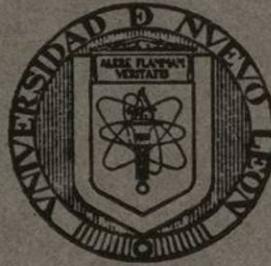


UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON

Facultad de Economía



RUTINA DE FUNCIONAMIENTO CUYA FINALIDAD ES EL APROVECHAMIENTO
OPTIMO DE LA "LIBRERIA DEL ECONOMISTA" DE LA
FACULTAD DE ECONOMIA DE LA UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON

Agustín Rafael Guillén Osorio

XOXY BEY, N. L.

ENERO DE 1969

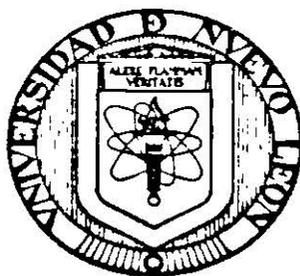




1080064154

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON

Facultad de Economía



RUTINA DE FUNCIONAMIENTO CUYA FINALIDAD ES EL APROVECHAMIENTO
OPTIMO DE LA "LIBRERIA DEL ECONOMISTA" DE LA
FACULTAD DE ECONOMIA DE LA UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON

Agustín Rafael Guillén Osorio

MONTERREY, N. L.

ENERO DE 1969

Biblioteca Central
Magna Subterránea

F-tesis

UNIVERSIDAD
FACULTAD
TESIS LICENCIATURA

SOLUCION AL PROBLEMA ECONOMICO:

"Haga Ud. una investigación con el fin de proponer una rutina de funcionamiento que tenga como finalidad obtener un aprovechamiento óptimo de la Librería del Economista de esta Facultad".

Asignado por el Jurado Calificador como requisito previo para obtener mi licenciatura, de acuerdo a la alternativa "B" del Reglamento de Exámenes Profesionales en vigor.

A mis padres

A mis hermanos

A mis maestros

I N D I C E

	Página
INTRODUCCION	1
CAPITULO I. PROPOSITOS DEL ESTUDIO	3
CAPITULO II. METODOLOGIA EMPLEADA	4
CAPITULO III. HALLAZGOS	6
<u>A. De funcionamiento</u>	6
<u>Objetivos de la Librería</u>	6
<u>Estrategia actual de mercado</u>	6
<u>Organización</u>	8
<u>Rutina de funcionamiento</u>	8
Libros de texto	10
Pedidos personales	10
Pedidos de Biblioteca	11
Artículos impresos	11
Publicaciones y tesis	11
Relación de ventas	12
Materiales para el Depto. de Impresos	12
Papelería en general	12
<u>Fuentes de abastecimiento</u>	13
<u>Costos e ingresos</u>	14
Costos	14
Ingresos	15
<u>C. Hallazgos sobre el comportamiento de compra de los alumnos de la Facultad en artículos impresos y libros</u>	16
Artículos impresos	16
Libros	28
CAPITULO IV. CONCLUSIONES	38
CAPITULO V. RECOMENDACIONES	41
APENDICE METODOLOGICO	58

INTRODUCCION

El presente estudio se me asignó al solicitar examen profesional, opción "B". Se me pide que realice una investigación con el fin de proponer una rutina de funcionamiento que tenga como finalidad obtener el a provechamiento óptimo de la "Librería del Economista" de esta Facultad.

La importancia del problema es obvia. Al dejar que desear su funcionamiento, los objetivos generales de la Facultad de Economía son lo grados menos satisfactoriamente. Entre sus objetivos tenemos: "La forma ción de economistas...."; "La difusión de conocimientos en las especiali dades de la economía...."; "La formación de una biblioteca...."^{1/}.

Obtener el provechamiento óptimo de la "Librería del Economista", por medio de una rutina de funcionamiento, es la finalidad u objetivo de la presente investigación. Para medir el provechamiento óptimo de la Librería (se usará de aquí en adelante indistintamente "Librería del Economista" y Li brería) no podemos usar la tasa de rendimiento sobre el capital invertido - igual a la de fondos prestables del mercado, como medida de la asignación óptima de los recursos. Para realizarlo, habría que imputar los beneficios no pecuniarios que proporciona al estar operando. El indicador más apropia do es, en general, el no tener quejas contra sus servicios prestados.

^{1/} Reglamento de la Facultad de Economía de la U.N.L. pp.1 y 2.

El trabajo se inicia con los propósitos del estudio en el Capítulo I, donde establecemos el problema a investigar y las hipótesis de trabajo usadas. En el Capítulo II explicamos la metodología usada. Los hallazgos están descritos y analizados en el capítulo siguiente. Los Capítulos IV y V contienen las conclusiones y recomendaciones. Por último, se incluye un apéndice metodológico y el cuestionario utilizado para levantar los datos.

Las limitaciones más importantes en la presente investigación son: La falta de una estimación de la demanda de libros editados por la Facultad. Solo se estimó la cantidad demandada internamente. El supuesto de que las compañías editoras y librerías mayoristas proveedoras de la Librería, operan con un descuento ad-valorem, este tipo de descuento no influye sobre la cantidad comprada. Otra de las limitaciones es la falta de datos de costos marginales y medios que nos permitieran medir la factibilidad de establecer "carreras de producción" si el maestro de la materia continúe dando la misma y los artículos impresos sean los mismos. A priori, se puede decir que es factible pues en algunos casos esto se está llevando a cabo. Al departamento de contabilidad, que pudiera auxiliaren la obtención de costos no le es posible, pues llevan cuentas generales y no cuentas funcionales.

CAPITULO I

PROPOSITOS DEL ESTUDIO

March and Simon en su libro Organizations,^{1/} señalan que al modificarse las circunstancias externas que rodean algún departamento, compañía, industria, etc., de tal forma que hagan que los procedimientos existentes de organización se vuelvan insatisfactorios, la tasa de innovación probablemente se incrementará. En nuestro caso, las circunstancias internas y externas han cambiado. Existe un volumen de alumnos mucho mayor (160 por ciento neto, tomando como base 1962-1963)^{2/} por atender. Mayor número de artículos impresos por materia. Una cantidad mayor de libros de texto manejados por año. Una cantidad de mandada bastante importante de libros editados por la Facultad. Todos estos cambios hacen que la rutina de trabajo, establecida anteriormente, no permita el aprovechamiento óptimo de la Librería.

Las hipótesis de trabajo fueron: 1) La venta de artículos impresos no siempre fueron oportunos. 2) La pérdida de mercado efectivo por no contar con libros de texto al iniciarse el semestre. 3) La proporción de compra de todos los artículos impresos de todas las materias del semestre sería mayor a 0.50.

^{1/} March, James G. and Simon, Herbert A. Organizations. John Wiley and Sons, Inc. Publishers. p.183.

^{2/} Diario de inscripciones de la Facultad de Economía. 1962-1963, 1967-1968.

CAPITULO II

METODOLOGIA EMPLEADA

El estudio requirió dos tipos de investigación. Uno fue la observación directa y entrevistas personales a ejecutivos y empleados con objeto de conocer los propósitos de la Librería y la rutina de trabajo establecida. El muestreo, fue la segunda forma de recolectar la información sobre el comportamiento de compra de los alumnos de la Facultad en artículos impresos y libros.

Se diseñó un cuestionario con el fin de usarlo como instrumento de recolección de datos. Pretendía en principio ser para entrevista personal, pero como los alumnos estaban terminando los cursos y por tanto, contar con un periodo de no asistencia a la Facultad para preparar los exámenes semestrales, terminó siendo un cuestionario autoadministrado.

Se utilizó el muestreo aleatorio estratificado por proporciones con afijación proporcional. De hecho, se tomó el mismo tamaño de muestra que con muestreo aleatorio simple. No se contaba con el parámetro de P_h (parámetro de éxito del evento en el estrato) en los principales indicadores. No se usó una muestra piloto para conocer una estimación. Por lo anterior se decidió utilizar un valor de 0.50 para P_h . Lo anterior hace que $(P)(Q)$ tenga el valor máximo, lo cual hará

obtener el tamaño máximo de la muestra para un nivel de confianza y precisión dados. Para los propósitos de la investigación, se estimó que un 95 por ciento de confianza y un grado de precisión del 10 por ciento serían suficientes.

El universo para la obtención de datos, lo constituye todo el alumnado de la Facultad de Economía. En el apéndice se describe todo el proceso seguido en la estimación del tamaño de la muestra.

El procesamiento de los datos se realizó en forma manual utilizando hojas de trabajo para el efecto.

Porcentajes, fue el método elegido para realizar el análisis de los datos.

CAPITULO III

H A L L A Z G O S

A. De Funcionamiento

Objetivos de la Librería

La Librería no cuenta con objetivos en forma escrita. Participa de los objetivos generales de la Facultad.

En entrevistas con el Secretario y Director de la Facultad me fue dicho que el objetivo principal es dar servicio a los alumnos, logrado a través de la venta de libros de texto con un descuento mayor que las Librerías Comerciales. Aunado a esto, la impresión de artículos para sus cursos proporcionando la utilidad de conveniencia y ahorro de tiempo, al no usar las obras de consulta.

La Librería proporciona además, las adquisiciones para la Biblioteca de la Facultad y el sistema de pedidos personales de libros para todos los elementos que integran la Facultad y el Centro de Investigacio--nes Económicas.

Estrategia actual de mercado

La Librería del Economista tiene dos mercados objetivos. Ellos son: 1) El mercado interno, que está compuesto por los alumnos, planta

de maestros, Centro de Investigaciones Económicas, biblioteca y personal de la Facultad, 2) El mercado externo ^{1/} que se delimita por los objetivos generales de la Facultad.

Los productos y servicios que se emplean para satisfacer los mercados objetivos son: para el mercado interno: 1) Venta de artículos impresos, 2) venta de libros de texto, 3) adquisición de libros en general. El mercado externo se satisface con libros y cualquier tipo de publicación con el fin de promover la difusión de conocimientos en las especialidades de la economía. Específicamente son: los estudiantes de educación media y superior con especialidad en economía, y los estudiosos de la economía en general.

Los canales de distribución utilizados para este servicio son: para el mercado interno, el acondicionamiento de un local dentro de la Facultad de Economía. En el mercado externo para algunos tipos de publicaciones se emplean librerías locales e instituciones de enseñanza superior.

En cuanto a precio, éste se fija tomando en consideración los costos de producción, o adquisición más un cargo extra para utilidad.

^{1/} Entendemos por mercado externo, aquel que se origina con la edición de libros y publicaciones de la Facultad para cumplir con uno de sus objetivos generales.

En algunos casos el cargo extra no se aplica.

La promoción -en el mercado externo- de los libros publicados por la Facultad, se realiza mediante obsequios a los maestros que imparten la materia correspondiente para que lo estudien y comprueben su utilidad, y presionar, si tiene utilidad, para que lo adopten como libro de texto.

Organización

La Librería es un departamento de la Facultad y como tal está integrada para el logro de los objetivos de la misma.

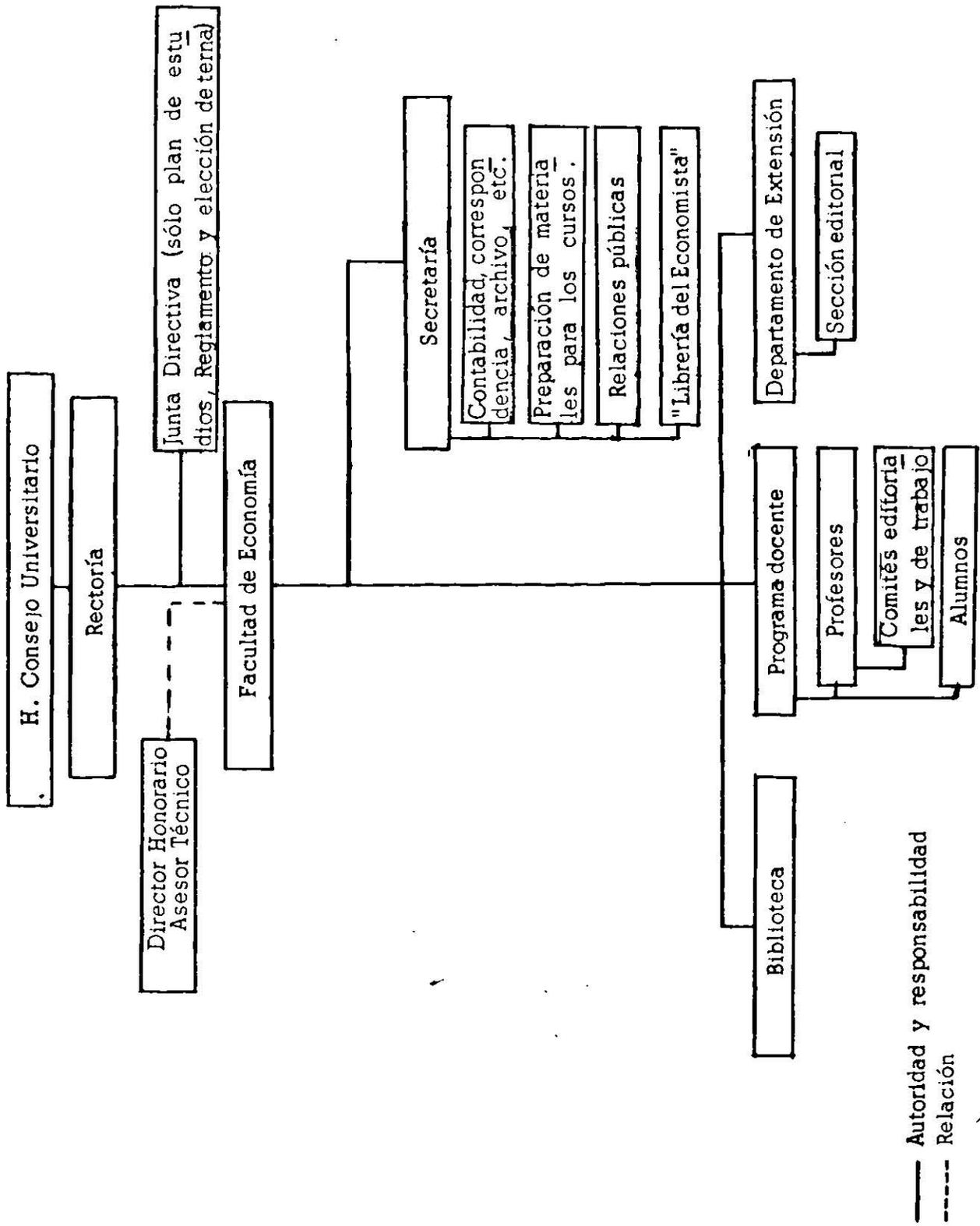
Actualmente la Dirección de la Facultad es al nivel a que responde Librería. La Secretaría es la encargada de proporcionar los artículos impresos que se pondrán a la venta. La Secretaría da órdenes en Librería. El Organigrama presentado está basado en el punto de vista funcional de tal forma que permita lograr los objetivos más satisfactoriamente. En realidad tiene la variación mínima de colocar a la Librería del Economista bajo las órdenes de Secretaría y así evitar el gasto de tiempo a nivel de Dirección con trabajos de rutina (ver Gráfica I).

Rutina de funcionamiento

La Librería tiene como tareas además de las propias de Librería, la de actuar como departamento de compras (papelería en general

GRAFICA I

ORGANIGRAMA DE LA FACULTAD DE ECONOMIA DE LA UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON



y materiales para Impresos) de la Facultad. Mencionaremos que la Dirección de la Facultad se encarga de firmar todos los oficios y requisiciones, para así no repetirlo continuamente.

Libros de texto

Se piden con veinte días aproximadamente de anticipación a su uso. La Dirección decide la cantidad pedida y firma el pedido. Este se envía al proveedor. Se reciben los libros, se pide cheque a Tesorería de la U.N.L. por medio de oficio, se firma y se envía el pago al proveedor.

Se consulta el precio facturado y descuento. Si el descuento es mayor que el 15 por ciento, se hace sólo el 15 por ciento a los alumnos y se carga al precio del libro la parte proporcional de los gastos - de envío. Si el descuento conseguido es menor que el 15 por ciento se pasa el descuento total al alumno. Al vender se hace nota de venta.

Pedidos personales

El solicitante del pedido proporciona sobre el libro solicitado, todos los datos pertinentes. (Sí es alumno se pide en depósito el 50 por ciento del mismo). Se hace el pedido, se firma y se envía al proveedor. Se recibe el libro, se pide giro bancario y se manda el pago al proveedor anexado a un oficio. Se hace lo mismo que en libros de texto para establecer el precio. Para completar lo anterior si hay una

ganancia se reporta por medio de nota. Se hace lo anterior debido a que no se contabilizan los pedidos personales.

Pedidos de Biblioteca

Se recomienda el libro por medio de una boleta, se confirma la no existencia en Biblioteca y Oficina de Biblioteca. Se hace el pedido, se firma, y se envía al proveedor. Al hacer el pedido se llena un juego de boletas (original y tres copias) con propósitos de control. Si el libro no llega se manda recordatorio -20 días aproximadamente. Llega el libro, se pide cheque a Tesorería de la U.N.L. y se envía al proveedor.

Artículos impresos

La Secretaría entrega los artículos impresos. No se firma nada en el acto de recibir. Contabilidad presenta días después una relación de artículos entregados a Librería para que se firme. Se "abren" tarjetas de almacén. La venta se realiza anotando la cantidad, nombre del artículo, precio unitario en el block de ventas.

Publicaciones y Tesis

La Secretaría entrega las publicaciones a Librería. La venta se realiza siguiendo la rutina de los libros de texto. En tesis, se procede igualmente sólo que aquí Librería funciona como depositaria de ellas y sólo se venden con autorización de Dirección. Se "abren" tarjetas de almacén. Si se venden se procede como si fueran artículos impresos.

Relación de Ventas

Se efectúa mensualmente y debe checar contra la liquidación diaria hecha a Contabilidad. En ella se consigna la salida total de los artículos impresos, desglosados por ventas y obsequios, valor unitario y total. La relación se divide en ocho partes: 1) Libros de Civilización, 2) Trabajos de Impresos, 3) Tesis, 4) Publicaciones, 5) Ganancia en Pedidos Personales, 6) Mapas, 7) Libros de Texto, 8) Artículos Impresos. Hay que hacer notar que por el volumen de ventas efectuadas mensualmente la relación se entrega a Contabilidad con retraso.

Materiales para el Departamento de Impresos

Los materiales se compran a medida que se utilizan. El departamento de Impresos solicita el material, se hace la requisición, se firma y se envía al Departamento de Compras de la U.N.L., éste la trasmite al proveedor el cual entrega el pedido en la Facultad. Se firma de recibido, se vacía de la factura o nota de remisión a un block de entradas y de ahí a tarjetas de almacén. El Departamento de Impresos pide el material y no firma ningún comprobante de recibido, sino sólo se anota en un block especial la cantidad que se entregó y a quién.

Papelería en general

A principios de cada mes, cada departamento de la Facultad y el Centro de Investigaciones Económicas envían a Librería una relación de papelería a usar en el mes. Se hace la requisición. Se firma y se envía al

Departamento de Compras de la U.N.L. Este ordena al proveedor, el cual entrega el pedido en la Facultad. Se vacía de la factura o nota de remisión a un block de entradas, de aquí a tarjetas de almacén. Al entregar papelería algún departamento no se firma ningún comprobante de quién recibió y sólo se anota la cantidad entregada y persona que recibió.

Las tarjetas -casi todas- de almacén llevadas para cada uno de los artículos manejados, son en realidad de ninguna utilidad como se llevan actualmente. Las tarjetas deben reflejar las existencias en bodega al día y no en el día que se dejó de mover la tarjeta.

Fuentes de abastecimiento

Las compañías editoras tanto nacionales como extranjeras, son la mejor fuente de abastecimiento de la Librería en condiciones normales. Entendemos por condiciones normales cuando un X libro se necesita en un -plazo de quince a treinta días. Desde luego, éstas no serían las mejores cuando los libros son solicitados con urgencia (menos de cinco días), en este caso la fuente será los mayoristas en libros de la localidad. La finalidad es proporcionar un servicio oportuno. Si los libros se necesitaran en menos de quince días pero mayor de cinco habría que estimar entre usar la compañía editora y un medio de transporte rápido -flete aéreo- agregando el riesgo de que no lleguen oportunos contra el precio de compra a los mayoristas del Area Metropolitana de Monterrey.

En las compras de papelería en general y materiales para el departamento de Impresos se puede considerar -a priori- que el Departamento de Compras de la U.N.L. consigue mejor precio, pues éste invita a cotizar a los mayoristas de cada uno de los ramos.

Costos e Ingresos

Con el fin de conocer la situación económica de la Librería, acudí al Departamento de Contabilidad.

Costos

El Departamento de Contabilidad lleva una cuenta llamada Papelería y Materiales, la cual incluye todas las notas y facturas pagadas en un periodo contable de los insumos que utiliza el Departamento de Impresos (consideré que el monto total son facturas pagadas y no el monto del valor de los materiales usados). Además, no hay una forma de saber cuál fue su utilización, con el fin de establecer si determinado trabajo realizado por el Departamento de Impresos no colabora con los costos fijos y así recomendar su no ejecución.

Los sueldos pagados al Departamento de Impresos y Librería, son obtenibles. Para el Departamento de Impresos no existe un control del tiempo consumido en cada uno de los trabajos realizados. Lo anterior no permite el análisis de cada uno de los trabajos realizados. En Librería sucede lo mismo. No se considerarán otros gastos que se incurren al operar la Librería.

Ingresos

Las ventas están divididas en dos cuentas que se llaman: Trabajos de Impresos y Venta de Libros. La primera se refiere a la venta de "trabajos a la orden" realizados por el Departamento de Impresos. La segunda incluye la venta de artículos impresos, venta de libros editados y no editados por la Facultad, venta de publicaciones realizadas por la Facultad, venta de tesis y ganancias en pedidos personales.

Tratando de presentar lo anterior con números, presentaré un estado consolidado de ingresos del Departamento de Impresos y Librería.

CUADRO I

ESTADO CONSOLIDADO DE INGRESOS Y EGRESOS DEL
DEPARTAMENTO DE IMPRESOS Y LIBRERÍA
Septiembre 10. de 1967- Agosto 31 de 1968

<u>INGRESOS</u>	
Venta de Libros	89 394.36
Venta de Trabajos Impresos	55 516.30
Total de Ingresos.....	144 930.66
<u>EGRESOS</u>	
Sueldos Depto. de Impresos	84,054.86
Sueldos Depto. Librería <u>1/</u>	20,172.00
Papelería y Materiales	77,512.34
Derechos de Autor	1,817.25
Compra de Libros	18,962.11
	202,518.56
Diferencia:.....(-)	57,587.90

FUENTE: Departamento de Contabilidad.

1/ Incluye sólo el 77 por ciento del sueldo de la Srta. Beatriz Compeán. Se estimó de acuerdo a las horas que asiste a la Librería.

El estado consolidado de ingresos y egresos nos muestra que la Librería del Economista y el Departamento de Impresos tuvo un saldo negativo en el periodo considerado. La diferencia se debe principalmente a dos puntos: 1) No se consideran los inventarios de libros editados y no editados por la Facultad, 2) igualmente para los artículos impresos e inventario de materiales para impresos, 3) gastos de promoción que utilizan trabajos de impresos.

B. Hallazgos sobre el comportamiento de compra de los alumnos de la Facultad en artículos impresos y libros

Artículos Impresos:

Para conocer si los artículos impresos los reciben oportunamente (en relación al día de verse en clase) se formuló la pregunta uno del -- cuestionario usado para el efecto (se anexa al final del trabajo). Puede verse en el Cuadro II que las observaciones se acumulan en la alternativa "casi siempre" acumulando un 67 por ciento. La tendencia observada es que a medida que aumenta el grado escolar (se usará indistintamente semestre, estrato y grado escolar), la opinión se inclina a que los artículos están casi siempre (I₂) y pocas veces (I₃) oportunos. Consultando la cantidad de artículos impresos para cada semestre, tenemos que ésta crece a medida que se incrementa el grado escolar. Por lo anterior, podemos suponer que es más fácil que algún artículo se atrase a medida - que el grado escolar aumenta.

CUADRO II

LOS ARTICULOS IMPRESOS QUE NECESITO, LOS ENCONTRO OPORTUNAMENTE
EN LA "LIBRERIA DEL ECONOMISTA"?
(Por semestre y global)

Semestres:	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
I ₁) Siempre	7	37	1	25	1	9	1	50	1	8			2	28							13	17
I ₂) Casi siempre	12	63	3	75	9	82	1	50	10	76	3	60	4	58	3	60	5	71	1	33	51	67
I ₃) Pocas veces					1	9			2	16	2	40	1	14	2	40	2	29	2	67	12	16
I ₄) Nunca																						

FUENTE: Investigación Directa.

Si relacionamos la pregunta uno con la número cuatro con el fin de conocer la importancia relativa de la venta oportuna de artículos impresos con respecto a la crítica principal a la Librería en su totalidad, encontramos algunos hallazgos importantes (Cuadro III). El 67 por ciento de los alumnos que contestaron pocas (I_3) en la pregunta uno respondieron en la número cuatro que es de gran importancia para ellos el tener los artículos oportunos, el 33 por ciento restante se diluyó entre: mal trato, falta de crédito y dificultad para encontrar los artículos. La crítica principal a la Librería considerando a los que contestaron casi siempre (I_2) y siempre (I_1) en la pregunta número uno es el local reducido.

La distribución porcentual de las críticas a la Librería pueden verse en el Cuadro IV. Las dos más importantes son: local reducido (29 por ciento) y artículos no oportunos (20 por ciento).

Analizando más detalladamente a los que contestaron en la pregunta uno pocas veces (I_3), nos encontramos al relacionar esta pregunta con la número siete que todos ellos están dispuestos a pagar un sobre precio con tal de obtener los artículos a principios de semestre debidamente encuadernados (Cuadro V). Es necesario, hacer la aclaración que el 42 por ciento de ellos no se les aplica la relación pues contestaron si en la pregunta número seis.

Para analizar el comportamiento en la compra de artículos impre

CUADRO IV
CRITICA PRINCIPAL A LA "LIBRERIA DEL ECONOMISTA"

C r í t i c a s :	Frecuencias	Porcentajes
Artículos no oportunos	15	20
Falta "cambio" al comprar	8	10
Horario reducido	9	12
Horario inadecuado	3	4
Dificultad para encontrarlos	6	8
Local reducido	22	29
Falta crédito	3	4
Mal trato	5	7
Ninguna crítica	4	5
No contestó	1	1

FUENTE: Investigación directa.

CUADRO V

RELACION DE: ESTARIA USTED DISPUESTO A PAGAR UN SOBREPRECIO POR COMPRAR LOS ARTICULOS A PRINCIPIOS DE SEMESTRE
DEBIDAMENTE ENCUADERNADOS Y EL MONTO DEL MISMO, CON LA ENTREGA OPORTUNA DE LOS ARTICULOS IMPRESOS?
(Frecuencias por semestre y global)

Semestres:	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Totales			Porcentaje		
	I _a /I ₁	I _b /I ₂	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₃ /I ₃	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₃ /I ₃	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₃ /I ₃	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₃ /I ₃	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₃ /I ₃	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₃ /I ₃	I ₁ /I ₁	I ₂ /I ₂	I ₃ /I ₃	
Sí	3		1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	1	2	3	2	1	2	17	7	15	34	58
No					1									1								2			4	
No se aplica	7	9	1	2	1	5	1		1	7	1	3	1	1	1	2		2		1	11	32	5	85	62	42
Hasta cuánto pagaría?																										
0 cvs.					1																					
0.1 a 2 "					1									1											11	
2.1 a 5 "					1									1	1	1			1		1	3	2	50	16	29
5.1 a 10 "					1					3	1			1								7	2		37	29
10.1 a 15 "	1			1	1							1				1	1	1				5	2		26	28
15.1 -----	1																				1			5		
Los costos.								1													1	1	1	50	14	

FUENTE: Investigación directa.

- a/ Siempre
- b/ Casi siempre
- c/ Pocas veces

sos, se formuló la pregunta cinco en forma de cuadro. Los hallazgos más importantes están resumidos en el Cuadro VI. Este nos presenta el porcentaje de alumnos que compraron todos los artículos impresos para las materias que actualmente están cursando y que necesitan artículos impresos. La variación en la compra de todos los artículos impresos, por materia, tiene un recorrido que va desde el 43 al 100 por ciento. Fijar un patrón por semestre para la impresión de artículos resulta problemático, pues sólo el séptimo semestre presenta una desviación mínima con respecto a la media. Establecerlo significaría que algunos estudiantes demandaran una mayor cantidad de artículos de determinada materia que la ofrecida y la situación contraria también se presentaría, producir una mayor cantidad que la demandada. Por lo anterior la mejor manera de establecer un patrón de producción de artículos es fijarlo por cada materia.

La columna (3) del Cuadro VI tiene poca aplicación práctica, pues es el porcentaje de los alumnos de un semestre que compraron todos los artículos de todas las materias que los necesitaron. Su inaplicabilidad se debe a que algunas personas compraron de alguna materia todos los artículos impresos y de otras no, de tal forma que hace que el porcentaje disminuya por debajo del promedio por semestre (columna 2).

La diferencia entre el porcentaje para cada materia y el 100 - por ciento radica en razones (en orden decreciente) del tipo siguiente:

CUADRO VI

PORCENTAJE DE ALUMNOS QUE COMPRARON TODOS LOS ARTICULOS POR MATERIA;
POR SEMESTRE; Y PROMEDIO PORCENTUAL POR SEMESTRE

Materias:	Porcentaje de alumnos que compraron to dos los artícu los por materia (1)	Promedio porcentual por semes tres (1) (2)	Porcentaje de alumnos que compraron to dos los artícu los por semes tre. (3)
Introducción a la economía Matemáticas Contabilidad I	89 89 100	93	0.84
Contabilidad II	100	100	1.00
Geografía Microeconomía I	91 75	83	0.72
Microeconomía II	100	100	1.00
Macroeconomía I Moneda y Banca I Estadística Historia I Ciencias Sociales	54 46 77 54 92	65	0.46
Macroeconomía II Moneda y Banca II Historia II Ciencias Sociales II	60 60 50 75	61	0.20
Comercio Internacional I Finanzas de las Empresas	85 83	84	0.57
Comercio Internacional II Finanzas Públicas II	50 60	55	0.60
Historia de las Doctrinas Económicas Desarrollo Económico I Evaluación de Proyectos	100 43 67	70	0.43
Desarrollo Económico II	67	67	0.67

1) Que se encuentran en inglés, 2) se agotaron en Librería, 3) Lecturas no muy importantes, 4) Dificultades económicas, 5) consiguió algunos - prestados, por último 6) consiguió todos los artículos prestados.

En el apéndice metodológico vemos que la muestra está diseñada para la variable compra de todos los artículos que se imprimieron para cada uno de los estratos. Se obtuvo la estimación con una precisión de ± 8.7 por ciento y un nivel de confianza del 95 por ciento, donde P variará entre 58 por ciento y 70 por ciento (la precisión se volvió a calcular al obtenerse el estadígrafo P de la muestra). Por tanto la hipótesis número tres es aceptada.

Para cada una de las materias el nivel de confianza y la precisión descienden, pues el universo es más pequeño.^{2/} Si deseamos mantener el nivel de precisión, el nivel de confianza desciende aproximadamente al 67 por ciento, esto es, tenemos menos seguridad de que el valor verdadero esté dentro de los límites establecidos por el nivel de precisión.

La satisfacción con la compra de artículos impresos sueltos puede verse en el Cuadro VII. El porcentaje de inconformidad se acentúa en

^{2/} Para la clase de Introducción a la Economía, calculemos el tamaño de la muestra con los niveles establecidos ($\pm 10\%$ y 95%)

$$\text{Fórmula } n = \frac{Nz^2 pq}{Nd^2 + z^2 pq} \quad \text{sustituyendo los datos tenemos:}$$

$$n = \frac{81 (2)^2 (.25)}{81 (.10)^2 + (2)^2 (.25)} = 45$$

los semestres séptimo al noveno variando entre el 57 y el 60 por ciento. Para todos los entrevistados tiene un nivel del 34 por ciento.

En la forma en que se planteó la aceptación de un producto nuevo (los artículos encuadernados por materia) en el cuestionario, no nos permite conocer si los que están satisfechos con los artículos impresos sueltos aumentarían su satisfacción al recibir los artículos encuadernados por materia a principios de semestre, y por lo tanto el sobreprecio por hoja que estarían dispuestos a pagar. Por lo anterior, solo lo obtuvimos para aquellos que no están satisfechos con los artículos impresos sueltos.

En el Cuadro VIII presentamos los porcentajes de los alumnos por semestres que contestaron si o no están dispuestos a pagar un sobreprecio por hoja y su monto por recibir los artículos encuadernados por materia a principios de semestre. Tenemos que ellos contestaron que sí en un 92 por ciento, el 8 por ciento restante señalaron que los artículos ya son "caros". Hasta dos centavos por hoja el 92 por ciento lo pagaría; 5 centavos por hoja el 69 por ciento. Como se encontró que el porcentaje de inconformidad se acentúa en los semestres del séptimo al noveno nos concretaremos a ellos en el análisis. El 91 por ciento está - dispuesto a pagar un sobreprecio de dos centavos por hoja; hasta cinco centavos por hoja de sobreprecio el porcentaje se reduce a 46. Regre-sando al Cuadro VII obtenemos que el 58 por ciento (semestres 7o, 8o. y 9o.) de los entrevistados no están satisfechos con los artículos impresos

CUADRO VII

ESTA USTED SATISFECHO CON LA COMPRA DE ARTICULOS
IMPRESOS SUELTOS? (Por semestre y global)

Semestres:	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sí	16	84	3	75	7	64	1	50	9	69	4	80	3	43	2	40	3	43	2	67	50	66
No	3	16	1	25	4	36	1	50	4	31	1	20	4	57	3	60	4	57	1	33	26	34

FUENTE: Investigación directa.

CUADRO VIII

ESTARIA USTED DISPUESTO A PAGAR UN SOBREPREGIO POR COMPRAR
LOS ARTICULOS A PRINCIPIOS DE SEMESTRE DEBIDAMENTE
ENCUADERNADOS Y EL MONTO DEL MISMO POR HOJA?
(Por semestre y global)

Semestres:	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sí	3	100	1	100	3	75	1	100	4	100	1	100	3	75	3	100	4	100	1	100	24	92
No					1	25							1	25							2	8
Hasta cuánto pagaría?																						
0 cvs.					1*	25							1*	25							2	8
0.1 a 2 "					1	25							2	50	1	33	2	50			6	23
2.1 a 5 "					1	25			4	100			1	25			1	25	1	100	8	30
5.1 a 10 "	1	33	1	100	1	25					1	100			2	67				6	23	
10.1 a 15 "	1	33																			1	4
15.1 ----	1	34																			1	4
Los costos.							1	100										1	25		2	8

FUENTE: Investigación directa.

* Se les hace "caro" el precio establecido.

sueltos. Al multiplicar estos dos porcentajes (0.91) (0.58) obtenemos que cuando menos el 52 por ciento de los entrevistados en estos semestres en promedio están dispuestos a pagar un sobreprecio de hasta dos centavos por hoja. Para todos los semestres sería un mínimo del 31 por ciento (0.92) (0.34).

Las personas que contestaron "pocas veces" (I₃) en la pregunta uno a excepción de cuatro personas que no se aplica la relación (Cuadro V), el 71 por ciento está dispuesto a pagar hasta cinco centavos de sobreprecio por hoja.

Podemos concluir este apartado diciendo que los alumnos no siempre reciben sus artículos oportunamente. La hipótesis número uno, por tanto es aceptada. Aquellos que recibieron sus artículos impresos pocas veces oportunas, en un 67 por ciento sostienen que este servicio ineficiente es su principal crítica a la Librería. Para el conjunto, la principal es el local reducido. El 66 por ciento está satisfecho con los artículos impresos sueltos. El comportamiento de compra de artículos impresos varía según la materia, no pudiéndose establecer un patrón general de impresión de artículos, para todas las materias. Se establecerá por materia. Los semestres del 7o. al 9o. son los más receptivos al producto nuevo estando el 52 por ciento dispuesto a pagar hasta dos centavos por hoja de sobreprecio.

Suponiendo, cinco horas como máximo para la venta de artículos impresos, se establecieron como los horarios más importantes aquellos - cuando el alumno permanece en la Facultad -9 a 12 y de 15 a 17 Hrs.; 10 a 12 y de 15 a 18 Hrs.-, y cuando está la mayoría.

Libros:

El cuestionario autoadministrado tiene sus desventajas. En nuestro caso se reflejan en algunas respuestas incompletas. La pregunta doce en forma de cuadro es donde se acentúa más lo anterior. No podremos obtener estimaciones precisas sobre esta pregunta, pero sí valiosas sugerencias que permitan ofrecer un mejor servicio a los estudiantes de la Facultad.

En el Cuadro IX podemos observar el comportamiento en la compra de "libros exigidos"^{3/} por los maestros (incluye libros de consulta). Hasta el sexto semestre vemos, que de los que contestaron que sí compraron libro nuevo (por semestre), exceden a aquellos que no lo compraron nuevo (> 100%). Del séptimo en adelante la proporción desciende hasta un nivel mínimo de aproximadamente 12 por ciento en relación a los libros que no se compraron nuevos.

^{3/} Se entiende por "libros exigidos" aquellos que se establecen por el maestro como libro de texto.

CUADRO IX

COMPORTAMIENTO DE COMPRA EN LIBROS DE TEXTO Y CONSULTA POR SEMESTRE

Materias:	Autor	Compró libro nuevo		Porcentaje de si compró, con respecto al número de encuestados por semestre
		Sí	No	
SEMESTRE I. (Encuestados 19)				
Introducción a la Economía I	Samuels, Paul A.	12	7	63
Matemáticas I	Vance, Elbridge P.	7	4	37
Civilización Contemporánea I		15	3	79
Contabilidad I	Prieto, Alejandro	11	6	58
Inglés I	Lado and Fries	11	3	58
	Lehmann, Charles H.	1	-	5
	Guthrie, J.A.	--	-	--
SEMESTRE II. (Encuestados 4)				
Civilización Contemporánea II		4	-	100
Matemáticas II		1	-	25
Introducción a la Economía II	Samuelson, Paul A.	1	2	25
SEMESTRE III. (Encuestados 11)				
Microeconomía I	Stigler, George J.	2	2	18
	Leftwich, Richard H.	4	4	36
	Friedman, Milton	1	2	9
Matemáticas III	Sáenz, Eladio	10	1	91
Civilización Contemporánea III		10	-	91
SEMESTRE IV. (Encuestados 2)				
Microeconomía II	Stigler, George J.	2	-	100
Matemáticas IV.	Leftwich, Richard H.	1	-	50
	Sáenz, Eladio	1	-	50
SEMESTRE V. (Encuestados 13)				
Macroeconomía I	Bailey, Martin J.	11	2	84
	Arkley, Gomer	2	1	15
Moneda y Banca	Dornberg & McDougall	1	-	8
	Newlyn, W.T.	1	1	8
Estadística II	Spielgel, Murray R.	4	1	31
Ciencias Sociales I	Chinoy, Ely	6	5	46
Historia de la Industrialización I	Pirene, Henry	6	3	46
	Barnes, Harry E.	7	-	54
	Ashton, T. S.	3	-	23
	Friedlander y Osher	2	-	15
SEMESTRE VI. (Encuestados 5)				
Relaciones Monetarias Internacionales	Yeager, Leland B.	3	2	60
Ciencias Sociales II	Kahl, Joseph	2	-	40
Macroeconomía II	Bailey, Martin J.	2	1	40
Historia de la Industrialización II	Wooltruff, William	1	1	20
SEMESTRE VII. (Encuestados 7)				
Finanzas Públicas I	Kaldor, Nicolas	-	3	--
	Mosgrave and Strip	1	4	14
	Johansen, Lelf	-	2	--
Muestreo	Yanase Taro	1	1	14
Comercio Internacional	Krieger, Charles P.	-	1	--
	Vnek, J. J.	-	1	--
Finanzas de las Empresas	Hunt, Williams and Donaldson	4	4	57
	Johansen	2	1	28
Macroeconomía	Bailey, Martin J.	1	-	14

Continuación del CUADRO IX.

<u>SEMESTRE VIII. (Encuestados 5)</u>				
Finanzas Públicas II	Johansen, Leif	-	2	--
Problemas de Optimización	Sáenz, Eladio	4	-	80
Finanzas Públicas II	Musgrave and Shoup	1	2	20
Comercio Internacional II	Machiup, Fritz	1	-	20
Finanzas de las Empresas	Hunt, Williams and Donaldson Johnson	-	1	--
<u>SEMESTRE IX. (Encuestados 7)</u>				
Mercadotecnia	McCarthy, E. Jerome	1	7	14
Historia de las Doctrinas Económicas	Roll, Eric	5	2	71
	Mun, Thomas	1	1	14
	Cantillon, Richard	1	2	14
	Smith, Adam	1	2	14
<u>SEMESTRE X. (Encuestados 3)</u>				
Investigación de Mercados	Feber, Blankertz and Hollander, Jr.	-	3	--
Desarrollo Económico II	os. UNAM.	1	-	33
Historia de las Doctrinas Económicas	Water, Robert J.	-	3	--
	Marx, Carlos	-	1	--
	Ricardo, David	-	1	--

LOS LIBROS SE ADQUIRIERON EN:

	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
1). Librería Comercial	82	48
2). Librería del Economista	87	51
3). Librería Universitaria	1	1

Razones de compra en 1).

	<u>F</u>	<u>%</u>
No había en la Facultad	26	31
Crédito	13	16
Estudiar y conservar	9	11
Costumbre	2	2
No respondió	12	15
Beca	8	10
Precio descuento	12	15

Razones de compra en 2).

	<u>F</u>	<u>%</u>
Sólo aquí venden	38	44
Descuento	17	20
Estudiar y conservar	6	7
Situación física	2	2
No respondió	24	27

Razones de compra en 3).

	<u>F</u>	<u>%</u>
A dónde fue primero	1	100

Si no lo compró, lo obtuvo

	<u>F</u>	<u>%</u>
Medio uso	16	16
Prestado	52	53
Biblioteca	25	26
Lo poseía	5	5

Razones de no comprar libro nuevo

	<u>F</u>	<u>%</u>
Económicas	51	52
Amistad	6	6
No-necesario	14	14
Bastantes en Biblioteca	5	5
Oferta	3	3
No lo encontró nuevo	3	3
No respondió	16	17

El indicador anterior es bastante general y no permite que sobre él se basen las compras de libros por parte de Librería para su venta. - Para lograr lo anterior es necesario (aunque disminuya nivel de confianza y precisión) hacerlo por materia con su(s) respectivo(s) libro(s) para que la estimación sea más aproximada. Tomemos un ejemplo: la clase de Introducción a la Economía con el libro de Paul A. Samuelson, en el primer semestre lo compraron nuevo un 63 por ciento (estos porcentajes son calculados en base a los entrevistados del semestre), pero en el segundo semestre se presenta que algunos (25 por ciento) lo compraron. Lo anterior nos da una pauta para la compra de libros de texto.

La Librería tiene el 51 por ciento de la cantidad demandada de libros de texto y consulta, comprados por los alumnos entrevistados. En esto influye grandemente los libros de texto editados por la Facultad. Las Librerías Comerciales toman el 48 por ciento y por último, la Librería Universitaria tiene el 1 por ciento restante.

Las razones de compra en las Librerías Comerciales (Cuadro IX) son las siguientes: 1) No había en existencia en la Librería del Economista (31 por ciento). 2) El crédito concedido por las Librerías Comerciales - (16 por ciento). 3) El descuento ofrecido por las Librerías Comerciales (15 por ciento). Quizá los alumnos desconozcan que la Librería del Economista concede aproximadamente el 15 por ciento de descuento. 4) No respon-dió participa con el 15 por ciento.

El Cuadro IX, es la prueba que permite que la hipótesis de trabajo número dos sea aceptada. La cual establece que se pierde un mercado efectivo, por no contar con los libros de texto al iniciar el semestre.

Como dijimos párrafos arriba, las razones de compra en la Librería del Economista, en un 44 por ciento (Cuadro IX) se deben a que "sólo aquí se venden"; esto es, se refieren en gran parte a los libros de texto editados en la Facultad de Economía. Es de notar el hallazgo de que sólo el 2 por ciento consideró la facilidad del lugar -localizada en el mismo edificio- entre sus razones de compra en la Librería del Economista.

Los que no compraron libro nuevo (Cuadro IX), lo obtuvieron en un 53 por ciento prestado, el 26 por ciento usando los servicios de la Biblioteca, el 16 por ciento lo compró de medio y uso y el restante 5 porciento ya lo poseía. Las razones de su comportamiento se deben en un 52 por ciento a dificultades económicas; un 14 por ciento no consideró necesaria la compra. El 34 por ciento restante se distribuye entre no respondió (17 por ciento), amistad (6 por ciento), ofertas (3 por ciento), no lo encontró nuevo (3 por ciento), y bastantes en Biblioteca (5 por ciento).

El servicio que prestó la Librería del Economista en cuanto a - los libros de texto entregados (hay libros pedidos y todavía no son entregados, pues no han llegado) es el siguiente: el 71 por ciento contesto -

que los libros lo recibió oportunamente, el 22 por ciento con un pequeño retraso y por último, un 7 por ciento con gran retraso (Cuadro X).

Es el Cuadro X vemos en el renglón último el número de personas por semestre que no usó Librería. ¿Por qué no usó la Librería del Economista?. La respuesta la obtenemos al relacionarla con la pregunta número doce (Cuadro XI) y obtenemos que un 59 por ciento compró libros en otra parte, y el 41 por ciento no compró libros.

En la pregunta número ocho del cuestionario, que se refiere a compra de libros no exigidos por sus maestros, vemos que el 49 por ciento sí compró libros no exigidos y el restante 51 por ciento no lo hizo -- (Cuadro XII). Del 49 por ciento que sí compró, utilizaron en un 97 por ciento los servicios de otras librerías. La razón principal fue que en la Librería del Economista no había los títulos buscados. Otras de las razones es el crédito otorgado por las Librerías Comerciales. Ocupa una importancia pequeña las becas que tienen establecidas algunas fábricas de Monterrey para los hijos de sus empleados (Cuadro XIII).

¿Qué tipo de lectura prefirieron?. Con tal fin se preparó la pregunta diez del cuestionario. Si reunimos: cuento, novela y poesía (literatura), tenemos que sus compras llegan al 42 por ciento (ver Cuadro XIV), le siguen en orden de importancia libros técnicos (28 por ciento), Sociología (17 por ciento), Psicología (11 por ciento) y Filosofía (2 por ciento). Dentro de la literatura, la novela ocupa el lugar más destacado (63%).

CUADRO X

LOS LIBROS DE TEXTO (EXIGIDOS POR SUS MAESTROS) PEDIDOS A LA
LIBRERIA DEL ECONOMISTA, SE RECIBIERON: 1/

Semestres:	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
Oportunamente	13	81	4	100	8	73	1	100	6	86	1	33			2	50					35	71
Con pequeño retraso	3	19			3	27					2	67			1	25	2	67			11	22
Con gran retraso									1	14					1	25	1	33			3	7
No usó Librería	3						1		6		2		7		1		4			3		

FUENTE: Investigación directa.

1/ Incluye frecuencias por semestre que no usaron Librería del Economista.

CUADRO XI

POR QUE NO USO LA LIBRERIA DEL ECONOMISTA?
(Frecuencias por semestre y global)

Semestre:	Semestre:										Total	%	
	1o.	2o.	3o.	4o.	5o.	6o.	7o.	8o.	9o.	10o.			
¿Por qué no uso la Librería del Economista?													
Los compró en otra parte.	1	-	-	1	6	1	4	0	2	1	16	59	
No compró libros	2	-	-	0	0	1	3	1	2	2	11	41	
T o t a l e s :	3	-	-	1	6	2	7	1	4	3	27	100	

FUENTE: Investigación directa.

CUADRO XII

COMPRO USTED EN ESTE SEMESTRE LIBROS NO EXIGIDOS POR SUS MAESTROS
(Por semestre y global)

Semestres:	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
SÍ	9	47	1	25	4	36	1	50	7	54	3	80	4	57	2	40	4	57	1	33	37	49
No	10	53	3	75	7	64	1	50	6	46	1	20	3	43	3	60	3	43	2	67	39	51

FUENTE: Investigación directa.

CUADRO XIII

DONDE COMPRO LIBROS NO EXIGIDOS POR SUS MAESTROS, Y POR QUE EN ESE LUGAR?

Semestres:	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Donde compró?																						
Librería del Economista															1*	50					1	3
Otra	9	100	1	100	4	100	1	100	7	100	4	100	4	100	1	50	4	100	1	100	36	97
Razones de compra en "otra"																						
No había en Librería del Economista.	5	56			4	100	1	100	4	57	3	75	3	75	1	100	2	50	1	100	24	67
Tenía crédito			1	100									1	25			1	25			3	8
Descuento	1	11																			1	3
No venden de género literario.	2	22							1	14							1	25			4	11
Beca									1	15											1	3
No respondió	1	11							1	14	1	25									3	8

FUENTE: Investigación directa.

* Por el descuento realizado.

Para conocer los deseos de los alumnos con respecto a qué otros servicios les gustaría que les brindara la Librería del Economista, se formuló la pregunta trece. Obtuvimos que exactamente el 50 por ciento está satisfecho con los servicios hasta ahora ofrecidos, y el 50 por ciento manifestó deseos extras. En el Cuadro XV podemos observar su distribución porcentual. Crédito es el que ocupa el primer lugar con un 47 por ciento. Hay que señalar que algunos alumnos, desconocen que el sistema de pedidos personales tiene tiempo de estar se prestando.

Concluyendo este apartado podemos decir que, el pronóstico de ventas de libros de texto es necesario hacerlo por autor y por materia. Por ejemplo: en la clase de Microeconomía se utilizan dos textos, no necesariamente el porcentaje de compra de cada uno de ellos es el mismo. Otro factor muy importante, es el hecho de que algunos de los alumnos no compran el libro nuevo al comenzar los cursos. Un porcentaje de ellos lo comprarán posteriormente. Las razones de compra en las Librerías Comerciales es el hecho de que los títulos buscados no se encuentran en Librería, esto proporciona una prueba de que la Librería pierde un mercado efectivo|al no contar con libros de texto en existencia. Se acepta la hipótesis número dos. El crédito merece - consideración. La entrega de libros pedidos a la Librería, se hace - con un pequeño retraso (el 22 por ciento de los entrevistados). El 42 por ciento de los que compraron libros no exigidos por sus maestros -

CUADRO XIV

TIPOS DE LIBROS (NO EXIGIDOS) COMPRADOS EN ESTE SEMESTRE
(Por semestre y global)

Tipos de libros	1o.		2o.		3o.		4o.		5o.		6o.		7o.		8o.		9o.		10o.		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Cuento	2	17							2	12							2	20			6	9
Libros técnicos	4	34			4	80	1	100	1	6	1	50	2	28	1	16	3	30			18	28
Novela	5	42							4	24	1	25	3	44	1	17	2	20	1	100	17	27
Poesía	1	17							2	12			1	14							4	6
Psicología									3	18			1	14	2	34	1	10			7	11
Sociología			1	100	1	20			5	28	1	25			1	16	2	20			11	17
Filosofía															1	17					1	2

FUENTE: Investigación directa.

CUADRO XV

SERVICIOS EXTRAS QUE DESEAN DE LA LIBRERIA DEL ECONOMISTA

Servicios deseados:	Porcentaje
Papelería	11
Contacto con revistas especializadas	5
Venta de revistas especializadas	5
Crédito	47
Mayor surtido de libros	18
Informes de libros en existencia	3
Renta de libros	3
Informes de artículos impresos	3
Pedidos personales	5
T o t a l:.....	100

FUENTE: Investigación directa.

compraron de género literario, el 28 por ciento compró libros técnicos. La mitad de los entrevistados desean que la Librería les proporcione servicios extras.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES

La Librería del Economista es un departamento de la Facultad de Economía y responde a nivel de Dirección y nivel de Secretaría. No cuenta con objetivos en forma escrita. Desempeña además, funciones de proveeduría (materiales y papelería en general) para la Facultad. - Funciona como almacén de materiales para Impresos, papelería en general, publicaciones y tesis. El área de venta (1.2 Mt.²) es pequeñísima. Los estantes para colocar los artículos impresos además de ser - inadecuados para el manejo de los mismos, son bastante limitados en relación al volumen de artículos. Cuenta en total con 25 Mt.² de superficie para realizar sus funciones. Superficie reducida para desempeñar eficientemente sus labores.

Los datos que se anotan en el block de ventas de artículos impresos, hace que el gasto de tiempo en cada venta sea importante. El precio del artículo impreso se anota en una hoja blanca, -la cual sirve para separar los diferentes artículos- también incluye título de artículo, autor, materia, semestre y maestro que imparte la clase. Al sacar el artículo de su lugar y si se olvida el precio -dado en la hoja blanca- al hacer la nota de venta, es más fácil -generalmente- contar las hojas del artículo y escribir el precio en la nota. En la Librería se concentran todas las failas de los departamentos de Impresos y Secretaría -en

el caso de los artículos impresos- además de las propias. Se hace una liquidación diaria a contabilidad. Mensualmente se hace una Relación de Ventas, la cual debe checar contra las liquidaciones diarias. Debido a que la cantidad de notas de venta realizadas en el mes son demasiadas, el resultado es que dicha "relación" sea entregada a Contabilidad con de mora.

El control de todos los diferentes artículos que maneja, -libros de texto, publicaciones, materiales para el Departamento de Impresos, - artículos impresos, etc.- si acaso se lleva alguno no son efectivos. Las tarjetas de almacén, se les da movimiento en el periodo de vacaciones a los alumnos. La adquisición -por compra- de libros para la Biblioteca, se efectúa normalmente. Los libros solicitados por Biblioteca generalmente son conseguidos.

La cantidad demandada por artículos impresos no es uniforme a través de todos los semestres. Presenta un comportamiento diferente de semestre a semestre y dentro del semestre. Esto hace que de acuerdo a las cantidades producidas, los artículos impresos "se queden".

La cantidad demandada por libros de texto, presenta fluctuaciones entre una misma materia para la cual se utilizan dos textos, y de materia a materia.

Los proveedores utilizados actualmente por la Librería del Economista son los mejores considerando condiciones normales.

Las entregas de papelería en general y materiales para impresos se efectúan sin que la persona que recibió firme un comprobante respectivo. La salida se anota en un block especial para cada uno de ellos.

Las hipótesis señaladas en los propósitos del estudio fueron aceptadas por los hechos al probarse.

El producto nuevo: Artículos por materia debidamente encuadrados y entregados a principios de semestre tienen una mejor aceptación en los semestres séptimo, octavo y noveno.

CAPITULO V

RECOMENDACIONES

La Librería del Economista debe contar con objetivos específicos y por escrito, los cuales no se contrapongan con los objetivos de la Facultad, de la cual forma parte.

Por lo anterior proponemos los siguientes:

- 1). Proporcionar los artículos impresos oportunamente.
- 2). Tener en existencia los libros de texto que demandarán los alumnos.
- 3). Mantener en existencia libros de consulta para aquellos que deseen comprarlos.
- 4). Proporcionar crédito a los alumnos con el fin de lograr un mayor aprendizaje. El crédito concedido no excederá en el tiempo a la duración de un semestre escolar. Se cargará mensualmente la tasa de interés del mercado.- La línea de crédito se fijará por el Secretario de la Facultad.
- 5). En los libros, el precio que se establecerá será más bajo que los establecidos por las Librerías Comerciales de la localidad.
- 6). Proporcionar a los alumnos, planta de maestros, Centro de Investigaciones Económicas y personal de la Facultad, el sistema de pedidos personales.
- 7). Encontrar la manera de ofrecer a los alumnos, un mayor - surtido de libros.
- 8). Promover en forma periódica los servicios que la Librería del Economista ofrezca a los alumnos.
- 9). Colaborar diligentemente con la Dirección de la Facultad para que ésta logre sus objetivos.

Para cumplir la Librería del Economista con los objetivos propuestos será necesario realizar algunos cambios.

Como en Librería se gasta "mucho" tiempo en hacer una nota de venta de un artículo impreso, se propone que el artículo al mandarse imprimir contengan una clave y su precio. La clave contendrá dos partes. La primera, que se formará con combinaciones de dos en dos de letras mayúsculas del abecedario para indicar la materia. La segunda, será un número arábigo progresivo para señalar a qué artículo se refiere de la materia. Las dos partes irán separadas por un guión. Pongamos un ejemplo:

AB -1; AB-2; AB-3.....
 AC-1
 AD-1

AB-1 podrá referirse a la materia de Introducción a la Economía I. El uno arábigo se referirá al artículo primero de la materia. AB-2 se referirá a la misma materia pero un diferente artículo. AC-1 podrá señalar que se refiere a Contabilidad I y artículo impreso número uno.

Para lograrse lo anterior es necesario que antes de mandar imprimir los programas de los cursos, a cada uno de los artículos se les anteponga la clave respectiva. A juicio del Secretario la clave podrá contener uno o más artículos. Llevará un diario donde anote la clave del artículo,

nombre del artículo, autor. Su utilidad radica con los cambios de programa de un semestre a otro. También con artículos imprevistos. Se puede dar el caso que el artículo que se incluya en el programa ya se le asignó una clave. Si esto se presentara, -descubierto con el diario- se pedirá a Librería que informe de la cantidad existente, con el fin de programar o no su impresión. Todo esto incluye unas horas de trabajo a nivel de Secretaría antes de iniciarse el semestre, pero ahorraría durante el semestre muchas horas de trabajo a nivel de Librería. Cada alumno compraría el artículo por su respectiva clave.

El precio del artículo no creo que presente problemas el establecerlo antes de mandar imprimir. Habría que especificar al mandar la orden a Impresos que sólo grapen las hojas correspondientes a cada clave.

Para que se inicie este sistema sería necesario que se hiciera un inventario completo de artículos existentes en Librería se les anotara la clave y precio. Si esto se hace entre la terminación de un semestre y principios del otro se facilitaría debido a que los nuevos programas de los cursos ya aparecerían con sus respectivas claves y hay poco movimiento de ventas.

La Librería al contar con este sistema haría que sus notas de venta se hicieran más rápidamente, pudiendo atender más personas en el mismo tiempo que con el sistema existente.

A la Librería se le darían los programas de cada una de las materias y estar chequeando continuamente la entrega de artículos impresos. Si fuera necesario reportaría al Secretario que los artículos de determinada materia los está recibiendo extemporáneamente (Secretaría seguirá controlando los artículos a imprimir).

Al recibir los artículos impresos, la Librería firmará en el acto un comprobante de recibido. El comprobante constará de original y dos copias. El original pasará a Contabilidad, una copia para Librería y la otra para Secretaría (ver Forma I).

La localización de la Librería en el edificio creo que es la más adecuada. Lo que no está bien es el hecho de en la misma superficie sirva como almacén. Al efecto proponemos que la sección puramente de almacén se traslade al local de excubículos de la planta baja en su parte sur.

Se llevarían a ese local tesis -se dejarán tres en Librería de cada una- materiales voluminosos del Departamento de Impresos, publicaciones, etc. En las publicaciones se tendrán en Librería una cantidad reducida, digamos de 10 a 15 días de ventas. El control de las existencias en "almacén" se llevará con un diario (o kardex) auxiliar donde se anotará la fecha, nombre del artículo, -tesis, libros, publicaciones, materiales, etc.- número de nota o factura, cantidad recibida, cantidad entregada y el saldo.

FORMA I

DEPARTAMENTO DE IMPRESOS A LIBRERIA

Fecha: _____ No. 001

Clave	Cantidad	Precio

Recibí

 Entregó

 Librería del Economista

FORMA II

ENTREGA DE MATERIAL AL DEPARTAMENTO DE IMPRESOS

Fecha: _____ No. 001

Cantidad	Unidad	Artículo

Recibí

 Entregó

 Depto. de Impresos

Como este diario o kardex es de naturaleza auxiliar, a juicio de la persona responsable de la Librería se controlarán todos los artículos o no.

Ya con esto el área de 25 Mt.² de la Librería se destinarán a la venta de artículos, libros, publicaciones, etc. Sólo se conservará dos estantes donde actualmente se coloca la papelería en general. En éstos se podrá colocar algunos materiales de impresos no voluminosos y de uso intensivo y la papelería en general.

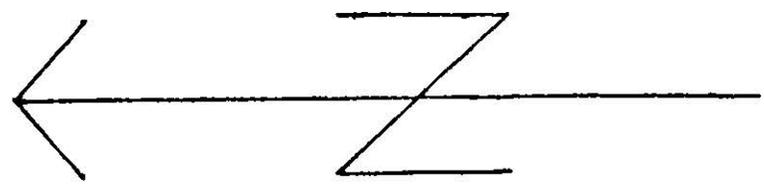
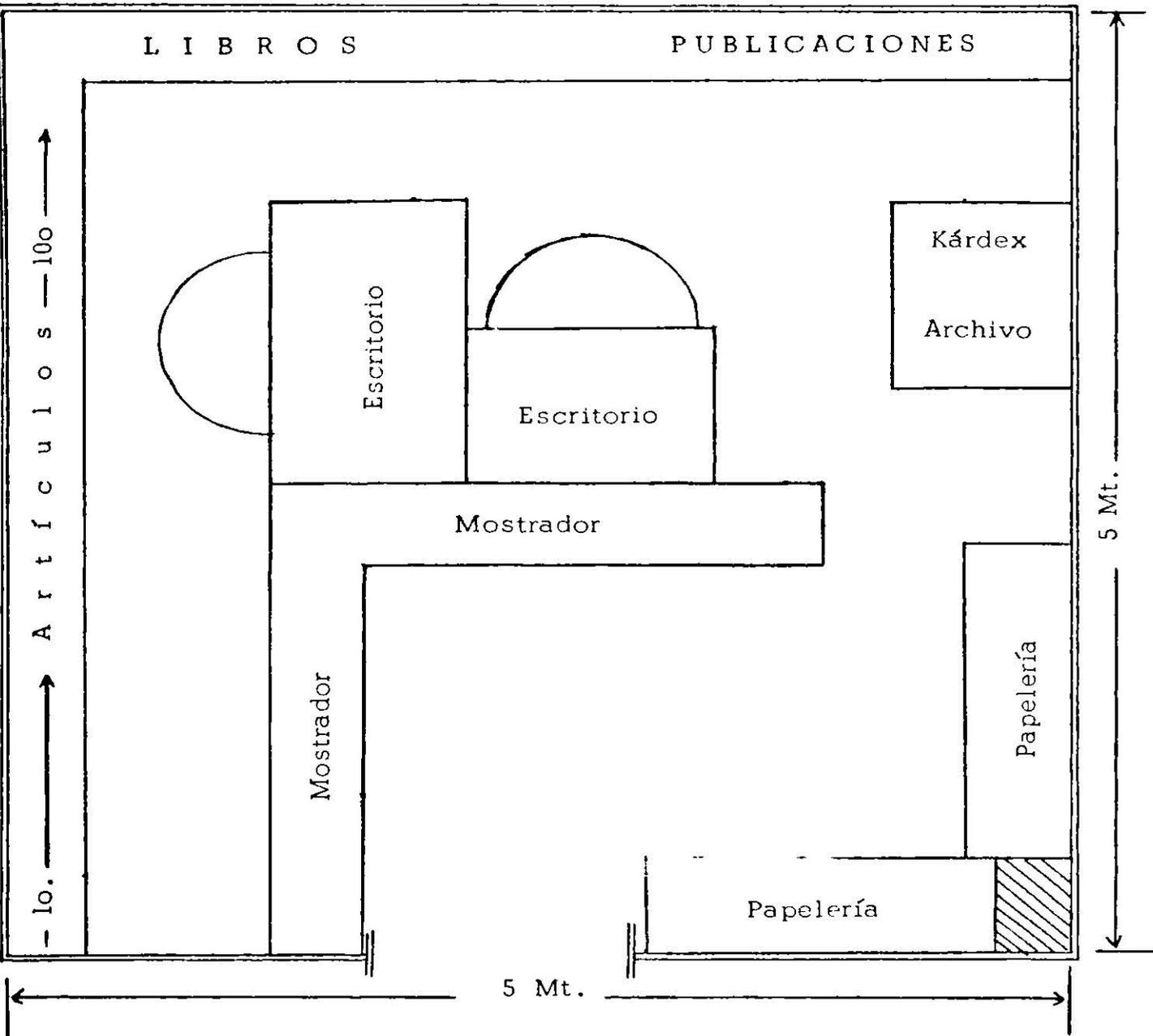
Se presenta una distribución de cómo podría quedar la Librería después de los cambios. (Gráfica II)

La entrega de materiales para impresos se hará llenando una nota con original y dos copias (ver Forma II) de lo que se entregó y se firmará en el acto por la persona que recibió (original para la Librería, para dar movimiento a las tarjetas de almacén, copias para el Departamento de Impresos y Secretaría).

En relación a la papelería en general para uso de la Facultad y del Centro de Investigaciones Económicas se podrá hacer con un block - con la Forma III.

Se usará un kardex general para manejar las existencias de cada

GRAFICA II



FORMA III

P A P E L E R I A

Fecha: _____ Depto. _____ No. 001

Cantidad	Unidad	Artículo

 Entregó

 Recibio

FORMA VI

Fecha: _____ No. 001

Recibí del alumno (a) _____ del Semestre _____

La cantidad de: _____

Por concepto del pago de la Nota No. _____ Valor \$ _____

Por concepto del pago de la Nota No. _____ Valor \$ _____

Por concepto del pago de Intereses Valor \$ _____

Recibí

 Librería del Economista

uno de los artículos que están bajo su responsabilidad. La tarjeta de almacén sólo se llevará en unidades físicas.

Se hará diariamente una concentración de ventas (excepto trabajos a la orden de Impresos) para reportar todas las ventas ya sea de crédito, contado u obsequio (ver Forma IV).

Los "trabajos a la orden" del Departamento de Impresos no se incluirán en la concentración de ventas diarias. Se usará un block especial para las notas de venta. El block tendrá numeración progresiva. Se liquidará diariamente a Contabilidad todas las ventas de trabajos impresos a la orden y las ventas de contado manifestadas en la concentración. Para las notas de venta de trabajos de Impresos no se hará concentración. Si alguna nota de venta se cancela, se pasará a Contabilidad el juego de original y copias. Siempre se conservará la última copia del juego.

Los blocks de ventas tendrán original y tres copias (original para cliente -contado- o cobranzas; primera copia para cliente -crédito; segunda copia para Contabilidad; tercera para Librería).

Se deberán tener estantes con travesaños móviles para la colocación de artículos impresos. Esto evitará tener que encimar artículo-sobre artículo. Se colocará en la parte de enfrente del travesaño la cla

ve del artículo, con el fin de una localización rápida. En la Gráfica II se indica el orden de colocación por semestre. En los libros de texto, publicaciones, los estantes existentes cumplen con su misión.

El manejo de las ventas a crédito se podrá efectuar de la manera siguiente. El alumno llenará una solicitud de crédito (Forma V) la cual autorizará el Secretario de la Facultad, estableciendo además la línea de crédito. Las funciones de cobranza las realizará la Librería, teniendo una tarjeta para cada deudor. Contabilidad llevará una cuenta general de crédito a los alumnos. La Librería extenderá un recibo (Forma VI) de la cantidad liquidada. El recibo constará de original y dos copias (original, para el deudor; una copia a Contabilidad; y la restante para Librería). Los intereses se calcularán al liquidarse cada nota de venta. No se cargarán intereses sobre los artículos impresos. Se tomará como base para su cálculo el día en que se vendió y se cobrarán por mes vencido. Se proporcionará una gaveta especial para colocar las notas de venta por orden alfabético y por semestre. - Para las tarjetas de los deudores se hará lo mismo. En la tarjeta del deudor sólo se le dará movimiento al valor de la nota pagada y no al total, el cual puede incluir intereses cobrados.

Para liquidar a Contabilidad los cobros de las Ventas a Crédito, se usará un block especial -original y copia- para hacer la relación diaria. El original será para Librería, el cual firmará Contabilidad. La copia servirá para control.

FORMA V

SOLICITUD DE CREDITO

Fecha _____

Línea de Crédito \$ _____

Nombre del alumno (a) _____ del Semestre _____

Dirección: _____ Teléf. _____

"Me comprometo a liquidar el monto del crédito antes de finalizar el Semestre actual. Además pagaré los intereses al _____% mensual sobre el monto del crédito (excepto artículos impresos) Si no lo hiciera acepto las sanciones administrativas señaladas por la Facultad"

Firma

Para los libros de texto y consulta -quedan fuera los pedidos personales- cuando se vendan a crédito se hará un 10 por ciento de descuento. Cuando se vendan al contado se hará un 13 por ciento de descuento. Estos descuentos son sobre el precio de lista. Lo anterior no es válido cuando la Librería obtenga un descuento menor del 13 por ciento. Cuando esto suceda se le dará al cliente todo el descuento cuando sea contado. En venta de crédito se hará todo el descuento si es igual o menor a 10 por ciento.

El sistema de pedidos personales seguirá prestándose como - hasta ahora. La adquisición de libros para Biblioteca se desempeñará como se le ha venido haciendo. Sólo se recomienda que a los 20 días de hecho cualquier pedido se les notifique a los proveedores si éste no ha sido recibido, con el fin de acelerar su adquisición.

Las compañías editoras y el Departamento de Compras de la U.N.L., consideró que son las mejores. El sistema que tienen algunas compañías editoras, de envío automático de libros, considero que no es costeable en las condiciones existentes, pues de los libros recibidos se compran una parte reducida y el resto hay que devolverlo haciendo los respectivos gastos.

La estrategia actual de mercado estimo que es buena. En el mercado externo no me fue posible probar si satisface al mercado objetivo. En el mercado interno tiene fallas al ponerse en acción, pero

éstas pueden superarse.

Se recomienda iniciar la introducción del producto nuevo en los semestres del séptimo al noveno. Si se obtienen economías a la escala en la producción de los artículos, se recomienda que los artículos encuadernados sólo contengan lecturas básicas, con el fin de que el cuaderno pueda usarse más de un semestre. Lo anterior se verá complementado con artículos impresos sueltos a juicio del maestro que imparta la clase.

Para establecer un control y existencias óptimas de inventarios en los artículos impresos y libros de texto y consulta tendremos que calcularlo separadamente para cada libro o artículo. El modelo de inventario que más se aproxima a las necesidades de la Librería es el de tiempo de revisión constante. El tiempo de revisión podrá ser, un mes antes de que den principio los cursos del semestre (para los artículos impresos si éstos se imprimieron antes de iniciarse los cursos, de lo contrario será de 7 a 15 días antes de la fecha de verse en clase -el plazo no opera para artículos imprevistos). Es necesario establecer la salvedad de que la cantidad demandada no está distribuída normalmente en el semestre. Se podrá estimar la proporción de alumnos que comprarán determinado libro o artículo de una materia utilizando los datos del Cuadro IX y VI respectivamente. Esto tiene sus limitaciones pues se trata de un dato para un sólo periodo.

Para calcular el tamaño óptimo de pedido y el inventario de seguridad usamos la fórmula siguiente:^{1/}

$$S' = S + Z$$

donde:

S' = cantidad demandada máxima esperada*

S = cantidad demandada promedio

Z = desviación estándar de la cantidad demandada

tomando como base el monto de la cantidad demandada máxima esperada, podemos calcular el nivel de inventario de seguridad, tenemos:^{2/}

$$X_s = S' \Theta - S \Theta$$

donde:

X_s = inventario de seguridad

S' = cantidad demandada máxima esperada

Θ = tiempo en llegar el pedido.

En nuestro caso la cantidad demandada máxima (para x libro o artículo) será diferente de un semestre a otro. La principal razón es que el número de alumnos en el semestre varía. Esto hace que la revisión en cada fecha establecida con el fin de ordenar la compra siguiente, la cantidad demandada sea diferente para cada revisión.

^{1/} Departamento de Ingeniería Industrial. Apuntes de Ingeniería Industrial. ITESM. pp.VII-6.

^{2/} Ibid, pp.VII-7.

* El texto originalmente trata de demanda, lo cual es incorrecto.

La revisión (para libros de texto y consulta) en cada fecha de terminada, también tomará en cuenta el hecho de que los alumnos que no compraron al inicio del curso, libro nuevo -para materias que en dos semestres se usa el mismo libro- puedan comprarlo en el periodo si--guiente.

La revisión en el caso de los artículos impresos no se encontró nada significativo en el caso de compra de artículos de semestres anteriores.

La revisión en el caso de los artículos impresos no contendrá una estimación extra -aparte de los alumnos del semestre- de una cantidad demandada por alumnos de semestres superiores al semestre del artículo a imprimirse. No se encontró nada significativo al respecto -con el cuestionario.

La ampliación del surtido de libros en la Librería será de acuerdo a las posibilidades económicas de la Facultad y se guiará por las -preferencias mostradas en el Cuadro XV.

Se le asignará a la Librería una cantidad de efectivo -de 50 a 100 pesos- como Caja Chica para que siempre lo tenga en moneda fraccionaria y billetes de banco de baja denominación. Esto es con el fin de que cuente con que dar el cambio al hacerse una venta.

No se consideró el costo alternativo de realizar todos estos cambios, por un lado es bastante engorroso calcularlos y otro la limitación de tiempo para hacerlo, además, se consideró que habría de proporcionar un servicio óptimo.

La Librería estará sólo bajo las órdenes de Secretaría -directamente- al cual debe responder. Para desempeñar las tareas recomendadas se sugiere designar a una persona responsable de la Librería -suelo y responsabilidad iguales- así como un ayudante de tiempo completo. No se hizo un estudio de tiempos y movimientos con el fin de saber si esto bastaría. Sobre la marcha lo sabremos.

APENDICE METODOLOGICO

El muestreo estratificado se utilizó para tratar de detectar opiniones y comportamiento diferencial entre los alumnos. Cada estrato lo forman los alumnos de cada uno de los semestres de la Facultad. Como se utilizó p_h igual a .50 constituyó de hecho trabajar con muestreo aleatorio simple. Se utilizó afijación proporcional por el hecho de su simplicidad y no requerir el conocimiento de la varianza del estrato.

La fórmula empleada para determinar el tamaño de la muestra es: ^{1/}

$$n = \frac{N \sum N_h P_h Q_h}{N^2 D^2 + \sum N_h P_h Q_h} \quad fpc \neq 1$$

donde:

- n = Tamaño de la muestra
- Ph = Parámetro de éxito del evento en el estrato
- Nh = Tamaño del estrato
- Qh = Parámetro de fracaso del evento en el estrato
- D² = Varianza deseada = (d/z)² donde d = precisión deseada
z = nivel de confianza

2/
datos:

- n = ?
- Ph = 0.50
- Qh = 0.50
- D² = (.10/2)²
- N = 317

1/ Yamane, Taro. Elementary Sampling Theory. Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs, N.J. p.154.

2/ Al no conocer los parámetros se decidió usar una estimación $p_h = 0.50$

Sustituyendo los datos en la fórmula anterior tenemos:

$$n = \frac{317(317) (.25)}{(317)^2 (.10/2)^2 + (317) (.25)} = \frac{25,122.25}{330.47} = 76$$

Conociendo el tamaño de la muestra, procedemos a computar el tamaño de la muestra en cada estrato.

CUADRO XVI
CALCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA POR ESTRATO

Estrato	N _h (1)	N _h /N (2)	n _h = N _h /N x n (3)
1	81	.256	19
2	16	.050	4
3	47	.150	11
4	8	.025	2
5	53	.166	13
6	21	.066	5
7	28	.089	7
8	22	.066	5
9	28	.089	7
10	13	.043	3

Con el fin de obtener los elementos o alumnos de cada estrato, fueron sorteados al azar entre los elementos de cada uno de ellos. Para el efecto se usó una tabla de números aleatorios.

Al conocer qué alumnos van a ser entrevistados se procedió enseguida con el trabajo de campo. Como algunos de los elementos elegidos al azar no asistieron, hubo necesidad de sustituirlos (<10%)

entre elementos no entrevistados del mismo semestre.

Enseguida se procedió a codificar los datos y a procesarlos.

Para calcular la media en muestreo de proporciones para (la compra de todos los artículos impresos del semestre) usamos la siguiente fórmula:

$$\hat{P} = p_{st} = \frac{\sum_{h=1}^L N_h p_h}{N}$$

usando datos del Cuadro XVI y VI, sustituyendo en la fórmula anterior, tenemos:

$$\hat{P} = p_{st} = \frac{204.37}{317} = .64$$

Al evaluar los datos encontrados, vemos que al calcular la varianza,^{2/} nos da un valor menor que .25 (pq), lo cual nos indica que, ya sea la precisión o el nivel de confianza han aumentado de acuerdo a los niveles dados al hacer la estimación del tamaño de la muestra. Este es un dato útil pero no práctico debido a que el comportamiento de los alumnos es diferente en grado para cada semestre. También incluye un error este cálculo -por el hecho de que se usó las listas de los alumnos por semestre y no listas de alumnos que toman las clases de x semestre.

1/ Yamane, Taro. Elementary Sampling Theory. Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs, N.J. p.149.

2/ Fórmula:

$$\hat{V}(p_{st}) = \frac{1}{N^2} \sum_{h=1}^L N_h^2 \frac{N_h - n_h}{N_h} \frac{1}{n_h} \frac{N_h}{N_h - 1} p_h q_h$$

Para la entrega de artículos impresos a los estudiantes, se puede realizar el cálculo tomando como p_h el porcentaje que dijeron que los artículos los encontraron oportunamente. Esto nos serviría como un indicador de la (utilidad de tiempo) eficiencia con que se ponen a la venta los artículos.

P R E S E N T A C I O N

La presente encuesta va encaminada a obtener información sobre el comportamiento de compra en artículos impresos y libros de los alumnos de la Facultad de Economía de la Universidad de - Nuevo León. Además, obtener sus opiniones sobre el funcionamiento de la Librería del Economista.

La encuesta forma parte de un estudio integral de la Librería del Economista cuyo fin es proponer una rutina de funcionamiento para obtener un aprovechamiento óptimo de la misma.

- I N S T R U C T I V O -

- 1º Antes de contestar, lea cuidadosamente cada pregunta
- 2º Si la pregunta tiene cuadros para las respuestas, cruce el cuadro de su respuesta
- 3º Para llenar el cuadro de la pregunta 5, hay que hacerlo en forma horizontal. Si la materia no necesitó artículos impresos, llene hasta la columna (1). Si la materia necesitó artículos impresos, llene todo el renglón. En la columna tres (3) se pide una explicación breve de la contestación en la columna (2). Si usted considera necesario hacer aclaraciones, hágalo en el renglón para ese fin.
- 4º Para la pregunta 7, sobreprecio se entiende en este caso como la diferencia entre lo que - usted estaría dispuesto a pagar menos los veinte (20) centavos que actualmente paga por hoja
- 5º Para llenar el cuadro de la pregunta 12 se procede en forma similar a la pregunta 5. Se hace la aclaración de que si una materia exigió más de un libro, debe llenar tantos renglones como libros exigidos. Si el libro lo compró nuevo, señalelo en la columna (1), en la número (2) diga donde lo compró, de ahí pase a la columna (4) para manifestar su razón.
Si no lo compró nuevo, señalelo en la columna (1), pase a la (3) donde marque su respuesta, en la columna (4) diga su razón.

ENCUESTA

Sobre Opiniones y Comportamiento de Compra en Libros y Artículos Impresos

A) ARTICULOS IMPRESOS

1.- Los artículos impresos que necesita para sus clases los encuentra usted oportunamente en la Librería del Economista.

- siempre
- casi siempre
- pocas veces
- nunca

2.- Si la Librería del Economista estableciera un límite de cinco (5) horas diarias para la venta de artículos impresos, usted como las distribuiría para maximizar su satisfacción.

mañana de _____ a _____ Hrs.
 tarde de _____ a _____ Hrs.

porqué _____

3.- Compró usted en este semestre artículos impresos de semestres anteriores al suyo.

- sí
- no pase a la # 4

porqué razón:

- se le extravió
- no lo vió en el programa cuando lo cursó
- otro _____

cuantos compró: _____

4.- Cual es su crítica principal a la Librería del Economista

- | | | | |
|------------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| artículos no oportunos | <input type="checkbox"/> | local reducido | <input type="checkbox"/> |
| falta "cambio" al comprar | <input type="checkbox"/> | falta crédito | <input type="checkbox"/> |
| horario reducido | <input type="checkbox"/> | mal trato | <input type="checkbox"/> |
| horario inadecuado | <input type="checkbox"/> | ninguna crítica | <input type="checkbox"/> |
| dificultad para encontrarlos | <input type="checkbox"/> | no contestó. | <input type="checkbox"/> |

13.- Desea usted que la Librería del Economista le preste algún otro servicio.

si
no

si contestó sí, mencione cual(es) _____

