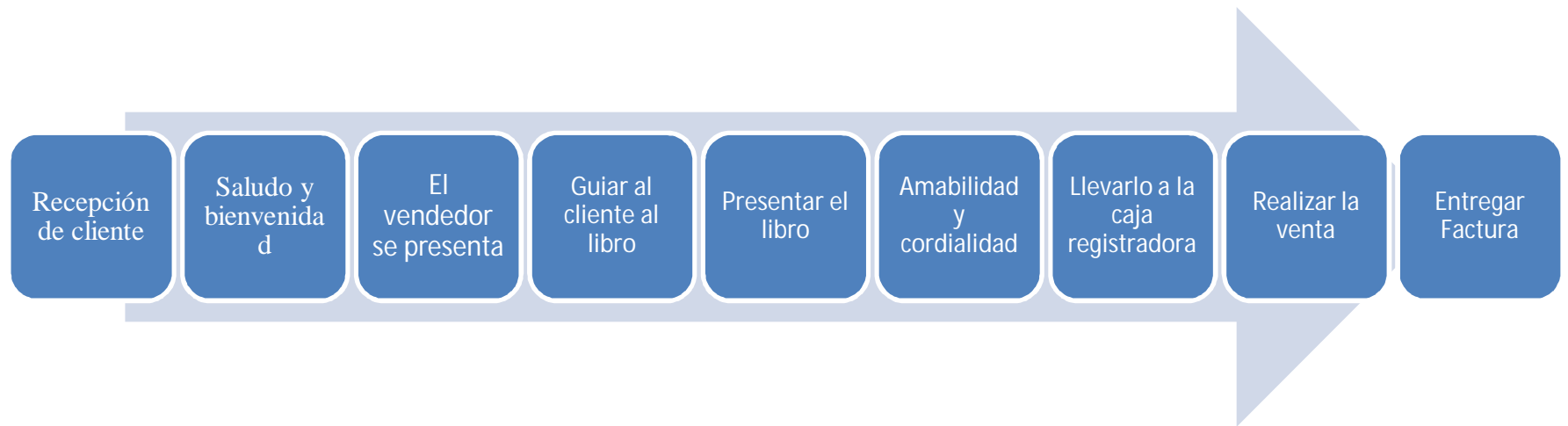
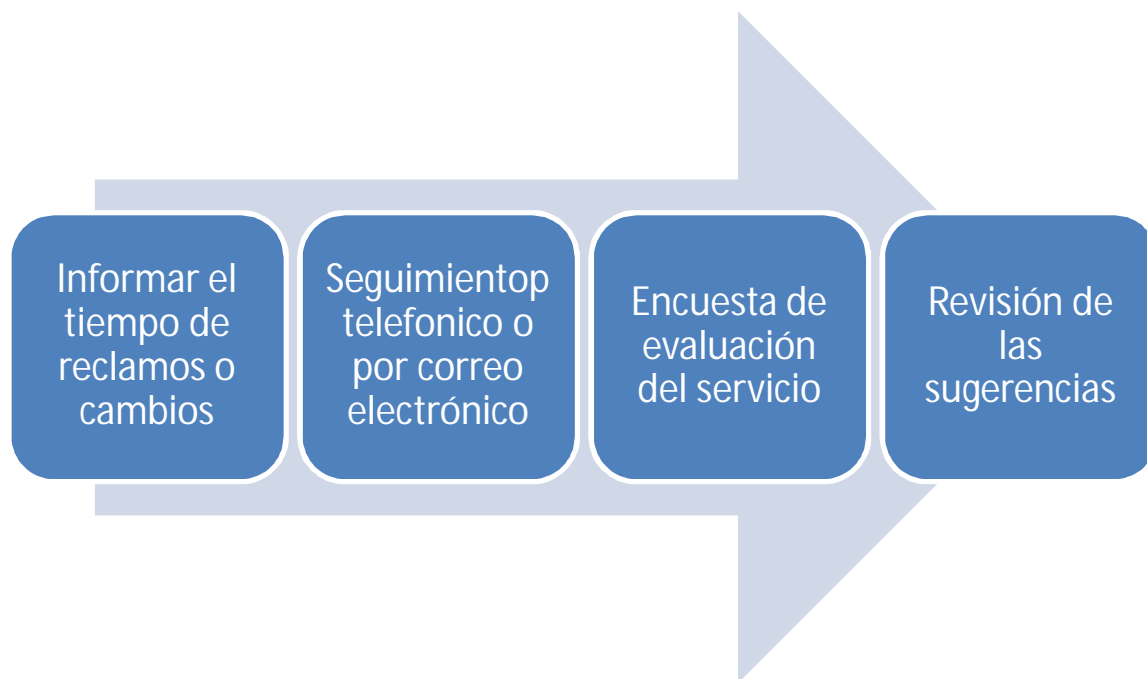


DIAGRAMA N° 2 PROCESO SERVICIO POSTVENTA



7.2 LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

La Librería Los Hijos de Sion estará ubicada en el sur de la ciudad de Cali, en el Centro Comercial Holguines Trade Center Carrera 100 N° 11-60, en el local 223 del segundo piso. Este local comercial es de una tía, la cual, me lo alquila a un precio muy bajo al precio de alquiler normal. El local tiene aire acondicionado que funciona muy bien. También porque está en un centro comercial con parqueadero, al sur de la ciudad, donde están los clientes meta. Se destaca que esta cercano a las universidades más importantes de Santiago de Cali y sus bibliotecas. El horario de la librería es de lunes a sábado de 8:00 a.m. – 6:30 p.m. No se abrirá ni los domingos ni los festivos, excepto en Diciembre. Anexo N° 4.

Por motivos de reducción de costos de operación, se cambia este lugar para montar la librería y se buscará un local con un arriendo menos costoso, servicios públicos más bajos, se sigue manteniendo la propuesta que debe ser al sur de la ciudad de Cali

7.3. PRESUPUESTOS

En el anexo N° 6 aparecen los 4 presupuestos de inversión para desarrollar la librería. El Primer presupuesto es el mercado de ventas, se venderán en el primer año 7.312 libros que suman \$ 71.889.637, los cuales dejan una pérdida por \$17.170.796. A partir del segundo año las ganancias son positivas. El costo de materias primas, es

decir, los libros es de \$10.307.880 en el primer año de funcionamiento, debido a que no llegan al punto equilibrio.

Los activos necesarios en la conformación de la librería son de \$6.548.000, correspondientes a muebles y enseres.

La nómina contará con un vendedor y una administradora, el costo total de esta nómina es de \$30.651.213 en el primer año. El salario del administrador es de \$1.000.000 mensual con sus prestaciones sociales y seguridad social. El salario del vendedor es de \$689.500 mensual con sus prestaciones sociales y seguridad social.

Los gastos de operación, administrativos y de ventas son en total 53% de los gastos de la librería. El costo en operación es el 28,7% de los ingresos y el costo de administración es el 24, 5% de los ingresos de la librería en el primer año.

7.4. INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

La librería Los Hijos de Sión se realizará a partir de un capital de \$38.000.000, el cual se invertirá en la dotación de la librería, el arriendo, los salarios por tres meses y el pago de impuestos, costos administrativos, servicios públicos, compra de 112 referencias de libros. Esta inversión de Capital está dividida en \$10.000.000 aporte de la dueña y \$28.000.000 de un préstamo bancario.

5. ANALISIS AMBIENTAL Y SOCIAL

Los residuos como la papelería, cajas, papel higiénico, filtros, vasos desechables, y bolsas plásticas que generan contaminación del medio ambiente serán reciclados. Se utilizarán dos canecas una de color verde para los residuos ordinarios y una azul para residuos reciclajes. El Centro Comercial tiene servicio de recolección de basura.

8. ASPECTOS LEGALES

La empresa es una sociedad unipersonal de persona natural. En Colombia para abrir un local comercial como una librería se necesita los siguientes requisitos legales:

1. Consulta y verificación: Nombre y marca, Actividad económica se consulta ante la Cámara de Comercio de Cali.
2. El Uso de los suelos. El local comercial debe tener certificado del uso de los suelos, expedido por el Dagma y planeación municipal.
3. Escritura Pública, y RUT, trámite a realizar en planeación municipal y la Registraduría.

3. DIAN: Facturas, Impuestos, Trámite a realizar ante la DIAN regional Cali.
4. Libros: Actas - Socios - Contabilidad. Ante la DIAN.
5. IVA, impuesto sobre las ventas, impuesto de industria y comercio ante La DIAN

9. ANALISIS ADMINISTRATIVO

- **Misión:** Satisfacer y agradar con un excelente servicio al cliente, al comprador de un libro.
- **Visión:** Ser la mejor librería de humanidades y religiosa, reconocida por su excelencia en el servicio y su calidad de gente.
- **Políticas:** Respeto hacia el cliente y los compañeros de trabajo; Orientación al cliente; Integridad: honestidad, lealtad y ética; Responsabilidad; Bienestar del cliente y los proveedores; Cultura corporativa; proteger el medio ambiente.
- La cordialidad y la amabilidad es nuestra pasión, ayudar al cliente en todo lo que se le ofrezca, cambios, descuentos en lo posible. Hacer clientes incondicionales con nuestro servicio. Encuestas para conocer

los gustos del cliente, evaluación de desempeño a los empleados.

Relación cercana con los clientes. La librería va estar en el sur de la ciudad de Santiago de Cali, esto es importante, porque la mayoría de las librerías que venden libros católicos están en el norte y centro de la ciudad. Por ejemplo la librería Susurros de Dios que es católica está ubicada en el norte y varios de sus clientes manifiestan que sería bueno tener una sucursal en el sur y la mayoría de las universidades que enseñan humanidades también están al sur de la ciudad. Se venderán los mejores libros religiosos y de humanidades de la ciudad.

10. ANÁLISIS FINANCIERO

10.1. DATOS BÁSICOS

En el Anexo 6 se presentan los datos básicos. El año de inicio de operaciones es en Enero de 2014. Los libros tienen cuatro rangos de precios: Tipo 1 \$6.165; Tipo 2 \$15.756; Tipo 3 \$36.482 y Tipo 4 \$42.879.

Se pretende que el 7% de las ganancias se destine a la publicidad y la política de colchón sea a 30 días.

Se tiene presupuestado una tasa mínima de retorno del 20%. , menos de esta tasa se incurre en pérdidas de utilidad.

10.2. ANÁLISIS DE COSTOS

En el Anexo 6 se presenta el análisis de los costos. Los costos de constitución y mantenimiento de la librería son \$ 89.060.430, los ingresos por ventas son menos que los costos, por lo tanto la librería en su primer año de funcionamiento tiene pérdidas en vez de utilidades.

10.3 FLUJO DE CAJA

En el anexo 6 presenta el flujo de caja de la librería “Hijos de Sión”. Con el nivel de ventas proyectadas. La librería es viable según las proyecciones cuatro años. La caja inicial es de \$ 21.543.196 de los \$38.000.000 que se invierten de capital en el primer mes del año 2.014. El flujo de caja cierra al final del año 2.017 con \$327.238.714.

10.4. ESTADO DE RESULTADOS

En el anexo 6 en el cuadro de P y G/ Balance, se observa que las ventas netas en el primer año son de \$71.889.637.

El primer año de operación de la librería cierra con pérdidas de \$17.170.796, es decir, que la librería en su primer año de funcionamiento no presenta utilidades para el dueño. A partir del segundo año si presenta utilidades de \$72.995.267.

10.5. EL BALANCE GENERAL

En el anexo 6 en el cuadro de P y G/ Balance, se presenta el balance general de la librería. El total de activos en el primer año es \$38.000.000. El total de pasivo es de \$28. 000.000. El total de patrimonio es de \$10.000.000 en el primer año de funcionamiento de la librería. Se puede concluir que a pesar de las pérdidas en el primer año a 4 años es viable la librería.

10.6 ANALISIS DELL FLUJO DE CAJA NETO

El cuadro N° 2 se presenta el flujo de caja totalmente neto de la librería, bajo la

Cuadro N° 2 FLUJO DE CAJA NETO

| | Año 0 | 2.014 | 2.015 | 2.016 | 2.017 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Utilidad Neta | 0 | -17.170.796 | 81.061.408 | 129.457.160 | 204.595.885 |
| Total Depreciación | 0 | 1.948.000 | 1.948.000 | 1.948.000 | 352.000 |
| Total Amortización | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1. Flujo de fondos neto del periodo | | -15.222.796 | 83.009.408 | 131.405.160 | 204.947.885 |
| Inversiones en Activos del Período | 6.548.000 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gastos pre operativos | 9.908.804 | | | | |
| Colchón de efectivo | 21.543.196 | 1.077.160 | 1.131.018 | 110.409 | 62.071 |
| Préstamo | 28.000.000 | | | | |
| 2. Inversiones netas del periodo | 10.000.000 | 1.077.160 | 1.131.018 | 110.409 | 62.071 |
| 3. Liquidación de la empresa | | | | | 167.026.522 |
| 4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos | -10.000.000 | -16.299.956 | 81.878.390 | 131.294.751 | 371.912.336 |
| Balance de proyecto | -10.000.000 | -28.299.956 | 47.918.442 | 188.796.882 | 598.468.594 |
| Periodo de pago descontado | 1,37 | | | | |
| Tasa interna de retorno | 224,04% | | | | |
| Valor presente neto | 288.613.327 | | | | |
| Tasa mínima de retorno | 20,00% | | | | |

premisa de liquidación del negocio al final de los cuatro años. La librería tiene una tasa interna de retorno positiva en un escenario optimista de 224.04%, superando el 20% que se había presupuestado.

Al realizar el análisis del punto de equilibrio económico se encuentra que no aparece en el primer año de funcionamiento de la librería, a partir del segundo año aparece el punto de equilibrio. Lo anterior es debido a que se venden menos cantidades de las que se necesita vender, se proyecta vender 7.312 libros y el punto de equilibrio es de 9.568 es muy difícil que una librería que apenas comience venda más 10.000 libros en un año, porque es una nueva librería con un concepto nuevo

10.7. ANÁLISIS DE RIESGOS Y DE SENSIBILIDAD.

10.7.1. Análisis de Riesgos

- Económicos: Los riesgos económicos que puede tener la librería, es que no autoricen el préstamo bancario, los libros no se vendan, que la compra de libros se a mayor a lo esperado.
- Sociales: A la gente no les guste la librería, la atención al cliente se insatisfactoria, la localización de la librería sea insegura.
- Ambientales: La librería reciclará los residuos no orgánicos para contribuir al medio ambiente. También adquirirá, en lo posible libros ecológicos.
- Legales: La librería pagará cumplidamente sus obligaciones tributarias y evitará el contrabando.

10.7.2. Análisis de Sensibilidad

| | 100% | 70% | 40% |
|----------------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| | Escenario Optimista | Escenario Realista | Escenario Pesimista |
| Balance de proyecto | \$ (10.000.000) | \$ (10.000.000) | \$ (10.000.000) |
| Periodo de pago descontado | 1,37 | 2,43 | 0 |
| Tasa interna de retorno | 224% | 102% | -33% |
| Valor presente neto | \$ 288.613.327 | \$ 115.951.594 | \$ (56.800.526) |

La librería es rentable en el escenario optimista, la recuperación de la inversión se realiza en un año y medio, la tasa mínima de retorno es alta, lo mismo que su valor neto. En un escenario realista la librería seguiría siendo rentable pero la recuperación del capital invertido es de dos años y medio, su TMR sigue siendo positiva, pero baja en más de mitad lo mismo que el valor presente neto. En el escenario pesimista el negocio es muy sensible al cambio de las ventas, debido a que si no se vende más del 50% de los libros se incurrirá en pérdidas, no hay recuperación de la inversión y la TMR es negativa, con este escenario la librería no sería rentable, por lo cual se hace evidente la necesidad de desarrollar las estrategias planteadas en el plan de mercadeo.

10.8. ANÁLISIS SOCIAL Y DE VALORES.

La librería “Hijos de Sión”, tiene como objetivos sociales el de evangelizar a las personas y ser una respuesta a la demanda de libros en ciencias humanas, donde se aprende de los valores de una sociedad y la solidaridad de la misma. También quiere destacar los aportes de muchos profesores y profesionales colombianos que realizan al hacer un esfuerzo por



escribir de nuestro país y que quedan invisibles, debido a que sus libros sólo terminan en las librerías de su universidad.

11. CONCLUSIONES

A partir del ejercicio de elaboración del presente plan de negocio, puedo concluir que puede representar un proyecto viable para mi futuro profesional, de tener mi propio negocio, que me de las ganancias suficientes para mantenerme, y mantener la librería y a los vendedores futuros que trabajen ella.

Inicialmente se realizó el análisis del negocio con cierta ubicación en la ciudad, pero fue evidente la necesidad de ajustar este aspecto para dar viabilidad al negocio; buscando otro lugar menos costoso, pero igualmente adecuado para el mercado objetivo del sur de Cali.

Se logró crear un plan de negocio rentable de una librería religiosa católica y de ciencias humanas.

12. BIBLIOGRAFIA

1. Cámara de comercio del libro (2.009). *Estadística del libro en Colombia*. Bogotá.
2. Alcaldía del municipio de Santiago de Cali (2.011). *Cali en Cifras*. Santiago de Cali.
3. Varela, Rodrigo Ph.D. (2.008). *Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la creación de Empresas*. Santiago de Cali: editorial Pearson Educación



13. ANEXOS

13.1. ANEXO

ENTREVISTA A DUEÑOS DE LIBRERIAS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

1. ¿QUÉ LE HIZO PENSAR QUE UNA LIBRERÍA SERÍA UN NEGOCIO RENTABLE?
2. ¿QUÉ ESTRATEGIAS DE MERCADO UTILIZÓ PARA DAR A CONOCER LA LIBRERÍA?
3. ¿QUÉ TIPOS DE LIBROS VENDE EN SU LIBRERÍA?
4. ¿CUÁLES SON LOS LIBROS MÁS VENDIDOS?
5. ¿USTED REALIZÓ UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EMPRENDER SU PROYECTO?
6. ¿QUÉ PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS Y DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA PROMOCIONAR LA LIBRERÍA?
7. ¿CUÁNTOS EJEMPLARES COMPRA POR CADA LIBRO AL MES?
8. ¿QUÉ PORCENTAJE DE GANANCIA OBTIENE POR CADA LIBRO VENDIDO?
9. ¿USTED CREE QUE ABRIR UNA LIBRERÍA RELIGIOSA Y DE HUMANIDADES AL SUR DE LA CIUDAD, ES BUEN NEGOCIO?

ENTREVISTA A USUARIOS DE LIBRERÍAS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

1. ¿CUÁL ES SU OFICIO, OCUPACIÓN O PROFESIÓN?
2. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRAS LIBROS EN UNA LIBRERÍA?
3. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS O PROPIEDADES DEBEN TENER LOS LIBROS QUE ADQUIERES?
4. ¿CUÁL ES TU LIBRERÍA FAVORITA, CÓMO TE PARECEN LOS PRECIOS QUE MANEJAN, QUÉ TIPO DE PUBLICIDAD UTILIZAN?
5. ¿CUALES SON LOS OTROS SERVICIOS QUE TE OFRECE TU LIBRERÍA?
6. ¿DÓNDE ESTA UBICADA TU LIBRERÍA FAVORITA?
7. ¿USTED CREE QUE ABRIR UNA LIBRERÍA RELIGIOSA Y DE HUMANIDADES AL SUR DE LA CIUDAD, ES BUEN NEGOCIO?

13.2. ANEXO
ENTREVISTA A LA SEÑORA GLADYS GIL PANESSO PROPIETARIA DE
LA LIBRERÍA INTERNACIONAL

Ubicación de la librería: Calle 5 N° 24^a-91 Manzana del Saber Biblioteca Departamental en la ciudad de Santiago de Cali.

1. ¿QUÉ LE HIZO PENSAR QUE UNA LIBRERÍA SERÍA UN NEGOCIO RENTABLE?

Gladys: “La librería Internacional está especializada en libros de educación y pedagogía. El sector de mercado es grande por la cantidad de docentes e instituciones educativas que existen en la ciudad de Santiago de Cali y en el Departamento del Valle del Cauca. Este tipo de libros tienen mucha demanda.

La librería está cumpliendo 18 años de fundación, durante los primeros 13 años se dedicó exclusivamente a vender libros para la enseñanza primaria, secundaria y universitaria; hace cinco años, empezó a vender libros de todas las áreas académicas y un porcentaje pequeño de libros de interés general, respondiendo a la demanda de éstos”.

2. ¿QUÉ ESTRATEGÍAS DE MERCADO UTILIZÓ PARA DAR A CONOCER LA LIBRERÍA?

Gladys: “Realmente no se han utilizado estrategias de mercadeo convencionales, pero en publicidad hemos utilizado envíos de boletines por correo electrónico, asistencia a eventos académicos de exposición de libros, volantes y separadores de libro, participación en ferias de libros, la creación de una página WEB y el voz o referidos”.

3. ¿QUÉ TIPOS DE LIBROS VENDE EN SU LIBRERÍA?

Gladys: “Se venden dos grandes grupos de libros: Los libros de ciencias sociales y humanidades (Pedagogía, filosofía, psicología, trabajo social, política, derecho, historia, economía, educación, antropología, sociología y libros de interés general) y los libros técnicos”.

4. ¿CUÁLES SON LOS LIBROS MÁS VENDIDOS?

Gladys: “Los libros más vendidos en la librería son los de Pedagogía, Sociología y filosofía. Estos libros son las áreas académicas que más se mueven en las editoriales y su demanda es muy alta y tienen mayor vigencia en el tiempo.

Los libros de carácter técnico se vuelven más rápidamente obsoletos y por lo tanto, sus ventas no son representativas.

Los libros Clásicos tiene muchas reimpresiones y su publicación es permanente, así que no hay problema en conseguirlos.

Los libros costosos que se venden en la librería son los libros básicos de derecho y los libros de investigaciones, especialmente si son importados que representan el 60% de inventario, el otro 40% son libros de producción nacional.

Cabe destacar que los libros importados, la mitad de ellos se compran directamente a la editorial y la otra mitad a distribuidores.

Nosotros importamos libros especialmente de Argentina y España”.

5. ¿USTED REALIZÓ UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EMPRENDER SU PROYECTO?

Gladys: “No realice una investigación de mercado. Tome en cuenta los análisis estadísticos de la venta de libros que anualmente se vende en Colombia.

Para el caso de la especialidad de la librería se han realizado convenios con instituciones educativas y sus docentes para vender los libros, ya que sus empleos se mantienen en el tiempo, resultando una ventaja competitiva”.

6. ¿QUÉ PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS Y DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA PROMOCIONAR LA LIBRERÍA?

Gladys: “Se Han utilizado el correo electrónico, el internet, las redes sociales para mantener informados a los clientes. Se ofrecen los ejemplares continuamente a la cliente. La venta a las Bibliotecas cubre la mitad de las ventas de la librería que se realizan fuera del punto de venta.

La facturación es digital a través de un programa contables y el inventario también es digital.

Nuestra siguiente meta es implementar una plataforma tecnológica para el ingreso y salida de los libros, por medio del código de barras”.

7. ¿CUÁNTOS EJEMPLARES COMPRA POR CADA LIBRO AL MES?

Gladys: “Existen dos formas de realizar la compra de los libros: La compra en firme y los libros por consignación.

La mayoría de los libros se compra en firme, especialmente las novedades.

Los libros de consignación se pagan al proveedor los libros que se venden, los que no se venden se devuelven.

Máximo se solicitan 5 libros por título, en algunos títulos uno o dos, pues la librería no maneja best sellers. Los pedidos de libros llegan semanalmente”.

8. ¿QUÉ PORCENTAJE DE GANANCIA OBTIENE POR CADA LIBRO VENDIDO?

Gladys: “Existen una condiciones comerciales generalmente aceptadas; a partir del precio del libro que fijan las editoriales o las distribuidoras en su listados en general hay un 30 a 35% de descuento del precio de venta de donde se saca la ganancia y los costos de compra.

Muchos de los libros tienen un precio fijo en todas las librerías”.

9. ¿USTED CREE QUE ABRIR UNA LIBRERÍA RELIGIOSA Y DE HUMANIDADES AL SUR DE LA CIUDAD, ES BUEN NEGOCIO?

Gladys: “La venta de libros de humanidades es un mercado potencialmente rentable, si se hace personalizada y ofreciendo continuamente los libros al cliente potencial. El grupo de clientes es pequeño y por esto hay que ofrecer todo el tiempo a las bibliotecas. Se necesitan tener vendedor externo o asesores que recomienda los libros por fuera del punto de venta”.

**ENTREVISTA A LA SEÑORA AMANDA BERNAL ADMINISTRADORA
DE LA LIBRERÍA SUSURROS DE DIOS**

Ubicación de la librería: Calle 27N # 6AN-31

1. ¿QUÉ LE HIZO PENSAR QUE UNA LIBRERÍA SERÍA UN NEGOCIO RENTABLE?

Amanda: “La Librería Susurros de Dios, se fundó con el objetivo de evangelizar y aprender sobre la religión Católica, es un negocio rentable, pues se alcanza a cubrir todos los costos y las ganancias van a la Fundación Ana María Gracia Plena”.

2. ¿QUÉ ESTRATEGIAS DE MERCADO UTILIZÓ PARA DAR A CONOCER LA LIBRERÍA?

Amanda: “No se utilizan estrategias de mercadeo, ni publicidad. Asistimos a los encuentros y eventos religiosos que se realizan y en ellos se le entregan a los participantes, los separadores de libros con la información de la librería”.

3. ¿QUÉ TIPOS DE LIBROS VENDE EN SU LIBRERÍA?

Amanda: “Se venden libros religiosos católicos, Biblias, Accesorios religiosos, CD, DVD e imágenes religiosas”.

4. ¿CUÁLES SON LOS LIBROS MÁS VENDIDOS?

Amanda: “Depende de las necesidades de las personas para satisfacer su parte espiritual”.

Nota de la entrevistadora: Como buena cliente de la librería he notado que algunos libros se venden más que otros, por ejemplo, Las Biblias, Él y Yo, Oren Hijos Míos, libros de la comunidad de católicos Jesús te sana, De Jesús con Cariño, Laura Montoya y el Papa Francisco.

5. ¿USTED REALIZÓ UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA EMPRENDER SU PROYECTO?

Amanda “No se realizó una investigación de mercado, debido a que nos interesa es evangelizar”.

6. ¿QUÉ PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS Y DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA PROMOCIONAR LA LIBRERÍA?

Amanda: “Sólo utilizamos el internet y un programa de facturación”.

7. **¿CUÁNTOS EJEMPLARES COMPRA POR CADA LIBRO AL MES?**
Amanda: No se tiene una estadística de la compra de libros por mes, hacemos pedido cuando se acaban las existencias.”
8. **¿QUÉ PORCENTAJE DE GANANCIA OBTIENE POR CADA LIBRO VENDIDO?**
Amanda: “Esa información es confidencial”
9. **¿USTED CREE QUE ABRIR UNA LIBRERÍA RELIGIOSA Y DE HUMANIDADES AL SUR DE LA CIUDAD, ES BUEN NEGOCIO?**

Amanda: “Al Pueblo colombiano no le gusta leer libros, los únicos que leen libros son los profesionales, académicos, estudiantes e interesados en cierto temas, por lo tanto una librería religiosa y de humanidades es rentable si estas personas compran.”

ENTREVISTA A LA DOCTORA MARÍA TERESA RINCÓN

1. ¿CUÁL ES SU OFICIO, OCUPACIÓN O PROFESIÓN?

María Teresa: “Soy docente de trabajo social de la escuela de trabajo social de la universidad del Valle”.

2. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRAS LIBROS EN UNA LIBRERÍA?

María Teresa: “Como docente universitario compró dos libros al mes”.

3. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS O PROPIEDADES DEBEN TENER LOS LIBROS QUE ADQUIERES?

María Teresa: “Los libros deben ser de Trabajo social, formación social, ciudadanía y convivencia en la ciudad. Además me gusta la literatura en general, la geografía, la poesía y los best sellers.”

4. ¿CUÁL ES TU LIBRERÍA FAVORITA, CÓMO TE PARECEN LOS PRECIOS QUE MANEJAN, QUÉ TIPO DE PUBLICIDAD UTILIZAN?

María Teresa: “Me gusta la librería Nacional de Unicentro, pues la más cercana, sus precios son altos. Me gusta también, las ferias de libros para conseguir libros de editoriales como Paidós, Lvmén Humanitas, El espacio y editorial cortés, que tienen en sus catálogos muchos libros de Trabajo Social. En las librerías que he estado no dan volantes o folletos informativos, no solicitan la dirección electrónica del cliente, para ofrecerle los nuevos libros que han adquirido.

Otra librería que me ha llamado la atención en la librería Internacional, pues la variedad de libros de Trabajo social es mejor que la librería nacional, a pesar de que son costosos.

Una de las características de visitar la librería Nacional de Unicentro es por la comodidad y la seguridad del Centro Comercial.”

5. ¿CUALES SON LOS OTROS SERVICIOS QUE TE OFRECE TU LIBRERÍA?

María teresa: “la cafetería de la librería nacional es muy llamativa, tiene variedad de comida y bebidas. La librería nacional de Palmetto plaza tiene sillones para sentarse a revisar los libros y revista antes de comprarlos. Una cosa me gustaría que cambiará, por favor dejar un libro sin bosa plástica para ojearlo. Una desventaja de la librería es no hay venta de papelería.”

6. ¿DÓNDE ESTA UBICADA TU LIBRERÍA FAVORITA?

María Teresa: “La librería Nacional tiene varias sedes por la ciudad de Cali, pero las que más me interesan son las que están localizadas al sur de la ciudad en los centros comerciales, como Unicentro, Palmetto y Cosmocentro.”

7. ¿USTED CREE QUE ABRIR UNA LIBRERÍA RELIGIOSA Y DE HUMANIDADES AL SUR DE LA CIUDAD, ES BUEN NEGOCIO?

María Teresa: “Me parece que es buen negocio, si la librería fuera solo de humanidades y ciencias sociales, pero dudo mucho que lo sea religiosa.”

1.3.4. ENTREVISTA AL SEÑOR ORLANDO TAFUR

2. ¿CUÁL ES SU OFICIO, OCUPACIÓN O PROFESIÓN?

Orlando: “Soy Consultor de Administración y Marketing. Trabajo como independiente, tanto en Cali como Medellín”.

3. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRAS LIBROS EN UNA LIBRERÍA?

Orlando: “Una vez cada tres meses, trato de comprar libros en las librerías en Cali y en Medellín”.

4. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS O PROPIEDADES DEBEN TENER LOS LIBROS QUE ADQUIERES?

Orlando: “Compro libros que tengan que ver con mi profesión, con buena letra y papel impreso, también me gustan los libros de literatura general, especialmente si son Best sellers”.

5. ¿CUÁL ES TU LIBRERÍA FAVORITA, CÓMO TE PARECEN LOS PRECIOS QUE MANEJAN, QUÉ TIPO DE PUBLICIDAD UTILIZAN?

Orlando: “Mi librería favorita en la ciudad de Cali es la Nacional y en la ciudad de Medellín La Panamericana. La publicidad que manejan es por medio de correo, internet, en directorio y en el sitio WEB”.

6. ¿CUALES SON LOS OTROS SERVICIOS QUE TE OFRECE TU LIBRERÍA?

Orlando: “También tiene productos de oficina, en la Panamericana y el servicio de cafetería en la librería Nacional”.

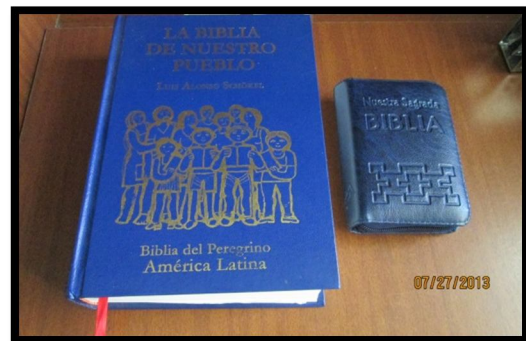
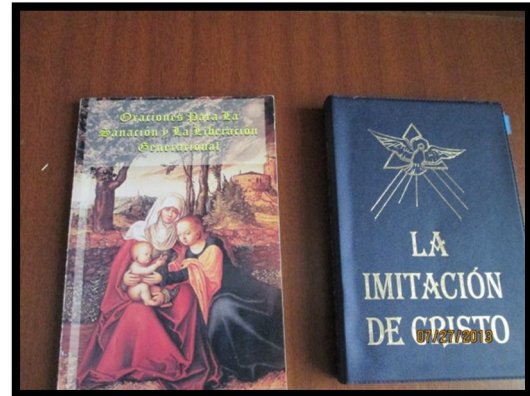
7. ¿DÓNDE ESTA UBICADA TU LIBRERÍA FAVORITA?

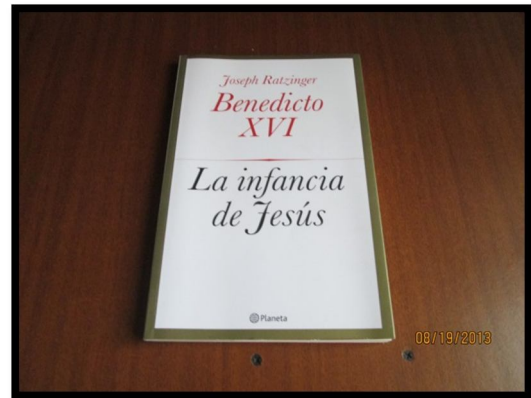
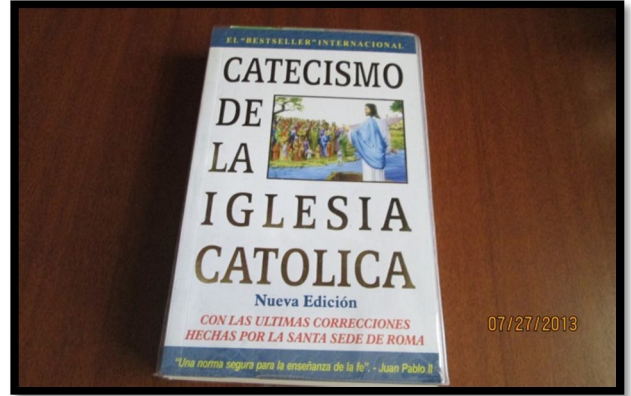
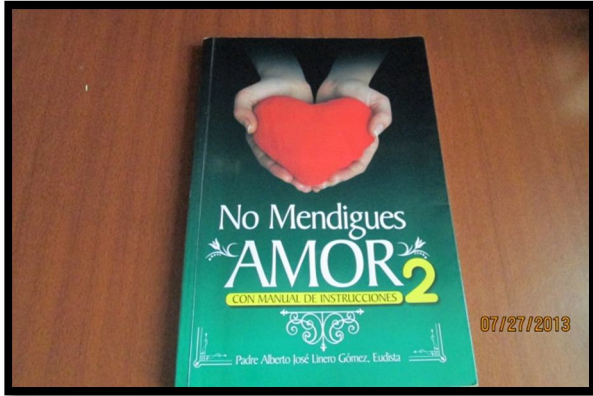
Orlando: “La librería Nacional está ubicada en el Centro Comercial Unicentro de Cali. La librería Panamericana está localizada en la calle principal en la Av. El Poblado al sur de Medellín”.

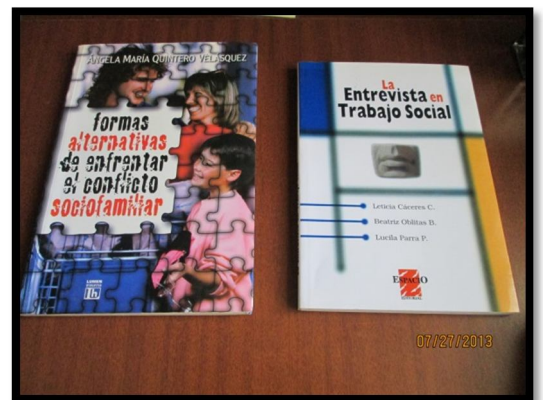
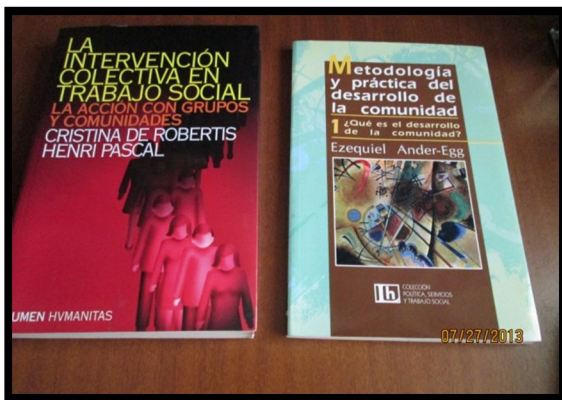
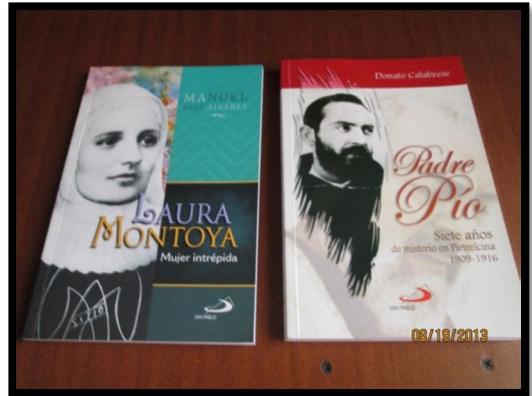
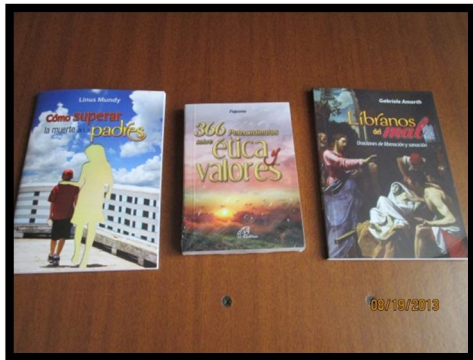
8. ¿USTED CREE QUE ABRIR UNA LIBRERÍA RELIGIOSA Y DE HUMANIDADES AL SUR DE LA CIUDAD, ES BUEN NEGOCIO?

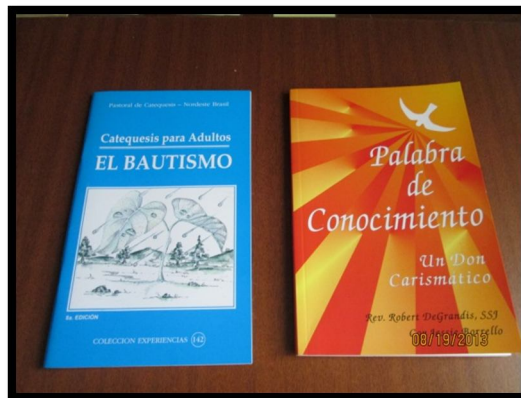
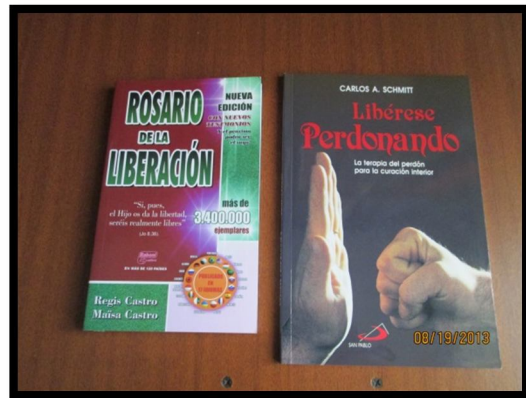
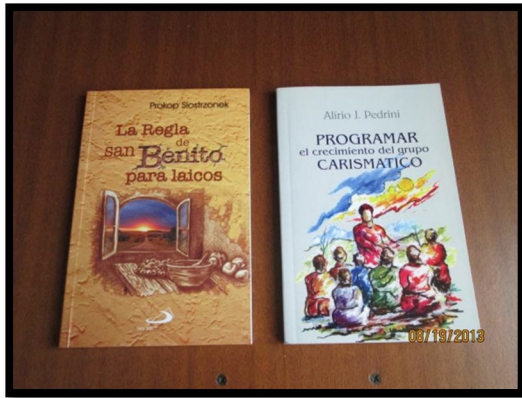
Orlando: “No sé si es buen negocio. Por mi parte compro libros de historia pero no de religión (ni Hinduismo, ni catolicismo, ni budismo)”.

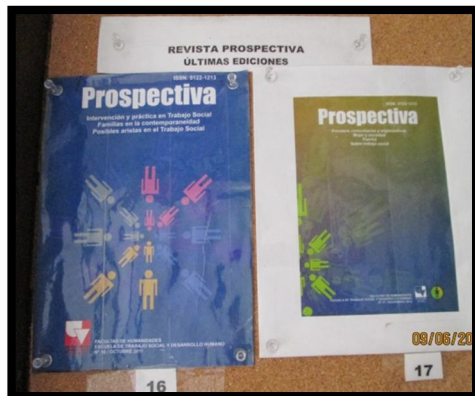
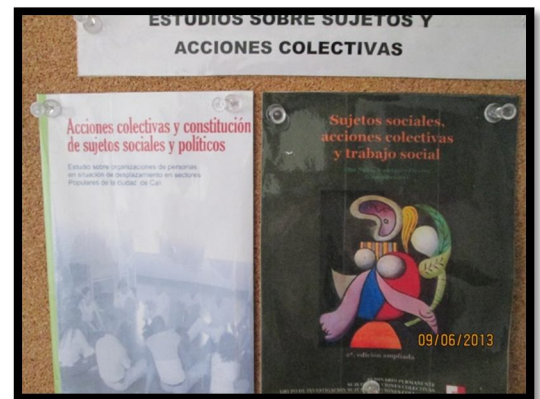
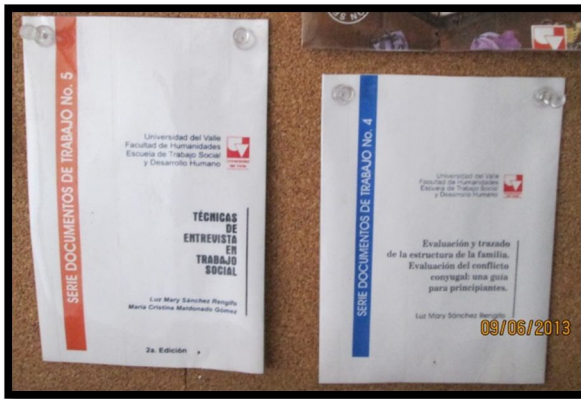
13.3. ANEXO
FOTOGRAFÍAS DE ALGUNOS LIBROS

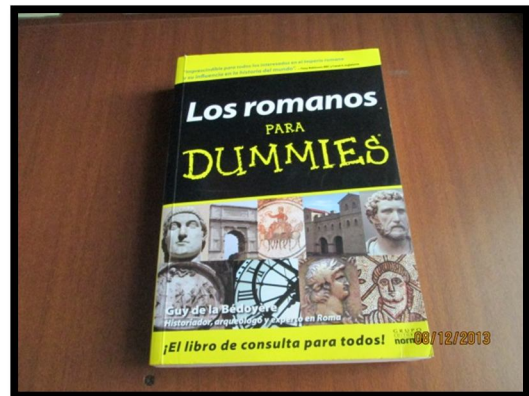
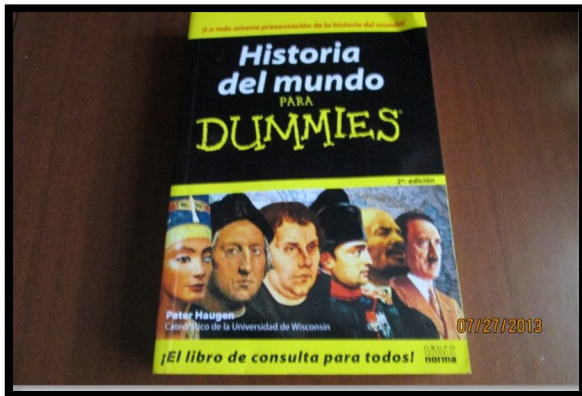












13.4. ANEXO

LOCALIZACIÓN DE LA LIBRERÍA



Fotografía N° 1 Centro Comercial
Holguines Trade Center



Fotografía N° 2 Pasillo segundo piso



Fotografía N° 3 Local 223 Librería

13.5. ANEXO

ORGANIGRAMA



