

Universidad Nacional de Ingeniería

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS



IMPLEMENTACION DE UNA FRANQUICIA EN EL PERU

INFORME DE INGENIERIA

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERO DE SISTEMAS

EDUARDO TEODOSIO CASTRO CAHUAS

Lima Perú

2000

Dedicatoria

A mi alma mater por haberme preparado para la vida, no solo brindándome los conocimientos técnicos necesarios sino por todas las enseñanzas que me impartieron sus docentes.

Agradecimiento

A Dios, por haberme brindado todo en esta vida y a las personas a través de las cuales él se ha manifestado en mi vida.

A mis padres y hermanos, por haberme apoyado y estimulado a completar una de mis metas.

CONTENIDOS

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
CONTENIDOS	III
DESCRIPTORES TEMATICOS	VIII
RESUMEN	IX

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCION	2
1.2 OBJETIVO GENERAL DEL INFORME DE INGENIERIA	3
1.3 ALCANCES Y LIMITACIONES	4

CAPITULO II

SITUACION ACTUAL

2.1 DEFINICIÓN DE LO QUE ES UNA FRANQUICIA	6
2.2 CASOS EN EL PERU	12
2.3 LO QUE BLOCKBUSTER VIDEO ES	13

CAPITULO III

AMBIENTE EXTERNO

3.1 DEMOGRAFÍA	18
3.2 CONDICIONES ECONOMICAS	27
3.3 FACTORES SOCIALES Y CULTURALES	32
3.4 FACTORES POLITICOS Y LEGALES	33
3.5 TECNOLOGIA	35

CAPITULO IV
ASPECTOS GENERALES

4.1 MISIÓN DE LA EMPRESA	38
4.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	39
4.3 POLITICAS DE LA EMPRESA	40
4.4 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	41

CAPITULO V
RECURSOS HUMANOS

5.1 RECLUTAMIENTO – SELECCIÓN – ENTRENAMIENTO	44
5.2 DIRECCIÓN Y MOTIVACIÓN MEDIANTE LA COMPENSACIÓN	50
5.2.1 EVALUACION GRUPAL	50
5.2.2 EVALUACIÓN PERSONAL	51
5.3 DIRECCIÓN Y MOTIVACIÓN MEDIANTE LA SUPERVISIÓN	53

CAPITULO VI
MARKETING Y VENTAS

6.1 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE VENTAS INDIVIDUAL	55
6.2 SERVICIO A CLIENTES	56
6.3 ASIGNACIÓN DE TIEMPO Y TERRITORIO	59
6.4 DESPLIEGUE DEL PERSONAL POR CUOTAS	62
6.5 INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN	64
6.6 RECURSOS FINANCIEROS	65
6.7 PRONOSTICO DE VENTA	66
6.8 PRESUPUESTO DEL ESFUERZO DE VENTA	69
6.9 CONTROL MEDIANTE ANÁLISIS DE COSTOS DE MARKETING	71

CAPITULO VII
PRODUCTO Y MERCADO

7.1 NIVELES DE PRODUCTO	74
7.2 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS	76
7.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS	77
7.4 MARKETING MIX	78
7.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	79
7.6 UBICACIÓN Y DIMENSION DEL MERCADO	82
7.7 SEGMENTOS RELEVANTES.....	84
7.8 COMPETENCIA	85
7.8.1 DIRECTA	85
7.8.2 POTENCIAL	89
7.9 PROVEEDORES Y CLIENTES	93

CAPITULO VIII
ANÁLISIS SITUACIONAL

8.1 ANÁLISIS FORD	95
8.2 ANÁLISIS COMPETITIVO	97
8.3 PROBLEMÁTICA EMPRESARIAL	98
8.4 VALOR ACTUAL DE LA EMPRESA	100

CAPITULO IX
SISTEMA EN LAS TIENDAS

9.1 TIPO DE RED	104
9.2 SISTEMAS UTILIZADOS	105
9.3 CONFIGURACIÓN DEL COMPUTADOR DE UNA NUEVA TIENDA	106

9.4	INFRAESTRUTURA ELÉCTRICA Y DE DATOS	107
9.5	EQUIPAMIENTO	109
9.6	CARGA DE DATOS	111
9.7	INVENTARIO INICIAL	112
9.8	PROCESOS PRINCIPALES	113
9.9	BASE DE DATOS	116

CAPITULO X

MENU DEL RSC

10.1	ESTADO DE PELÍCULAS	120
10.2	PUNTO DE VENTA	121
10.3	MANTENIMIENTO DE CLIENTES	122
10.4	ENTRADA/SALIDA	123
10.5	REPORTES DE UN DÍA DE ATRASO.....	124
10.6	GENERADOR DE CARTAS.....	125
10.7	ETIQUETAS DE CLIENTES.....	126
10.8	MANTENIMIENTO DE CUENTAS.....	127

CAPITULO XI

MENU DEL GERENTE

11.1	LEER Y MANDAR MENSAJES.....	130
11.2	INVENTARIO.....	131
11.3	CUENTAS POR COBRAR.....	132
11.4	REPORTES.....	133
11.5	DIARIO.....	134
11.6	NOMINAS DE PAGO.....	135
11.7	PLANIFICACIÓN DE TRABAJO.....	136
11.8	MENÚ DEL GERENTE II.....	137

CAPITULO XII
SISTEMAS EN LA OFICINA CENTRAL

12.1 TIPO DE RED.....	139
12.2 CONTABILIDAD – TESORERIA – RECURSOS HUMANOS	140
12.3 PRODUCTO.....	141
12.4 SISTEMA WEB.....	143

CAPITULO XIII
RESULTADOS

13.1 ANALISIS BENEFICIO/COSTO.....	145
13.2 CONCLUSIONES.....	147
13.3 RECOMENDACIONES.....	148
BIBLIOGRAFIA.....	149
GLOSARIO.....	150
ANEXOS.....	151

DESCRIPTORES TEMATICOS

1. Franquicia
2. Servicio
3. Venta
4. Producto
5. Proceso
6. Menú

RESUMEN

En primera instancia arrancaremos definiendo lo que es una franquicia, para que luego de mencionar algunos ejemplos locales lleguemos a lo que es Blockbuster Video; describiendo sus inicios a nivel internacional, su misión, objetivos, políticas y el tipo de organización que maneja.

Seguiremos posteriormente analizando las variables macroeconómicas mas resaltantes que interesan a la compañía para establecerse en el país.

Pasaremos a ver lo que es recurso humano de la compañía, mostrando sus procesos de reclutamiento, selección y entrenamiento, para luego de eso ver como realizan la motivación y posterior evaluación del mismo. Veremos como esta evaluación también se refleja en la estrategia utilizada por el departamento de Ventas u Operaciones, y la estrategia que utilizan.

Seguiremos con lo que es el análisis del producto comercializado al interior de las tiendas, realizando también un análisis de los productos sustitutos y complementarios del mismo. También mostraremos la segmentación utilizada, para posteriormente realizar un análisis de la situación de la compañía.

Por ultimo pasaremos a mostrar los sistemas de tienda y oficina principal, describiendo tanto la parte de infraestructura de red como los sistemas en sí que manejan.

1

GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCION

Actualmente se vive en América Latina y en la mayoría de países del Tercer Mundo un proceso de globalización de sus economías, abriéndose estas para bien o mal e integrándose a un sistema internacional de libre mercado.

Es mediante este proceso de Globalización en que las empresas que han adquirido una gran experiencia en el manejo de sus mercados para lo que es un determinado rubro, que buscando expandirse generan el concepto de franquicias, para poner los dos ingredientes claves en el negocio, la experiencia en el rubro de la empresa franquiciadora y el conocimiento del mercado del empresario local.

Pero no siempre es fácil la implementación de una franquicia, ya que para ver si la misma tiene futuro en el país destino, se necesita analizar una serie de variables en el mercado local, además de realizar las adaptaciones tecnológicas necesarias para poder seguir los patrones de la franquicia de la mejor forma posible bajo la legislación del lugar.

El presente trabajo presenta todos estos esfuerzos realizados para implantar una franquicia, además de los procedimientos en sí que utiliza la misma. Se hace hincapié sobre todo en el sistema principal de la franquicia que es el sistema de tienda, ya que con el se maneja casi el 100% del negocio.

1.2 OBJETIVO GENERAL DEL INFORME DE INGENIERIA

Un primer objetivo es el hacer ver que para poder llevar a cabo un correcto análisis de la implantación de una franquicia es necesario un análisis minucioso de lo que sería el ambiente externo a la misma.

Un segundo objetivo es mostrar los procesos que se dan en una franquicia y todo lo que estos involucran para el correcto funcionamiento de la misma.

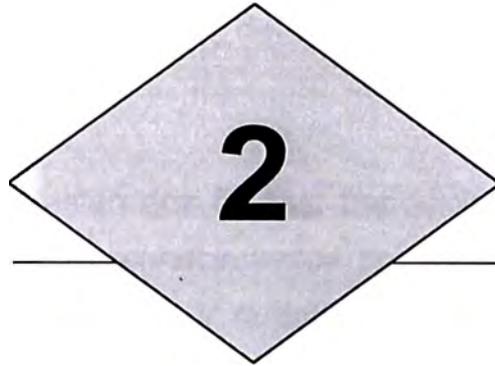
Un tercer punto es mostrar el sistema de la Tienda, ya que es éste sistema el corazón de la franquicia, ya que es a través de él que se podría manejar todo, si es que hay que considerar cada tienda como un negocio independiente.

Por último, mencionaremos el sistema utilizado en la Oficina Principal, en la cual se desarrolla mas que nada las labores de planeamiento estratégico de la compañía y bajo el marco de las políticas de la compañía y de las estrategias que se dicten a nivel internacional.

1.3 ALCANCES Y LIMITACIONES

El presente trabajo permitirá dar una mirada al interior de una compañía que es franquicia de una compañía americana, pero sin entrar al detalle de la estructura propia de los sistemas de la misma. Debemos entender que hay cierto tipo de información que no puede ser revelada por confidencialidad, siendo esta necesaria para el mantenimiento de una ventaja competitiva.

Sin embargo, la información que se mencione permitirá que los procesos sean examinados y que posteriormente se puedan sacar algunas conclusiones y dar algunas recomendaciones.



SITUACION ACTUAL

2.1 DEFINICIÓN DE LO QUE ES UNA FRANQUICIA

La franquicia es un sistema de comercialización basado en una colaboración estrecha y continua entre empresas, que son jurídica y financieramente distintas e independientes. Mediante la firma del contrato, la empresa franquiciadora cede a la franquiciada el derecho a explotar una marca a cambio de una serie de contraprestaciones económicas.

En este sistema coexisten dos figuras: franquiciador y franquiciado. El franquiciador aporta sus conocimientos con respecto a un concepto empresarial cerrado, probado y rentable; el franquiciado, la inversión inicial necesaria para poner en marcha el negocio y su esfuerzo personal para dirigirlo. Desde el punto de vista de la creación empresarial, la franquicia se presenta como una fórmula válida para aquellos que, sin tener experiencia en gestión, quieran invertir en un negocio sin correr riesgos innecesarios.

A partir de la firma de un contrato pactado por ambas partes, el franquiciador ofrece o se obliga a mantener un asesoramiento continuado al franquiciado, en áreas tales como conocimiento y experiencia sobre la actividad empresarial, a fin de transmitirle su saber hacer, su Know-How. A cambio, el franquiciado operará bajo un nombre comercial, con un formato y un sistema operativo que pertenece o son controlados por el franquiciador y, además, llevará a cabo una inversión de capital propio en su negocio.

A lo largo del tiempo se ha ido dando por parte de diversas organizaciones diferentes definiciones aunque en lo fundamental podemos definir la franquicia como un sistema de distribución de productos y/o de servicios, por el que una empresa (franquiciador) que ha logrado un éxito comercial en un campo concreto de negocios,

transmite a otro empresario independiente (franquiciado) todos sus conocimientos específicos y experiencia sobre el negocio original, a cambio de un derecho inicial (canon de entrada) mas un porcentaje de royalties mensuales, permitiendo de esta forma reproducir el negocio con las mismas marcas comerciales y logos.

El franquiciador o fabricante es pues la empresa que tras tener un negocio rentable desea reproducirlo en colaboración con otros empresarios independientes. Para ello ha resumido todas sus experiencias comerciales y sistemas de trabajo desarrollando su propio estilo es decir, un Know-How, un Savoir Faire, o un Saber Hacer. Todo ello plasmado en el Manual Operativo donde se encuentran desarrollados todos los aspectos clave del negocio desde la instalación y decoración, hasta la contabilidad así como manuales de funcionamiento, de ventas, de RRHH, de publicidad e imagen, etc.

El Franquiciado es aquella persona que decide montar su propio negocio asociándose a una marca ya establecida. Por este sistema, puede iniciar una actividad comercial acreditada y consolidada cuyos resultados han sido demostrados. De esta forma se eliminan en gran medida los riesgos económicos y comerciales de iniciar un negocio en solitario, sin necesidad de tener conocimientos específicos anteriores, ya que recibe del franquiciador el Saber Hacer ya desarrollado en todas las facetas del negocio, así como asistencia y formación permanente durante la vigencia de su asociación.

Para hacernos una idea de la importancia que supone el apoyo de una red de franquicias, un solo dato, el Departamento de Comercio de Estados Unidos ha dado a conocer estadísticas que demuestran que solo el 23% de los negocios en solitario es decir no franquiciados, han cumplido diez años de vida. En el caso de la Franquicia, la proporción es

inversa, es decir, el 92% de los negocios franquiciados siguen funcionando y solo el 8% desapareció por diversas razones.

Algunos aspectos que diferencian a la franquicia de otros sistemas son:

- Cesión de un derecho. El franquiciador permite que el franquiciado utilice la identidad corporativa de su negocio: marcas, nombres comerciales, rótulos, etc. Este derecho autoriza y obliga al franquiciado a utilizar el distintivo o la marca, el know-how y los demás derechos de propiedad intelectual.
- Transmisión del know-how. Es decir, del conjunto de conocimientos y prácticas no patentados, derivados de la experiencia del franquiciador y verificados por éste, que ha debido explotar previamente con éxito en sus propios establecimientos.
- Independencia jurídica de las partes. Franquiciador y franquiciado tienen su propia personalidad jurídica.
- Exclusividad geográfica. Varía en función del tipo de negocio. Establecida por el franquiciador, la zona de exclusividad puede ser desde unas pocas manzanas a una región entera.
- Asistencia permanente del franquiciador. La formación debe empezar antes del inicio de la actividad y continuar una vez que ésta comienza. El franquiciador contará con la infraestructura, equipos, instalaciones y recursos humanos precisos para instruir a sus franquiciados. Además, laborará un manual para transmitirles los conocimientos requeridos para gestionar su negocio.

- Contraprestaciones económicas. El franquiciado suele pagar un derecho de entrada en la cadena o canon y un royalty sobre las ventas que realiza. Hay enseñanzas que obligan a pagar por las campañas de publicidad que benefician a toda la red o por los proyectos de investigación y desarrollos dirigidos a la mejora del producto o servicio.
- Obligación de cumplir las normas. El franquiciado se somete al tipo de gestión impuesta por el franquiciador para mantener su propia identidad corporativa. Puede abarcar cuestiones como la política de productos o precios, e incluso la selección de personal.

El paquete de franquicia está formado por el documento fundamental de la franquicia que es el MANUAL DE FRANQUICIA, de la importancia de este manual da idea el nombre coloquial con que se le conoce la BIBLIA. En definitiva es toda la experiencia acumulada por el franquiciador, reflejada en un documento. Este documento debe contener todos los aspectos fundamentales que el franquiciado necesita para instalar y desarrollar la instalación y puesta en marcha de su negocio.

En ocasiones la forma física del Manual, está formado por varios manuales: manual de instalación, manual de RRHH, manual de procedimientos administrativos, etc.

Una importante característica del manual, en el que está reflejado "el saber hacer" del franquiciador es de que sea de fácil comprensión, para que el franquiciado esté bien comunicado, si no éste pierde su operatividad.

El paquete de franquicia es un documento imprescindible para el franquiciador, puesto que materializa su Saber Hacer y lo hace transmisible mediante sistemas preestablecidos. La información se

puede transmitir en diferentes soportes: manuales, libros, medios audiovisuales, informáticos, etc.

Para el Franquiciado, los manuales operativos recogen la información que le permitirá instalar y explotar su negocio.

Los contenidos de estos manuales operativos versan sobre los siguientes aspectos:

- Manual informativo: Este manual informa sobre los aspectos generales de la franquicia, sobre la filosofía corporativa y sobre los objetivos a conseguir con la explotación del negocio.
- Manual de instalación: Aquí se recogen todas las características tipo, de la cadena referentes a la adecuación del local del negocio, además debe contener las directrices para la ubicación, instalación, equipamiento y decoración del comercio.
- Manual de publicidad y normas gráficas: En franquicia la imagen es de gran importancia, pues es el elemento diferenciador de otras formas de comercialización, y por este motivo en este manual se recogen las especificaciones sobre el material publicitario y distintivo de la marca.
- Manual de ventas: Una franquicia es ante todo un negocio, y el Franquiciado un vendedor, y el mejor vendedor es aquél que conoce todos los detalles de su producto y/o servicio. Por eso, este manual recoge la política de ventas, el análisis de la demanda y la gestión comercial.

- Manual económico-financiero: Aquí se exponen aspectos como la cuenta de resultados tipo, las previsiones contables, plan de amortización, presupuestos y cash flow e información estadística para evaluar sus resultados con relación al resto de los establecimientos de la red.
- Manual de funcionamiento: Es una guía práctica del negocio donde se exponen los procedimientos y detalles de la gestión diaria, las técnicas de merchandising, el escaparatismo, el marketing y la publicidad, los abastecimientos y sistemas de control y algunos consejos administrativos y de gestión.

Un buen paquete de franquicia es aquél que no se termina nunca. Sus contenidos deben poder ampliarse y actualizarse a medida que va cambiando la cadena, los productos y los consumidores.

2.2 CASOS EN EL PERÚ

Definitivamente en nuestro territorio son muchos los campos que han sido abarcados por este tipo de negocios, arrancando básicamente después de la liberación de la economía que se dio a continuación del gobierno militar. Pero no es sino hasta el primer gobierno del presidente Fujimori, en que la economía peruana se reinserta a la economía internacional y que se fija todo el marco legal necesario para que ingresen con fuerza.

Y es que no solo se dan las franquicias internacionales, básicamente conformadas por transnacionales que quieren iniciar su presencia en el mercado local sino también por negocios nacionales, que ven el método de la franquicia como una forma rápida de expansión de sus negocios sin inversión de grandes capitales de dinero.

Por citar algunos casos de franquicias internacionales tenemos:

En el campo de los hidrocarburos: tenemos el caso de los grifos Shell, Mobil, Texaco, Castrol.

En caso de comida rápida: tenemos a Burger King, Pizza Hut, KFC, Domino's Pizza, Subway, Dunkin Donut's, Big Apple Bagels,

En el caso de varios géneros: tenemos a ACE Home Center, Blockbuster Video, West Coast Video, Gold's Gym

Y en caso de franquicias locales podríamos citar a: Bambos, Mediterráneo Chicken, Pardo's Chicken, Pecsá

2.3 LO QUE BLOCKBUSTER VIDEO ES

Blockbuster Entertainment Corporation, cuya principal actividad es el negocio minorista de los videos para el hogar y la música, es la compañía líder en entretenimientos en el mundo entero.

Las raíces de la compañía

Blockbuster entró al negocio minorista de videos para el hogar con una única tienda en Dallas, Texas en octubre de 1985. En la actualidad, hay más de 3000 tiendas de video entre las que pertenecen a la compañía y las que son franquicias en todo el mundo, y más de 250 tiendas de música desde los Estados Unidos al Reino Unido, incluyendo operaciones minoristas en Europa y Australia.

El crecimiento de Blockbuster Entertainment Corporation se debe sin lugar a dudas a la extraordinaria visión y liderazgo de H. Wayne Huizenga, Presidente de la Junta Directiva y Funcionario Ejecutivo Principal. El Sr. Huizenga asumió el liderazgo de la administración de Blockbuster en abril de 1987, y mudó las oficinas centrales de la compañía Dallas a Fort Lauderdale, Florida.

El Sr. Huizenga buscó un equipo de liderazgo de ejecutivos principales de las compañías de Fortune, 500 con experiencia en operaciones y mercadeo de franquicias. Esta fue su base para llevar a cabo su visión de expansión en toda la nación, y su estrategia para aumentar el porcentaje de las tiendas pertenecientes a la compañía para proveer de fondos sus agresivos planes de desarrollo. En tres años, el Sr. Huizenga guió a Blockbuster a la posición líder en la industria de videos para el hogar a través del crecimiento interno y un enérgico plan de adquisición.

En febrero de 1992, Blockbuster se expandió a Europa, adquiriendo 775 Tiendas de Video Ritz en el Reino Unido; en diciembre de 1992, Blockbuster se movió hacia la industria de la música adquiriendo dos de los más grandes minoristas de la música con 237 tiendas en 40 áreas metropolitanas de los Estados Unidos, Sound Warehouse y Music Plus. A fines de 1992, Blockbuster cruzó los continentes para unirse a las fuerzas del Virgin Retail Group con base en Londres para desarrollar "Megatiendas" de música en Europa y en Australia, como así también en los Estados Unidos.

En Junio de 1993, Blockbuster abrió la Fase I de su primer Parque de Golf y Juegos para el Entretenimiento de la Familia en Fort Lauderdale, Florida, que incluye jaulas para batear, golf en miniatura, una pista para manejar, y botes chocadores, como así también áreas para comprar alimentos y mercadería.

Cuando la Fase II haya sido completada, el Parque para el Entretenimiento de la Familia también incluirá una galería de videos que albergará juegos de video de alta tecnología y simuladores de una "realidad virtual" mediante computadoras.

Los analistas de la industria de videos para el hogar predicen que los ingresos mundiales continuarán creciendo, con una proyección que alcanzará los \$21.5 mil millones para el año 2000 en los Estados Unidos solamente. El negocio de Blockbuster no se limitará al mercado de los videos para el hogar.

Blockbuster considera que el secreto de su éxito es el cliente, siendo éste quién asegura su posición en el futuro.

Antecedentes en el Perú

Video International Perú S.A. es una empresa nacional formada por capitales peruanos y extranjeros. La empresa se forma para tomar la franquicia de la cadena de videotiendas Blockbuster.

Su primera videotienda (Chacarilla) empezó a funcionar el 22 de diciembre de 1995, luego las tiendas de San Miguel el 28 de diciembre, Miraflores el 17 de enero, Cavenecia el 18 de enero, las Flores el 15 de junio, La Molina el 18 de Julio, y San Borja y Benavides el 1ero de diciembre de 1996. Desde ese entonces la etapa de desarrollo se detuvo para empezar una etapa de cimentación del negocio. Es 1999 que recién se vuelve a invertir en una nueva tienda, inaugurando la tienda de Monterrico.

Para dar a conocer la presencia de Blockbuster en Lima, se invirtió mucho el primer año en publicidad y en medios atractivos; realizando conciertos en las aperturas de tiendas y show con motos, etc. Para la apertura de la 4ta videotienda, vino al Perú Bo Derek, causando este acontecimiento gran entusiasmo en el público.

La empresa peruana está orientada a satisfacer la necesidad de entretenimiento en el hogar a través del servicio de alquiler de videos, venta de CD's.

Con respecto a la inversión en la franquicia, ésta no se ha permitido ponerla en la documentación, pero la forma en que se negocio fue la siguiente:

1. Un pago por la representación de la compañía en el Perú, o lo que es decir, el pago del derecho de la franquicia. Esta cifra es de 6 dígitos.

2. Un pago por la apertura de cada nuevo local, considerado como la inscripción de la tienda en el Sistema Internacional de Blockbuster. Esta cifra es de 5 dígitos.
3. El pago de Royalties sobre las ventas realizadas, llevándose así un porcentaje del margen de utilidad, siendo esta cifra un monto variable.

3

AMBIENTE EXTERNO

3.1 DEMOGRAFIA

La finalidad de los siguientes cuadros es obtener información de:

- Ingresos económicos por clase socioeconómica, ya que la empresa en estudio ha definido a las clases A, B y C como segmentos objetivos, debido a que su producto no se percibe como barato en el mercado.
- La educación de los jefes de hogar, para saber el grado de cultura que tienen los hogares en general, ya que asumimos que los hijos persiguen obtener el mismo o mayor grado de educación que sus padres. Esto es con el fin de saber cómo dirigir la publicidad de la empresa al público objetivo.
- El número de miembros del hogar por dormitorio, para saber si el producto que ofrece la empresa será compartido. Proyectamos que mientras mayor sea el número de habitantes de un hogar, mayores serán las probabilidades de que compartan entretenimientos afines.
- Saber si la familia cuenta con movilidad propia, ya que el producto de la empresa requiere ser alquilado y luego de ser visto devuelto. Siendo más cómodo para los clientes desplazarse en sus propias unidades de transporte para ir a los locales de Blockbuster.
- Saber si cuentan con TV, ya que es imprescindible contar con este artefacto eléctrico para el uso de los videos.
- Saber si la familia tiene la capacidad de contar con otros artefactos eléctricos como los VHS.

Perfil del Nivel Socio Económico A

Características Predominantes	A1	A2
--	-----------	-----------

Denominación asignada	Alto	Medio - alto
% de hogares en Lima Metropolitana (Prom.)	1.0	3.4
Educación del jefe de hogar	Superior universitaria / Postgrado	Superior universitaria
Ingreso fam mensual bruto Promedio (aprox.)	Más de \$ 5,000	\$ 3,200
# de miembros del hogar por dormitorio (prom.)	1.3	1.3
Tenencia de auto particular	100 %	96 %
Tenencia de TV con control remoto	100 %	98 %
Variedad de artefactos en el hogar prom.	28.4	27.3

Apoyo Opinión y Mercado S.A

Lima, Julio de 1998

Perfil del Nivel Socio Económico B

Características Predominantes	B1	B2
--------------------------------------	-----------	-----------

Denominación asignada	Medio típico	Medio bajo
% de hogares en Lima Metropolitana (Prom.)	10.0	9.6
Educación del jefe de hogar	Superior universitaria	Superior universitaria / Superior no universitaria
Ingreso fam mensual bruto Promedio (aprox.)	\$ 1,150	\$ 750
# de miembros del hogar por dormitorio (prom.)	1.5	1.9
Tenencia de auto particular	68%	32%
Tenencia de TV con control remoto	90%	83%
Variedad de artefactos en el hogar (prom.)	22.0	15.5

Apoyo Opinión y Mercado S.A.

Lima, Julio de 1998.

Perfil del Nivel Socio Económico C

Características Predominantes	C1	C2
--	-----------	-----------

Denominación asignada	Bajo ascendente	Bajo típico
% de hogares en Lima Metropolitana Prom.	11.2	21.9
Educación del jefe de hogar	Secundaria	Secundaria
Años de estudio (Prom.)	11.5	10.9
Ingreso fam mensual bruto Promedio (aprox.)	\$ 470	\$ 330
# de miembros del hogar por dormitorio (prom.)	2.1	2.2
Tenencia de auto particular	10 %	8 %
Tenencia de TV con control remoto	62 %	58 %
Variedad de artefactos en el hogar (prom.)	11.5	10.6

Apoyo Opinión y Mercado S. A.

Lima, Julio de 1998.

La finalidad de los siguientes cuadros es obtener información de la cantidad de habitantes que existe en una vivienda, dado que mientras más habitantes residan en una vivienda existe mayor probabilidad de que compartan entretenimientos afines, como en este caso sería el ver una película en el calor del hogar compartiendo con la familia.

Este cuadro se ha obtenido a base de la pregunta ¿cuántas personas viven en su hogar sin incluir al personal de servicio?.

Respuestas	Total Lima Metropolitana %	Nivel Socioeconómico			
		A %	B %	C %	D %
Una	3	6	2	4	2
Dos	7	10	10	7	5
Tres	14	13	18	14	13
Cuatro	24	35	25	26	22
Cinco	21	11	22	21	21
Seis	13	13	14	14	13
Siete	8	8	3	7	10
Ocho	5	4	3	3	7
Nueve	2	0	1	1	3
Diez ó más	3	0	2	3	4
Promedio	4.8	4.3	4.5	4.7	5.2
Base real	817 *	52	157	265	343
	100.0 %	4.4 %	19.6 %	33.1 %	42.9 %

Los resultados totales han sido ponderados por NSE, según la distribución de la población de hogares en estudio.

Base: Total de jefes de hogar entrevistados (817, incluye cuota extra de 17 casos de NSE A)

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A.

Lima, julio de 1998

La finalidad de este cuadro es saber cuantas personas mayores de 18 años hay en los diferentes niveles socioeconómicos, con la intención de saber cómo dirigir la publicidad a los diferentes segmentos de edad del público objetivo.

Este cuadro se ha obtenido a base de la pregunta ¿Cuántas mayores de 18 años viven en su hogar?.

Respuestas	Total Lima Metropolitana %	Nivel Socioeconómico			
		A %	B %	C %	D %
Una	6	6	3	6	7
Dos	41	29	33	40	47
Tres	17	11	23	15	17
Cuatro	16	31	18	20	11
Cinco	10	8	13	9	9
Seis	6	9	7	6	6
Siete	2	2	2	2	1
Ocho a más	2	4	1	2	2
Promedio	3.2	3.6	3.4	3.2	3.0
Base real	817 *	52	157	265	343
	100.0 %	4.4 %	19.6 %	33.1 %	42.9 %

Los resultados totales han sido ponderados por NSE, según la distribución de la población de hogares en estudio.

Base: Total de jefes de hogar entrevistados (817, incluye cuota extra de 17 casos de NSE A)

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A.

Lima, julio de 1998

La finalidad de este cuadro es saber cuántas personas menores de 18 años hay en los diferentes niveles socioeconómicos, con la intención de saber cómo dirigir la publicidad a este segmento de edad, así como poder determinar cuántas películas para menores de 18 años tener en stocks.

Este cuadro se ha obtenido a base de la pregunta ¿Cuántas personas menores de 18 años viven en su hogar?.

Respuestas	Total Lima Metropolitana %	Nivel Socioeconómico			
		A %	B %	C %	D %
Ninguna	27	60	41	31	14
Una	22	15	25	23	21
Dos	28	25	24	28	29
Tres	13	0	6	11	19
Cuatro	6	0	2	5	10
Cinco	3	0	1	2	5
Seis a más	1	0	1	0	2
Promedio	1.7	0.7	1.1	1.5	2.2
Base real	817 *	52	157	265	343
	100.0 %	4.4 %	19.6 %	33.1 %	42.9 %

Los resultados totales han sido ponderados por NSE, según la distribución de la población de hogares en estudio.

Base: Total de jefes de hogar entrevistados (817, incluye cuota extra de 17 casos de NSE A)

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A.

Lima, julio de 1998

Concentración Demográfica

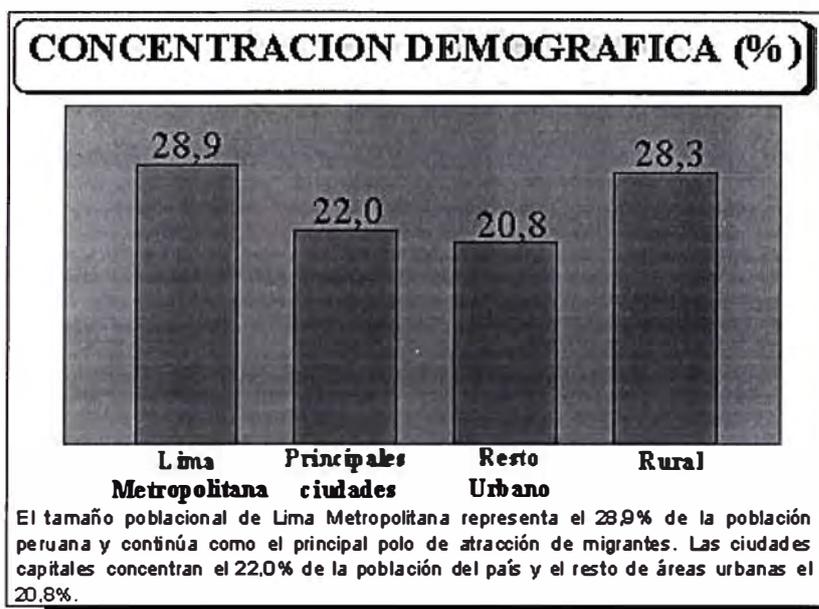
Los siguientes cuadros explican la razón de porque se eligió Lima Metropolitana para el inicio de sus operaciones. Mientras más concentrada este la población, la empresa se verá más favorecida, ya que el esfuerzo de distribución realizada por los mismos clientes (recoge y devolución de los videos) disminuirá sus esfuerzos; ya que habrá menor recorrido de distancia de sus hogares a la tienda y viceversa así como habrá mayor captación de clientes por la concentración de los mismos.

CIUDADES MAS POBLADAS 1996		
Ciudades	Población (Miles)	CreCIM. Promedio Anual 1993-1996 (%)
● Lima Metrop.	6884,0	2,3
■ Arequipa	680,6	2,4
■ Trujillo	556,8	2,6
■ Chiclayo	457,8	2,5
■ Iquitos	314,0	3,2
■ Piura	297,3	1,8

En los últimos diez años han surgido otros centros urbanos que crecen a una velocidad mayor a la de Lima que aumenta su población cada año en 2,3%. Las ciudades de Iquitos y Trujillo crecen en 3,2% y 2,6%, respectivamente

Fuente: INEI

Posteriormente se piensa ubicar nuevos locales en el Departamento de Arequipa por la concentración demográfica de esta ciudad, así como otras características de sus habitantes que coinciden con el perfil del cliente Blockbuster.



Estructura por Grupos de Edad (%)

El objetivo de este cuadro es mostrarnos la población peruana por edades. Esta información es relevante, ya que se podrá dirigir eficientemente la publicidad del producto teniendo en cuenta el rango de edad de mayor concentración.

ESTRUCTURA POR GRUPOS DE EDAD (%)

<u>Grupos de Edad</u>	1981	1997
0 - 14	41,6	34,9
15 - 64	54,8	60,6
65 y más	3,6	4,5

La estructura por edad de la población peruana es predominantemente joven. Los niños de 0-14 años representan el 34,9%, la población en edad de trabajar (15-64 años) el 60,6% y los mayores de 65 años el 4,5%.

Fuente: INEI

3.2 CONDICIONES ECONÓMICAS

A continuación se adjunta los cuadros de los cuatro principales indicadores económicos.

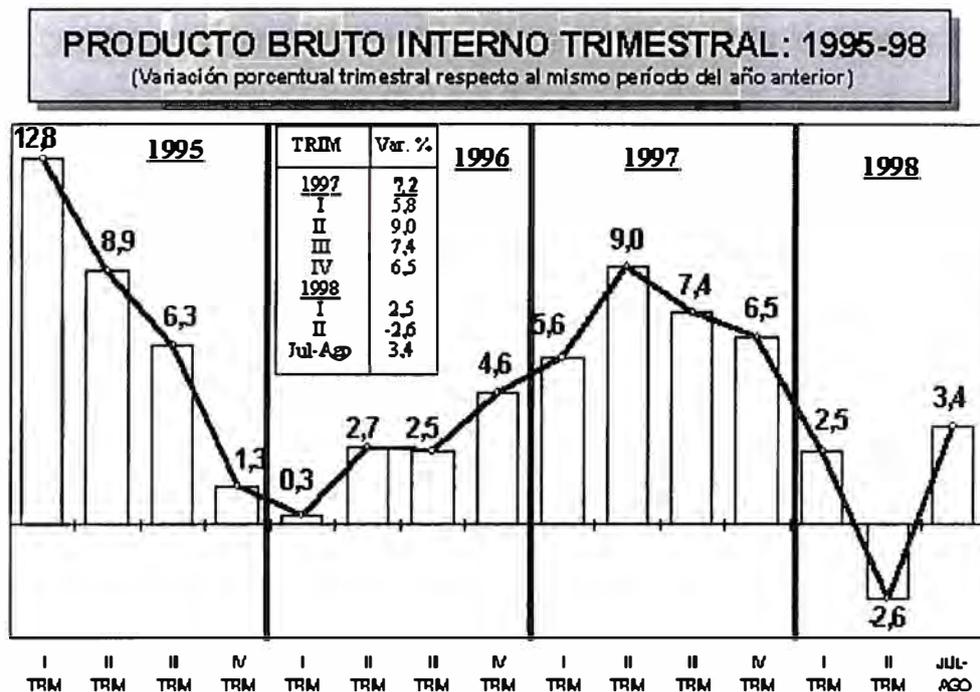
- Tasa de crecimiento económico (PBI)
- Tasa de inflación
- Tasa de interés
- Tasa de cambio

Es de interés para los directores de la empresa Blockbuster, saber cómo se encuentran las condiciones económicas del Perú.

Debido a que es un producto suntuario se requiere que las personas que lo consuman tengan una capacidad de solvencia económica que les permita tener un cierto estándar de vida, y que las condiciones económicas del país sean buenas. Mientras mejores sean las condiciones económicas mejor le irá al negocio.

Producto Bruto Interno Trimestral

Este cuadro nos muestra la variación del producto bruto interno, podemos observar que a través de los trimestres ha ido bajando considerablemente, lo cuál nos indica que el crecimiento económico ha ido disminuyendo.

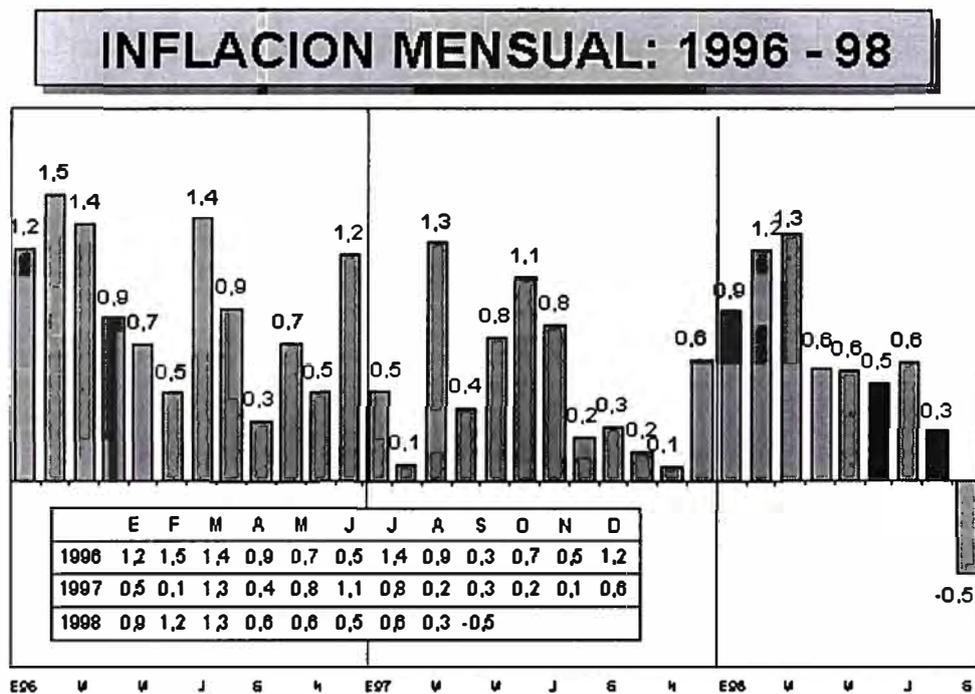


FUENTE: INEI

Inflación Mensual

Es importante obtener información acerca de cuánto es la inflación actual y cuáles son las proyecciones, porque la gerencia de la empresa deberá tomar decisiones para inversiones futuras. Si la inflación es grande los proyectos de inversión son impredecibles por lo tanto los riesgos son mayores.

Este cuadro nos muestra la inflación mensual durante los años 1996 y 1998, los cuales coinciden con los años de vida que tiene el negocio de alquiler de videos.



Tasa de Interés

La empresa trabaja con deudas a corto y mediano plazo, es por esta razón que esta información es relevante para los directores de la empresa para tomar decisiones de financiamiento.

PERU: TASAS DE INTERES: 1997-98

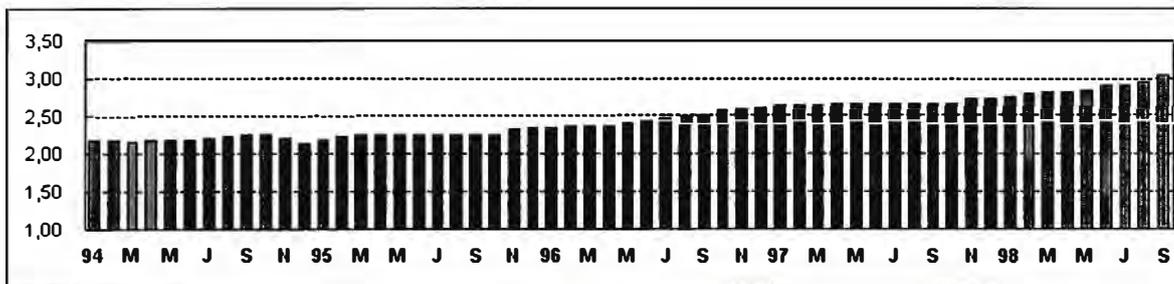
	MONEDA NACIONAL		MONEDA EXTRANJERA	
	TASA DE INTERES (Mensual)		TASA DE INTERES (Anual)	
	ACTIVA	PASIVA	ACTIVA	PASIVA
	HASTA 1 AÑO	DEP. DE AHORRO	HASTA 1 AÑO	DEP. DE AHORRO
ENE97	2,06	0,86	15,70	4,70
MAY	2,20	0,87	15,10	4,60
JUN	2,22	0,87	15,50	4,70
JUL	2,26	0,87	15,30	4,70
AGO	2,29	0,86	15,20	4,70
SET	2,28	0,84	15,10	4,60
OCT	2,28	0,82	15,10	4,50
NOV	2,25	0,81	15,20	4,30
DIC	2,28	0,80	15,10	4,30
ENE98	2,22	0,79	15,30	4,30
FEB	2,19	0,78	15,30	4,40
MAR	2,20	0,79	15,30	4,30
ABR	2,24	0,78	15,40	4,30
MAY	2,15	0,77	15,40	4,30
JUN	2,16	0,78	15,40	4,30

FUENTE: BCRP

ELABORACION: INEI

Tipo de Cambio Venta Mensual del Sistema Bancario

A la gerencia le interesa obtener esta información porque la empresa es una franquicia y se debe pagar mensualmente el monto correspondiente en regalías y compras los videos en dólares.



Año	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
Year	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.
1992	0,99	0,98	0,96	1,03	1,14	1,19	1,24	1,29	1,38	1,56	1,62	1,64
1993	1,70	1,76	1,84	1,91	1,97	2,00	2,05	2,08	2,10	2,14	2,17	2,16
1994	2,18	2,18	2,17	2,18	2,19	2,19	2,20	2,23	2,26	2,24	2,20	2,14
1995	2,19	2,22	2,26	2,26	2,25	2,25	2,24	2,24	2,25	2,26	2,32	2,33
1996	2,35	2,36	2,36	2,37	2,41	2,44	2,45	2,47	2,50	2,56	2,59	2,59
1997	2,63	2,64	2,64	2,67	2,67	2,66	2,65	2,66	2,65	2,67	2,72	2,72
1998	2,75	2,80	2,81	2,82	2,84	2,91	2,92	2,96				

Fuente: BCRP

3.3 FACTORES SOCIALES Y CULTURALES

El Perú inmerso en el proceso de globalización mundial, recibe principalmente gran influencia socio - cultural de los Estados Unidos. La cultura americana es absorbida a través de los medios de comunicación masiva, como la televisión, la radio, el cine y las revistas. Esta tendencia a americanizarse permite que el público limeño guste del atractivo y la atención de las tiendas de estilo americano. Manifestándose esto con la presencia de muchas empresas franquiciadoras como Pizza Hut, KFC, Mc Donald's, Burger King, Dunkin Donuts, Dominos, Mangos, etc. Y entre estas se encuentra la empresa Blockbuster con el estilo plenamente norteamericano.

Toda esta cultura americana que influye bastante en el estilo de vida del público limeño de los niveles socioeconómicos A, B y C, crea una oportunidad potencial para un negocio en este marco.

La cultura norteamericana le da mucho valor al tiempo del entretenimiento dentro de sus actividades diarias. Cabe recordar que, esta sociedad percibe al trabajo como una obligación muy por el contrario a la sociedad japonesa, y dado que los peruanos, en especial los limeños, absorbemos las actitudes y comportamientos de los norteamericanos a través de las influencias de películas (americanas), tendemos a imitar este comportamiento.

3.4 FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES

El Perú estuvo pasando por una etapa muy dura en su economía, llegando a un periodo hiperinflacionario a fines de la década de los 80 e inicios de los 90. Es cuando el actual presidente, Ing. Alberto Fujimori, aplica una política de Shock, lo cual contrarresta esa hiperinflación y comienza a reestructurar la economía. Con el inicio del pago de la deuda externa empieza una política orientada a crear el marco político, económico y legal idóneo para que las empresas extranjeras vengan al país y empiecen a invertir.

Es así como en los últimos años el país se ha visto invadido por una serie de Franquicias, principalmente americanas dentro de las cuales se encuentra la que actualmente estamos estudiando. Algo que también favoreció al establecimiento de franquicias fue la dación de la ley que permitió la transferencia de regalías al exterior.

En el aspecto negativo de la ley, existe una limitante que prohíbe la importación de videos. Esta ley es establecida con el fin de proteger los derechos de exclusividad de los representantes de los estudios cinematográficos, americanos en su mayoría, que existen en el Perú. Esta es la razón por la cual ellos imponen los precios de venta sin posibilidad de negociación a favor de Blockbuster.

La legislación peruana considera como robo solo si el ladrón llega a sacar el o los productos fuera de la tienda. Todo lo que se detecta en el interior de la tienda es considerado como intento de robo y no procede a la fiscalía. Además, se procesa a la persona si el robo es de un monto superior a los S/. 5,800.00 (20 veces la unidad de referencia procesal).

Las batidas, sanciones y retenciones de las copias ilegales que constantemente realiza Indecopi ha permitido erradicar a los piratas del mercado, favoreciendo en gran manera al progreso del negocio.

3.5 TECNOLOGÍA

La transferencia tecnológica del negocio empieza con la transmisión del conocimiento del mismo hacia las cabezas de las distintas áreas de la compañía. Es así, que la Gerente de Marketing, el Gerente de Sistemas, el Gerente General y los arquitectos que construyeron las tiendas recibieron capacitación en Estados Unidos de todo lo que es el mundo de Blockbuster. Cada uno de los gerentes recibió una capacitación genérica de lo que son las políticas y normas de Blockbuster y profundamente en lo que viene a ser su respectiva área. El Gerente General recibió la capacitación de operaciones por no encontrarse nadie mas en ese momento listo para esto.

Después de esa transmisión de conocimiento de la forma como se debe operar en lo que viene a ser el sistema de Blockbuster, lo que es la forma de cómo se debe publicar en medios las campañas respectivas y la forma como se pueden trabajar las promociones, vino la capacitación en México de las personas que serian los futuros Gerentes de Tienda, los cuales a su vez después de la capacitación que tuvieron debieron velar por el hecho de contratar y capacitar al futuro personal de tiendas.

Con el conocimiento de cómo se debe operar el sistema, el sistema en sí y las políticas y lineamientos, la compañía empezó a funcionar.

La utilización del sistema de código de barras para el proceso de venta, atención al cliente y control de los productos hacen que las operaciones internas de la tienda sean más ágiles y eficientes.

Además se cuenta con un sistema de cómputo en cada tienda, en el cuál se maneja los sistemas de inventario y ventas. En vista de que el sistema de atención al público no se encuentra interconectado marca una gran ineficiencia en este proceso, lo cual es cubierto con la

presencia de un sistema de radios entre las tiendas ya que es de menor costo comparado con un sistema de computo interconectado. En la oficina principal se concentra el proceso de la información contable, de recursos humanos y de logística.

En cada tienda se cuenta con un set de 6 televisores en excelentes condiciones que permiten transmitir partes de películas en promoción y son de gran atractivo para el público, informando incluso las promociones.



4

**ASPECTOS
GENERALES**

4.1 MISION DE LA EMPRESA

La misión que tiene la compañía por ser una empresa franquiciadora es la misma que tiene la corporación, que es:

“Ser el mejor proveedor de opciones de entretenimiento que satisfagan las necesidades del consumidor. Nosotros lograremos esto a través de:

- Entender los intereses de entretenimiento de los consumidores mejor que nadie.
- Haciendo entrega de productos únicos con el más alto nivel de servicio al cliente.

Para alcanzar esta misión se cuenta con personal que practique los valores corporativos, con espíritu de superación, que estén comprometidos con el cambio y dispuestos al trabajo en equipo. Con una organización que se adapta al cambio y que persiga mejorar el servicio al cliente, tratando de exceder sus expectativas en coordinación con nuestros proveedores.

4.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- Recuperar la inversión realizada en el plazo establecido y consiguiendo un margen de ganancia sobre esta.
- Brindar un servicio diferencial de muy alta calidad que consiga plena satisfacción del cliente. (Al final del trabajo se incluye la impresión de las páginas WEB de Blockbuster Perú)
- Reducir los costos de los procesos para ser lo más rentables posibles.
- Fomentar la cohesión y la armonía de los recursos humanos, el cual se considera el principal activo de la empresa.
- Fijar en la mente del consumidor a Blockbuster como un lugar agradable en donde puede encontrar entretenimiento a través del alquiler de videos y videojuegos y en el cual se busca la satisfacción del cliente sobre todo.

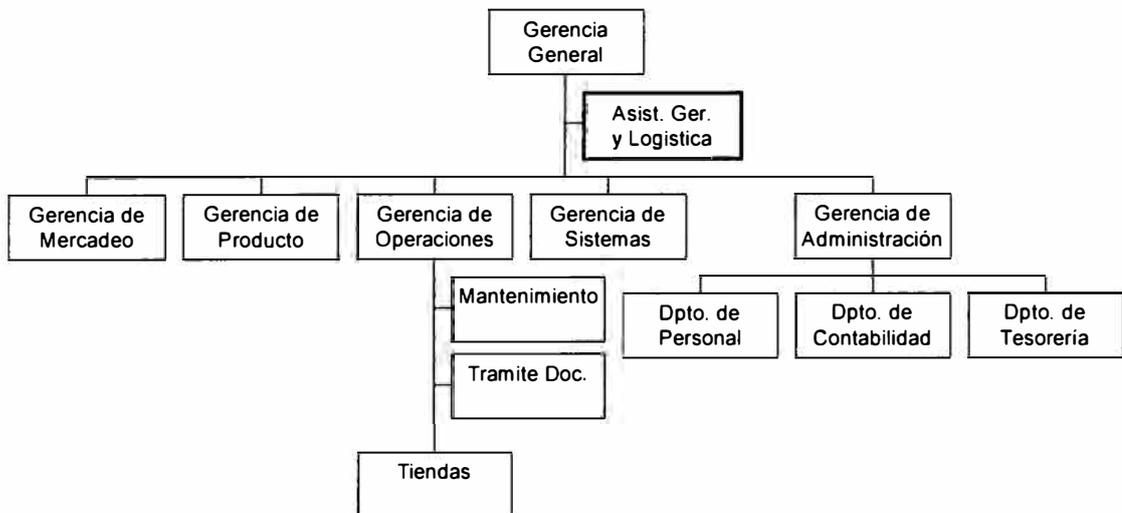
4.3 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- Dentro de Blockbuster no se exhibirá ni venderá ningún artículo que no este dentro de un corte familiar.
- En caso de Robo, es política de la compañía velar por la seguridad del personal de la tienda y los clientes, motivo por el cual no se pondrá ninguna resistencia.
- La política de Blockbuster más importante es seguir las reglas de oro
 - Recuerde que Ud. esta aquí por los clientes
 - Trate a los clientes como invitados
 - Cumpla con las promesas hechas a los clientes
 - Trate a sus compañeros como le gustaría que lo traten a Ud.
 - Diviértase

4.4 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La estructura que se maneja en Blockbuster es bastante llana, sin llegar a ser muchos los niveles que se manejan al interior de la misma. Dentro de la estructura de la empresa son 4 los pilares básicos : Administración, Sistemas, Operaciones (Ventas) y Marketing – Producto, que en el caso peruano se dividieron en dos gerencias para una mejor administración. Las labores están bien definidas en las gerencias mencionadas, pero algo que debe resaltarse es que muchas de las tareas implican la intervención de mas de una gerencia.

A continuación adjuntamos un organigrama de la estructura de la empresa



En lo que viene a ser el interior de una tienda, y como se explicará más adelante, son cinco los niveles que se pueden alcanzar, empezando desde el RSC (Representante de Servicio al Cliente) hasta el de Administrador de Tienda. En el caso peruano, las labores del CRC (Coordinador de Relaciones con los Clientes) las ejecutaba el RSC mas experimentado o algún asistente de Gerente. La distinción entre el asistente de Gerente Principal y el Asistente de Gerente solo se daba por

la antigüedad del mismo, mas no como un titulo, con lo cual tendríamos que dentro de una tienda se daba la siguiente organización.



5

RECURSOS HUMANOS

5.1 RECLUTAMIENTO - SELECCIÓN - ENTRENAMIENTO

El proceso de selección toma en cuenta que el personal que se contrate para Blockbuster debe ser de preferencia estudiante universitario, para asegurarnos que el personal de tienda tenga un cierto grado de cultura general y trato al público y en segundo lugar, para poder ser conveniente el ofrecimiento de part time, ya que a la mayoría de personas que estudia solo les interesa un trabajo a tiempo parcial y no algo con lo que se vean comprometidos, siendo además un trabajo en el cual no se necesita más que ser un aficionado a las películas y conocer un poco de ellas para tener la base fundamental para aprender, bajo este esquema es que también se permite el ingreso de gente de institutos.

También el hecho de que en los primeros ciclos la gente tiene que ir generalmente en las mañanas permite tener disponible a todo este personal en el horario fuerte de la compañía que es la tarde y la noche. Otro de los aspectos por lo cual se busca este tipo de gente a part time es porque el sueldo que se ofrece generalmente también es menor del que se ofrecería a alguien con estabilidad laboral.

Para invitar a estas personas a postular se ponen avisos en las tiendas por períodos cortos, en los cuales se recepcionan los curriculums, esto permite que los propios empleados le pasen también la voz a conocidos que deseen postular. También se cursan invitaciones a Universidades e Institutos en donde el personal se dedique principalmente a carreras de las áreas de Ciencias de la Comunicación, Hotelería, Turismo, Aviación Comercial, que son carreras en las cuales se enseña muchas de las cosas que nosotros esperamos en un postulante.

Después de una evaluación inicial, se seleccionan a los posibles candidatos, los cuales pasan a una serie de entrevistas con el personal de la compañía, dentro de los cuales se entrevistan con los Gerentes de

Operaciones, Marketing y de la tienda a la que están postulando. Después de pasar esta selección a base de entrevistas, los candidatos restantes entran a un proceso de capacitación en la oficina, en la cual se le imparten los conocimientos básicos de la compañía, cual es la política de la misma, reglas para atención al público, etc. Después de eso pasan a tiendas, y se les enseña toda la parte practica en la tienda. Es después de esto que con un informe del gerente se seleccionan qué personas se quedan en la compañía.

El entrenamiento del personal de Blockbuster arranca desde su capacitación en el curso de selección de personal y su primer entrenamiento para ingresar a la compañía en la Tienda. A partir de esa fecha se sigue un curso de entrenamiento que consta de 5 niveles, que son los que puede ocupar la persona dentro de la tienda. Cada nivel dentro de la tienda tiene asociado una serie de tareas para que la organización pueda funcionar correctamente.

Los niveles que puede alcanzar la persona dentro de la tienda son los siguientes

- Representante de Servicio al Cliente (RSC)
- Coordinador de Relaciones con el Cliente (CRC)
- Administrador Asistente (AM)
- Administrador Asistente Principal (ASM)
- Administrador de la Tienda (SM)

Curso de Entrenamiento

En este primer curso lo que se hace es explicar un poco las tareas que tendrán que realizar al interior de la tienda, las reglas de oro, las

normas de conducta, los seis puntos claves de atención al cliente, y otros temas. A continuación detallo las normas de la misma:

1. Profesionalismo

Se espera que la persona que atiende siempre se encuentre bien vestida. Debe lucir limpio y ordenado, con la ropa planchada, el calzado apropiado, con el gárfete en su lugar, sin excesos de joyas y bien peinado.

2. Puntualidad

Se espera que se presente a trabajar en las fechas y en los horarios preestablecidos. Los compañeros de trabajo, la compañía y en especial el público dependen de esta virtud.

3. Actitud

Estamos en el negocio del entretenimiento y para el público de Blockbuster esto empieza con un encuentro exitoso y placentero con los empleados de Blockbuster. Cuando un empleado llega a su trabajo, esperamos que comparta un enfoque de vida optimista y emane un alto nivel de energía porque disfruta de su trabajo. Los clientes que la persona conozca deben sentir el entusiasmo y la energía, ellos deben ver y escuchar una sonrisa. Hay que demostrar que la persona se siente segura de sí misma, muy motivado y amigable.

4. Honestidad y responsabilidad

Se espera que un empleado sea honesto y responsable en todo momento. A ellos se les confían altas normas y la buena

imagen de la compañía, una obligación que esperamos la tomen con la seriedad del caso.

Parte de esta responsabilidad es nunca venir a trabajar bajo la influencia de drogas ni del alcohol, no fumar en la tienda, no comentar el sueldo con otro empleado, etc.

5. Dedicación

Esperamos que los empleados tengan mucha dedicación en aprender cosas nuevas, en prestar atención a los detalles y en trabajar con el equipo de Blockbuster.

A continuación detallo brevemente lo que incluye cada uno de los 5 cursos dentro de la tienda

Representante de Servicio a Cliente

1. Todo acerca de Blockbuster
2. Servicio al Cliente
3. Distribución y Orientación de la Tienda
4. Miembros
5. Registros de Devoluciones y Registro de Alquileres
6. Funciones Especiales del Sistema de Computo
7. Ventas Sugeridas
8. Seguridad y Vigilancia
9. Tareas de Apertura y Cierre de Tienda

Coordinador de Relaciones con el Cliente

1. Más acerca del Servicio al Cliente
2. Entender lo que es el Mantenimiento de Cuentas
3. Recuperar los Items de alquiler

4. Recuperar los Saldos Pendientes
5. Manejo de los Cheques
6. Retener a los Clientes
7. Relaciones con la Comunidad

Administrador Asistente

1. Sistema de Computación
2. Créditos, Reembolsos y Funciones Especiales
3. Administración de Cajas
4. Horarios y Asistencia
5. Administración de los Productos
6. Cerrar la Tienda
7. Abrir la Tienda

Administrador Asistente Principal

1. Papeleo de Empleado Nuevo
2. Tareas Administrativas
3. Comercialización
4. Normas para la Apariencia de la Tienda
5. Mas Administración de los Productos
6. Administración del Rendimiento
7. Prevención del Acoso Sexual
8. Administración del Tiempo

Administrador de la tienda

1. Contratación
2. Políticas y Procedimientos para la Contratación
3. Mas Administración de Rendimiento
4. Resultados Financieros

5. Aún más Administración de los Productos
6. Planeamiento y preparación de Horarios de Trabajo
7. Manejar Emergencias
8. Administrar el Entrenamiento

5.2 DIRECCIÓN Y MOTIVACIÓN MEDIANTE LA COMPENSACIÓN

Se tendrá como meta tanto el estímulo individual como el estímulo de grupo, para todo lo que son incentivos. En lo que se refiere al estímulo de grupo se realizará a través de un “plan de bonos”, que medirá el porcentaje de cumplimiento con respecto a la meta trazada para ese período y el porcentaje de aumento de sueldo que recibirán como compensación. En cuanto al estímulo individual será mediante calificación del mismo personal de la tienda, con lo cual se podrá lograr recompensar el esfuerzo individual tanto como el grupal.

5.2.1 EVALUACIÓN GRUPAL

Esta evaluación se basa en alcanzar algún nivel del nivel de calificación para la tienda. Las ventas de cada tienda se medirán por las ventas históricas de la misma y si fuese una tienda nueva, se le pondrá un equivalente a la venta de una tienda del mismo tamaño.

Se ha puesto un sistema escalonado para las ventas que puede hacer lograr que una persona que trabaje en tiendas llegue a alcanzar hasta un 75% adicional de su sueldo. Todo esto tendrá como base el alquiler de videos y tan solo videos, ya que es ahí por donde se puede observar mejor el trato al cliente que es parte de lo que se pretende evaluar.

A continuación podemos observar en la tabla, los porcentajes que tienen que alcanzar en las metas de alquiler de videos y los porcentajes de aumento de sueldo.

Evaluación para el plan de Bonos		
Ventas		Adicional al
Desde	Hasta	Sueldo
90% de cuota	95% de cuota	2%
95% de cuota + 1	100% de cuota	4%
100% de cuota + 1	105% de cuota	7%
105% de cuota + 1	110% de cuota	10%
110% de cuota + 1	115% de cuota	14%
115% de cuota + 1	120% de cuota	18%
120% de cuota + 1	125% de cuota	23%

5.2.2 EVALUACIÓN PERSONAL

Este plan lo que logrará es estimular a los integrantes de la tienda y que son "part time" para que se esfuercen mas por su tienda. Consta de una evaluación por parte del personal de la tienda y recibirá como beneficio un 25% de aumento en su salario por ese mes y un reconocimiento vía publicación de su foto en el periódico mural de la tienda y un PIN especial que hará visible que ha recibido un premio especial por parte de la compañía.

Metodología de calificación:

- Cada empleado emitirá un voto secreto a fin de mes en cada tienda durante la reunión mensual
- En dicho voto pondrán un puntaje de tres al RSC que piensen que ha sobresalido mas durante el mes, dos al que ocupe el segundo lugar y uno al que creen que ocupa el tercer lugar. Pueden votar por si mismos.

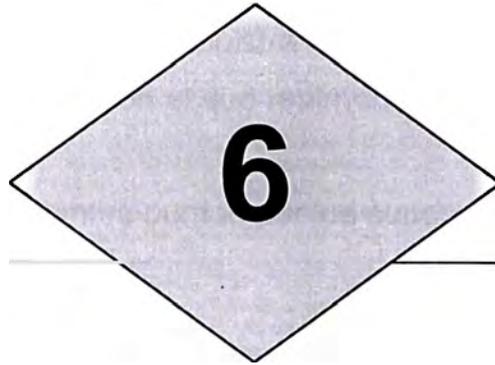
- Son personas aptas aquellas que no hayan recibido ninguna llamada de atención ni hayan cometido alguna falta grave durante el mes.
- La persona debe estar en la tienda por lo menos 12 horas semanales
- El conteo se realizara en la reunión del mes de la tienda y a la persona elegida se le tomara una foto y se la pondrá en el periódico interno de la tienda, además de recibir el 25% adicional de su sueldo.
- Si la persona resulta siendo elegida por tres cuatro meses consecutivos el premio será de 50% de su sueldo
- El personal supervisor del local votara dos veces y será el que determine que personas son hábiles para la evaluación del mes.

5.3 DIRECCIÓN Y MOTIVACIÓN MEDIANTE LA SUPERVISIÓN

Definitivamente la supervisión es uno de los factores de constante preocupación en Blockbuster y se da a todos los niveles, desde la gerencia hasta el último de los RSC's que haya ingresado. Básicamente esta supervisión está orientada a dos puntos clave, validar que lo que se este haciendo este bien para sino corregirlo y enseñarle como hacer las cosas y la otra es la de control, para ver en sí que las cosas se hagan.

Todos los planes y proyectos que se pueden llevar a cabo, tienen una serie de componentes que van a diferentes niveles, por lo que es vital la colaboración de todo el personal en la implementación de alguna campaña o preparación de producto para la venta o alquiler. La implementación de todas las campañas de marketing depende mucho de la coordinación con las tiendas y el que los materiales publicitarios sean puestos en el momento adecuado.

Dentro de lo que es el local en si, el gerente de turno es el encargado de realizar esa supervisión para verificar que todo este andando bien en su local, y es el gerente de operaciones el encargado de visitar las tiendas para verificar que todo este yendo bien en todo los locales.



MARKETING Y VENTAS

6.1 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE VENTAS INDIVIDUAL

Careciendo de la posibilidad de una medición directa del desempeño individual, este se realizará de manera indirecta, vía calificación de los supervisores directos, ya que puede ser que una persona aconseje a un cliente sobre una película y sea otra la que lo atiende en caja, por lo tanto, la información que se registra sobre quien realizó la venta no necesariamente coincide con el que realmente la hizo.

Se calificarán los siguientes puntos por los supervisores directos:

1. Puntualidad en la entrada
2. Presentación personal (vestimenta, zapatos, corte de cabello, olores, etc.)
3. Trato con los clientes
4. Vocación de Servicio (colaboración en general)
5. Compromiso con el puesto (saber la información de los productos, cuando llegan, que hay o como ubicarlos, etc.)

Estos serán los primeros cinco puntos a ser evaluados por el personal inmediatamente superior al interior de la tienda. Cada punto tendrá inicialmente el mismo peso y un valor entre 0 a 20, con lo cual la persona deberá obtener como mínimo un valor de 60. Si la persona obtiene más de tres veces seguidas valores por debajo de los 60 puntos, se le separará de la compañía, mientras que si obtiene por más de tres meses consecutivos valores superiores a los 90 puntos recibirá una bonificación adicional a su sueldo de 10%.

6.2 SERVICIO A CLIENTES

Punto clave en lo que es Blockbuster, tanto así, que es el punto sobre el cual se pone mayor énfasis durante el entrenamiento, tanto en tienda como en la oficina principal.

Dentro de las normas de Blockbuster se han dado las famosas “Reglas de Oro”, que son las que toda persona de la compañía debe saber para poder lograr alcanzar sus objetivos. Estas son :

1. Recuerde que Ud. está aquí para sus clientes.
2. Trate a los clientes como invitados
3. Cumpla con las promesas hechas a sus clientes
4. Trate a sus compañeros como le gustaría que lo traten a Ud.
5. Diviértase

Además de las “Reglas de Oro” que son la estructura base del comportamiento del personal dentro de la organización, existen “6 puntos claves” sobre los cuales se da bastante incidencia, ya que estos permiten reflejar en la tienda el “Servicio a Clientes” que queremos transmitir:

1. Mantener la tienda bien abastecida

Esa es la razón por la que los clientes vienen a la tienda. Tenemos más copias de más películas de las que la gente quiere ver, incluyendo los más nuevos de los recientes estrenos, como así también películas antiguas que la gente nunca se cansa de ver.

La tienda siempre debe estar como si fuera la noche de inauguración. Todos los videos deben regresar rápidamente a las paredes de estrenos. Tratar de que nadie salga desilusionado, si la

película que busca un cliente no está, debe buscarse tratar de complacer al cliente ofreciéndoles un título de tema o género similar, o con los mismos actores o del mismo director.

2. Hacer las transacciones de los clientes rápida y profesionalmente.

Una vez que la persona ya se decidió por algo, lo menos que quisiera hacer es dedicarse a hacer cola, por lo que el empleado debe atender al público en forma rápida y eficiente. Hay que saludar al cliente y esbozar una pequeña sonrisa, deben registrarse las películas rápidamente y realizar el cobro de igual manera. Cuando el cliente se va, debe recordársele la fecha en que tienen que devolver las películas y decirle un hasta luego, vuelva pronto.

3. Saludar y agradecer a sus clientes.

Debe mirársele a los ojos a los clientes y darle un fuerte saludo y muy sincero. Asegúrese de que la persona se sienta bienvenida a su tienda. Si uno se siente cómodo en su trabajo, el decir un hola y un adiós, se transmitirá a los clientes.

4. Resolver inmediatamente los problemas de los clientes

Siempre se debe escuchar al cliente. Se le debe prestar atención y tratar de entender el problema desde su origen. De esa forma se podrá buscar la manera exitosa de poder resolverlo. No se quiere probar al cliente que nosotros tenemos la razón y que ellos estaban equivocados, ya que eso no logrará nada, excepto la pérdida del cliente.

Cuando hay un problema ayude a resolverlo de manera que el cliente sienta satisfacción en la solución. Si necesita ayuda búsquela en el

superior inmediato. Siempre se debe dar el beneficio de la duda al cliente. No cuestione la integridad del cliente, solo trate de resolver el problema. Haga que el cliente se sienta cómodo llevándolo a un lado, ya que nadie quiere ventilar en público sus problemas. Siempre busque quien puede resolver el problema del cliente.

5. Ponerse en el lugar de los clientes.

Hay que tratar de ponerse siempre en el caso de ser uno el cliente. Tratarlos de la forma en que les gustaría que los traten. Tomarse unos cuantos segundos más para hacer que el cliente se sienta único. Hay que recordar que nosotros estamos por los clientes.

6. Mantener una buena actitud y una sonrisa.

Esto es lo más fácil como lo más difícil. Muchas veces las personas tienen una serie de problemas personales que no pueden ser resueltos y los tiene uno en la cabeza. Para este trabajo, es necesario que uno los aparte temporalmente y haga un esfuerzo y le sonría al cliente. Al cliente no le interesa si uno tiene problema o no, ellos también tienen los suyos y lo que esperan de uno en la tienda es el mejor de los servicios y que le sonrían.

6.3 ASIGNACIÓN DE TIEMPO Y TERRITORIO

La asignación por territorio en este caso viene a estar dada por la ubicación de la tienda. Cada tienda tiene una zona de influencia de alrededor de 15 cuadras a la redonda, pudiendo esta aumentar o disminuir en algunas zonas por la geografía misma de la zona.

Todas las campañas de publicidad van orientadas a atraer gente a las tiendas, pero no se hace un esfuerzo por alguna en particular, ya que es realmente el cliente el que selecciona a cual ir, sea por cercanía a su hogar o por cercanía con su centro de labores.

En cuanto a cumplir con las razones para el establecimiento de un territorio, estas se utilizan mas bien para la localización de una futura tienda, ya que es la forma en que se cubre un territorio.

En lo que se refiere a tiempos, la asignación del mismo es dentro de la semana, y lo que se busca es que estén la mayor cantidad de RSC's a las horas picos de los días pico. Solo los gerentes y asistentes son empleados a tiempo completo, los demás son a tiempo parcial, por lo que se da la asignación de horas en base a la cantidad de días y de horas con que cuenta cada tienda. Cada tienda tiene una cantidad de horas que varia dependiendo de su volumen de ventas (videos alquilados). A continuación veremos los reportes utilizados para la distribución de horas durante la semana.

Reporte de Distribución de visitas por hora para el (DIA DE LA SEMANA)		
Desde	Hasta	Cantidad
08:00	09:00	0
09:00	10:00	0
10:00	11:00	4
11:00	12:00	5
12:00	13:00	7
13:00	14:00	10
14:00	15:00	10
15:00	16:00	6
16:00	17:00	4
17:00	18:00	8
18:00	19:00	12
19:00	20:00	18
20:00	21:00	22
21:00	22:00	18
22:00	23:00	14
23:00	00:00	6

Reporte de distribución de alquileres durante la semana						
Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab	Dom
11%	8%	8%	12%	20%	24%	17%

Tabla de Asignación	
Videos Alquilados Durante la semana	Horas de RSC
5.900	280
5.750	275
5.600	270
5.450	265
5.300	260
5.150	255
5.000	250
4.850	245
4.700	240
4.550	235
4.400	230
4.250	225
4.100	220
3.950	215
3.800	210
3.650	205
3.500	200
3.350	195
3.200	190
3.050	185
2.900	180
2.750	175
2.600	170
2.450	165
2.300	160
2.150	155
2.000	150
1.850	145
1.700	140
1.550	135
1.400	130
1.250	125

Utilizando estas tres tablas es que se realiza la asignación de horas del personal.

6.4 DESPLIEGUE DEL PERSONAL POR CUOTAS

Mediremos las cuotas de las personas dentro de la tienda por la efectividad con que cumplan las tareas asignadas dentro de su horario en particular. En todo momento toda persona está habilitada para poder atender a un cliente y poder ayudarla para adquirir un producto, por lo que la cuota además del cumplimiento de las normas orientadas a la satisfacción del cliente, se medirán en base al cumplimiento de sus obligaciones dentro de la tienda, como son:

- Abastecimiento de producto en los puntos de venta.
- Retorno de los videos a los estantes
- Preparación de nuevos videos para alquiler
- Si está en piso (alquileres sugeridos a clientes)
- Si está en caja (ventas sugeridas de productos complementarios)
- Alcanzar la cuota de alquiler de videos diaria.
- Cumplir con la Cuota de Telemarketing

Utilizando los reportes anteriormente presentados y con el dato de que el video promedio de alquiler es de 10.5, podemos calcular cuantos videos se deben alquilar por semana, y dentro de la semana, utilizando el reporte de distribución de alquileres durante la semana, podemos lograr obtener una cantidad aproximada de los videos que deberíamos alquilar diariamente, y si queremos profundizar, utilizando el reporte de distribución de visitas por hora, podemos realizar una aproximación de los videos que debemos alquilar diariamente.

En lo que respecta a Venta Sugerida, el personal que está en caja debe lograr que la persona que se acerque a cancelar se lleve algún producto complementario a los videos, como puede ser gaseosa, pop corn, chocolates, etc.

En lo que respecta a Alquileres Sugeridos, el personal debe lograr que el cliente se lleve por lo menos dos videos y debe estar ahí para apoyarlo en cuanto a las consultas del caso y ver qué tipo o género de películas son las que le gustan al cliente.

Con respecto a la cuota de Telemarketing, ésta se designará en base a la promoción que este vigente, teniendo que llegar a cumplir que la persona consiga que un determinado número de clientes llamados efectivice la promoción, o en su defecto pague las moras atrasadas.

6.5 INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN

Básicamente la compañía es una compañía que presta servicios, por lo que no cuenta con planta de producción pero podemos decir que las instalaciones con las que contamos son aquellas que utilizamos para la producción del negocio que es justamente la prestación de estos servicios. Nuestros locales fueron con la idea de que el cliente pudiera sentirse en ellos como un autoservicio del entretenimiento. Estos cuentan con instalaciones sanitarias para el personal, una oficina y en algunos locales un pequeño almacén. Las instalaciones fueron construidas para poder estar ocho horas sin corriente eléctrica y esta se suministra por UPS-s. Los locales son amplios y alfombrados, contando con aire acondicionado en sus instalaciones y de amplia iluminación para la comodidad de los clientes. En cuanto a la distribución del local, todas las tiendas cuentan con dos secciones bien marcadas, que son la pared de estrenos en la cual se encuentran los videos de menos de un año de antigüedad y los de biblioteca que son aquellos éxitos que merecen la pena ser guardados y que son de más de un año de antigüedad. También se ha buscado crear lo que se conoce como efecto Hollywood en la tienda, con espejos en los techos, luces intermitentes, marquesinas que presentan los últimos estrenos y los que están por llegar.

El área de venta en las tiendas se encuentra en torres que exhiben el producto y al final de los mismos muebles que tiene los videos para alquiler. Todo lo que es confitería se encuentra a alcance del cliente el área de mostrador.

6.6 RECURSOS FINANCIEROS

Esta es una área de la cual se ha podido obtener poca información ya que se considera muy reservado. Lo que podemos decir es que la empresa es una sociedad anónima conformada actualmente por un grupo económico judío - peruanos. Este grupo básicamente ha aportado todo el capital con que trabaja la empresa ya que si en sus inicios la empresa estaba conformado por el grupo económico judío, no solo eran accionistas peruanos sino también colombianos y americanos, pero actualmente las acciones fueron compradas a estos y ahora es netamente peruano, además de eso podemos decir que este grupo compra la deuda a los bancos haciendo un aporte de capital mayor y poder refinanciar la empresa que se encontraba en mala situación.

6.7 PRONOSTICO DE VENTA

Basado en experiencia de años anteriores se ve la tendencia mensual o ciclicidad de todo el año, de ahí se le aumenta o disminuye en base a los objetivos de venta, de ahí hacemos la sumatoria para todas las tiendas actuales, e incorporamos las aperturas que se esperan durante el presente año. A continuación presentaremos los pronósticos de venta mensuales para una tienda chica y una grande. Después veremos como se puede utilizar la misma información de venta que la tenemos disponible del año pasado para proyectar la de un mes y luego veremos como podemos utilizar esa proyección y la distribución de las ventas en la semana para proyectar las ventas de cada día.

Pronostico para una tienda chica

Tiendas Chicas		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	%	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems
Ingresos totales		51.240	50.148	57.204	39.480	34.440	42.000	39.480	44.436	42.000	36.624	33.600	60.480
Ingreso x Renta	0,70	35.868	35.104	40.043	27.636	24.108	29.400	27.636	31.105	29.400	25.637	23.520	42.336
Ingreso x Venta	0,30	15.372	15.044	17.161	11.844	10.332	12.600	11.844	13.331	12.600	10.987	10.080	18.144
Renta													
Videos	0,90	32.281	31.593	36.039	24.872	21.697	26.460	24.872	27.995	26.460	23.073	21.168	38.102
Juegos	0,10	3.587	3.510	4.004	2.764	2.411	2.940	2.764	3.111	2.940	2.564	2.352	4.234
Venta													
Música	0,25	3.843	3.761	4.290	2.961	2.583	3.150	2.961	3.333	3.150	2.747	2.520	4.536
Videos	0,16	2.460	2.407	2.746	1.895	1.653	2.016	1.895	2.133	2.016	1.758	1.613	2.903
Confitería	0,20	3.074	3.009	3.432	2.369	2.066	2.520	2.369	2.666	2.520	2.197	2.016	3.629
Internet	0,22	3.382	3.310	3.775	2.606	2.273	2.772	2.606	2.933	2.772	2.417	2.218	3.992
Revistas	0,05	769	752	858	592	517	630	592	667	630	549	504	907
Accesorios	0,02	307	301	343	237	207	252	237	267	252	220	202	363
Otros	0,10	1.537	1.504	1.716	1.184	1.033	1.260	1.184	1.333	1.260	1.099	1.008	1.814

Pronostico para una tienda Grande

		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	%	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems
Ingresos totales		85.400	83.580	95.340	65.800	57.400	70.000	65.800	74.060	70.000	61.040	56.000	100.800
Ingreso x Renta	0,70	59.780	58.506	66.738	46.060	40.180	49.000	46.060	51.842	49.000	42.728	39.200	70.560
Ingreso x Venta	0,30	25.620	25.074	28.602	19.740	17.220	21.000	19.740	22.218	21.000	18.312	16.800	30.240
Renta													
Videos	0,90	53.802	52.655	60.064	41.454	36.162	44.100	41.454	46.658	44.100	38.455	35.280	63.504
Juegos	0,10	5.978	5.851	6.674	4.606	4.018	4.900	4.606	5.184	4.900	4.273	3.920	7.056
Venta													
Música	0,25	6.405	6.269	7.151	4.935	4.305	5.250	4.935	5.555	5.250	4.578	4.200	7.560
Videos	0,16	4.099	4.012	4.576	3.158	2.755	3.360	3.158	3.555	3.360	2.930	2.688	4.838
Confitería	0,20	5.124	5.015	5.720	3.948	3.444	4.200	3.948	4.444	4.200	3.662	3.360	6.048
Internet	0,22	5.636	5.516	6.292	4.343	3.788	4.620	4.343	4.888	4.620	4.029	3.696	6.653
Revistas	0,05	1.281	1.254	1.430	987	861	1.050	987	1.111	1.050	916	840	1.512
Accesorios	0,02	512	501	572	395	344	420	395	444	420	366	336	605
Otros	0,10	2.562	2.507	2.860	1.974	1.722	2.100	1.974	2.222	2.100	1.831	1.680	3.024

A continuación veremos el pronostico para una venta semanal, utilizando como base la información o distribución histórica para ese mes en el año pasado y tomando en cuenta en donde caen los feriados.

Venta x Semana		Enero	Enero	Enero	Enero
Tienda Grande	%	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Ingresos totales		22.400	21.000	21.000	21.000
Ingreso x Renta	0,70	15.680	14.700	14.700	14.700
Ingreso x Venta	0,30	6.720	6.300	6.300	6.300
Renta					
Videos	0,90	14.112	13.230	13.230	13.230
Juegos	0,10	1.568	1.470	1.470	1.470
Venta					
Música	0,25	1.680	1.575	1.575	1.575
Videos	0,16	1.075	1.008	1.008	1.008
Confitería	0,20	1.344	1.260	1.260	1.260
Internet	0,22	1.478	1.386	1.386	1.386
Revistas	0,05	336	315	315	315
Accesorios	0,02	134	126	126	126
Otros	0,10	672	630	630	630
Actividades					
			Vacs de Vera		
			Feriado		

Y por ultimo utilizando la información actual de cómo se están distribuyendo las ventas dentro de la semana podremos pronosticar hasta las ventas diarias, esto sí, no tan aproximado como lo anterior.

Reporte de distribución de alquileres durante la semana						
Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab	Dom
11%	8%	8%	12%	20%	24%	17%

Entonces utilizando este reporte procedemos al pronostico.

Venta Semanal	22.400	Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab	Dom
Porcentaje diario	%	0,11	0,08	0,08	0,12	0,20	0,24	0,17
Ingresos totales		2.464	1.792	1.792	2.688	4.480	5.376	3.808
Ingreso x Renta	0,70	1.725	1.254	1.254	1.882	3.136	3.763	2.666
Ingreso x Venta	0,30	739	538	538	806	1.344	1.613	1.142
Renta								
Videos	0,90	2.218	1.613	1.613	2.419	4.032	4.838	3.427
Juegos	0,10	246	179	179	269	448	538	381
Venta								
Música	0,25	616	448	448	672	1.120	1.344	952
Videos	0,16	394	287	287	430	717	860	609
Confitería	0,20	493	358	358	538	896	1.075	762
Internet	0,22	542	394	394	591	986	1.183	838
Revistas	0,05	123	90	90	134	224	269	190
Accesorios	0,02	49	36	36	54	90	108	76
Otros	0,10	246	179	179	269	448	538	381
Actividades								
		Vacaciones de Verano						
		Feriado						

6.8 PRESUPUESTO DEL ESFUERZO DE VENTA

En este caso, los esfuerzos estarán orientados a la mejor utilización de los porcentajes de destino para cada ítem. El esfuerzo de ventas lo dividiremos en lo que es la etapa de compra, la etapa de comunicación y la etapa de ejecución. Cada una de estas tres etapas recaerá en un área respectiva.

Etapa de Compra

El proceso de compra de los videos se planea con un mes de anticipación, que es cuando el proveedor manda la lista de títulos que espera sacar para el siguiente mes, aunque a veces el proceso es más corto por problemas de suministro de información por parte del proveedor.

Básicamente existe un porcentaje de las ventas que se destina a lo que viene a ser la compra del siguiente mes y este monto es el monto neto de todos los ingresos exclusivamente por el concepto de alquiler de videos. Igualmente lo que son juegos, sigue el mismo patrón.

Una vez que el proveedor envía los títulos, se procede a hacer una análisis de todo lo referente a cada título, como qué actores trabajan, quién dirige la película, cuánto fue su recaudación en cines, etc. Se pide la información a los gerentes de tiendas de sugerencia de compra con todos estos datos y anexando algunos otros para la recomendación respectiva. Con toda esta información la jefe de producto procede a realizar la primera compra de películas, las cuales son el lanzamiento inicial de películas para ver la demanda real de la misma, y a la semana se procede a la recompra de los títulos que sí cumplieron con las expectativas.

Etapa de Comunicación

La etapa de comunicación dependerá básicamente del área de mercadeo, que se encargará de preparar un boletín mensual que será enviado a la casa de los clientes para la información de cuáles son los títulos nuevos que nos han llegado. Este mismo boletín se utilizará para la comunicación de las promociones vigentes para ese mes. Todo esto también será un porcentaje constante de las ventas del mes.

Con respecto a lo que se refiere a comunicación de promociones, es decir, afiches, mensajes radiales, publicidad en revistas, etc. será un valor fijo, es decir, en temporada baja, el porcentaje será mayor y en temporada alta el porcentaje será menor.

Etapa de Ejecución

Esta etapa dependerá básicamente del área de operaciones, quien será la encargada de hacer efectivas las promociones con el personal en las tiendas, de la colocación de los avisos, de los incentivos internos por campañas, de los premios para el Rsc del mes, etc. Como los dos anteriores también será un porcentaje de las ventas.

A continuación damos un presupuesto de los gastos en que se incurrirá en cada caso, con los porcentajes estimados para cada una de las tres etapas.

Total Compañía		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
	%	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems
Ingresos totales		546.560	534.912	610.176	460.600	401.800	490.000	500.080	562.856	532.000	463.904	459.200	826.560
Gastos de Compras	0.150	57.389	56.166	64.068	48.363	42.189	51.450	52.508	59.100	55.860	48.710	48.216	86.789
Gastos de Com. (10,000+)	0.020	20.931	20.698	22.204	19.212	18.036	19.800	20.002	21.257	20.640	19.278	19.184	26.531
Gastos de Ejecución	0.005	2.733	2.675	3.051	2.303	2.009	2.450	2.500	2.814	2.660	2.320	2.296	4.133

6.9 CONTROL MEDIANTE ANÁLISIS DE COSTOS DE MARKETING

Toda campaña que realice el departamento de Mercadeo se hará previa coordinación con el departamento de Operaciones y Producto, ya que ellos tres serán responsables de las ventas. Los gastos a imputarse al departamento de Mercadotecnia serán todos los referentes a publicidad y promociones, ya que los costos constantes que se den por la limpieza de los avisos luminosos de las tiendas, el pintado de las paredes de los mismos, la limpieza del local, el arreglo de jardines, etc. son considerados como gastos fijos con una periodicidad de tiempo dada y que son parte del convenio del franquiciado en cuanto a mantenimiento de la apariencia y buen nombre de la Marca.

Toda campaña de Mercadeo se medirá en cuanto a efectividad por la variación de los parámetros normados de control de tienda que son el de frecuencia de visita de los clientes, el volumen promedio de transacción y el número promedio de videos que alquila el cliente. El número promedio de tapes que alquila un cliente es bastante importante, porque es el corazón del negocio, y siendo que un cliente alquile un video que se haya terminado de pagar, todo lo que ingrese a continuación es ganancia neta, mientras que en el resto de productos todavía hay que deducir los costos del producto en sí.

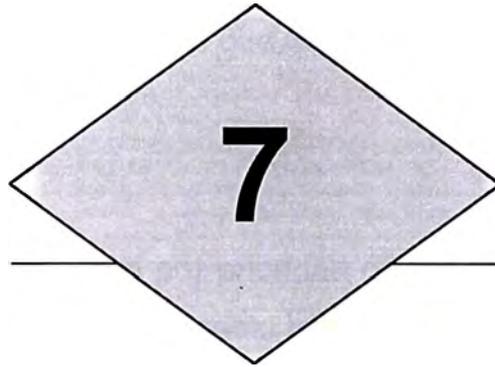
Son la frecuencia de visita de los clientes y el monto promedio el que dan a conocer realmente cual ha sido el incremento en el ingreso, por lo que son estos dos montos los que se utilizan para el calculo de lo que realmente ha ingresado en exceso y que justifique los gastos de la campaña de mercadeo. Un ejemplo a continuación

	Campaña para aumento de frecuencia utilizando cupones					
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Prom 4
Frecuencia	1,90	2,50	2,40	2,70	2,30	2,48
Videos Prom.	2,50	2,40	2,30	2,40	2,50	2,40
Monto Prom.	15	18	17	19	16	17,5
Clientes Act.	3.500	4.000	4.300	4.100	4.500	4.225
Frecuencia Anterior		1,90				
Frecuencia Nueva		2,50		Incremento	,6x2,5x725x4	4.350
Aumento de Frecuencia		0,60				
Monto Promedio Anterior		15,00		Costo en cupones		2.500
Monto Promedio Nuevo		17,50				
Aumento de Monto		2,50		Resultado	4350-2500	1.850
Clientes Activos Anterior		3.500				
Clientes Activos Nuevos		4.225				
Aumento de Clientes		725				

Promociones Actuales

Promoción cruzada con Domino's Pizza, en la cual en Blockbuster regalan un cupón por el alquiler una película par recibir gratis una pizza americana , una Coca-Cola de 1.5 lt y una porción de palitos al ajo, mientras que en Domino's por la compra de una pizza le entregan a uno un cupón para alquilar un segundo video gratis.

También tienen una promoción en que dan 3 videos por cinco días por cinco soles cada uno.



PRODUCTO Y MERCADO

7.1 NIVELES DE PRODUCTO

Beneficio Básico

El beneficio básico que se brinda en Blockbuster es el entretenimiento, y es allí donde estamos enfocados, en ser la alternativa de entretenimiento que la gente prefiera.

Producto Genérico

El producto genérico que por prioridad ofrece Blockbuster es el video para alquiler, sin que esto le reste importancia a lo que son los videos juegos para alquiler y los CD's de música a la venta.

Producto Esperado

Los clientes cuando van a alquilar un video, video juego, o comprar un CD, lo que esperan básicamente es un buen servicio, que la atención sea rápida, que exista una persona que los pueda aconsejar sobre la película que están buscando o sobre alguna película de género parecido, si es que no encontraron la película buscada.

Producto Aumentado

Realmente en esta parte se ha trabajado bastante, ya que se ofrece al público una serie de adicionales que en otros lugares no lo encontrará, como son el hecho de encontrar siempre alguna promoción que le dé algún valor adicional a su dinero, ser los primeros y los únicos en ofrecerle la mayor variedad en videos, ser los que más copias ofrecen de cualquier título, ser tratados con amabilidad y disfrutar de su estancia con nosotros en un ambiente agradable y con aire acondicionado, disponer de amplio

estacionamiento, el mejor horario de Lima, ser los únicos en ofrecerle un buzón de devolución rápida,

Producto Potencial

Recoger el video de la casa del cliente, cuando éste haya alquilado tres o más videos, mandar catálogos con todos los videos a los clientes más constantes, mandar un obsequio en el día del cumpleaños del cliente

7.2 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Dentro de lo que es el mercado de video, básicamente los productos complementarios al entretenimiento generado por este son los de confitería y los de bebidas, y en general todos aquellos productos que pudieran provocar una mayor comodidad al ver el producto en la comodidad del hogar.

Dentro de estos productos básicamente podríamos decir que contamos con el hecho de tener una variedad muy selecta de productos para nuestro público consumidor y aquellos productos que el convenio corporativo nos permite tener.

Empecemos por lo que es confitería, lo cual se describe en los siguientes productos, que son los chocolates, básicamente de dos marcas, Nestle y Hershey's, y solo cierto tipo de estos que son los orientados a los segmentos objetivos, luego tenemos lo que son los snacks, entre los cuales están las papas fritas y otros, después tenemos lo que es el pop corn en una variedad de sabores y básicamente para microondas, nuevamente por el segmento destino. Y por ultimo algunos otros que escapan a esa categoría como son los pirulines y las gomas. En lo respecta a refrescos tenemos las siguientes gaseosas Coca Cola, Fanta y Sprite, sólo se puede ofrecer estas, por convenio corporativo.

Como productos complementarios a lo que viene a ser entretenimiento tenemos las revistas, los productos de películas para cámaras fotográficas, revelados y los productos de música (CD's y Cassettes). Otros productos como son los cigarrillos no se venden en los locales por política corporativa, ya que es un lugar de entretenimiento familiar.

7.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Dependiendo del espectro que se quiera considerar para la definición del producto o servicio que ofrecemos podremos reducirlos a unos cuantos o ampliarlo bastante. Nuestro producto por definición de misión está considerado como la opción de entretenimiento en general, por lo cual podríamos decir que nuestros competidores son todos aquellos que proporcionen alguna opción de entretenimiento, como podrían ser las discotecas, parques de diversiones, los centros comerciales, restaurantes, cines, etc.

Pero viendo que este espectro es muy grande, queremos sintetizar un poco definiendo o asumiendo que nos referimos a opciones de entretenimiento en la comodidad del hogar, por lo cual podemos decir que nuestros competidores directos son el cable, la televisión, música y los libros.

7.4 MARKETING MIX

Dentro de lo que el público podría observar que es el video rent más caro del mercado. A continuación se detallan las escalas de precios.

Alquiler Videos

- | | | | |
|-------------------|------------|--------|-------------------|
| ▪ Estrenos Rojos | (2 días) | S/. 12 | Día extra S/. 7 |
| ▪ Estrenos Azules | (3 días) | S/. 12 | Día extra S/. 7 |
| ▪ Biblioteca | (3 días) | S/. 8 | Día extra S/. 4.5 |

Alquiler Juegos

- | | | | |
|------------------------|------------|--------|-------------------|
| ▪ Nintendo 64 estrenos | (2 días) | S/. 12 | Día extra S/. 8 |
| ▪ Nintendo 64 | (3 días) | S/. 14 | Día extra S/. 8 |
| ▪ Supernintendo | (3 días) | S/. 7 | Día extra S/. 3.5 |

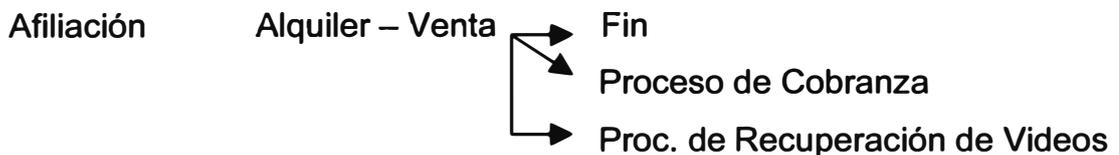
En el caso de la tienda de San Miguel los precios cuenta con una diferencia de dos soles y 50 centavos. Los precios de confitería y demás productos si se encuentran al nivel del mercado.

7.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

El proceso de comercialización vamos a dividirlo en varias etapas para una mejor comprensión del mismo. Vamos a enfocarlo desde el punto de vista de un cliente nuevo que viene a Blockbuster y todo lo que ocurre con el mismo desde su proceso de inscripción, entonces los procesos que pueden ocurrir dentro de la tienda son los siguientes:

- 1) Afiliación
- 2) Alquiler – Venta
- 3) Proceso de Cobranza
- 4) Proceso de Recuperación de Videos

Y la secuencia que siguen son las siguientes:



Proceso de Afiliación

Básicamente los clientes preguntan cómo puede hacerse para poder alquilar, aunque algunas veces asumen de frente que pueden alquilar sin necesidad de ser socios de una tienda. En este momento empieza la labor del RSC explicándoles los requisitos para la afiliación. Estos requisitos son básicamente traer un documento de identidad para sacarle fotocopia y un recibo de telefonía básica, para poder validar el dato del número telefónico y la dirección puesta en la ficha de afiliación. Una vez completado el proceso de llenado de la ficha y fotocopias respectivas, se procede a ingresar la información en el sistema, siendo verificado previamente el número telefónico, ya que es el único nexo con los clientes.

Se emite un carnet para los afiliados y los dependientes que ellos pongan en la ficha y poco después se le debe explicar la mecánica de la tienda, es decir, como se distribuye la tienda, lo que es pared de estrenos (películas que han salido al mercado de Video hace menos de un año), lo que es biblioteca (películas seleccionados con más de un año), la zona de producto de venta, lo que es cover rojo (devolución para el día siguiente), lo que es cover azul (películas para devolverlas después de dos días), ventajas de la preventa. Se le explica también como se encuentran las películas ordenadas alfabéticamente de izquierda a derecha, etc.

Proceso de Alquiler - Venta

La tienda funciona básicamente como una tienda de autoservicio, así que los clientes generalmente escogen las películas, pero cuando se necesita orientación se debe acercar un RSC para poder satisfacer estas necesidades de información.

Sea que haya recibido asistencia o lo haya hecho por su cuenta, el cliente se acerca a caja para proceder a la cancelación de sus alquileres. En ese momento se le pide el carnet de afiliado o se le ubica por medio de sus apellidos y nombre. Una vez que el cliente está en pantalla se procede a la actualización de datos, se confirma si su teléfono y dirección siguen siendo los mismos, lo cual permite seguir en contacto con el mismo. Luego de eso se procede a chequear las películas para ver si están rebobinadas y si son los títulos que están puestos en la parte exterior de la caja. En ese momento se chequea el tipo de películas que lleva el cliente para hacerle recordar si desea tomar ventaja de alguna oferta que tengamos en el momento. Si tiene moras, en ese momento se le dice que tiene moras y si el cliente pregunta por qué se analiza la historia

para explicarle la causa de sus moras. Se procede entonces a ingresar el dinero y se le agradece por su compra, recordándole cuando debe devolver las películas por cada uno de los covers.

Proceso de recuperación de videos

Ocurre muchas veces que el Video no es devuelto a tiempo por los clientes, lo cual es perjudicial para la compañía, porque se deja de recibir los ingresos de un posible alquiler, por lo que se deja pasar un día o dos y después se le llama al cliente para hacerle recordar. No se llama inmediatamente al día después porque por estadísticas la gente cree que es un control cuando se hace así, por lo que ahora se deja pasar un día o dos. Todos los días se llaman a los clientes que tienen más de dos días de antigüedad los videos para hacerle recordar que tiene que devolverlos.

Proceso de cobranza de moras

Generalmente se deja pasar un monto, pero por encima de los 25 soles se comienza a hacer un trabajo de llamadas para hacerle recordar al cliente que se acerque a pagar, y de ahí se sigue un circuito de carta para que pague su deuda. Lo cual generalmente logra hacer que el cliente venga a pagar.

7.6 UBICACIÓN Y DIMENSION DEL MERCADO

Hablaremos de que el mercado de Blockbuster son justamente por su concepto de negocio de vecindario los distritos colindantes a sus tiendas, por lo cual podemos definir que el mercado actual se define en Lima y más específicamente de la siguiente manera por tienda:

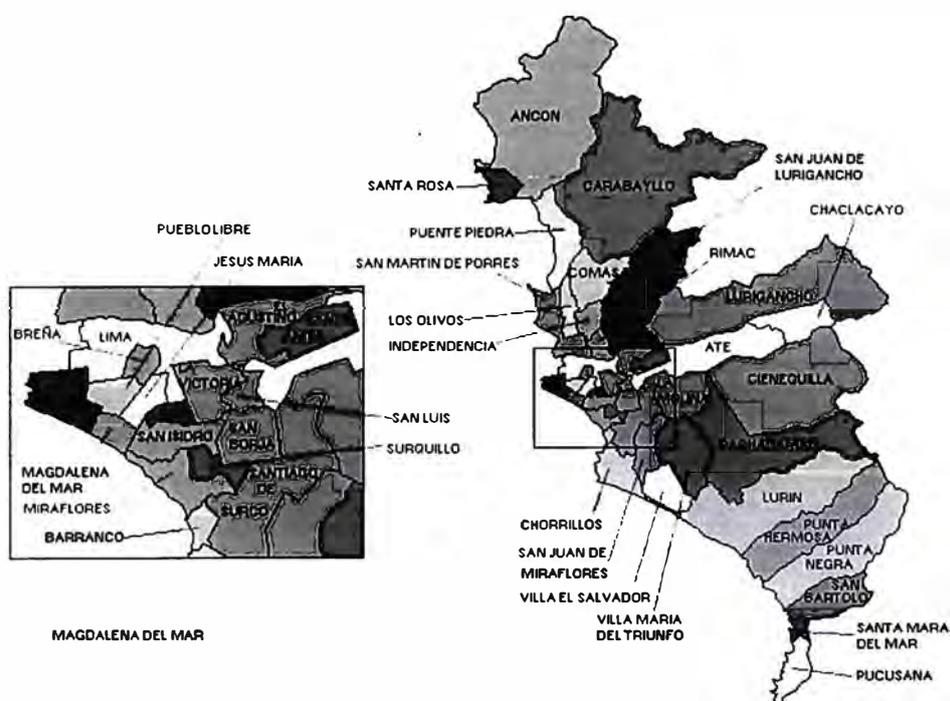
Local	Distritos que abarca
Chacarilla	Distritos de Surco, Surquillo, San Borja
San Miguel	Distritos de San Miguel, Magdalena, Pueblo Libre
Cavenecia	Distritos de San Isidro, Miraflores, Surquillo
Miraflores	Distrito de Miraflores, Barranco, Surco
Las Flores	Distrito de San Isidro, Jesús María, Lince, Magdalena
La Molina	Distrito de La Molina, Surco, Ate Vitarte
San Borja	Distrito de San Borja, San Luis, San Isidro
Benavides	Distrito de Miraflores, Surco, Barranco, Surquillo
Monterrico	Distrito de Surco, San Borja

A continuación se expone la tabla resumen de las dimensiones del mercado destino para las tiendas. Esto no excluye los distritos que no figuran, pero que por ubicación son los distritos que se busca atender.

Distrito	Población	% > de 15 años	% con primaria	PEA	Tasa de Act. Econo.
Surco	211,852	75.84%	94.70%	81,833	53.3%
La Molina	82,569	72.83%	93.10%	32,622	56.5%
San Luis	51,618	74.62%	91.40%	19,886	56.8%
San Borja	105,483	78.04%	95.90%	44,746	65.2%
Ate Vitarte	229,020	69.20%	87.00%	82,274	65.6%
Lince	66,424	79.19%	95.10%	27,385	68.2%
Jesús María	69,188	80.42%	96.00%	28,979	68.6%

Barranco	42,912	76.59%	93.90%	17,184	68.6%
San Isidro	66,494	82.19%	96.00%	30,338	58.2%
Miraflores	91,939	81.45%	96.10%	40,287	57.1%
Pueblo Libre	78,157	78.70%	95.40%	31,155	53.1%
Magdalena	51,675	78.49%	94.60%	20,547	53.1%
San Miguel	123,996	75.68%	94.50%	47,093	52.6%
Surquillo	93,364	75.11%	92.60%	37,212	55.6%

Fuente: Paginas Web del INEI : <http://www.inei.gob.pe> al 10/08/98



Como se puede apreciar la mezcla de estas variables que se muestran donde se encuentra la mayor cantidad de la población con instrucción primaria y económicamente activa, han sido algunos de los factores que determinaron la ubicación de las tiendas. También se tomó en el estudio la información de penetración de equipos VCR (Video Cassette Recorder) para la localización, además de los aspectos comerciales de tener algún punto que sea ancla, que en el caso peruano se manifiesta ampliamente por los locales de Wong y Santa Isabel. Definitivamente esta mezcla de variables es la que determina que un local se pusiera donde está.

7.7 SEGMENTOS RELEVANTES

Para la segmentación del mercado se han utilizado varios criterios

Geográfica

Por Distrito	Según la concentración de las familias de niveles socioeconómicos A y B
Por Densidad	Según concentración de familias de niveles socioeconómicos A,B y C

Demográficos

Por Ingresos	Orientados a familia con niveles socioeconómicos A B y C+
--------------	---

Psicográficos

Por Estilo de Vida	Tendencia a la americanización de la sociedad
Por Percepción	Producto original y de alta calidad

De la conducta

Por Beneficios	Por la cantidad de promociones que ofrecemos, novedades, servicios, ambiente y disponibilidad de tiempo
----------------	---

7.8 COMPETENCIA

7.8.1 DIRECTA

West Coast Video

Se especializa en el alquiler y venta de videos. A semejanza de Blockbuster, West Coast Video incluye la venta de Cds, cassettes, video juegos, golosinas, también presta un servicio adicional, como ser concesionario de publicidad de "El Comercio".

Para obtener el servicio de alquiler de videos se requiere inscribirse, proceso similar al de Blockbuster Video, siendo también similar en lo que a horario de atención se refiere y al sistema de alquiler utilizando el código de barras, como mecanismo de automatización.

Cuenta con dos locales principales, los cuales están ubicados en los distritos limeños que tienen una población orientado al nivel socioeconómico alto y medio alto. Sus locales cuentan con pequeñas playas de estacionamientos y siempre su arquitectura es de dos plantas, siendo en la planta de nivel superior en donde se alquilan los videos de tipo pornográfico, mientras que en la planta baja la distribución es similar a la del Blockbuster y básicamente con las mismas categorías.

Alquiler Videos

- | | | | |
|----------------|------------|--------|-----------------|
| ▪ Hot Estrenos | (2 días) | S/. 10 | Día extra S/. 5 |
| ▪ Estrenos | (3 días) | S/. 10 | Día extra S/. 5 |
| ▪ Catalogo | (3 días) | S/. 5 | Día extra S/. 3 |

▪ Niños Hot Estrenos	(2 días)	S/. 9	extra S/. 4
▪ Niños Estrenos	(3 días)	S/. 8	extra S/. 4
▪ Niños Catalogo	(3 días)	S/. 6	extra S/. 2
▪ Adultos	(3 días)	S/. 10	extra S/. 5

Alquiler Juegos

▪ Nintendo 64	(3 días)	S/. 14	Día extra S/. 7
▪ Playstation	(3 días)	S/. 10	Día extra S/. 5
▪ Supernintendo	(3 días)	S/. 7	Día extra S/. 3

Promociones

Promoción de alquiler de 2 videos mas 3 soles y reciben una inca kola de litro medio y un pop corn

También emiten un boletín mensual en el cual aparecen cupones de promoción para renta de videos por mas días y a un precio menor

Drugstore Video

Su negocio consiste en el alquiler y venta de videos. A diferencia de Blockbuster, no vende Cds, ni cassettes. En su local tiene una pequeña sección de confitería y gaseosas. Y un área especial para los videos juegos.

Cuenta con cuatro locales, ubicados en la zona demográfica de Lima identificada como correspondiente a la clase social-económica A y B. Una de sus tiendas, la que se encuentra ubicada

en Cavenecia San Isidro, efectúa una competencia frontal y directa contra Blockbuster, ya que se encuentra en la siguiente cuadra.

Tiene un proceso de inscripción mas ágil que el de Blockbuster, ya que permite la afiliación con ciertos carnets (club Regatas por ejemplo). Otra ventaja es que uno puede dejar el video en cualquiera de las tiendas

Y la sección de películas para adultos, esta sección tiene un área especial en sus tiendas, como un ambiente privado.

Alquiler Videos

- | | | |
|-----------------------|--------|-----------------|
| ▪ Estrenos (2 días) | S/. 10 | Día extra S/. 5 |
| ▪ Catalogo (2 días) | S/. 10 | Día extra S/. 5 |
| ▪ DVD (3 días) | S/. 12 | Día extra S/. 7 |

Alquiler Juegos

- | | | |
|--------------------------|-------|-----------------|
| ▪ Nintendo 64 (3 días) | S/. 7 | Día extra S/. 7 |
|--------------------------|-------|-----------------|

Promociones

El gran paquete familiar que consta de 3 videos + 1 Inca Kola de litro y medio + 1 nintendo 64 + un pop corn a 39.9

El paquete personal que consiste en un estreno + 1 Inca Kola de medio litro + un pop corn por tan solo 12.00 soles

Y el paquete especial de lunes a jueves que consta de 2 videos + 1 pop corn + 1 Inca Kola de medio litro por tan solo 15.50

Wong

Es un pequeño stand dentro de la tienda la cual solo se dedica al alquiler de videos, ya que la tienda en sí ofrece todo lo demás.

Alquiler Videos

- Estrenos (2 días) S/. 8.5 Día extra S/.
- Catalogo (2 días) S/. 7.0 Día extra S/.

Promoción

De martes a jueves promocion de 2 x 1

Metro

En este caso también es un pequeño stand dentro de la tienda la cual solo se dedica al alquiler de videos, ya que la tienda en si ofrece todo lo demás.

Alquiler Videos

- Estrenos (2 días) S/. 8.0 Día extra S/.
- Catalogo (2 días) S/. 6.5 Día extra S/.

Promoción

De martes a jueves promocion de 2 x 1

Santa Isabel

Nuevamente es un pequeño stand dentro de la tienda la cual solo se dedica al alquiler de videos, ya que la tienda en si ofrece todo lo demás.

Alquiler Videos

- Estrenos (2 días) S/. 7.0 Día extra S/.
- Catalogo (2 días) S/. 6.0 Día extra S/.

Promoción

De lunes a jueves dan 2 x 10 soles

De viernes a domingo al alquiler 3 videos 1 sol menos x video

7.8.2 POTENCIAL

Televisión por Cable

Dado que el segmento objetivo de la empresa Blockbuster pertenece principalmente al nivel socioeconómico A, B y C. Y siendo que este público cuenta con los medios económicos para tener con televisión conectado a cable.

Este servicio cuesta actualmente \$ 35.00 por mes en cualquiera de las dos compañías TELE CABLE o CABLE MAGICO (existen ofertas que se lanzan regularmente y servicios parciales que bajan el costo), lo que equivale un promedio de \$ 1.17 diarios. Este precio es una ventaja competitiva con respecto al alquiler de videos. Ya que el alquiler de un video equivale a \$ 2.5 y si

incrementamos el esfuerzo adicional que se requiere para la obtención de este servicio su costo es mayor por tener 2 horas de entretenimiento.

Gracias a su diversidad de programas de diferentes países y películas emitidas en diferentes idiomas, este servicio capta un amplio margen del público de diferentes gustos, preferencias y edades. Con la comodidad de quedarse en casa, siendo ésta la razón por lo que este servicio la amenaza más directo del servicio de alquiler de videos.

Las únicas desventajas de este servicio son, que las películas de estreno llegan al consumidor de este servicio con posterioridad al video, pero, el consumidor potencial desconoce está desventaja. Además, para ver una película de este servicio se requiere planificar una hora determinada que coincida con la emisión de la película y el tiempo disponible del usuario. Además, el video permite detener la película en caso de interrupción como por ejemplo atender a una llamada telefónica, lo que no ocurre con la televisión por cable.

Se ha observado que el servicio de alquiler de videos ha sufrido un bajón desde que se inicio este servicio en Lima. La publicidad de este servicio es limitada a una revista de edición mensual, esta nos indica la programación de los diferentes canales. Así como menciona una breve descripción de la película a transmitirse.

La promoción que tiene este servicio es la de crear el hábito de consumo. Este consiste en que le dan a una casa el servicio y la instalación gratuito por un mes. Haciendo que los habitantes de la casa gusten de este servicio variado y realicen un contrato con la empresa proveedora. La distribución de este servicio se está

dando actualmente con gran énfasis en los diversos sectores de Lima.

Con el incremento de consumidores puede bajar los costos de este servicio haciéndose más accesible a todas las clases sociales.

El cine es una alternativa de entretenimiento que permite cambiar de ambiente y de ver la película en pantalla grande. Dependiendo de la tecnología y del ambiente físico del cine este tipo de entretenimiento es más o menos agradable.

Desde ya hace unos años, las grandes salas de cine han reorientado su estrategia y se han convertido en multicines, con la finalidad de ofrecer variedad de películas y variedad de horarios, tales como StarVisión El Pacífico, CineMark Perú Jockey Plaza y CineMark Perú San Miguel, CinePlex Plaza San Miguel, UVK Multicines Caminos del Inca, UVK Multicines El Polo, UVK Multicines Larcomar y UVK Multicines Marina Park, y muchas otras salas que han pasado de ser una sola sala grande a convertirse en varias salas mas pequeñas.

Esto ha hecho que las ventas de Blockbuster bajen notablemente, ya que el consumidor potencial ya satisfizo su necesidad de ver una película de estreno, quedando solo la opción de capturar clientes que no alcanzaron a ver la película de su preferencia por alguna razón o aquellos clientes que gustarían volver a ver una película de su agrado.

Los horarios son muy variados y se proyectan películas desde las 11.00 a.m. hasta las 11.45 p.m. Las horas muy extremas, como las

11.00 a.m. y las 11.45 p.m., se dan sólo durante los fines de semana o días feriados.

Los precios dependen del ambiente tecnológico, como sonido stereo, sense around, butacas ergonómicas, y otros aspectos, así también donde estén localizados. Estos oscilan entre los S/. 6.00 y los S/. 20.00

Existen promociones que dependen del día de la semana, como por ejemplo los famosos días llamados "el día del espectador", en el que se ofrecen entradas 2 x 1, es decir se paga por una entrada y se ingresa 2 personas.

Dependiendo del local algunos ofrecen estacionamiento gratuito o tienen arreglo con algunas playas cercanas para brindar un descuento presentando el ticket del cine.

En la mayoría de los casos se ofrecen productos complementarios a la película como son los snacks, el pop corn y las gaseosas.

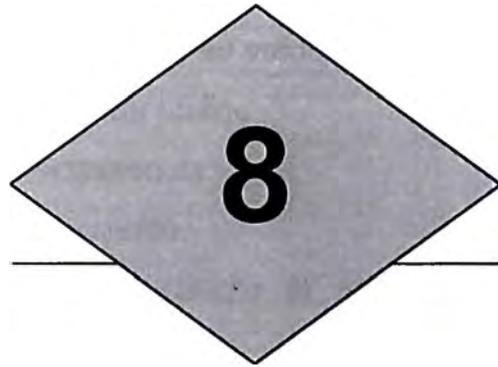
7.9 PROVEEDORES Y CLIENTES

Actualmente existe un proveedor principal para Blockbuster, el cual es Televideo, que a pesar de tener actualmente la representación de la mayoría de los estudios, no debe exagerar en sus precios, ya que debido a presiones internacionales de los estudios hemos podido conseguir facilidades para la negociación con ellos. El segundo es Ubi Video, que tiene algunos estudios y también estamos bajo negociación para mejorar precios y los otros distribuidores son de menor cuantía y sus títulos no son muy importantes ni los estudios que representan.

En cuanto a Música, es un concesionario que se encarga de tener sus propios proveedores, al igual que revistas y revelado Kodak. En cuanto a lo que es confitería, el trabajo se ha simplificado, ya que tenemos un consolidador de estos productos, el cual abarca, Nestle, papas, pirulines, gaseosas y helados. El otro proveedor es Hershey's en lo que es chocolatería.

Un proveedor del cual dependemos aunque no sea directamente un producto de venta es GMD, ya que todos los equipos son Digital y por convenio corporativo ellos nos venden los equipos.

Básicamente son todos de tipo personas naturales, no tenemos clientes corporativos, ya que nuestro producto es de tipo masivo. En este sentido, dentro de las reglas de oro lo que más se resalta son los clientes, ya que es el fin de nuestra existencia y la satisfacción del mismo nuestro objetivo primordial.



ANALISIS SITUACIONAL

8.1 ANÁLISIS FORD

Fortalezas

- La infraestructura que poseen sus locales.
- Experiencia en el negocio de videos
- Personal experimentado y su velocidad de capacitación
- Calidad de servicio que ofrece
- Capacidad de competencia
- Uso de medios de crédito
- Crédito a clientes en cuanto al pago de moras y precomprar películas
- El nombre reconocido mundialmente
- Rápida respuesta a problemas de clientes

Oportunidades

- Que los VHS han bajado de precio
- Que la cultura se ha orientado a seguir patrones norteamericanos de consumo y forma de actuar
- Incentivación de los medios al mercado de videos (TV + , Ranking de El Comercio)
- La disponibilidad de tiempo mas limitada de las personas.

Debilidades

- Comunicación ineficiente por una serie de problemas con los clientes
- Falta de interconexión entre locales
- NO poseer búsquedas por Actores, Directores o por solo parte del titulo

- Falta de una cultura organizacional fuerte
- El que un 85% del mercado de videos en el caso de proveedores este concentrado en un solo proveedor (Televideo)
- Carencia de información de Elasticidades de Precio y demanda

Amenazas

- Crecimiento de la competencia directa e indirecta (Cines y Televisión por cable)
- Recesión económica
- Disponibilidad de tiempo de los clientes

8.2 ANÁLISIS COMPETITIVO

Ventaja Competitiva

Podemos decir que la ventaja competitiva que posee Blockbuster es su software, el cual le permite realizar una serie de análisis sobre sus productos, para determinar qué producto rota más, de cual le faltan películas, cuáles pueden ya empezar a pasar a la venta como películas ya vistas, etc. Este software fue desarrollado ya hace bastante tiempo y viene introduciendo mejoras continuas que permiten manejar el negocio cada vez mejor. Podrán existir otros softwares pero ninguno con las características de análisis del producto que tiene este. Incluso el de West Coast que es muy parecido carece de las características de análisis que tiene este, ya que su mercado está orientado a otro tipo de películas, en las cuales no se busca realizar ese análisis en sí.

Lo otro que podríamos decir que es como una ventaja competitiva es la cantidad de fortalezas que posee Blockbuster en la actualidad y que todas en conjunto le dan una ventaja competitiva actualmente, ya que cada una de ellas puede ser imitable en el tiempo, pero el poder copiar todas estas en conjunto y en este momento sería bastante costoso y difícil.

Alianzas estratégicas

Se buscó por segmentación de mercado sobre la base del nivel socioeconómico con Citibank. También sobre la base de la experiencia que poseía en cuanto al manejo del negocio de la música con Record Musical y por carácter corporativo firmamos convenios con Coca Cola y Hersheys.

8.3 PROBLEMÁTICA EMPRESARIAL

Problemas mas Comunes del Negocio

Como problema básico que enfrentábamos como negocio era la falta de estrategia a largo plazo que se pensaba seguir, ya que el constante cambio de las gerencias generales y la gerencias de línea generaba demoras y problemas de comunicación con los proveedores. Esto era un problema porque generaba descoordinación para las promociones y la mejor forma de llevarlas.

El hecho también de ser una empresa nueva, ocasionaba problema de coordinación o de inexperiencia en el rubro y de reacciones que se podían esperar por parte del publico consumidor.

Otro de los problemas que normalmente teníamos era la demora por la falta de integración de los diferentes sistemas, lo cual obligaba a la introducción manual de mucha de la información generada por las computadoras de las tiendas.

Problemas mas Comunes a nivel de las Tiendas

Falta de sencillo para devolución de dinero, que mucha veces generaba descontento en los clientes.

Robos menores de la cuantía para el procesamiento penal, por lo cual el RSC tenia que dedicar parte de su tiempo a cuidar la mercadería y no poder dedicarse por entero a los clientes.

Devoluciones de videos de tienda que no corresponde, ya que mucha gente vivía cerca de una tienda y trabajaba cerca de otra.

Problemas mas Comunes con los Clientes

Uno de los problemas que más se presentaba con los clientes es el hecho de que el público no estaba acostumbrado a pagar deuda o moras por los días adicionales con los que se quedaba con las películas,

Otro problema era que los clientes no están acostumbrados a leer las letras pequeñas de las promociones, por lo cual muchas veces habían discusiones sobre la interpretación de las mismas

Que decían que lo habían devuelto a tiempo y era que simplemente lo habían arrojado por el buzón después de la hora de cierre

8.4 VALOR ACTUAL DE LA EMPRESA

Para este proceso utilizaremos la metodología de Brealey y Myers, la cual se basa en el cálculo de los flujos de tesorería descontados, metodología que basa su evaluación en una serie de supuestos de cómo se realizarán las inversiones de la compañía en un futuro y de cuál será la rentabilidad de ese capital en los siguientes años.

Para nuestro caso, nosotros hemos obtenido una rentabilidad del 11.14% anual, la cual será considerada como la rentabilidad obtenida en dólares en un año en condiciones normales de funcionamiento, es decir, sin que haya ocurrido un cambio fundamental en el giro del negocio, además de realizar campañas de marketing estándares para combatir los ciclos de bajada.

Otra consideración a tomar en cuenta es que trabajaremos bajo el esquema de dólar a moneda constante, de tal forma que no consideremos la inflación de la misma ni la subida o bajadas de la moneda, ya que dentro de los lineamientos que tiene la empresa está el mantener el precio de alquiler bordeando los US\$ 3.00, por lo cual implicaría que si hiciéramos la evaluación en soles tendríamos que considerar la devaluación proyectada de la moneda local contra el dólar americano.

Otra de las consideraciones para poder hacer la proyección es que la rentabilidad esperada de los accionistas en la empresa continuara siendo la misma por lo menos durante los siguientes 10 años. Tomaremos entonces para efectos de cálculo solamente el valor de 11% de rentabilidad anual sobre el capital.

Otra consideración a tomar en cuenta es que esta compañía es una franquicia y como tal se obliga a llegar a un número tal de tiendas que se

obliga en el contrato de franquicia, motivo por el cual la inversión en los siguientes años se dará también por la cantidad de tiendas que tienen que inaugurar para cumplir con el contrato. En el caso de Blockbuster el contrato especifica que por lo menos deben ser cubiertas 6 tiendas mas para llegar a un número total de 15. Habiéndose analizado el mercado peruano, la proyección de instalación era de tiendas pequeñas. Estas seis tiendas se proyectaran para ser instaladas a 1 por año en los siguientes seis años

		1er año	2do año	3er año	4to año	5to año	6to año	7mo año	8vo año	9no año	10mo año
Valor de los Activos		3,100,000	3,555,000	4,032,750	4,534,388	5,061,107	5,614,162	6,194,870	6,504,614	6,829,845	7,171,337
Beneficios	11%	341,000	391,050	443,603	498,783	556,722	617,558	681,436	715,508	751,283	788,847
Inversiones	5%	155,000	177,750	201,638	226,719	253,055	280,708	309,744	325,231	341,492	358,567
Instalacion de Tiendas		300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000				
Flujo de Tesoreria Disponible		-114,000	-86,700	-58,035	-27,937	3,666	36,850	371,692	390,277	409,791	430,280

La tasa de descuento que utilizaremos será la que podrían obtener los accionistas en una inversión alternativa y con bastante seguridad, para lo cual tomaremos la tasa promedio de los 10 bancos mas grandes a nivel local en lo que se refiere a plazo fijo de 360 días y en dólares.

Después de realizar el calculo correspondiente con la información publicada el diario El Comercio, el valor de dicha tasa es de 7.72 %. Y como vemos en el lago plazo la inversión se establece en 5%.

La formula que aplicaremos será la de valoración de flujos de caja disponible, que es :

$$VA = \frac{FCD_1}{(1+r)^1} + \frac{FCD_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FCD_{H-1}}{(1+r)^{H-1}} + \frac{VA_H}{(1+r)^H}$$

Siendo :

FCD : Flujo de Caja Disponible

r : Tasa de Descuento

H : Horizonte a analizar

i : Tasa de Inversión

Y siendo la formula que utilizaremos para calcular el valor actual del horizonte la siguiente:

$$VA_H = \frac{1}{(1+r)^{H-1}} \times \frac{FCD_H}{(r-i)}$$

Procedemos entonces a calcular los flujos descontados a valor presente

	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año	6to año	7mo año	8vo año	9no año	10mo año
FCD	-114,000	-86,700	-58,035	-27,937	3,666	36,850	371,692	390,277	409,791	430,280
(1+r) ⁿ	1.077	1.160	1.250	1.346	1.450	1.562	1.683	1.813	1.953	2.104
FCD/(1+r) ⁿ	-105,830	-74,718	-46,430	-20,749	2,528	23,586	220,856	215,279	209,843	204,545

Y obtenemos que la sumatoria de los primeros 9 años sale : \$ 424,365.2

Y calculando el Valor Actual Horizonte obtenemos : 30,892,251.8

Con lo cual si sumamos ambos montos obtendremos el valor de :

$$VA = 31,316,617$$

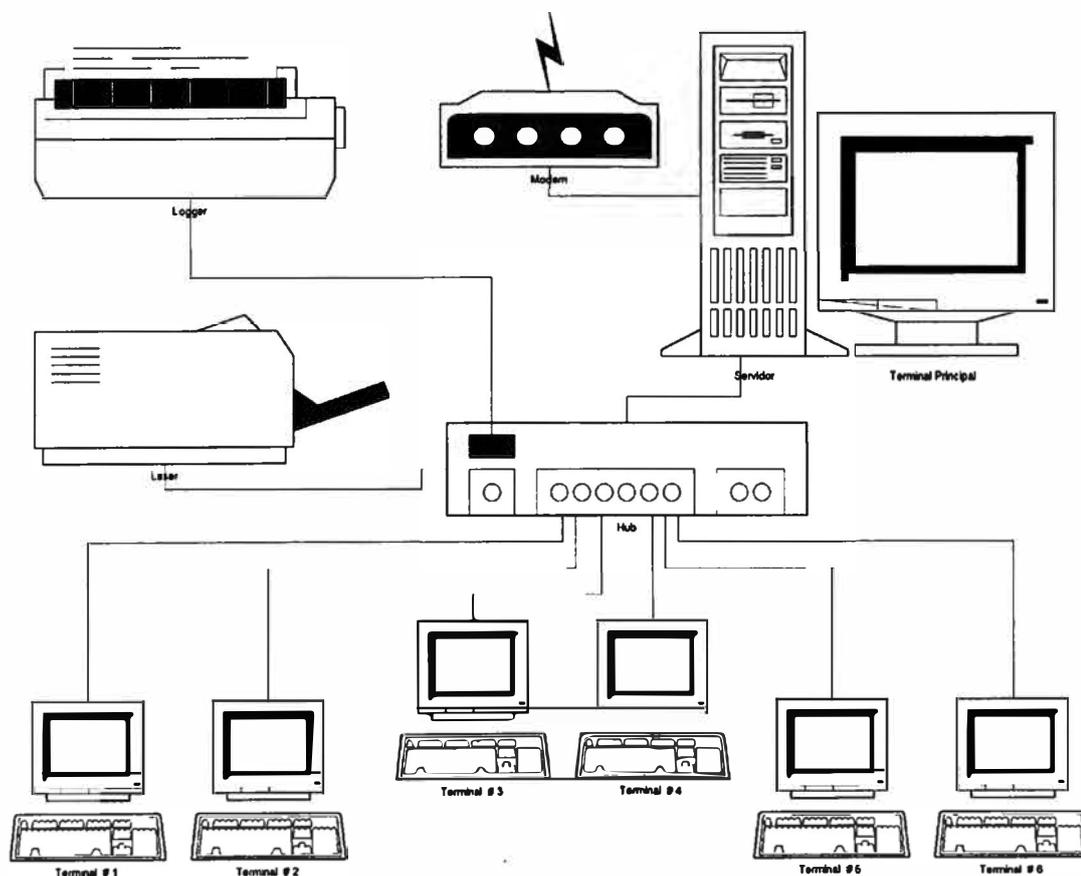
Valor estimado en base a los supuestos anteriormente presentados.



SISTEMA EN LAS TIENDAS

9.1 TIPO DE RED

El sistema de cada una de las tiendas es independiente, vale decir, que cada tienda forma su pequeña red, del tipo Ethernet, constando de un servidor pudiendo ser un Alpha o un Vax, dependiendo de la antigüedad de la tienda. A dicho servidor se conecta un Hub vía la tarjeta de red del Servidor utilizando un cable coaxial, y a partir del Hub se conectan el resto de los equipos. 6 terminales, una impresora Logger y una impresora Laser, además el servidor permite conectar directamente un terminal, con lo cual dispondríamos de 7 terminales. El mismo servidor está conectado también con un modem que permite el acceso remoto a la información en el servidor. El cableado que se realiza en cada tienda es con UTP de 3 pares, que es el utilizado por el sistema de la tienda. A continuación adjuntamos un diagrama para visualizar lo que decimos.



9.2 SISTEMAS UTILIZADOS

Básicamente es uno solo el sistema utilizado dentro de la tienda. Este permite administrar desde las labores diarias hasta las labores mas complicadas del inventario y punto de venta. Todas estas se realizan dentro del mismo sistema, pero a través de distintos menús que solo se puede acceder dando las palabras claves correctas. El sistema utilizado fue creado por Blockbuster Internacional en Fortran y con archivos indexados para el manejo de la información, modificándose incluso el sistema VMS para facilitar ciertas rutinas.

Se creó para facilidad de los usuarios de tienda un sistema alternativo de pocos comandos y unas cuantas opciones que permitían que los usuarios descolgaran manualmente los terminales que por algún motivo se colgaban. Además de poder realizar Back-Ups completos de cada uno de los discos.

9.3 CONFIGURACIÓN DEL COMPUTADOR DE UNA NUEVA TIENDA

Este proceso, relativamente sencillo, consiste en la replicación del sistema que tenga otra tienda con el mismo tipo de computador, buscando que al realizar esta labor empiece desde cero, en lo que se refiere a movimientos de cuentas, clientes, inventarios, etc. Son varias las etapas que se realizan para esto, pero podemos resumirlas principalmente en dos procesos que permiten utilizar el mismo sistema de otra tienda. Entonces llamaremos a estos dos procesos, el proceso de inicialización y proceso de parametrización.

Proceso de inicialización

Este consta de una opción para ejecutar una serie de programas que limpian todos los archivos que sirven de depósitos para la información de la tienda, como por ejemplo, el archivo de inventarios, el de personal, el de películas, etc. Dicho proceso crea nuevamente desde los archivos de formato otra vez los archivos y luego los borra.

El proceso de parametrización

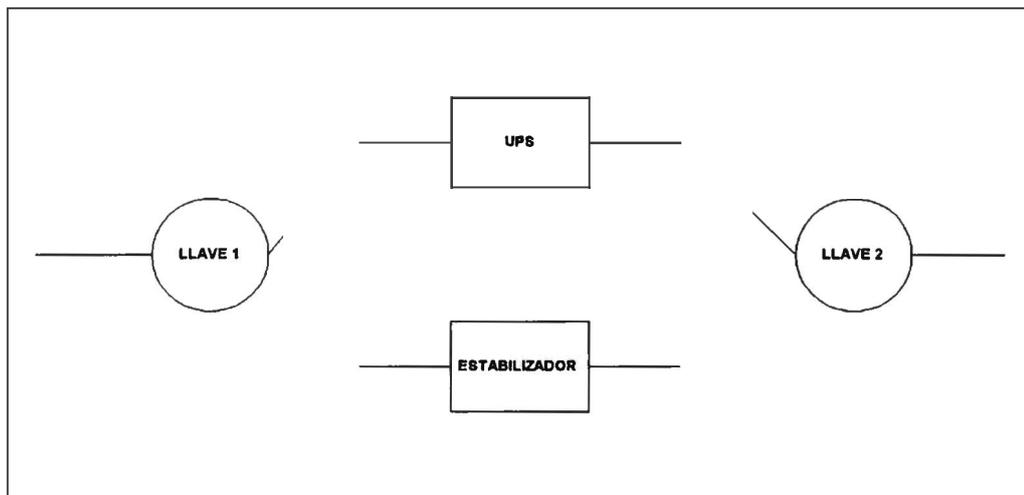
Este consiste básicamente en la revisión de los parámetros que caracterizan a una tienda, tales como sus códigos de tienda, su dirección, su número telefónico, etc. propios de cada tienda.

Además de estas etapas que son de seteo de software también está la etapa de Hardware, que básicamente es la instalación física de un disco en otro computador de tienda para realizar la copia completa del disco y luego empezar con los procesos de Software.

9.4 INFRAESTRUCTURA ELÉCTRICA Y DE DATOS

La evaluación que se había realizado de la realidad peruana obligaba básicamente a utilizar un sistema de Ups On-line para todo lo que es el sistema de cómputo, preparando un sistema alternativo con estabilizador para cuando el primero entrara en mantenimiento o tuviera algún desperfecto.

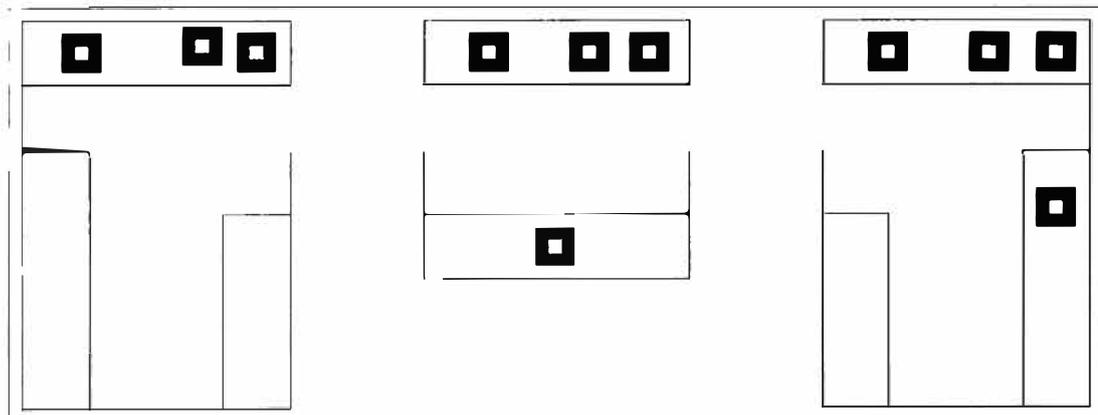
El sistema esta diseñado para utilizar dos llaves que permiten cerrar el circuito o por el Ups o por el estabilizador. Adjunto un diagrama para una comprensión mas clara



Básicamente se tomó la lista de equipos que se conectarían a este más un adicional del 20% en el momento pico de consumo de cada uno de los equipos y pensando que todos funcionarían al mismo tiempo. La lista de los equipos son bastantes, ya que además del sistema de cómputo (constituido básicamente por el servidor, la impresora Laser, la impresora Logger y los terminales) cuenta con los siguientes equipos que se conectan a los terminales para que estos puedan realizar las funciones de cada posición

- Impresoras de tickets
- Escáners de código de barras
- Pantallas de Display de precios
- Cajas electrónicas
- Equipo de inventarios

Definitivamente cada tienda recibe una configuración de muebles en base al estándar de la corporación, pero la distribución de los equipos depende de cada tienda, por lo cual tanto la distribución de puntos eléctricos como la de puntos de datos depende de la distribución de los muebles. Dentro de los lineamientos que se siguieron, se puso un punto adicional de los requeridos en cada counter por seguridad y se pusieron puntos de transferencia de la parte delantera a la parte posterior de los counters, en los casos en que el counter era compuesto por dos cuerpos y no solo uno, en los que permite el cableado a través del falso piso de los mismos.



9.5 EQUIPAMIENTO

Definitivamente el tamaño de la tienda jugaba un papel importante para determinar el volumen de equipos a poner en la misma, pero la configuración básica siempre se mantenía:

1. Servidor
2. Terminal maestro
3. Impresora Laser
4. Impresora Logger

Y lo que variaba era la cantidad de terminales de atención al público, los cuales podían ser hasta un máximo de 6 terminales. Cada uno de los presentes equipos tenía una configuración prefijada que había que setear antes de poder utilizarlos en su totalidad

Impresoras Laser

Configuración vía software desde programas en DOS y vía una PC. Dicha configuración no podía realizarse desde las tiendas. Básicamente los parámetros de definición de tamaño de hojas a utilizar y continuidad en la impresión.

Impresora de Tickets

Básicamente el seteo se realizaba vía switcheo de pines, para que la impresora reconociera correctamente los códigos del sistema VMS.

Impresora de Carnets

Básicamente el seteo se limitaba al tipo de letra y al código a reconocer.

Scanner:

El seteo se realizaba utilizando el mismo escáner y en la tienda. Existen codificaciones del código de barras que permiten setear el protocolo que leería, el volumen, la velocidad de transmisión, etc. Bastaba con escanear todos los códigos de seteo respectivos

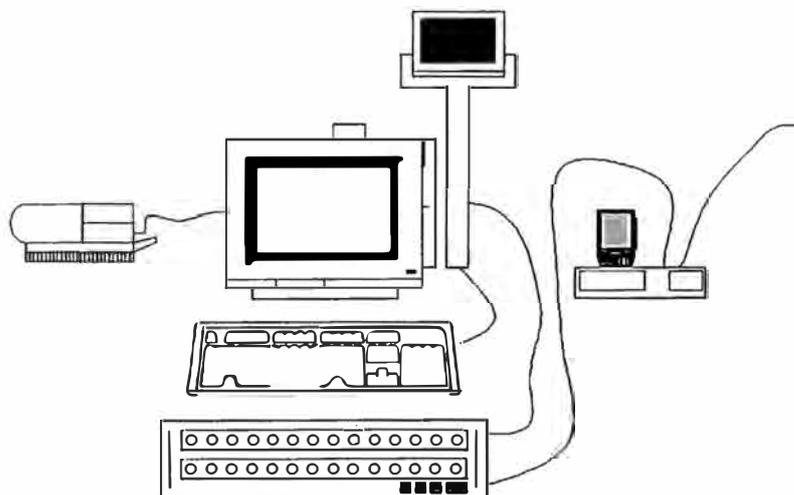
Caja electrónica

Esta se seteaba también a través de pines, para el reconocimiento de la información recibida y transmitida

Terminales

Básicamente consistían en configuración del hardware en sí del terminal, para que no pasaran a otro idioma o que funcione a la cantidad de MHz de Lima, el segundo seteo era para configurar el tipo de estación que sería utilizada (es decir, cuál era la función que desempeñaría y con qué dispositivos adicionales contaba esa estación, tipo de impresora, escáner, cajas registradoras, etc.)

A continuación mostramos el esquema de conexión de un punto de venta



9.6 CARGA DE DATOS

Este proceso se realiza vía Batch y enviando un archivo desde una PC vía comunicación de módem. Este proceso se realiza una vez que todos los archivos se han inicializado. Esto permite generar toda la información de los productos de venta y alquiler. Una vez realizado este proceso, el sistema esta preparado para la toma del inventario inicial

Las actualizaciones a realizarse dentro del sistema de tienda también se realizan bajo esta modalidad, es decir, la generación de la información se realiza mediante un proceso sobre la base de datos de producto en la oficina central y después de esto se envía la información a las tiendas, en las cuales una vez transmitido la información se ejecuta un proceso de actualización de la base de datos de la tienda.

9.7 INVENTARIO INICIAL

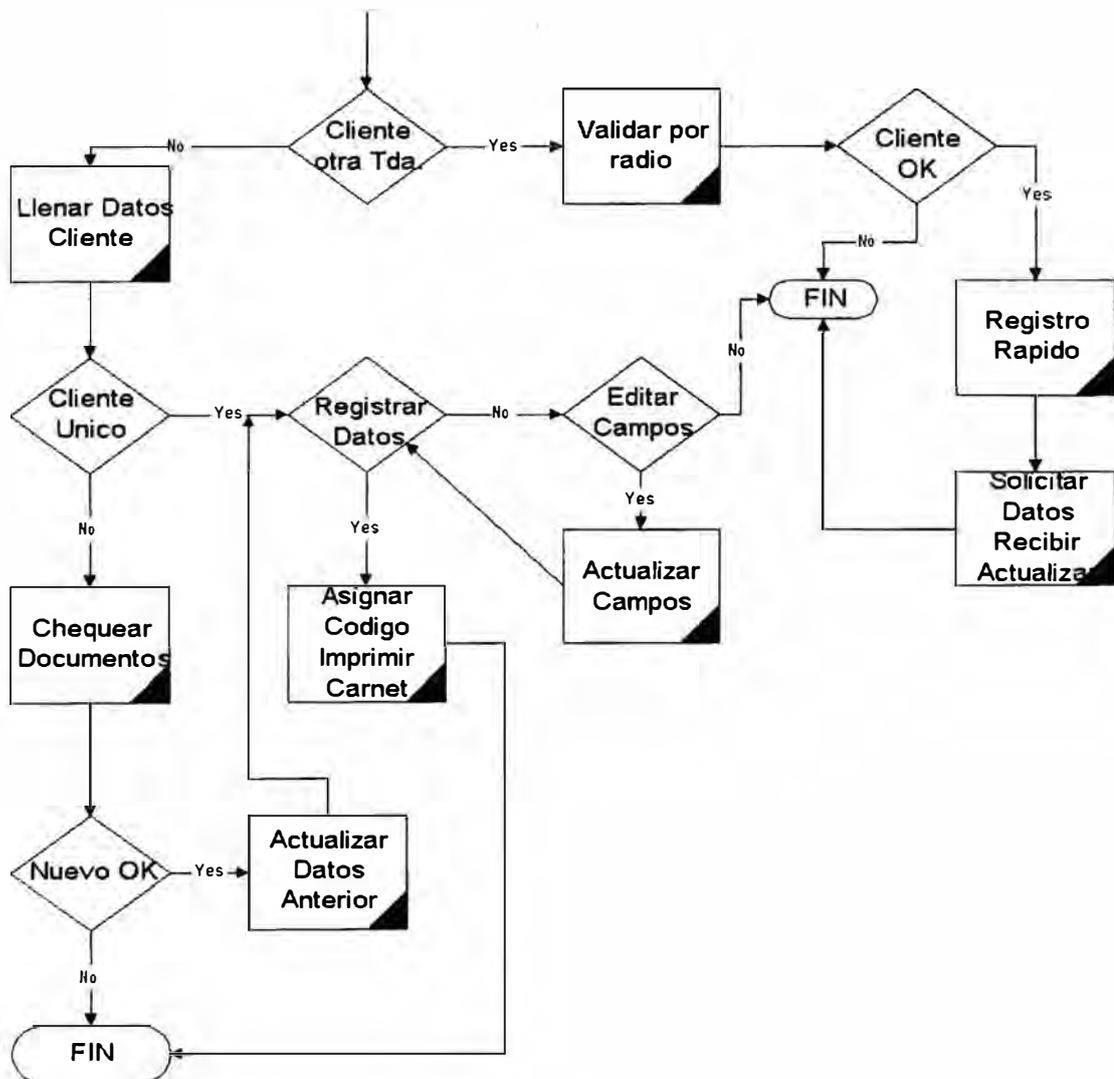
Este proceso se realiza vía la toma de inventario inicial. Esto no sólo permite la carga de los tapes, sino también de todos los productos para la venta. Cabe resaltar que para los productos de venta, se debe tener mucho más cuidado que para los productos de alquiler, ya que estos no son identificados por un número de copia, sino que sólo son identificados por cantidad, lo cual obliga a tener mucho más cuidado cuando se hace inventario del producto de venta.

El proceso se realiza preparando los Escáners para poder ir por toda la tienda y se ejecuta un proceso especial del sistema que permite almacenar la información en el archivo inicial del sistema. Esto servirá para que en futuros inventarios se compare esta información más la información de los movimientos (ventas y recibo de mercadería), contra el inventario que se tome en esa época.

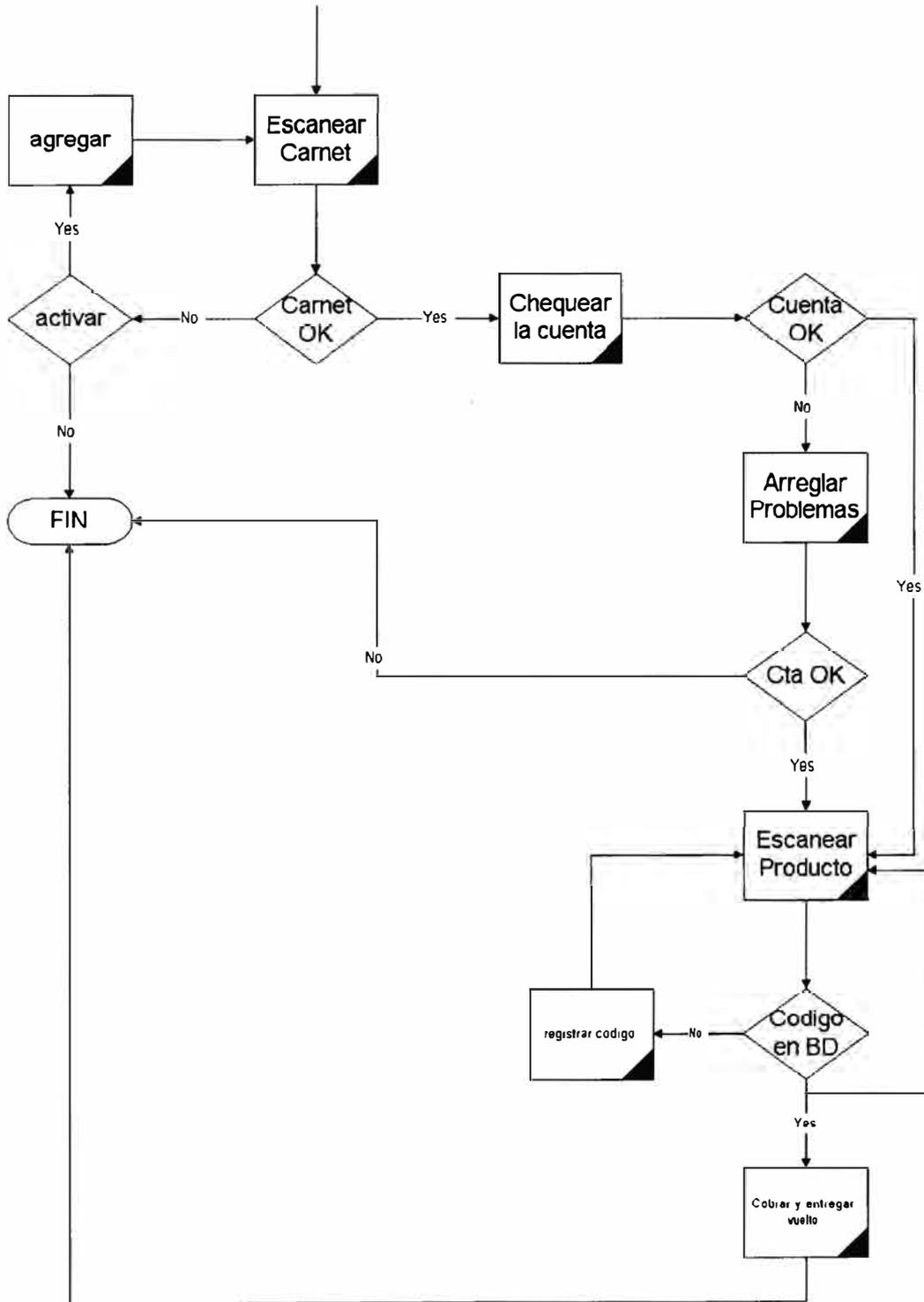
9.8 PROCESOS PRINCIPALES

En el capítulo 7 hablamos de los principales procesos de comercialización que se realizan en la tienda. A continuación esquematizaremos un poco como es que son esos procesos, ya que siempre son una mezcla de la utilización del sistema de la tienda y de la aplicación humana en el mismo.

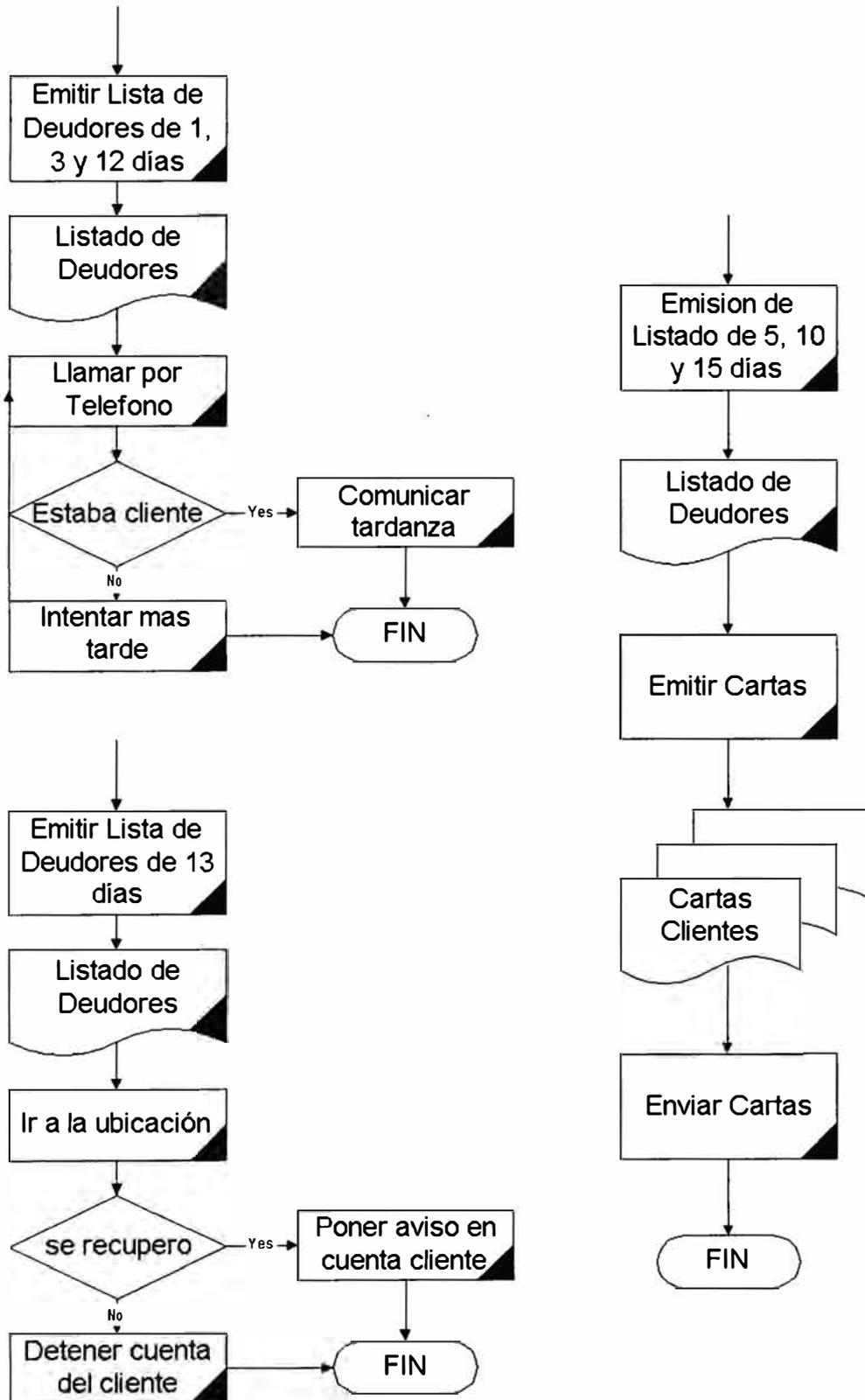
Afiliación



Alquiler – Venta

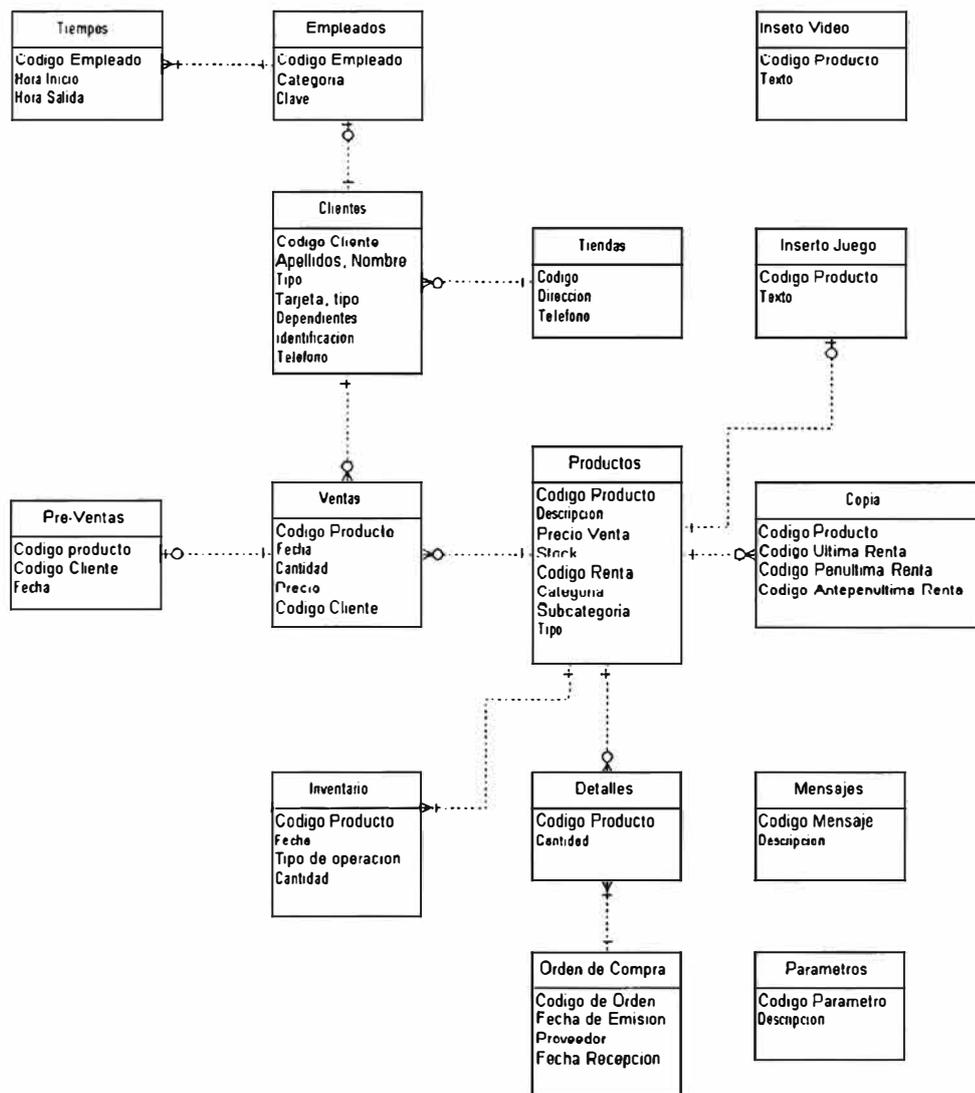


Cobranza y Recuperación de Videos



9.9 BASE DE DATOS

El sistema de tienda esta basado en archivos con múltiples índices y con programas en fortran y DCL's que lo manejan. No existe una base de datos en la forma que conocemos el concepto actualmente, pero si se ha logrado una consistencia de la información que podría asemejarse a una. A continuación presento un bosquejo de la posible estructura que se mantenía en el computador de la tienda, y solo se mostraran los archivos que considero como principales para el buen funcionamiento de la misma, ya que como explique anteriormente, el sistema es un sistema cerrado sin posibilidad de modificación.

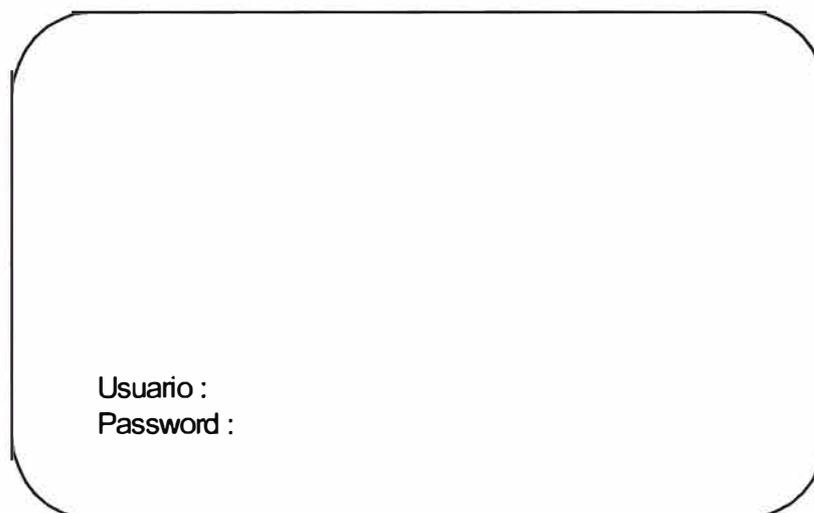


10

MENU DEL RSC

Dividiremos al Software que hay en las tiendas en dos grandes grupos de programas. El sistema operativo de los equipos. Sistema Operativo Open VMS y el sistema propio o de Blockbuster. Este sistema desarrollado por Blockbuster se basa en un programa de ejecución inicial que levanta en forma automática al prender el computador y el cual tiene proceso de cierres todas las noches. El sistema permite en sí el validar vía el sistema operativo quién es el usuario que ingresa, con lo cual se levanta el sistema e ingresa al menú del RSC por defecto.

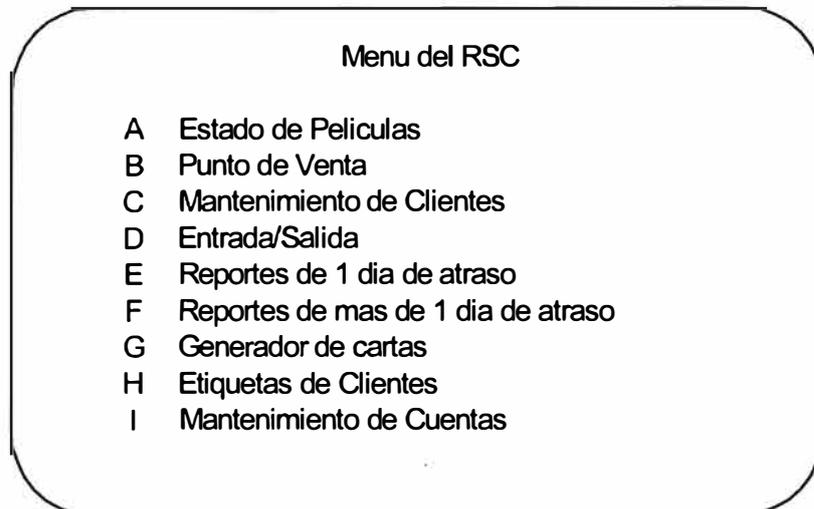
El usuario por cada tienda es único y la validación se da por usuario a través del propio sistema de Blockbuster, ya que sino cada nuevo ingreso a la tienda de nuevo personal debería actualizarse desde el sistema operativo para ver quién tiene acceso y quién no.



Usuario :
Password :

Desde el menú por defecto que es el del RSC se puede acceder a las funciones básicas a realizarse en la tienda. Desde este menú también es que se puede acceder al Menú del gerente, que tiene otras opciones para poder realizar las labores administrativas de la tienda en sí. Existen como se dijo anteriormente cinco niveles de empleados, y los cuales se manifiestan en 3 niveles de menús, el del RSC, el del CRC y el de Gerente.

A continuación mostraremos una pantalla del Menú del RSC, menú al cual se ingresa por defecto.



10.1 ESTADO DE PELÍCULAS

A través de esta opción se permite averiguar todo sobre los productos, tanto de venta como de renta, es así que se consigue la información del stock actual de productos de venta, precio, si es que queda o no en el inventario, y algunas cosas más de los productos de alquiler como qué copias están rentadas y cuales no, etc.

Es también a través de esta opción que se puede hacer seguimiento al las personas que han rentado últimamente la cinta de video o cuantos alquileres tiene un video para saber si cuando un cliente la devuelve fallada, que posibilidad es que sea el VHS del cliente o realmente pueda ser la cinta.

10.2 PUNTO DE VENTA

Esta opción permite ingresar a la modalidad de atención al público. Es obligatorio asignar a alguien la caja sino esta opción no funciona, ya que la responsabilidad de la caja la debe tener alguien. Exige nuevamente el ingreso del password personal validando así la asignación de la persona y el cargo que tiene para ver si puede realizar las funciones de esa persona. Es a través de esta opción que se obtiene los reportes del movimiento de caja, realización de créditos de venta, uso de cupones de descuentos, etc.

El sistema borra el login después de cinco minutos de inactividad del terminal para evitar que otro RSC pueda realizar una transacción en la caja asignada a otra persona. El único que puede saltar este nivel de seguridad es el gerente de Tienda.

10.3 MANTENIMIENTO DE CLIENTES

Esta opción permite la actualización de la base de datos de clientes, realizando las operaciones básicas de altas, bajas y mantenimiento. Permite realizar las tareas de ingreso de dependientes de la cuenta así como la impresión de carnets de socios. También permite registrar el tipo de cliente que es para saber si tendrá algún tratamiento especial en las tarifas.

Generalmente existe un terminal en esta opción para un rápido ingreso de los clientes que se vienen a afiliar, ya que desde esta opción se ingresa toda la información del cliente.

10.4 ENTRADA/SALIDA

Permite registrar el ingreso y salida de personal para llevar el control de las horas trabajadas. Es de las pocas opciones que sólo cumplen una finalidad específica simple.

10.5 REPORTES DE UN DÍA DE ATRASO

Permite realizar un mantenimiento de los clientes, permitiendo la generación de reportes de un día de atraso para poder avisar que se han olvidado de devolver a la tienda el video. Este reporte se emite con la información del cliente, los artículos alquilados, el teléfono de contacto y la fecha desde el alquiler así como unas líneas en donde se anota el detalle de la conversación mantenida con el cliente.

Como se dijo anteriormente lo que se busca es favorecer al cliente en no dejarlo que acumule días de retraso o moras, y por otro lado el tener el artículo listo para el alquiler a otro cliente, brindando así mayor servicio a los clientes.

10.6 GENERADOR DE CARTAS

Permite imprimir para determinados socios o para determinadas situaciones las cartas que se envían a los clientes. Pueden ser tanto las cartas del ciclo normal de mantenimiento de cuentas como la impresión de cartas promocionales.

Permite generar también las cartas tanto en papel continuo preimpreso como en hojas Bond A4.

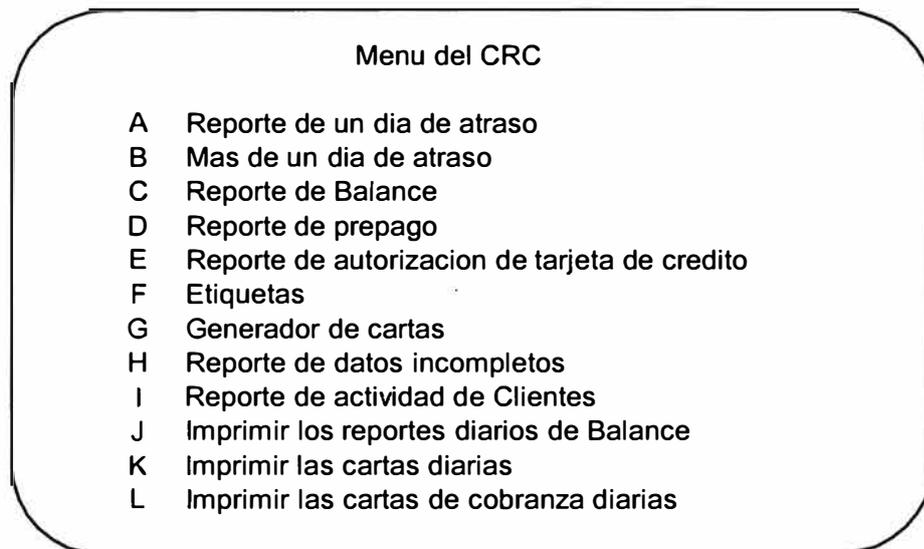
Este generador utiliza diversos criterios como fecha, zona postales, actividad o inactividad de los clientes, etc. Para la emisión de cartas.

10.7 ETIQUETAS DE CLIENTES

Permite imprimir las etiquetas para sobres que se utilizaran en el envío de correspondencia a los clientes. Esta opción también permite utilizar diversos criterios para la emisión de las mismas.

10.8 MANTENIMIENTO DE CUENTAS

Esto permite ingresar a un menú que utiliza el CRC para realizar su tarea. Igualmente valida el password y el grado jerárquico de la persona que esta tratando de ingresar a esta opción.

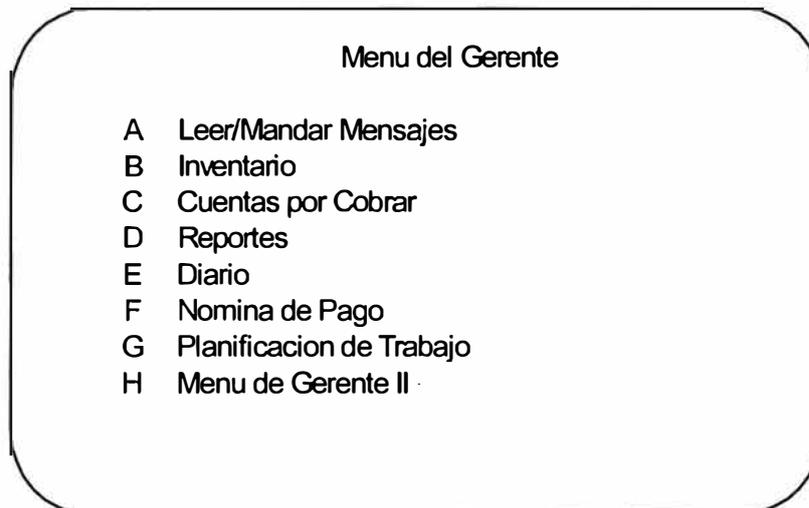


Como se puede ver cada una de las opciones permite realizar la tarea indicada en la opción. Este puesto es el que se encarga básicamente de realizar las cobranzas de la tienda y de evitar de que a los clientes se les genere deuda en sus cuentas.

11

MENU DEL GERENTE

Menú al cual solo se puede ingresar si es que el gerente de tienda a dado ciertos privilegios para el mismo. Solo pueden acceder desde asistente de gerente hasta gerentes de tienda senior



11.1 LEER Y MANDAR MENSAJES

Permite utilizar el sistema de módems instalado para poder comunicarse con otras tiendas y poder recibir mensajes de ellas. También permite una comunicación con la casa matriz del país.

Esta opción no se implemento a nivel local.

11.2 INVENTARIO

A través de esta opción se pueden realizar las tareas de mantenimiento del inventario, esto permite el ingreso y salida de productos vía recepción de pedidos y transferencia de los mismos, tanto al proveedor por alguna devolución como a otras tiendas por algún requerimiento de las mismas.

Además de esto dentro de este submenu se encuentra la opción de la realización del inventario físico y los cuadros respectivos para evaluación de pérdidas. También permite registrar los productos nuevos encontrados después del inventario.

Otra de las cosas que se permite hacer desde este submenu es la transferencia de producto de un tipo a otro, como por ejemplo pasar películas de alquiler a películas ya vistas, o pasar películas de venta a películas de alquiler. Permite también la impresión de las etiquetas tanto de venta como de los insertos de los productos de alquiler.

También permite la realización de categoría temporales para promociones o periodos especiales (día del padre, día de los enamorados, día de la madre, Halloween, Navidad, etc.)

11.3 CUENTAS POR COBRAR

Menú que permite realizar las tareas del manejo de los saldos de las cuentas con saldos pendientes. Permite la emisión de cartas para la cobranza de balance de deuda de los clientes. Básicamente es un menú que tiene las funciones que también puede acceder el CRC

11.4 REPORTE

Permite realizar la generación de distintos tipos de reportes orientados a estudiar la performance de la tienda como tal. Permite generar reportes de mercadeo para ver cómo se han movido las promociones o ver cómo se venden los productos o cómo se alquilan las películas a determinado grupo de clientes en determinado rango de tiempo. Es una de las opciones más utilizadas para poder analizar la performance de la tienda

Los reportes de mercadeo están orientados a sacar estadísticas de los clientes, de su frecuencia de visita, de la cantidad de videos alquilados por horas durante el día, de la cantidad de clientes activos e inactivos, en general, permite generar estadísticas bajo distintos criterios

En lo que se refiere a producto, justamente permite emitir estadísticas en base a los tipos de categorías que tiene la tienda por los distintos productos.

11.5 DIARIO

Esta opción ejecuta un proceso que debe ejecutarse todos los días. Este es el proceso que vacía la información de todos los archivos temporales a los archivos de estadísticas y auditoría. Prepara la información a transmitir a la casa matriz, genera los reportes de ventas y alquileres del día transcurrido y prepara los directorios para trabajar con nuevos archivos. Genera la información estadística del día y en general todos los reportes de la información generada en el día que ha transcurrido.

Permite también la reemisión de la información almacenada en el computador hasta con una antigüedad de tres meses. Dentro de este proceso también se puede ejecutar el inventario físico.

11.6 NOMINAS DE PAGO

Este permite ingresar la información del tiempo trabajado para realizar lo pagos de los empleados directamente desde el sistema de la tienda. Esta opción no se utiliza por encontrarse las planillas centralizadas.

11.7 PLANIFICACIÓN DE TRABAJO

Permite realizar la planificación del trabajo de la tienda pudiendo adelantar cual será la distribución de la carga de trabajo durante la siguiente semana. Esta opción tampoco es utilizada en las tiendas actualmente.

11.8 MENÚ DEL GERENTE II

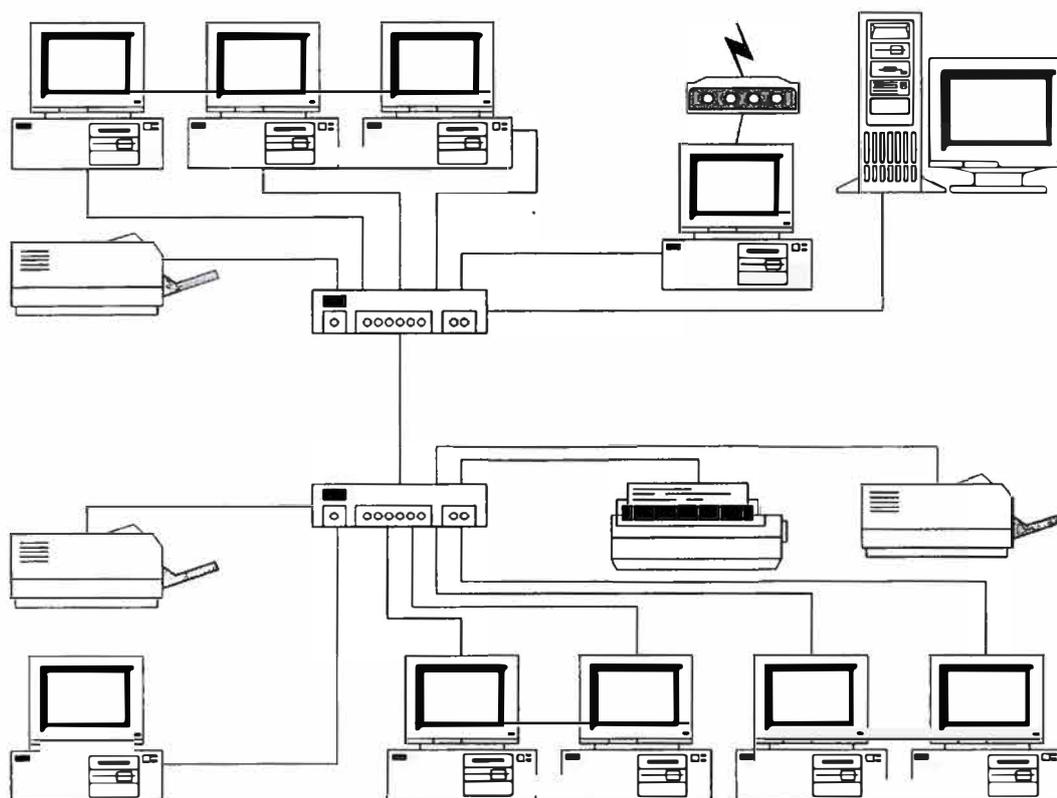
Menú que permite el ingreso a ciertas opciones no muy usadas y a opciones de menús para usuarios especiales, como el personal de sistemas, o el gerente de distrito cuando viene a auditar la tienda. Desde aquí también se puede entrar a realizar la configuración de los terminales para decirle al sistema que es lo que tiene cada estación.

12

**SISTEMAS EN LA
OFICINA PRINCIPAL**

12.1 TIPO DE RED

En la oficina principal también se tiene una pequeña Red del tipo Ethernet, La velocidad a la que se trabaja es de 10 megabitios y cuenta con un servidor central. El sistema de red es el Novell 4,1 y los clientes son estaciones Windows 95 y 98, existiendo también algunos clientes en Windows 3.1



En el gráfico anteriormente mostrado se puede apreciar la red de la oficina principal, la cual esta organizada en base a un sistema de comunicaciones de tipo canal. Este se ha implementado mediante dos Hubs interconectados y mediante los cuales se arma toda la estructura de la oficina. La oficina consta de tres pisos, dentro de los cuales, básicamente el almacén se encuentra ubicado en el sótano, en el primer piso se encuentran el área de contabilidad y Tesorería y en el segundo piso las gerencias de las distintas áreas.

12.2 CONTABILIDAD – TESORERIA – RECURSOS HUMANOS

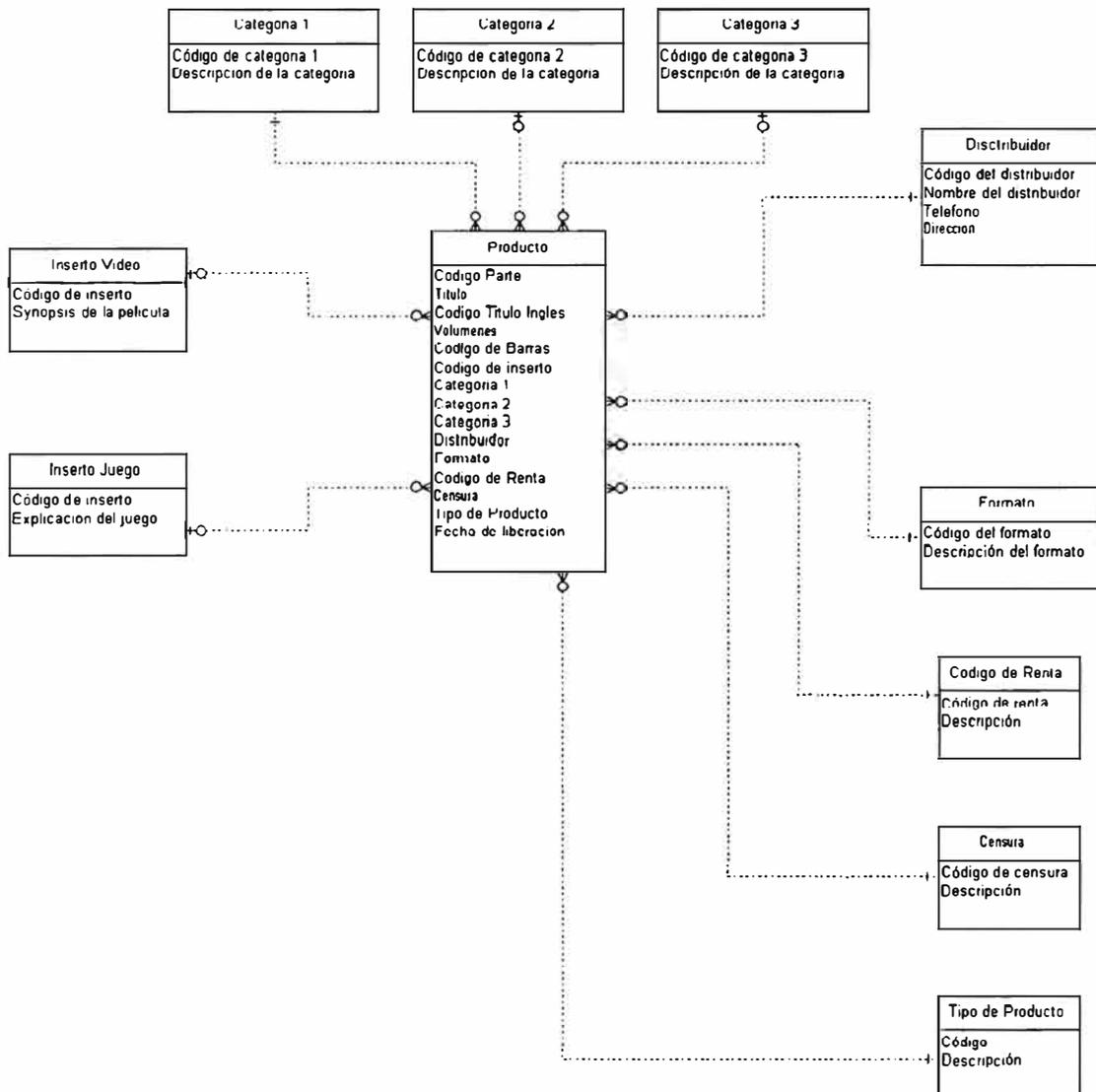
Existe dentro de la compañía un sistema integrado de contabilidad, el cuál fue adquirido por módulos que se fueron integrando con la parte de planillas y la parte de inventarios. Sistema básico estructurado mediante plan contable y con interfaces para poder recibir información del modulo de planillas, al igual que permitía recibir y mandar información desde y hacia otros sistemas, como los de AFP.

Unos de los problemas que actualmente atraviesa la compañía es que no cuenta con una interfase adecuada de la información de tiempos de los RSC en las tiendas y tiene que digitar esa información en el sistema, con una posibilidad de generación de error y la demora respectiva.

Igualmente la información de los inventarios de la tienda no es recibida directamente del sistema de la tienda, sino que esta información debe ser introducida en el sistema de oficina principal.

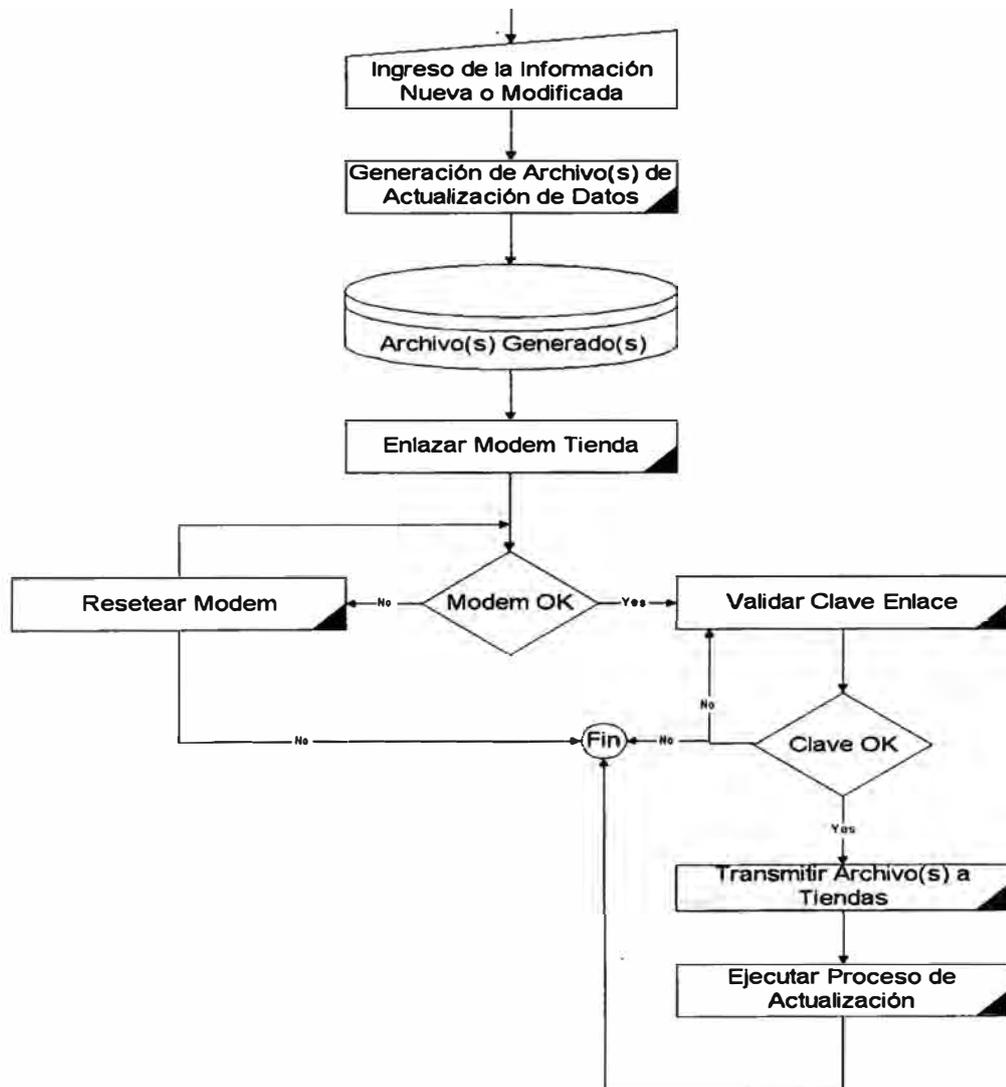
12.3 PRODUCTO

Administrado por la Gerencia de Producto es el que se encargaba de alimentar el sistema de tienda, en base a los productos ofrecidos, sean estos de venta o alquiler. Básicamente a través de este sistema se definían todos los parámetros con los cuales se cargaban los productos en la tienda. Este sistema se encuentra en una pequeña base de datos de Access y con una serie de tablas auxiliares en donde se encuentran las posibilidades de características de un producto. A continuación mostramos un esquema de la misma.



Siempre que se requiriera, se actualizaban la información en el sistema de producto y de ahí se generaban los archivos para transmitir la información a las tiendas vía módem. Esto permitía tener todas las tiendas actualizadas en un momento. El ingreso al sistema de producto como el poder establecer enlaces de comunicaciones estaban protegidos por contraseñas.

El proceso por el cual se generan los archivos de actualización se detalla a continuación:



12.4 SISTEMA WEB

Definitivamente dentro del estilo de brindar comodidad para sus clientes, es que se desarrolló el sistema WEB, el cual permite que todo el público pueda acceder a ver cuales son los últimos estrenos, los que están por venir el siguiente mes, los CD's de modas, las promociones vigentes, y otras facilidades que permiten ver todos los productos que se podrían encontrar en la tienda.

Estas páginas se actualizan constantemente para poner los estrenos del momento tanto en lo que es video, video juegos, CD's musicales, libros y sobre todo para informar al publico sobre las promociones vigentes.

También podremos encontrar en él, información general sobre la franquicia así como la ubicación de las tiendas.

Podremos encontrar una impresión de las paginas actuales en el primer anexo, como una impresión del sistema WEB internacional en el segundo anexo. Dentro de los lineamientos del franquiciado no especifica nada en cuanto a Internet, pero se ha tratado de buscar cierta similitud para guardar los estándares.

13

RESULTADOS

13.1 ANALISIS BENEFICIO/COSTO

Para realizar este tipo de análisis lo que utilizaremos es lo que esperan los accionistas, es decir, obtener la rentabilidad del negocio, que debe ser mayor que la que podrían obtener con su dinero en una opción alternativa. Esta rentabilidad esta siendo analizada con data histórica del movimiento promedio de tiendas, pero no así es la data real actual, ya que esa información no puede ser revelada por confidencialidad para el negocio.

Para tal efecto lo que haremos será calcular el ingreso total de la compañía en base al numero total de tiendas chicas y grandes, tomando como cantidad establecida la cantidad de tiendas con las que actualmente cuenta la cadena. El incrementar mas tiendas permitiría reducir costos fijos de la oficina principal por tienda y a la vez permitiría aumentar la capacidad de negociación con los proveedores, lo cual podría alterar las cifras positivamente. También conviene considerar que las situaciones a nivel país se consideran estables para el análisis.

Una vez calculado el ingreso total de la compañía, procederemos a calcular el estado de perdidas y ganancias de la misma, lo cual nos permitirá determinar cual es la utilidad acumulada mes a mes y poder en forma posterior calcular la rentabilidad.

En base a la información de las ventas de una tienda chica (anexo 1) y a la información de ventas de una tienda grande (anexo 2), realizamos el calculo, el cual da por resultado un cuadro como el que mostramos en el anexo 3, en el cual detallamos tantos los ingresos como los gastos e impuestos. De ese cuadro se obtiene la información de cuanto sería la utilidad anual : 1'209,085.

Con respecto a lo que son los montos de inversión para una tienda grande está bordeando los 400,000 dólares y para una tienda chica es aproximadamente también de 300,000 dólares, por lo cual si convertimos estos montos a soles da una inversión actual de 10'850,000 soles, y si dividimos la utilidad calculada sobre esta inversión da 11.14%. Rentabilidad bastante interesante y obtenida con promedios históricos, no con la data actual por motivos de confidencialidad.

13.2 CONCLUSIONES

Blockbuster es una compañía que ha sufrido de una discontinuidad en su manejo debido a la alta rotación de su Gerencia General y de sus Gerencias de línea. Esto origina a su vez problemas de operatividad y trato con proveedores para una óptima utilización de los mismos.

Los sistemas de la compañía se encuentran funcionando correctamente pero en forma independiente, duplicando el trabajo que se debe realizar para procesar la información.

Existe una falta de conocimiento detallado de su segmento objetivo, el cual ha incrementado sus opciones de entretenimiento y uso alternativo del dinero disponible.

Que a pesar de que el sistema de franquiciado es una forma rápida de poder poner un negocio un riesgo menor, debido a la transmisión de conocimiento de la empresa franquiciante, siempre debe tomarse en cuenta las características del mercado local.

13.3 RECOMENDACIONES

Debe buscarse lo mas pronto posible la integración de los distintos sistemas, de tal forma que la información entre ellos fluya sin mayor intervención en digitación.

En lo que se refiere a la actualización de tiendas, debería crearse un sistema automático para la conexión y distribución del archivo de actualización de la base de producto.

Debería buscar desarrollarse mas el sistema alterno que desarrolle de tal forma que permita el intercambio de información con las tiendas en diskette, tanto la información para actualizar el sistema de tiendas como la que genera la tienda y necesita ser alimentada en los sistemas de oficina principal.

Puede seguir bajándose los costos mediante análisis de las frecuencias de visitas y modificando los horarios de atención durante algunos días de la semana.

Realizar una investigación de mercado a la brevedad para poder entender mejor a su segmento objetivo, ya que las opciones de entretenimiento se han incrementado en gran número actualmente

Pedir a la corporación un rediseño del sistema, para que este pueda todavía rendir mas información, ya que actualmente es un poco difícil el poder trabajar con él.

Buscar una continuidad en la Gerencia General, ya que la rápida rotación del puesto crea quiebres en la continuidad de la dirección de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

SEA SU PROPIO GERENTE DE VENTAS

Anthony Alessandra, Jim Cathcart, John Monoky
McGraw Hill - Mexico – 1994

DIRECCION DE MERCADOTECNIA

Philip Kotler
Prentice Hall – Mexico – 1996

INVESTIGACION DE MERCADOS

Naresh K Malhotra
Prentice Hall – Mexico – 1997

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA

Fred Weston, Eugene Brigham
McGraw Hill – Mexico – 1994

PRINCIPIOS DE FIANANZAS CORPORATIVAS

Richard A. Brealey, Stewart C Meyers
McGraw Hill - España – 1993

ORGANIZACIÓN DE BASE DE DATOS

James Martin
Prentice Hall – Mexico – 1977

INTRODUC. A LAS REDES LOCALES DE INFORMATICA APLICADA

K.C.E. Gee –
MacMillan - España - 1984

GLOSARIO

RSC	Representante de Servicio al Cliente
CRC	Coordinador de Relaciones con el Cliente
Cover Rojo Estreno Rojo	Video de menos de un mes de su estreno
Cover Azul Estreno Azul	Video entre un mes y un año de estreno.
Precompra – Preventa	Proceso por el cual se separa un producto
News	Boletín periódico con los estrenos y ofertas
Impresora Logger	Imprime todas las transacciones realizadas
VHS	Sistema utilizado por un VCR
VCR	Video Cassette Recorder (le dicen VHS)
Royalties	Derecho que se paga por usar la Marca

ANEXOS

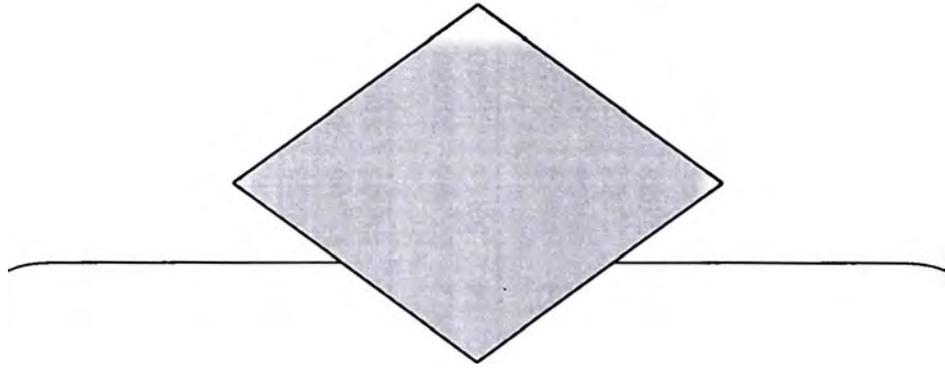
Anexo 1 : Ventas promedio para una Tienda Chica

Anexo 2 : Ventas promedio para una Tienda Grande

Anexo 3 : Estado de perdidas y ganancias par la compañía

Anexo 4 : Sistema WEB de Blockbuster Video Perú.

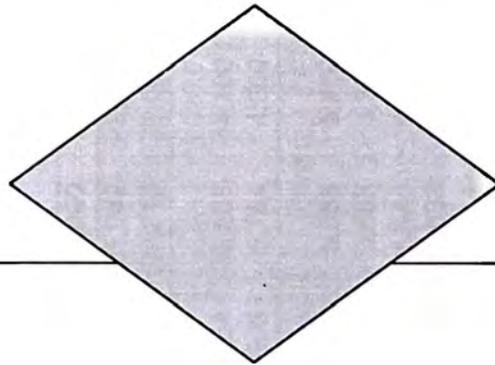
Anexo 5 : Sistema WEB de Blockbuster Video Internacional



ANEXO 1

Anexo 1 - Ventas promedio para una Tienda Chica

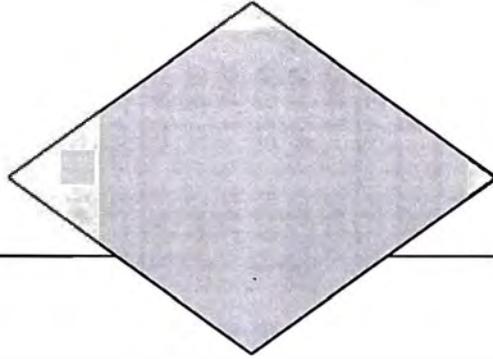
Tienda Chica		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año
	%	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	
Ingresos totales		51,240	50148	57204	39480	34440	42000	39480	44436	42000	36624	33600	60480	531,132
Ingreso x Renta	70%	35,868	35,104	40,043	27,636	24,108	29,400	27,636	31,105	29,400	25,637	23,520	42,336	371,792
Ingreso x Venta	30%	15,372	15,044	17,161	11,844	10,332	12,600	11,844	13,331	12,600	10,987	10,080	18,144	159,340
Renta														
Videos	90%	32,281	31,593	36,039	24,872	21,697	26,460	24,872	27,995	26,460	23,073	21,168	38,102	334,613
Juegos	10%	3,587	3,510	4,004	2,764	2,411	2,940	2,764	3,111	2,940	2,564	2,352	4,234	37,179
Venta														
Música	25%	3,843	3,761	4,290	2,961	2,583	3,150	2,961	3,333	3,150	2,747	2,520	4,536	39,835
Videos	16%	2,460	2,407	2,746	1,895	1,653	2,016	1,895	2,133	2,016	1,758	1,613	2,903	25,494
Confitería	20%	3,074	3,009	3,432	2,369	2,066	2,520	2,369	2,666	2,520	2,197	2,016	3,629	31,868
Internet	22%	3,382	3,310	3,775	2,606	2,273	2,772	2,606	2,933	2,772	2,417	2,218	3,992	35,055
Revistas	5%	769	752	858	592	517	630	592	667	630	549	504	907	7,967
Accesorios	2%	307	301	343	237	207	252	237	267	252	220	202	363	3,187
Otros	10%	1,537	1,504	1,716	1,184	1,033	1,260	1,184	1,333	1,260	1,099	1,008	1,814	15,934



ANEXO 2

Anexo 2 - Ventas promedio para una Tienda Grande

Tienda Grande		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año
	%	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	
Ingresos totales		85,400	83,580	95,340	65,800	57,400	70,000	65,800	74,060	70,000	61,040	56,000	100,800	885,220
Ingreso x Renta	70%	59,780	58,506	66,738	46,060	40,180	49,000	46,060	51,842	49,000	42,728	39,200	70,560	619,654
Ingreso x Venta	30%	25,620	25,074	28,602	19,740	17,220	21,000	19,740	22,218	21,000	18,312	16,800	30,240	265,566
Renta														
Videos	90%	53,802	52,655	60,064	41,454	36,162	44,100	41,454	46,658	44,100	38,455	35,280	63,504	557,689
Juegos	10%	5,978	5,851	6,674	4,606	4,018	4,900	4,606	5,184	4,900	4,273	3,920	7,056	61,965
Venta														
Música	25%	6,405	6,269	7,151	4,935	4,305	5,250	4,935	5,555	5,250	4,578	4,200	7,560	66,392
Videos	16%	4,099	4,012	4,576	3,158	2,755	3,360	3,158	3,555	3,360	2,930	2,688	4,838	42,491
Confitería	20%	5,124	5,015	5,720	3,948	3,444	4,200	3,948	4,444	4,200	3,662	3,360	6,048	53,113
Internet	22%	5,636	5,516	6,292	4,343	3,788	4,620	4,343	4,888	4,620	4,029	3,696	6,653	58,425
Revistas	5%	1,281	1,254	1,430	987	861	1,050	987	1,111	1,050	916	840	1,512	13,278
Accesorios	2%	512	501	572	395	344	420	395	444	420	366	336	605	5,311
Otros	10%	2,562	2,507	2,860	1,974	1,722	2,100	1,974	2,222	2,100	1,831	1,680	3,024	26,557



ANEXO 3

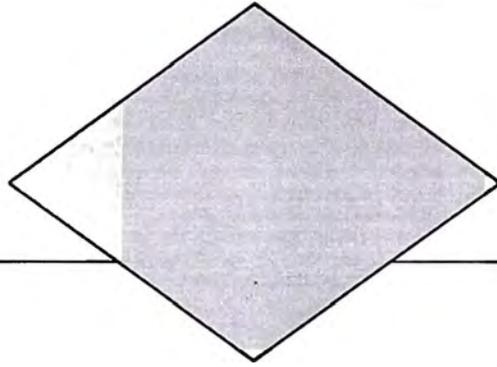
Estado de Perdidas y Ganancias															
Anexo 3	Valor x Tda.		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	AÑO
	Chica	Gran.	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	4 sems	4 sems	5 sems	
Tiendas															
Chicas			5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Grandes			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Ventas			597,800	585,060	667,380	460,600	401,800	490,000	460,600	518,420	490,000	427,280	392,000	705,600	6,196,540
Alquileres	0.7	0.7	418,460	409,542	467,166	322,420	281,260	343,000	322,420	362,894	343,000	299,096	274,400	493,920	4,337,578
Ventas	0.3	0.3	179,340	175,518	200,214	138,180	120,540	147,000	138,180	155,526	147,000	128,184	117,600	211,680	1,858,962
Costo de Ventas			197,274	193,070	220,235	151,998	132,594	161,700	151,998	171,079	161,700	141,002	129,360	232,848	2,044,858
Videos y Juegos	0.15	0.15	62,769	61,431	70,075	48,363	42,189	51,450	48,363	54,434	51,450	44,864	41,160	74,088	650,637
Productos de Vta.	0.75	0.75	134,505	131,639	150,161	103,635	90,405	110,250	103,635	116,645	110,250	96,138	88,200	158,760	1,394,222
Utilidad Bruta			400,526	391,990	447,145	308,602	269,206	328,300	308,602	347,341	328,300	286,278	262,640	472,752	4,151,682
Gastos Operativos			132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	132,900	1,594,800
Luz	1500	2500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	17,500	210,000
Agua	150	250	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	21,000
Telefono	1000	1500	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	132,000
Alquiler y Arbitrios	10000	12500	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	1,200,000
Mantenimiento	250	350	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650	31,800
Gastos de Mercadeo		0.02	18,369	18,191	19,343	16,448	15,625	16,860	16,448	17,258	16,860	15,982	15,488	19,878	206,752
Gasto de Operación		0.005	2,092	2,048	2,336	1,612	1,406	1,715	1,612	1,814	1,715	1,495	1,372	2,470	21,688
Gastos Administrativos			151,798	150,906	156,668	142,194	138,078	144,252	142,194	146,241	144,252	139,861	137,392	159,344	1,753,178
Personal			109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	109,952	1,319,420
Tienda	7,293	8,746	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	71,452	857,420
Oficina			38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	38,500	462,000
Regalias x Ing Bruto	0.07	0.07	41,846	40,954	46,717	32,242	28,126	34,300	32,242	36,289	34,300	29,910	27,440	49,392	433,758
Utilidad Operativa			95,367	87,946	135,897	15,448	-18,803	32,573	15,448	49,128	32,573	-3,961	-24,512	158,160	575,264

ANEXOS

IMPLEMENTACIÓN DE UNA FRANQUICIA EN EL PERÚ

Ingresos No Operativos			96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000	1,152,000
Alquileres Citibank	5000	5000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	540,000
Alquiler Varios			31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	372,000
Alquiler Musica	2000	2500	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	240,000
Utilidad antes de impuestos			191,367	183,946	231,897	111,448	77,197	128,573	111,448	145,128	128,573	92,039	71,488	254,160	1,727,264
Impuestos	0.3	0.3	57,410	55,184	69,569	33,434	23,159	38,572	33,434	43,538	38,572	27,612	21,446	76,248	518,179
Utilidad Neta			133,957	128,762	162,328	78,013	54,038	90,001	78,013	101,590	90,001	64,427	50,042	177,912	1,209,085
Utilidad Acumulada			133,957	262,719	425,047	503,060	557,098	647,099	725,113	826,702	916,704	981,131	1,031,173	1,209,085	

3



ANEXO 4



BLOCKBUSTER NET PERU

[entrar](#)

INTERNET
a sólo
US\$ 60
anuales

**PAN BIMBO y
BLOCKBUSTER**
estrenan una
promoción...

BUSQUEDA

Busque su película favorita:

buscar 

ven a BLOCKBUSTER y



**afiliate
GRATIS**



**Pásalo de Película,
Pásalo Blockbuster**



video

música

libros

juegos

novedades

**información
general**

**comentarios y
sugerencias**

INTERNET
**al precio más
bajo del mercado**

Copyright © 1997, Telefónica Servicios Internet.
Todos los Derechos Reservados

BLOCKBUSTER

comentarios y sugerencias

video

música

libros

juegos

novedades

página
principal

Para nosotros su opinión es muy importante...
escribanos!



Cualquier duda, comentario o sugerencia será bien recibida e intentaremos tomarla en cuenta.

Asegúrese de llenar todos los campos:

Su Nombre:

Su Dirección Electrónica:

Título:

Sugerencia o comentario:

Enviar Sugerencia

Borrar



información general

- video
- música
- libros
- juegos
- novedades
- página principal

Blockbuster, la cadena de alquiler de videos más grande del mundo entero, cuenta con más de 7,000 locales a nivel mundial, y está presente en más de 25 países.



Su desarrollo es tal, que cada 12 horas se abre una nueva tienda **Blockbuster** en el mundo.

En el Perú, **Blockbuster** abrió sus puertas por primera vez en Lima en diciembre de 1,995. Hoy en día contamos con ocho locales donde te esperamos para ofrecerte lo mejor en diversión y entretenimiento para toda la familia.

En Blockbuster encontrarás:

- Más de 8,000 películas para escoger.
- Venta de películas.
- Películas originales y de excelente calidad.
- Gaseosas, helados, dulces, pop corn y de todo para acompañar tu película.
- Estacionamiento vigilado.
- Amplio horario de atención.
- Buzón de devolución de películas las 24 horas del día.
- Muñecos, juguetes y accesorios de tus personajes favoritos.
- Atención personalizada de personal capacitado.
- Zona de niños para que los pequeñines de la casa puedan divertirse.
- Videojuegos.
- Agencias de Citibank donde podrás realizar tus operaciones bancarias con total comodidad, atención personalizada y el mejor horario en un ambiente muy agradable.

horario de atención

Domingo a jueves: 10 am. a 11 pm.
Viernes, sábado y visperas de feriado: 10 am. a 12 pm.

mapas de ubicación

SAN MIGUEL

C.C. Plaza San Miguel

Av. Riva Agüero, Av. La Marina, Av. Universitaria

Av. La Marina 2190
566-3605

SAN ISIDRO

Av. Dos de Mayo, Av. Javier Prado

KFC

Av. Las Flores 205
221-8326

MIRAFLORES

28 de Julio, Vía Expresa

Av. 28 de Julio 886
242-0116

SAN ISIDRO

CHACARILLA

Av. Primavera, Av. Caminos del Inca

Wong

Pta. Pejerrey

Av. Caminos del Inca 202
271-7513

LA MOLINA



Av. Emilio Caveneia 187
441-6976

BENAVIDES



Av. Raúl Ferrero 1345
365-4050

SAN BORJA



Av. Benavides 2304
271-4272

MONTERRICO



Av. Parque Norte 930 - 944
224-8263



Av. Primavera 1746
344-4598





VIDEO

estrenos del mes

próximos estrenos

catálogo

promociones



Quédate a mi lado
Juego de gemelas
Pareja explosiva
Romance peligroso
Amor vertical
Casi héroes

Por siempre
La máscara de la muerte 2
Mafia
El apóstol
Dos abogados sin juicio
La presa



QUÉDATE A MI LADO
 Julia Roberts / Susan Sarandon / Ed Harris

Historia acerca de una difícil amistad entre dos remarcables mujeres.



JUEGO DE GEMELAS
 Dennis Quaid / Natasha Richardson

Hallie es una joven tranquila de California. Annie es una hermosa chica de Londres. Cuando se conocen en un campamento de verano, piensan que no tienen nada en común, excepto...!que son gemelas idénticas!



PAREJA EXPLOSIVA
 Jackie Chan / Chris Tucker

El inspector Lee, debe ir a América y rescatar a la hija de 11 años del Cónsul Chino, la cual fue raptada. El FBI designa a James Carter al caso. Así se unen las fuerzas de dos mundos diferentes para salvar a la niña.



ROMANCE PELIGROSO
 George Clooney / Jennifer López

Jack Foley, famoso asaltante de bancos, el día que abandona la prisión conoce a Karen Sisco, una oficial federal. Ahora, ellos estarán deseosos de arriesgarlo todo para encontrar que hay más allá entre ellos que sólo la ley.



AMOR VERTICAL
 Jorge Perugorria / Silvia Aguila

Ernesto, un mujeriego compulsivo, trabaja como enfermero en un hospital. Cuando Estela, una estudiante de Arquitectura, ingresa en urgencias después de un intento de suicidio, Ernesto derrochará todos sus encantos hasta verse correspondido.



CASI HEROES
 Chris Farley / Matthew Perry

Hunt (Farley), es un guía en los inexplorables territorios del Nuevo Mundo. Edwards (Matthew Perry), es un snob en busca de gloria. Juntos lideran una banda de pleitistas desadaptados en un recorrido de cómicos contratiempos.



POR SIEMPRE
 Drew Barrymore / Anjelica Huston

Una moderna joven del siglo XVI, Danielle, soporta con valor los abusos de su madrastra y logra milagros para todos los que viven a su alrededor. Una tierna historia de amor al estilo cenicienta.



LA MÁSCARA DE LA MUERTE 2
 Courteney Cox / Neve Campbell

Sidney Prescott (Neve Campbell), cree que los asesinatos de Woodsboro han quedado atrás... hasta que un asesino imitador desencadena una repetición de electrizantes horrores en la universidad!



MAFIA
 Lloyd Bridges / Christina Applegate

En esta comedia de la familia más disfuncional del crimen desorganizado, Lloyd Bridges gobierna el bajo mundo del Padrino Vincenzo Cortino. Al llegar el momento de elegir al próximo Don Cortino, surge una rivalidad entre sus dos hijos.



EL APOSTOL
 Robert Duvall

Robert Duvall, es Sonny, un predicador sureño. Cuando pierde el control y comete un crimen pasional, huye de la ley. Oculto en un pequeño pueblo, adopta una nueva identidad y se enfrasca una nueva misión, encontrar el camino de la redención.



DOS ABOGADOS SIN JUICIO
 Michael Richards / Jeff Daniels

El abogado Charles Tuttle, debe ir a un pueblo desolado a resolver un caso. Richard Rietti, aspirante a actor, ha planeado la mejor despedida de soltero para Charles, dejándolo esta fiesta incapaz de presentarse en la corte.



LA PRESA
 Harry Hamlin

Samantha Clark debe viajar al Pacífico Nor-Occidental y realizar las investigaciones sobre la caída de un avión. Durante el trayecto conoce a Doc, quien se ofrece a llevarla al lugar del accidente. Pero en realidad él decide ir de caza, Samantha como su presa.



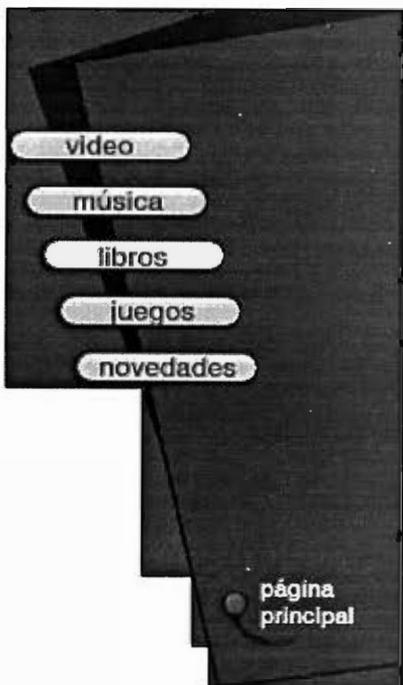
página principal



próximos estrenos

ordenar del mesa caballos promociones

Tienes un e-mail
 Todavía sé lo que hicieron el verano pasado
 En la riqueza y en la pobreza
 Baila conmigo
 Babe en la ciudad
 Querido difunto esposo
 El tele-guru



TIENES UN E-MAIL Tom Hanks / Meg Ryan

En este moderno romance vía modem, Hanks es dueño de una cadena de super - librerías y Ryan es dueña de una pequeña tienda de libros para niños, ellos son ciber-amigos anónimos y se enamoran por e-mail, sin saber que son acérrimos rivales de negocios.



TODAVIA SÉ LO QUE HICIERON EL VERANO PASADO Jennifer Love Hewitt / Freddie Prinze Jr.

Terrorífica secuela del sangriento éxito de taquilla "Sé lo que hicieron el verano pasado". El hombre de impermeable con el garfio en la mano está de vuelta.



EN LA RIQUEZA Y EN LA POBREZA Tim Allen / Kirstie Alley

Brad y Caroline Sexton una pareja de esposos que viven en el mejor barrio de Nueva York, "desplumados" por su contador personal, se encuentran debiendo tres millones de dólares en impuestos. Al huir, terminan en una colonia religiosa.



BAILA CONMIGO Chayanne

Rafael conoce a Ruby, despertando en ella nuevas y aterrizantes pasiones. Rafael sigue a Ruby a Las Vegas para la inauguración del Campeonato Mundial de Danza, ella está destinada a bailar con otro, pero Rafael está buscando más que una pareja de baile.



BABE EN LA CIUDAD

Babe y la Sra. Hoggett van a la ciudad para salvar su granja. En esta aventura Babe conoce a muchos nuevos amigos. ¡Esta es una tierna y alegre diversión para toda la familia!



QUERIDO DIFUNTO ESPOSO John Ritter / Nicollette Sheridan

Alexis está cansada de su "perfecto matrimonio" y un exclusivo club de esposas le ofrece una solución. Querido difunto esposo sigue los esfuerzos de las esposas para quitarse de encima a sus cándidos maridos.



EL TELE GURÚ Eddie Murphy / Jeff Goldblum / Kelly Preston

Ricky Hayman (Goldblum), un alto ejecutivo en GBSN, enfrenta a una analista de medios de comunicación Kate Newell (Preston), consciente que su trabajo se encuentra en peligro, cuando aparece G "Hombre Sagrado".





catálogo promociones

MUSIC

Y AHORA EN BLOCKBUSTER... MUSIC

- Tenemos los últimos lanzamientos.
- La más amplia variedad en CD'S y cassettes.
- Discos compilatorios y CD packs, nunca antes ofrecidos en el Perú.
- Mas de 5,000 discos por tienda.
- Una amplia variedad de artículos musicales como libros, calendarios, posters, porta CD'S, porta cassettes y muchos accesorios más en todos los modelos y marcas.
- Comodidad, estacionamiento vigilado, amplio horario, excelente servicio brindado por personal capacitado.
- Grato y divertido ambiente.
- Asimismo, nuestros socios recibirán permanente información sobre las novedades y ofertas especiales.



Y sobre todo, ofrecemos los mejores precios del mercado.



los elegidos del mes...



JUAN GABRIEL EN CONCIERTO EN EL PALACIO DE BELLAS ARTES



AMEN



1998 GRAMMY NOMINEES



MIXTURA TODO PERU



MADRE MATILDA



LA NOVICIA REBELDE



FIESTA BALLENATA VOL. 1



BUSH DECONSTRUCTED



MOLOTOV



CHICHI PERALTA



EX CAIDA LIBRE



ALI BABA Y LOS 40 LADRONES CUENTOS INFANTILES



MUSICOS, POETAS Y LOCOS



SABOR TROPICAL



LOS TITANES



FRUKO & THE
LATIN BROTHERS



EL CD DEL
HINCHA CREMA



FELA RANSOME
KUTI & THE AFRICA
70
WITH GINGER
BAKER



Copyright © 1997, Telefónica Servicios Internet.
Todos los Derechos Reservados



LIBROS

revistas y cuentos



La casa de los espíritus
El secreto de Selena
Más allá del horizonte
Almanaque Mundial 1998
Iso 9000 liderazgo virtual
Mi primer millón
El mejor socio es su cliente
Hágalo Ud. mismo con Excel

Camino al futuro
The hellfire
Business Week
Tatoo
Cinerama
Hola!
Vogue
Surfing



LA CASA DE LOS ESPIRITUS

Relata la saga de una familia y de un mundo: la historia del arrebato, del autoritarismo, los desbordes de la fantasía, la interpenetración de lo irreal y lo ilusorio.



MAS ALLA DEL HORIZONTE

Walter Mercado ha cautivado a muchas personas con sus acertadas predicciones. En este libro explica como la humanidad está pasando por un período crítico a un proceso de purificación.



ISO 9000 LIDERAZGO VIRTUAL

Este es un libro para los líderes iluminados que desean abrir camino en el siglo venidero, constituye un tema que se trata tanto en los altos niveles de la administración como entre obreros.



EL MEJOR SOCIO ES SU CLIENTE

Es un concepto profundo que puede aplicar cualquier empresa para sobresalir en el mercado competitivo de nuestros días.



CAMINO AL FUTURO

En esta obra Bill Gates muestra cómo las nuevas herramientas de la Edad de la Información están transformando las formas de compra, trabajo, estudio, comunicación y diversión.



BUSINESS WEEK

Una revista con lo último en el desarrollo de los negocios. Mencionando relatos sobre la China por el Economista Czar Zhu Rongji.



CINERAMA

Historias que cuentan famosos del cine, relatos estrictamente confidenciales de Kim Basinger, luces y sombras de un director de diseño como Ridley Scott.



EL SECRETO DE SELENA

Por Ma. Celeste Arrarás, describiendo numerosas respuestas sobre el asesinato, juicio, y el drama detrás de la tragedia, incluyendo detalles nunca antes publicados de su entrevista con Yolanda.



ALMANAQUE MUNDIAL 1998

El Almanaque Mundial 1998, con más de 71 millones de copias por ser el más usado, completo y sobre todo con datos actualizados.



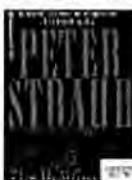
MI PRIMER MILLON

Ni secretos, ni toques mágicos. Simplemente, el hombre potenciado al máximo. Una lectura fascinante, reveladora, movilizadora de los mejores recursos del ser humano.



HAGALO USTED MISMO CON EXCEL

La guía más fácil y completa para principiantes. Aquí tiene todo lo que necesita para lograr el éxito. Todas las opciones claves de Excel que Usted necesita y desea utilizar.



THE HELLFIRE

Un libro que combina historias de misterio, suspenso e intriga relacionados con asesinatos, desarrollados en clubs nocturnos.



TATOO

La revista que muestra desde los más sencillos a los más raros tatuajes en las diferentes partes del cuerpo humano.



HOLA!

Es una revista muy amena con relatos de entrevista a personajes reconocidos, su vida e intimidades. Historias que tal vez no conoce.



VOGUE

Una revista con relatos para todo tipo de mujer, sobre terapia para estrés, política, publicidad, lencería y moda.



SURFING

Toda una ilustración y detalles acerca de la vida del surfer, con reconocidos personajes.

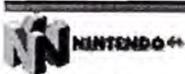


Copyright © 1997, Telefónica Servicios Internet.
Todos los Derechos Reservados



JUEGOS

últimas adquisiciones



YOSHI'S STORY

Otro juego genial. Retoma muchos de los elementos del juego original de Yoshi's Island para crear impresionantes escenarios y personajes en divertidas aventuras que harán de éste uno de tus juegos

favoritos.



THE LEGEND OF ZELDA 64

Excelente título lleno de efectos especiales como niebla, agua, humo de las explosiones y fuego. Ahora Link puede usar hasta cuatro armas y desarrollar una serie de acciones que nunca antes se hablan hecho en

juegos de aventuras. Prepárate para este emocionante juego!



BOMBERMAN 64

Ahora jugarás en mundos diseñados completamente en 3D y llenos de enemigos y condiciones climatológicas de mucho peligro. Explora laberintos destruyendo todo lo que se ponga enfrente, recolecta las Gold Cards, trata de terminar los 20 niveles lo más rápido posible para incrementar tu puntuación, etc. Este título es hasta para cuatro jugadores.



INTERNATIONAL SUPERSTAR SOCCER 64

Estupendos gráficos y sonido te envolverán y sentirás que estás realmente en el campo de juego. Puedes seleccionar a los jugadores como quieras para lograr el equipo perfecto.



STARFOX 64

Dirige a unos mercenarios a salvar al planeta Comeria. Viene con el accesorio "Rumble Pak", el cual se adapta al control y lo hace temblar cuando en el juego eres golpeado, arrojas una bomba o eliminas a un

enemigo... Tienes que probarlo!



TETRISPHERE

¡Atención adictos al TETRIS! Este juego los hará pensar como nunca! En el corazón de Tetrisphere se encuentra una esfera compuesta por diferentes piezas con las formas clásicas de Tetris. Al dejarlas caer podrás derribar los bloques y descubrir lo que hay en el centro.



GOLDENEYE 007

18 diferentes misiones y objetivos. Opción hasta cuatro jugadores simultáneos. Compatible con Rumble Pak. Si alguna vez te preguntaste que se siente ser James Bond, ésta es tu oportunidad de averiguarlo!



MISCHIEF MAKERS

Marina, una robot en busca del científico que la creó, estelariza este juego de acción en 2D donde tendrá que atravesar 5 mundos de 12 niveles cada uno, defendiéndose de la armada del malvado Emperador de Nendoro, hablando con muchos personajes y resolviendo acertijos en una mezcla de acción y aventura.



DONKEY KONG COUNTRY 3

La tercera parte de esta divertida aventura, con nuevos personajes, mejores gráficos y animaciones



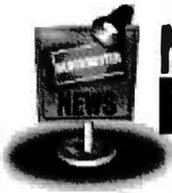


nuevos personajes, mejores gráficos y animaciones
que con seguridad harán de este juego uno de tus
favoritos!

***También contamos con equipos y controles de Nintendo 64 y
Supernintendo disponibles para alquiler y venta.**



Copyright © 1997, Telefónica Servicios Internet.
Todos los Derechos Reservados



NOVEDADES Y PROMOCIONES



[continuar](#) ▶



Pan BIMBO y BLOCKBUSTER estrenan una promoción *que te llenará de gusto*

por el alquiler de 2 películas de
estreno Pan Bimbo te regala



2 deliciosos
Bimboletes

y por el alquiler de 3 te llevas



1 extraordinario
Keke con pasas

Pan BIMBO

Promoción válida
hasta agotar stock



LOS PRECIOS
DE LOS CARTUCHOS
SE HICIERON HUMO!!!

Alquila tus juegos de

SUPER
NINTENDO
por sólo

\$1,700

Porque admiras las estrellas...



...BLOCKBUSTER y Continental Airlines te
invitan a sentarte junto a ellas.

Viaja GRATIS al Blockbuster Entertainment Awards.

- Por el alquiler de 2 videos de estreno recibes 2 cupones.
- Por el alquiler de 3, recibes 6 cupones.
- Por el alquiler de 4, recibes 10 cupones.
- Llénalos con tus datos y deposítalos en las ánforas de la tienda.
- Y participa en el sorteo de 2 pasajes en continental Airlines, con estadia incluida*, para asistir a la ceremonia de premiación de los:

BLOCKBUSTER ENTERTAINMENT AWARDS



Continental
Airlines



Promoción válida del 15 de marzo al 09 de mayo Sorteo 12 de mayo

*No incluye bolsa de viaje, ni gastos por pasaporte, visa e impuesto de salida.

Resolución Ministerial en trámite



Copyright © 1997, Telefónica Servicios Internet.
Todos los Derechos Reservados



NOVEDADES Y PROMOCIONES

volver



afiliate GRATIS

Ven a BLOCKBUSTER y hazte socio GRATIS...
Disfrutarás de las mejores películas, las más taquilleras, los clásicas inmortales, dibujos animados, juegos de nintendo y toda la diversión que te puedas imaginar.
Porque en Blockbuster, lo más importante es que tú y tu familia se diviertan a lo grande...

te esperamos!!!

Requisitos para la afiliación:

- Fotocopia de L.E o documento de identidad
- Fotocopia de recibo de teléfono



CITIBANK atiende
MATINEE, VERMOUTH Y NOCHE

Estrenamos 8 agencias de CITIBANK en
BLOCKBUSTER

- El mejor horario de atención personalizada de 10 am. a 8 pm.
- Atención los 365 días del año, incluidos feriados.
- Cajero automático y servicio CITIPHONE las 24 horas del día.
- La mayor comodidad para realizar sus operaciones bancarias.

CITIBANK

<http://www.citibank.com/peru/spa/q/index.htm>

. BENAVIDES: Av. Benavides cdra. 23 esq. c/Sor Tita . CAVENECIA: Emilio Cavenecia 175 . CHACARILLA: Av. Caminos del Inca 208 . LA MOLINA: Raúl Ferrero 1345 . LAS FLORES: Av. Las Flores 205 esq. c/2 de Mayo . MIRAFLORES: Av. 28 de Julio 886 . SAN BORJA: Av. del Parque Norte 930 esq. c/Guardia Civil . SAN MIGUEL: Centro Comercial Plaza San Miguel

INTERNET

a sólo

US\$ 20

anuales

el precio más bajo del mercado

SERVICIOS DE INSTALACION DE INTERNET:

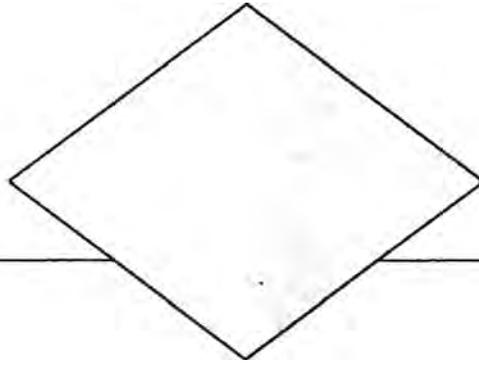
- Visita a domicilio
- Configuración de Internet y Correo Electrónico
- Capacitación Básica al usuario
- Soporte permanente (Hot Line)

TODO POR SOLO US\$ 20

volver

subir





ANEXO 5

BLOCKBUSTER

MOVIES VIDEO GAMES SOUNDTRACKS GIFT CENTER

▶ IN STORES NOW ▶ STORE LOCATOR ABOUT US CONTACT US WEB LINK

HELP

 **View Shopping Cart**

Log In

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[+Power Search](#)



CAST YOUR VOTE



Get a **FREE** rental every month!
Find Out How!



Register Now

Registration Benefits

Go

Check out the \$4.99 sale on **BLOCKBUSTER Previewed™** Videos.
Check out the \$4.99 sale on **BLOCKBUSTER Previewed™** Videos.

HOT NEW RELEASE



FREE Terk plush only at blockbuster.com when you buy Tarzan or any other Disney movie. [Details](#)



Purchase The Thomas Crown Affair on DVD (\$14.99) just in time for Valentine's Day!

[More new releases...](#)



GREAT DEAL

Just a sample of what's on sale this week!
Sleepless in Seattle \$12.
Blade Runner
[For more.](#)

GIFT CENTER



BLOCKBUSTER GIFT CARDS™ – the perfect way to show how you feel this Valentine's Day. Visit our [Gift Center](#) for additional gift ideas!

THE LATEST SCOOP

sundance channel

The Sundance Film Festival wrapped up 10 frenetic days of films, panels, and parties on Sunday January 30th. [Check out](#) highlights of the week and the winners of the Grand Jury Prize and the Audience Award.

Don't forget to!

SIGN UP TODAY

Get the latest on your own wish list... lots more from [blockbuster](#).

The Thomas Crown Affair image © 1999 United Artists Pictures, Inc. All Rights Reserved

Sundance Channel is a registered trademark of Sundance Television, Ltd. Sundance Channel, L.L.C. authorized us

© Disney Enterprises, Inc.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) • [Terms & Conditions](#)

View Shopping Cart

Log In

Feb 8, 2000

SEARCH

 GO

+ Power Search

MOVIE CATEGORIES

NEW RELEASES

COMING SOON

ON SALE NOW

TOP 10 SALES

BLOCKBUSTER PRE-VIEWED

FEATURED DVD'S

BLOCKBUSTER RECOMMENDS

AWARD WINNERS

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED

REWARDS
Get a **FREE** rental every month! Find Out How!

CELEBRITY NEWS Online

Register Now

Registration Benefits

Go

This is the place, blockbuster.com, for great movie information!

Select a Category

Go

Buy Online Now!



FAMILY PICKS

Trading Mom
The Land Before Time V: The Mysterious Island
The Neverending Story 2: The Next Chapter



ON SALE NOW

Pokemon: Fashion Victims
Happy Gilmore
Casablanca



BLOCKBUSTER Pre-Viewed™ Videos

Just \$4.99 each! Like new and quality guaranteed.



NEW RELEASES

- Lock, Stock, Smoking Bar
- Tarzan
- Message in a Bottle
- Forces of Nature
- The Brandon Story
- Mulan
- A Simple Plan
- Little Voice
- Jawbreaker
- The Deep End
- Ocean
- and more...

See the hottest new releases available at BLOCKBUSTER® store.



COMING SOON

Available soon on

- An Extremel Movie
- A Perfect Ca
- Saturday Nig
- The Best of Rock
- Paulie
- The Crossin
- October Sky
- and more...

Get a peek at what's coming soon to yo BLOCKBUSTER store.

BLOCKBUSTER Pre-Viewed video quantities are limited. Available while supplies last. Limit two (2) per title per customer. Maximum twenty (20) pre-viewed videos per customer per day. Prices may vary.

[MOVIES](#)[VIDEO GAMES](#)[SOUNDTRACKS](#)[GIFT CENTER](#)[▶ IN STORES NOW](#)[▶ STORE LOCATOR](#)[ABOUT US](#)[CONTACT US](#)[WEB LINK](#)[HELP](#)[View Shopping Cart](#)[Log In](#)

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

MOVIE CATEGORIES[NEW RELEASES](#)[COMING SOON](#)[ON SALE NOW](#)[TOP 10 SALES](#)[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)[FEATURED DVDs](#)[BLOCKBUSTER RECOMMENDS](#)[AWARD WINNERS](#)[THE LATEST SCOOP](#)[RATINGS DEFINED](#)[Register Now](#)

Registration Benefits

Go

Select a Category

Go

MOVIE CATEGORIESLaughter or tears? It's your choice. Just browse the movie section that interests you most. Choose from thousands of titles available at [blockbuster.com](#).**ACTION**

From Sci Fi to Westerns, our action movies are sure to get your adrenaline going!

[Kickboxer 3: The Art of War](#)
[A Perfect World](#)**COMEDY**

Need a good laugh? We've got kinds of comedies to tickle your funny bone!

[Fools Rush In](#)
[A League of Their Own](#)**DRAMA**

From romantic tearjerkers to courtroom thrillers, we've got the dramas you're looking for!

[Schindler's List](#)
[Dying Young](#)**FAMILY**

Browse our huge selection that both kids and parents can enjoy!

[Mickey and the Beanstalk](#)
[Follow That Bunny!](#)**SPECIAL INTEREST**

Whether you're a concert lover or a sports fanatic, we've got your Special Interests covered!

[100 Greatest Touchdowns](#)
[Kelly Roberts: The Total Body Circuit](#)
[Training Workout](#)Get a **FREE** rental every month!
[Find Out How!](#)**SONY**[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Log In

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

Register Now

Registration Benefits

Go

Select a Category **Go**

MOVIE CATEGORIES

- NEW RELEASES**
- COMING SOON
- ON SALE NOW
- TOP 10 SALES
- BLOCKBUSTER PRE-VIEWED
- FEATURED DVDs
- BLOCKBUSTER RECOMMENDS
- AWARD WINNERS
- THE LATEST SCOOP
- RATINGS DEFINED

NEW RELEASES

Buy these brand new releases right here at blockbuster.com!



[A Simple Plan](#)



[Rushmore](#)



[Message in a Bottle](#)



[Forces of Nature](#)

More New Releases

- [Gloria](#) 11/23
- [Limbo](#) 11/23
- [Wild Wild West](#) 11/30
- [The Hunley](#) 12/14
- [Auch Zwerge haben kle angefangen](#) 12/14
- [Ricky Martin: One Nig Only](#) 12/14
- [Lola Rennt](#) 12/21
- [Cold Steel](#) 01/18
- [The Planet of Junior Brown](#) 01/25
- [Black Circle Boys](#) 01/25



To find out about new releases you can rent at your local BLOCKBUSTER® store, check our [In Stores Now](#) section.

View Shopping Cart

Log In

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ **Power Search**

Register Now

Registration Benefits

Go

Select a Category

Go

COMING SOON

Coming on VHS! Look for these great films you can buy soon at blockbuster.com.

MOVIE CATEGORIES

NEW RELEASES

COMING SOON

ON SALE NOW

TOP 10 SALES

BLOCKBUSTER PRE-VIEWED

FEATURED DVD's

BLOCKBUSTER RECOMMENDS

AWARD WINNERS

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED



ON THE WAY!



[An Extremely Goofy Movie](#)



[October Sky](#)

Also Coming Soon

- [A Perfect Candidate](#) 02/29
- [The Crossing](#) 02/29
- [An Extremely Goofy Movie](#) 02/29
- [Saturday Night Live: T of Chris Rock](#) 03/07
- [Paulie](#)
- [October Sky](#)



[The Thirteenth Floor](#)

To find out about what's coming to your local BLOCKBUSTER, visit our [In Stores Now](#) section.

BLOCKBUSTER

MOVIES VIDEO GAMES SOUNDTRACKS GIFT CENTER

▶ IN STORES NOW ▶ STORE LOCATOR ABOUT US CONTACT US WEB LINK
HELP

 **View Shopping Cart**

Log In

Feb 8, 2000

SEARCH

+ Power Search

Register Now

Registration Benefits

Select a Category

ON SALE NOW

Your ticket to the best entertainment is more affordable than ever! Check out these terrific deals available at blockbuster.com.

MOVIE CATEGORIES

NEW RELEASES

COMING SOON

ON SALE NOW

TOP 10 SALES

BLOCKBUSTER PRE-VIEWED

FEATURED DVDs

BLOCKBUSTER RECOMMENDS

AWARD WINNERS

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED

GREAT VALUES!



The Thomas Crown Affair



The Silence of the Lambs

CELEBRITY NEWS Online



[View Shopping Cart](#)

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)

Feb 8, 2000



Select a Category

MOVIE CATEGORIES

[NEW RELEASES](#)

[COMING SOON](#)

[ON SALE NOW](#)

[TOP 10 SALES](#)

[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)

[FEATURED DVDs](#)

[BLOCKBUSTER RECOMMENDS](#)

[AWARD WINNERS](#)

[THE LATEST SCOOP](#)

[RATINGS DEFINED](#)

TOP 10 SALES

Build a video library at home with top-rated movies. Each week, check this list of Top 10 movies for sale at BLOCKBUSTER.

This Week's Picks



- 1** [The Matrix](#)

- 2** [Pokemon: Wake Up, Snorlax!](#)

- 3** [Pokemon: Jigglypuff Pop](#)

- 4** [Toy Story](#)

- 5** [The Olsen Twins: Passport To Paris](#)

- 6** [The Iron Giant](#)

- 7** [Austin Powers: The Spy Who Shagged Me](#)

- 8** [Saving Private Ryan](#)

- 9** [Forrest Gump](#)

- 10** [Friday](#)

Number One
ON THIS WEEK'S LIST
[The Matrix](#)

The Top 10 list is updated weekly.
Select a title to get more details on the movie.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ Power Search

Select a Category

Go

BLOCKBUSTER Pre-Viewed™ Videos

For a limited time, our selection of like-new movies are just \$4.99 each! The best in Drama, Action, Comedy, and Family entertainment -- at prices that can't be beat! And of course, quality is always guaranteed at BLOCKBUSTER.

MOVIE CATEGORIES

NEW RELEASES

COMING SOON

ON SALE NOW

TOP 10 SALES

LOCKBUSTER PRE-VIEWED

FEATURED DVD's

BLOCKBUSTER RECOMMENDS

AWARD WINNERS

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED

MORE MOVIES!

GOING FAST!



Babe: Pig in the City



Antz



The Curve



You've Got Mail

More Great Values

- Babe: Pig in the City
- You've Got Mail
- The Curve
- Lolita
- The Rugrats Movie
- Antz
- The X-Files
- Lost In Space
- Still Breathing
- Ever After



To find out more about the great deals at your local BLOCKBUSTER, visit our In Stores Now section.

BLOCKBUSTER Pre-Viewed video quantities are limited. Available while supplies last. Limit two (2) per title per customer per day. Maximum twenty (20) pre-viewed videos per customer per day. Prices may vary.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH GO
+ Power Search

Select a Category Go

FEATURED *DVD*

We're proud to carry a wide variety of DVDs. Whether you want the latest releases, kids' favorites, or Hollywood classics, we've got what you're looking for. Buy them online at blockbuster.com!

- MOVIE CATEGORIES
- NEW RELEASES
- COMING SOON
- ON SALE NOW
- TOP 10 SALES
- BLOCKBUSTER PRE-VIEWED
- FEATURED DVDs**
- BLOCKBUSTER RECOMMENDS
- AWARD WINNERS
- THE LATEST SCOOP
- RATINGS DEFINED

BROWSE OUR DVD SHOWCASE!



Analyze This



One Fine Day



Dead Man Walking



8MM

More DVDs

- [Big Red](#)
- [Directors: John McTier](#)
- [Ma Vie En Rose](#)
- [National Geographic: Secrets Of The Titanic](#)
- [Picture Perfect](#)
- [Shaka Zulu](#)
- [The Distinguished Gentleman](#)
- [The Third Man](#)
- [Wanted](#)
- [Where the Buffalo Roa](#)

To find out about more new titles for rent at your local BLOCKBUSTER, check our [In Stores Now](#) section.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ [Power Search](#)

MOVIE CATEGORIES

[NEW RELEASES](#)

[COMING SOON](#)

[ON SALE NOW](#)

[TOP 10 SALES](#)

[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)

[FEATURED DVDs](#)

[BLOCKBUSTER RECOMMENDS](#)

[AWARD WINNERS](#)

[THE LATEST SCOOP](#)

[RATINGS DEFINED](#)

BLOCKBUSTER RECOMMENDS™

RATE THE MOVIES YOU'VE SEEN AND WE'LL SUGGEST NEW MOVIES BASED ON YOUR PREFERENCES.

How does it work?

Want some help choosing from the amazing selection of movies at your local BLOCKBUSTER® store? Let BLOCKBUSTER RECOMMENDS be your personal guide to finding movies that you're sure to love.

It's easy -- just rate movies you've seen, and we'll suggest new movies based on your personal preferences. The more movies you rate, the more we know you're personal tastes.

(Plus, we'll save your preferences so you can come back any time for a personal movie recommendation.)

To get started:

First you'll need to become a registered user of [blockbuster.com](#). Registration is simple, and you'll receive great benefits absolutely free.

(If you've used this feature in the past - previously called Clair V. - you can transfer your Clair V. account information to your new [blockbuster.com](#) profile by providing your Clair V. name and password.)

REGISTER

If you're already a member:

All you need to do is log in and let the recommendations begin!

LOG IN




[View Shopping Cart](#)
[Register Now](#)
[Log In](#)
[Registration Benefits](#)

Feb 8, 2000

+ [Power Search](#)

MOVIE CATEGORIES
NEW RELEASES
COMING SOON
ON SALE NOW
TOP 10 SALES
BLOCKBUSTER PRE-VIEWED
FEATURED DVD's
BLOCKBUSTER RECOMMENDS
AWARD WINNERS
THE LATEST SCOOP
RATINGS DEFINED

 Select a Category

AWARD WINNERS

Award-winning titles make great movie recommendations! After all, YOU picked the BLOCKBUSTER ENTERTAINMENT AWARD® winners. But scroll down to find out who wowed the judges at this year's Sundance Film Festival. Just click on a show to find out more!



BLOCKBUSTER ENTERTAINMENT AWARDS®

Every year, BLOCKBUSTER® honors the top stars in movies music. The best thing about this award show is that the public decides who wins! Get all the details on 1999's winners right And have a say in who will win this year by [voting online now!](#)

Highlighted 1999 Winners

Favorite Actor - Drama: [Tom Hanks](#) , *Saving Private Ryan*
Favorite Actress - Drama-Romance: [Drew Barrymore](#) , *Ever*
Favorite Actor - Comedy: [Adam Sandler](#) , *The Wedding Singer*

**sundance
channel**
your 24 hour film festival

SUNDANCE FILM FESTIVAL

The Sundance Film Festival wrapped up 10 frenetic days of panels, and parties on Sunday January 30th. Check out the winners of the Grand Jury Prize and the Audience Award as winners from the last five years.

Sundance Film Festival 2000 Winners

Dramatic Grand Jury Prize Winners: [Karyn Kusama's *Girlfight*](#)
[Kenneth Lonergan's *You Can Count On Me*](#)
 Dramatic Audience Award Winner: [Raymond DeFelitta's *Two Family House*](#)

Sundance Channel is a registered trademark of Sundance Television, Ltd.

Sundance Channel L.L.C authorized user.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ Power Search

MOVIE CATEGORIES

NEW RELEASES

COMING SOON

ON SALE NOW

TOP 10 SALES

BLOCKBUSTER PRE-VIEWED

FEATURED DVDS

BLOCKBUSTER RECOMMENDS

AWARD WINNERS

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED

FREE

Select a Category

Go

THE LATEST SCOOP

Check back here often for the latest Hollywood headlines.



Sundance Film Festival 2000 Winners

Dramatic Grand Jury Prize Winners: Karyn Kusama's *Girlfight* and Kenneth Lonergan's *You Can Count On Me*

Dramatic Audience Award Winner: Raymond DeFelitta's *Two Family House*

The Sundance Film Festival called it a day (or ten) on Sunday January 30th. The Closing Night Awards ceremony was held on Saturday night for anyone lucky enough to get a ticket to the very popular event. Co-directors Geoffrey Gilmore and Nicole Guillemet presented the awards along with winners from past years like Dogma director Kevin Smith, who read a speech "from" Robert Redford. "What?" Smith said when the audience laughed, "We're friends." Geoffrey Gilmore summed up the week by declaring that the Festival had once again averted attempts at being labeled, whether that label was "the year of the woman filmmaker", "the year of digital video," or "the year of the tie." (The Dramatic Grand Jury Prize as well as several others was given to two films.) Gilmore called the Festival simply, "a year of good films."

And there were many of those.

From the quirky, original stories like Miguel Arteta's digital video comedy, *Chuck & Buck*, to Jenniph Goodman's effervescent romance, *The Tao of Steve*, to Jon Shear's dark psychological journey, *Urbania*, the writing and acting at the 2000 Festival was extraordinary. New characters hitherto unseen on movie screens were introduced like the tough teenage girl in Karyn Kusama's award-winning, *Girlfight*. Jury member and retired New York Times film critic Janet Maslin credited director Kusama with spearheading a new type of story: "girl meets boy, girl slugs boy." These different characters brought new worlds to the screen: Buddy in Raymond DeFelitta's *Two Family House* gave us a tour of 1950s Staten Island; Ann Hu's story of the introduction of cinema to China, *Shadow Magic*, opened the gates of turn-of-the-century Beijing; in *Punks*, Patrick-Ian Polk represented, perhaps for the first time, the life of gay African-Americans in West Hollywood.

The documentaries were no less enlightening, from James Ronald Whitney's undiluted view of the sexual molestation that ravaged his family in *Just Melvin* to the mascara-running tragedy of Fenton Bailey and Randy Barbato's *The Eyes of Tammy Faye* to the strange, subterranean world of homeless people uncovered in Marc Singer's award-winning *Dark Days*. The category of Non-fiction filmmaking was definitely no slouch this year.

The week in Park City was packed with screenings, parties, and hoping the Park City Parking Authority hadn't towed your car while you were at dinner. Festival goers were heard to remark that the little Mountain town's strict parking rules should warrant renaming it No Park City.

Fashion seemed to be divided into two camps: PIB's (local

IN THEATERS THIS WEEK

• [Simpatico](#)

CELEBRITY BIRTHDAYS

[Jack Lemmon](#)
February 8

[James Dean](#)
February 8

[Nick Nolte](#)
February 8

[Seth Green](#)
February 8

[Joe Pesci](#)
February 9

[Mia Farrow](#)
February 9

[Robert Wagner](#)
February 10

[Laura Dern](#)
February 10

[Burt Reynolds](#)
February 11

[Jennifer Aniston](#)
February 11

[Josh Brolin](#)
February 12

[Christina Ricci](#)
February 12

[George Segal](#)
February 13

[Stockard Channing](#)
February 13

[Gregory Hines](#)

Gregory Hines
February 14

Fashion seemed to be divided into two camps: PIB's (local "Parkies call New Yorkers 'People In Black') and Los Angeles folks, who seemed generally underdressed for the snowy streets.

Celebrity-spotting was hardly any fun as there were so many that there wasn't a big challenge spotting Michael Stipes having lunch or Heather Graham and boyfriend Ed Burns at a screening. Ethan Hawke, in Park City for the premiere of Hamlet, directed by Michael Almercyda, did have some fun with the paparazzi as he pelted snowballs at a group of cameraman on Main Street. But in the end, Park City returns to its senses. After the awards and the hangovers, publicists pack up the promotional materials, journalists unplug their laptops, and filmmakers gather up their wits and get ready to make another film. As one bus driver lamented on the last morning of the festival, "after today, this place is going to feel like a ghost town."

Sundance Channel is a registered trademark of Sundance Television, Ltd

Sundance Channel L L C authorized user

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits



Feb 8, 2000

SEARCH

Select a Category

MOVIE CATEGORIES

NEW RELEASES

COMING SOON

ON SALE NOW

TOP 10 SALES

BLOCKBUSTER PRE-VIEWED

FEATURED DVDS

BLOCKBUSTER RECOMMENDS

AWARD WINNERS

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED



RATINGS DEFINED

All films carried at [blockbuster.com](http://www.blockbuster.com) carry ratings that have been established by the Motion Picture Association of America, Inc. In order to provide a wholesome environment for you and your family, we do not carry films with ratings of NC-17 or X.

Please refer to the guidelines below when shopping for movies on our site:

Rated G

GENERAL AUDIENCES
All ages admitted.

Rated PG

PARENTAL GUIDANCE SUGGESTED
Some material may not be suitable for children.

Rated PG-13

PARENTS STRONGLY CAUTIONED
Some material may be inappropriate for children under 13.

Rated R

RESTRICTED
Under 17 requires accompanying parent adult guardian.

YOUTH RESTRICTED VIEWING®

We have a YOUTH RESTRICTED VIEWING® policy that prevents children under the age of 17 from renting and purchasing movies or games that are rated R or MA. Once you designate yourself as the primary member when opening your account, YOUTH RESTRICTED VIEWING (YRV) is automatically activated on all new membership accounts. You may change the status of this service when you open your account or any time thereafter.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)

BLOCKBUSTER

MOVIES

VIDEO GAMES

SOUNDTRACKS

GIFT CENTER

▶ **IN STORES NOW**

▶ **STORE LOCATOR**

ABOUT US

CONTACT US

WEB LINK

HELP

View Shopping Cart

Log In

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[+Power Search](#)

GAME CATEGORIES

NEW RELEASES

FEATURED GAMES

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED



Get a **FREE** rental every month! Find Out How!

FREE

Register Now

Registration Benefits

Go

Video Games for sale at blockbuster.com... what a great deal. This is the place, blockbuster.com, for great movie information! Check out great sounds from the movies... Find the perfect gift for any occasion at blockbuster.com.

1 First select your platform:

All Nintendo 64 Sony Playstation

2 Then:

Select a Category

Go

ARE YOU GAME ENOUGH?

NINTENDO⁶⁴



Harvest Moon 64

FEATURED NEW RELEASE



Die Hard Trilogy 2: Viva Las Vegas

PlayStation



Tiger Woods PGA Tour 2000

THE FUN STARTS NOW: NINTENDO 64

- Duke Nukem 64
- Forsaken 64
- Jet Force Gemini
- Mortal Kombat 4
- Mortal Kombat Mythologies
- Nightmare Creatures
- Resident Evil 2
- South Park Rally
- Triple Play 2000
- Turok 2: Seeds of Evil

NON STOP GAMES: SONY PLAYSTATION

- Army Men: Air Attack
- Bloody Roar
- Duke Nukem: Total Meltdown
- Nightmare Creatures
- Rising Zan: The Samurai Gu
- Shadow Man
- Silent Hill
- Soul of the Samurai
- Superman
- Wu-Fang: Shaolin Style

Nintendo 64 and the 3-D "N" logo are trademarks of Nintendo of America Inc. © 1999 Nintendo of America

PlayStation and the PlayStation logos are trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. © 1999 Sony Computer Entertainment Inc. All rights reserved.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ Power Search

GAME CATEGORIES

NEW RELEASES

FEATURED GAMES

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED

REWARDS

Get a FREE rental every month! Find Out How!

Top 10 Kid's Videos

1 First select your platform:

All Nintendo 64 Sony Playstation

2 Then:

Select a Category Go

GAME CATEGORIES

< DREAM IN 3D: GET GAMES ONLINE

Plug in to our top picks or go straight to your favorite game category. Buy now online, or rent your favorites at your local BLOCKBUSTER® store.



ADVENTURE



Broken Sword II: The Smoking Mirror

Get lost. Our adventure games will take you far, far away.

ROLE PLAY



WILD ARMS

Trade in your identity. It's just a game -- right?

SPORTS



NFL GameDay 2000
Calling all racecar drivin', home run hittin', and slam-dunkin' all-stars!

ACTION



Heart of Darkness

Skill, strategy, agility - can you handle this extreme non-stop action?

OTHER



Jeopardy!

See what else we've got!

PlayStation and the PlayStation logos are trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. © 1999 Sony Computer Entertainment Inc. All rights reserved.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH [] GO
+ Power Search

1 First select your platform:

- All Nintendo 64 Sony Playstation

2 Then:

Select a Category [] Go

GAME CATEGORIES

NEW RELEASES

FEATURED GAMES

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED



Get a FREE rental every month! Find Out How!



NEW RELEASES < GET GAMES: BUY ONLINE >

Check here weekly for a fresh list of New Releases.



Tomb Raider: The Last Revelation Rating:



- Worms: Armageddon
- Mano Party 2
- Brunswick Circuit Pro Bowling
- Vigilante 8: 2nd Offense



Space Invaders Rating:



- NBA ShootOut 2000
- Formula One 99
- Renegade Racers
- Crusaders of Might and Magic
- Die Hard Trilogy 2: Viva Las Vegas
- Silhouette Mirage
- South Park Rally
- Army Men: Sarge's Heroes



Castlevania: Legacy of Darkness Rating:



Jeremy McGrath Supercross 2000 Rating:

Nintendo 64 and the 3-D "N" logo are trademarks of Nintendo of America Inc. © 1999 Nintendo of America
PlayStation and the PlayStation logos are trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. © 1999 Sony Comp Entertainment Inc. All rights reserved.

Home • Movies • Video Games • Soundtracks • Gift Center
In Stores Now • Store Locator • About Us • Contact Us • Web Link • Help • Site Map

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc. © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. Privacy Protection - Terms & Conditions



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

GAME CATEGORIES

NEW RELEASES

FEATURED GAMES

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED



Get a **FREE** rental every month!
 Find Out How!



1 First select your platform:

- All Nintendo 64 Sony Playstation

2 Then:

Select a Category

FEATURED GAMES

< FACE YOUR FEARS: GET GAMES ONLINE >

Have you checked these games out yet? If you haven't, it's time. Buy them online or rent them from your local BLOCKBUSTER®. Select a game title to get details.



Independence Day
 Rating:



Legacy of Kain: Soul Reaver
 Rating:



Tomb Raider III: Adventures of Lara Croft
 Rating:



Ridge Racer
 Rating:

CHECK THESE OUT!



- 1080° Snowboarding
- Castlevania
- Cruis'n World
- Disney/Pixar's Toy Story 2: Buzz Lightyear to the Rescue!
- Donkey Kong 64
- Kobe Bryant in NBA Courtside
- Magical Tetris Challenge
- Space Invaders
- Tom Clancy's Rainbow Six
- Top Gear Overdrive

SERIOUS COMPETITION!



- CTR (Crash Team Racing)
- Casper
- Castrol Honda Superbike Racing
- Knockout Kings 2000
- NFL Xtreme
- Star Wars: Masters of Teräs Käsi
- Streak: Hoverboard Racing
- Tony Hawk's Pro Skater
- Trick 'N' Snowboarder
- Wipeout 3

Nintendo 64 and the 3-D "N" logo are trademarks of Nintendo of America Inc. © 1999 Nintendo of America
 PlayStation and the PlayStation logos are trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. © 1999 Sony Comp
 Entertainment Inc. All rights reserved.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ [Power Search](#)

1 First select your platform:

All Nintendo 64 Sony Playstation

2 Then:

Select a Category

GAME CATEGORIES

NEW RELEASES

FEATURED GAMES

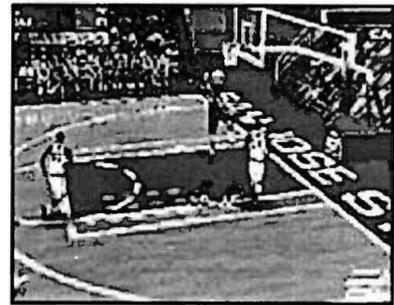
THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED



March Madness 2000

(scale of 1-5)
 Graphics: 4.5
 Sound: 4.0
 Control: 4.5
 Fun Factor 5.0



Lace up your shoes and get on the court with EA Sports' NCAA March Madness 2000, an intense and exciting basketball sim that is not only looking to win the college hoops videogame crown, but it also matches up with the big boys of the NBA.

Take It To The Hoop

EA Sports takes virtual basketball realism and gameplay to new heights on the PlayStation with the impressive 2000 edition of March Madness. From outstanding gameplay (with smart, situational AI) to ultra-realistic sound and exceptional PlayStation graphics, MM2K has it all and then some. Pick one of the over 200 teams and play them through multiple seasons in Dynasty Mode. You'll follow your team through the Top 25 Rankings, keep your eye on your conference opponents and even pick up some post season awards for your star players. Or if you'd rather play women's roundball, hoop it up with the Sweet Sixteen of the ladies' NCAA Division I.

Besides the exceptional extras, MM2K delivers the fundamentals of basketball as well as any game out there. And anyone who knows hoops knows that champions are made with the fundamentals. EA added depth to all facets of the game, most noticeably ball handling, to bring the intense feel of college hoops to the PSX. You'll see bodies flying after loose balls and defenders stepping in to take the charge. The intensity is so great, it's contagious, and before you know it, you're sucked in.

Gotta Get A T.O., Baby!

MM2K is simply the best looking basketball game on the PlayStation. The realistic looking and extremely well animated players will definitely surprise you. The myriad of moves (both

offensive and defensive) flow smoothly throughout the game, and the better you get the more motion-captured animations you'll discover. The only thing to break the graphical realism is the way the aging PSX handles the benches and the crowd, which look like cardboard stand-ups.

Sound is just as impressive, with pep band fight songs, team- and situation-specific crowd taunts and chants, and solid in-game sound effects that create the perfect excitement-inducing environment. The game adds Dick Vitale's patented enthusiasm as color commentator, but he and the play-by-play are limited and overly repetitive. You'll get very tired of hearing "He pulls up" and "Number three should shoot the ball more" halfway through your first season of Dynasty Mode.

Control is the jewel in MM2K's crown. The AI is tough, so you must be creative to win at Senior level, but you have so many choices in dribble moves, head fakes and passes that you'll soon be your own human highlight film. Two "shake and bake" buttons (square and triangle) mixed with the D-pad, plus R2 as a modifier for even more moves, should do the trick to get you open. If not, you can pass the ball off a shot, "give and go" or just oop it to a big man. The shooting touch is really easy to master, so you should definitely raise the difficulty level for a more realistic feel.

Going To The Big Dance

Some games may have flashier graphics, but no basketball game offers deeper or more addictive gameplay. If you like college hoops, you have to buy this game, and even if you're just big into the pros, give MM2K a whirl. You might want to stay in college forever.

Entire contents Copyright 1998/1999 by IDG Games Media Group All rights reserved. Reproduction in whole or part without prior written permission is prohibited.

Nintendo 64 and the 3-D "N" logo are trademarks of Nintendo of America Inc. © 1999 Nintendo of America
PlayStation and the PlayStation logos are trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. © 1999 Sony Comp
Entertainment Inc. All rights reserved.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH GO
+ Power Search

GAME CATEGORIES

NEW RELEASES

FEATURED GAMES

THE LATEST SCOOP

RATINGS DEFINED

REWARDS
Get a FREE rental every month! Find Out How!

PLAY TIME TREMOAS

Check out great sounds from the movies...

1 First select your platform:

All Nintendo 64 Sony Playstation

2 Then:

Select a Category Go

VIDEO GAMES RATINGS

Adults should review contents before sharing with children. Look for these ratings on game packaging and related materials:



Titles rated "Early Childhood (EC)" have content suitable for children ages three and older.



Titles rated "Everyone (E)" have content suitable for all ages.



Titles rated "Teen (T)" have content suitable for ages 13 and older.



Titles rated "Mature (M)" have content suitable for ages 17 and older.



Titles rated "Adults Only (AO)" have content suitable only for adults.



Product has been submitted to the ESRB and is awaiting final rating.

BLOCKBUSTER® does not carry AO (Adults Only) games. We offer a YOUTH RESTRICTED VIEWING® service to our customers. The YRV service advises parents about a game's content so that they can make an informed choice before renting or buying a video game for youths under the age of 17.

Game descriptions may use these descriptors to provide additional ratings details on the game packaging:

Mild Animated Violence
Mild Realistic Violence
Animated Violence
Mature Sexual Themes
Strong Language

Realistic Blood
Fine Motor Skills
Higher Level Thinking Skills
No Descriptor
Some Adult Assistance May Be Needed

Strong Language
Reading Skills
Information
Comic Mischief
Realistic Violence
Animated Blood and Gore
Realistic Blood and Gore
Animated Blood

Some Adult Assistance May Be Needed
Edutainment
Suggestive Themes
Mature Sexual Content
Mild Language
Gaming
Use of Tobacco and Alcohol
Use of Drugs

Nintendo 64 and the 3-D "N" logo are trademarks of Nintendo of America Inc. © 1999 Nintendo of America
PlayStation and the PlayStation logos are trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. © 1999 Sony Comp
Entertainment Inc. All rights reserved.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)

BLOCKBUSTER

MOVIES

VIDEO GAMES

SOUNDTRACKS

GIFT CENTER

[▶ IN STORES NOW](#)

[▶ STORE LOCATOR](#)

[ABOUT US](#)

[CONTACT US](#)

[WEB LINK](#)

[HELP](#)

 [View Shopping Cart](#)

[Log In](#)

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[+ Power Search](#)

SOUNDTRACK CATEGORIES

NEW RELEASES



Get a **FREE** rental every month! Find Out How!



[Register Now](#)

Registration Benefits

Go

Select a Category

Go

Shop for Soundtracks Online!



NEW RELEASE
[For Love of the Game](#)



FEATURED SOUNDTRACK
[Tarzan \[US\]](#)



CLASSIC SOUNDTRACK
[2001: A Space Odyssey \[Rhino\]](#)



ON SALE NOW
[Austin Powers: Spy Who Shagged Me](#)

MORE GREAT MUSK

1. [G.I. Jane](#)
2. [Gone Fishin'](#)
3. [Legends of the Fall](#)
4. [Mighty Aphrodite](#)
5. [Nowhere](#)
6. [One Fine Day](#)
7. [Pokemon: 2.B.A. Master](#)
8. [Truth & Light: Music from 'The X-Files'](#)
9. [Valley Girl \(Music from the Soundtrack\)](#)
10. [Willy Wonka & the Chocolate Factory](#)

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



[View Shopping Cart](#)

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH

[+ Power Search](#)

SOUNDTRACK CATEGORIES

NEW RELEASES



Get a **FREE** rental every month!
[Find Out How!](#)



Select a Category

SOUNDTRACKS: CATEGORIES

Build your music library with our great selection of movie soundtracks. Just select a Soundtrack Category.



► ACTION

Get into the action with soundtracks from your favorite heart-pounding movies.
[Mortal Kombat \[OST\]](#)



► COMEDY

C'mon, get happy. Laugh with soundtrack from your favorite comedy.
[Phat Beach](#)



► DRAMA

Relive your favorite dramas again and again.
[Backdraft \[Milan\]](#)



► FAMILY

The unforgettable sounds from movies the entire family love
[Tarzan \[US\]](#)



► SPECIAL INTEREST

Musical performances and soundtracks that have all your special interests covered.
[X-Files \[Original Soundtrack\]](#)

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)

Feb 8, 2000

SEARCH

[+ Power Search](#)

GO

Select a Category

SOUNDTRACK CATEGORIES

NEW RELEASES

REWARDS

Get a **FREE** rental every month! Find Out How!

FREE



[Music of the Heart](#)



[Man on the Moon](#)



[Love Stinks](#)



[Ride with the Devil](#)

More New Releases

- [Map of the World](#) 11
- [Ride with the Devil](#)
- [Man on the Moon](#) 1
- [Story of Us](#) 11/23
- [Fantasia 2000](#) 11/30
- [Stuart Little](#) 11/30
- [Next Friday](#) 12/14
- [Any Given Sunday](#)
- [Hurricane](#) 01/11

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)

BLOCKBUSTER

MOVIES

VIDEO GAMES

SOUNDTRACKS

GIFT CENTER

[▶ IN STORES NOW](#)

[▶ STORE LOCATOR](#)

[ABOUT US](#)

[CONTACT US](#)

[WEB LINK](#)

[HELP](#)

[View Shopping Cart](#)

[Log In](#)

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[+ Power Search](#)

BLOCKBUSTER GIFTCARDS

SPECIAL OCCASIONS

GIFT CLASSICS



Get a **FREE** rental every month! Find Out How!

Top 10 Kid's Videos

[Register Now](#)

[Registration Benefits](#)

Go

BLOCKBUSTER GIFTCARDS™

Let them pick their gift! Wallet-sized Signature Series GiftCards redeemable at BLOCKBUSTER. Businesses - our [Corporate Incentives](#) program is a great way to reward your employees.



GIFTS FOR H

[Saving Private Ryan](#)
[Star Trek: Insurrection](#)
[The Usual Suspects](#)
[Tomorrow Never Dies](#)

GIFTS FOR H

[When Harry Met Sally](#)
[Breakfast at Tiffany's](#)
[An Officer and a Gentleman](#)
[Steel Magnolias](#)

GIFTS FOR KI

[Alice in Wonderland](#)
[Aladdin](#)
[Pinocchio](#)
[Muppets From Space](#)

GIFTS FOR TEI

[Happy Gilmore](#)
[Dead Poets Society](#)
[Wayne's World](#)
[Armageddon](#)

GIVE THE CLASSICS



Shopping for a movie buff? Check out these classics...
[Stagecoach](#)
[Close Encounters of the Third Kind](#)
[Bringing up Baby](#)

SPECIAL OCCASIONS



[When Harry Met Sally](#)
[Monty Python and the Holy Grail](#)
[Sliding Doors](#)

MUSIC THEY'LL LOVE



Check out these great sounds from hit movies...
[Swing \[Original Soundtrack\]](#)
[Evita \[Warner Brothers\]](#)
[Hope Floats \[Original Soundtrack\]](#)

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



Welcome to

MOORE[®]
I N T E R A C T I V E

We've teamed-up with
BLOCKBUSTER[®]
to provide you with
personalized greeting cards a
BLOCKBUSTER GIFTCARDS
to help solve your gift-giving ne

Please select from one of two categories:
For a limited time, Valentine's Day Greeting Cards are FREE.

Greeting Card

Send Your
BLOCKBUSTER
GIFTCARD[®]
in a personalized
greeting card



GiftCards Only

Purchase
BLOCKBUSTER
GIFTCARDS[™]
without
personalization



**Greeting Card &
BLOCKBUSTER GIFTCARD[®]**

BLOCKBUSTER GIFTCARDS[®]

- CUSTOMER SERVICE -

Membership rules apply for rental at BLOCKBUSTER[®]
GiftCards may not be used to purchase other GiftCards.
BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.

©1999 Blockbuster Inc. All rights reserved.
This site optimized for Netscape 3.x and Internet Explorer 3.x
Copyright 1999, Moore North America, Inc. All Rights Reserved.



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

+ Power Search

BLOCKBUSTER GIFTCARDS

SPECIAL OCCASIONS

GIFT CLASSICS



SPECIAL OCCASIONS

You can find the perfect gift for any occasion at blockbuster.com.

GREAT GIFT IDEAS!



BEST BUY

The Terminator



Romy and Michele's High School Reunion



Shine



Fried Green Tomatoes

BIRTHDAY

- [Airplane!](#)
- [Monty Python and the Holy Grail](#)
- [Top Gun](#)
- [Ferris Bueller's Day Off](#)

ANNIVERSARY

- [... Say Anything](#)
- [The English Patient](#)
- [Only You](#)
- [An Affair to Remember](#)

CONGRATULATION

- [Awakenings](#)
- [Parenthood](#)
- [Three Men and a Cradle](#)
- [It Could Happen to You](#)

CHEER

- [Swingers](#)
- [National Lampoon's Animal House](#)
- [Splash](#)
- [Green Card](#)

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

Power Search

BLOCKBUSTER GIFTCARDS

SPECIAL OCCASIONS

GIFT CLASSICS



GIFT CLASSICS

Shopping for a movie buff? Check out these Hollywood Classics at blockbuster.com!

ALL-TIME GREATS!



Some Like It Hot
\$17.99



Apocalypse Now
\$21.99



The Godfather Part II
\$21.99



Shane
\$7.99

MORE CLASSICS



- [Citizen Kane](#)
- [Casablanca](#)
- [The Godfather](#)
- [Gone With the Wind](#)
- [Lawrence of Arabia](#)
- [The Wizard of Oz](#)
- [The Graduate](#)
- [On the Waterfront](#)
- [Schindler's List](#)
- [Singin' in the Rain](#)

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



[View Shopping Cart](#)

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ [Power Search](#)

[NEW RELEASES](#)

[COMING SOON](#)

[GUARANTEED TO BE THERE](#)

[TOP 10 RENTALS](#)

[BLOCKBUSTER EXCLUSIVE](#)

[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)

[SPECIAL DEALS](#)

[STORE FAQ](#)

IN STORES NOW

Your local BLOCKBUSTER® store has the latest new movie releases and special deals.

NEW RELEASES



[Blue Streak](#)

[The Astronaut's Wife](#)

Be sure to check back each week for newest releases to rent.



GUARANTEED TO BE THERE!

At BLOCKBUSTER, you'll find all the Guaranteed movies you're looking for or your next rental is on us. Check to see what movies are guaranteed to be there.

[American Pie](#)
[Runaway Bride](#)
[Blue Streak](#)



COMING SOON

There are some new movies coming to your local BLOCKBUSTER store.

[Random Hearts](#)
[The Muse](#)
[In Too Deep](#)

BLOCKBUSTER® EXCLUSIVE

You can't rent this movie anywhere else but at your local BLOCKBUSTER store.

[The Price of Kissing](#)



BLOCKBUSTER PRE-VIEWED™ VIDEOS

Starting at only \$4.99!
Like new and quality guaranteed.



[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ [Power Search](#)

IN STORES NOW NEW RELEASES

The latest movies are waiting for you! Look for these New Releases when you visit your local BLOCKBUSTER® store. Availability of some titles may vary.

NEW RELEASES

[COMING SOON](#)

[GUARANTEED TO BE THERE](#)

[TOP 10 RENTALS](#)

[BLOCKBUSTER EXCLUSIVE](#)

[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)

[SPECIAL DEALS](#)

[STORE FAQ](#)

~~NOW RENTING!~~



[Stir of Echoes](#)



[Blue Streak](#)



[Tarzan](#)



[The Astronaut's Wife](#)

MORE NEW RELEASES

- [South Park: Bigger, Longer & Uncut](#) 06/22
- [Entrapment](#) 11/23
- [Summer of Sam](#) 12/21
- [Detroit Rock City](#) 12/21
- [Universal Soldier: The Return](#) 12/28
- [Dudley Do-Right](#) 12/28
- [The General's Daughter](#)
- [Gift of Love: The Daniel Huffman Story](#)
- [The Island on Bird Street](#)
- [The Secret Life of Girls](#)

To find out about new releases for sale at [blockbuster.com](#), check our [Movies](#) section.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[Power Search](#)

NEW RELEASES

COMING SOON

GUARANTEED TO BE THERE

TOP 10 RENTALS

BLOCKBUSTER EXCLUSIVE

BLOCKBUSTER PRE-VIEWED

SPECIAL DEALS

STORE FAQ



IN STORES NOW COMING SOON

Here they come! Look for these great films coming to a BLOCKBUSTER® store near yo

ON THE WAY!



[Random Hearts](#)



[The Story of Us](#)

ALSO COMING SOON

- [An Extremely Goofy Movie](#) 02/29
- [Stigmata](#)
- [Brokedown Palace](#)
- [Random Hearts](#)
- [Bats](#)
- [The Best Man](#)



[In Too Deep](#)



[Double Jeopardy](#)

To find out about new movies that you'll be able to buy soon at [blockbuster.com](#), visit our [Movies](#) section.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+Power Search

[NEW RELEASES](#)

[COMING SOON](#)

[GUARANTEED TO BE THERE](#)

[TOP 10 RENTALS](#)

[BLOCKBUSTER EXCLUSIVE](#)

[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)

[SPECIAL DEALS](#)

[STORE FAQ](#)



Get a **FREE** rental every month. Find Out How!

MORE MOVIES!

IN STORES NOW TOP 10 RENTALS

According to our customers, you'll love these movies on the Top 10 list. Click on a title t details.

This Week's Picks



- 1 [Bowfinger](#)
- 2 [The 13th Warrior](#)
- 3 [The Thomas Crown Affair](#)
- 4 [Lake Placid](#)
- 5 [The Wood](#)
- 6 [The General's Daughter](#)
- 7 [American Pie](#)
- 8 [Mystery Men](#)
- 9 [Mickey Blue Eyes](#)
- 10 [Entrapment](#)



Number One
ON THIS WEEK'S LIST
[Bowfinger](#)

The Top 10 list is updated weekly.

Want to find your nearest BLOCKBUSTER® to rent these hit releases? Try our [Store Locator](#).

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) • [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH
 GO
[+Power Search](#)

- [NEW RELEASES](#)
- [COMING SOON](#)
- [GUARANTEED TO BE THERE](#)
- [TOP 10 RENTALS](#)
- [BLOCKBUSTER EXCLUSIVE](#)**
- [BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)
- [SPECIAL DEALS](#)
- [STORE FAQ](#)



Get a **FREE** rental every month! Find Out How!



IN STORES NOW BLOCKBUSTER® EXCLUSIVE

Blockbuster is committed to offering you the most diverse film selection anywhere. We c a wide selection of independent films, SHOWTIME movies, direct-to-video titles, and oth videos you'll be able to rent only at a BLOCKBUSTER® store. It's called the BLOCKBUSTER® EXCLUSIVE program -- look for the logo at a store near you.

NOW RENTING!



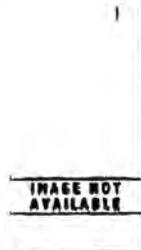
[Boy Meets Girl](#)



[Running Wild](#)



[The Secret Life of Girls](#)



[Gideon](#)

MORE... BLOCKBUSTER EXCLUSIVE:

- [Boozecan](#)
- [Boy Meets Girl](#)
- [Floating Away](#)
- [Gift of Love: The Daniel Huffman Story](#)
- [Legacy](#)
- [Locked in Silence](#)
- [Running Wild](#)
- [Sea People](#)
- [The Passion Of Ayn Ra](#)
- [The Runner](#)



[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[+Power Search](#)

[NEW RELEASES](#)

[COMING SOON](#)

[GUARANTEED TO BE THERE](#)

[TOP 10 RENTALS](#)

[BLOCKBUSTER EXCLUSIVE](#)

[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)

[SPECIAL DEALS](#)

[STORE FAQ](#)

IN STORES NOW BLOCKBUSTER PRE-VIEWED™ VIDEOS

Build your home video library the smart way with BLOCKBUSTER Pre-Viewed Videos. These like-new movies come with a quality guarantee and start as low as \$4.99 each! Watch your favorite movies again and again for little more than the cost of a rental.

GOING FAST!



[Life](#)

IMAGE NOT AVAILABLE

[Boy Meets Girl](#)



[Arlington Road](#)



[A Walk on the Moon](#)

MORE GREAT VALUES

- [10 Things I Hate About](#)
- [Election](#)
- [Payback](#)
- [Pushing Tin](#)
- [Shakespeare in Love](#)
- [Starstruck](#)
- [Tea With Mussolini](#)
- [The Thirteenth Floor](#)



[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)


[View Shopping Cart](#)
[Register Now](#)
[Log In](#)
[Registration Benefits](#)


Feb 8, 2000

GO

[+Power Search](#)
[NEW RELEASES](#)
[COMING SOON](#)
[GUARANTEED TO BE THERE](#)
[TOP 10 RENTALS](#)
[BLOCKBUSTER EXCLUSIVE](#)
[BLOCKBUSTER PRE-VIEWED](#)
[SPECIAL DEALS](#)
[STORE FAQ](#)

IN STORES NOW

STORE FAQ

Got a question about BLOCKBUSTER® stores? Your answer may appear in the frequently asked questions below. If not, just email your question to us - we'll get back to soon as we can. Answers to questions about [blockbuster.com](#) can be found on our [ma Help page](#).

I have a question about:

- [Becoming a BLOCKBUSTER Member](#)
- [Refund and Deposit Policies](#)
- [BLOCKBUSTER GIFTCARDS™](#)
- [BLOCKBUSTER Policy on Adult-Content Films](#)
- [BLOCKBUSTER Video Games](#)

Becoming a BLOCKBUSTER Member

Q: How do I become a BLOCKBUSTER member so I can rent movies at my neighborhood BLOCKBUSTER store?

A: You can obtain and submit a membership application right at your local BLOCKBUSTER store. You will be asked to present two forms of identification such as a valid driver's license, state ID, credit card, or other form of picture ID. Other requirements may vary from store to store. Once you complete all of these steps, you will be able to rent movies that day.

Q: Is a credit card required?

A: The application does ask for a credit card number as a secondary form of identification; however, we understand that not everyone has a credit card. That's why corporate-owned BLOCKBUSTER stores allow several ways to prove identity, such as a voter registration card or a recent utility bill. Franchise stores set their own policies for membership.

▲ [BACK TO TOP](#)

Refund and Deposit Policies

Q: What is the return/exchange policy for BLOCKBUSTER?

A: In general, BLOCKBUSTER will refund or exchange new merchandise purchases if they are returned in their unopened original packaging with the receipt. BLOCKBUSTER exchanges previously viewed merchandise when it is returned within 30 days with a receipt, however, contact your local BLOCKBUSTER store to find out their specific return/exchange policy.

Q: How much of a deposit is required to rent a Video Cassette Player?

A: Depending on the BLOCKBUSTER store you visit, there may be a deposit required to rent a video cassette player, game player, laser disc player, or DVD player. The specific amount may vary from store to store so it is best to contact your local BLOCKBUSTER store to learn their policy.

▲ [BACK TO TOP](#)

BLOCKBUSTER GIFTCARDS

Q: How much do BLOCKBUSTER GIFTCARDS cost?

A: GiftCards are available in \$5, \$10, \$20, \$25, \$50, and \$100 denominations at BLOCKBUSTER stores, or they can be purchased at our online Gift Center.

Q: Where can I purchase GiftCards in bulk quantity?

A: Please call 1-888-313-2234 to purchase orders of \$1,000 or more worth of BLOCKBUSTER GIFTCARDS.

▲ **BACK TO TOP**

Adult Films and YOUTH RESTRICTED VIEWING®

Q: Does BLOCKBUSTER carry adult films?

A: In order to provide a wholesome environment for you and your family, we choose not carry X-rated movies or NC-17-rated movies. We rely on the MPAA to define ratings we carry movies up to an R rating.

Q: Can children under the age of 17 rent R-rated films?

A: We have developed a YOUTH RESTRICTED VIEWING Policy that should prevent children from renting R or MA-rated movies and games if parents have activated the service on the account.

Q: How can I activate YOUTH RESTRICTED VIEWING on my BLOCKBUSTER account

A: Designating yourself as the primary member when opening your BLOCKBUSTER account, or anytime thereafter, gives you the option of activating YOUTH RESTRICTED VIEWING on your account. Once activated, this program will prevent children under the age of 17 on your account from renting or purchasing R or MA-rated movies or video games.

Q: Does BLOCKBUSTER edit films?

A: No, we do not edit films. We offer all movies in the exact condition we receive them from the movie studios.

▲ **BACK TO TOP**

BLOCKBUSTER Video Games

Q: Are video games rated?

A: Yes, video games are rated by the Educational Software Rating Board. These ratings are:
EC - Early childhood
E - Everyone
T - Teen
M - Mature
AO - Adults only. (BLOCKBUSTER does not carry any games with an AO rating.)

Q: Why don't all video games rented at BLOCKBUSTER come with instructions?

A: Due to memory constraints in our computer system, game insert instructions are not permanently maintained in our database. You may request a printout of the game instructions during the first 90 days that a video game appears at your neighborhood BLOCKBUSTER store.

▲ **BACK TO TOP**

If you have a question about this web site, please check the [Site FAQ's](#) in our Help Section.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) • [Terms & Conditions](#)


[View Shopping Cart](#)
[Register Now](#)
[Log In](#)
[Registration Benefits](#)


Feb 8, 2000

SEARCH
[+Power Search](#)
THE COMPANY
[PRESS RELEASES](#)
[INVESTOR RELATIONS](#)
[JOIN OUR TEAM](#)
[FRANCHISING OPPORTUNITIES](#)
[CONTACT US](#)
[CORPORATE INCENTIVES](#)
[COMMUNITY SERVICE](#)
ABOUT US

Thanks for making BLOCKBUSTER® the world's leading retailer of rentable home video cassettes and video games! Here you can read the latest news about the company, learn what we're doing for our communities, peruse our timeline and trivia, and find out about career and franchise opportunities with a proven leader in home entertainment.



▶ **Franchising Opportunities**

Could a BLOCKBUSTER franchise be in your future?

▶ **Timeline**

History in the making... find out what we've done and how we've come.

▶ **Join Our Team**

Learn about great career opportunities with BLOCKBUSTER today!

▶ **Investor Relations**

Get the inside story on Blockbuster: Press Releases, Stock Quotes, SEC Filings, and more.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)


[View Shopping Cart](#)
[Register Now](#)
[Log In](#)
[Registration Benefits](#)


Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[+Power Search](#)

THE COMPANY

- ▶ [OUR MISSION](#)
- ▶ [BLOCKBUSTER TRIVIA](#)
- ▶ [TIMELINE](#)
- ▶ [MANAGEMENT TEAM](#)

PRESS RELEASES

INVESTOR RELATIONS

JOIN OUR TEAM

FRANCHISING OPPORTUNITIES

CONTACT US

CORPORATE INCENTIVES

COMMUNITY SERVICE

**Top 10
Kid's Videos**

THE COMPANY

Your neighborhood BLOCKBUSTER® store is just a snapshot of our company. Get the bigger picture here.

▶ Our Mission

BLOCKBUSTER provides 1.25 billion hours of movie entertainment each year. Our mission is to be the global leader in rentable home entertainment by providing outstanding service, selection, convenience, and value.

▶ Timeline

Nearly 1,500 videos are rented from U.S. BLOCKBUSTER stores each minute, 24 hours a day, 365 days a year. A lot can happen in a minute. What about a decade? Find out with the BLOCKBUSTER Timeline.

▶ Management Team

BLOCKBUSTER is the only national video specialty chain in the United States with more than 4,500 video stores and 65,000 employees. Meet the people that make BLOCKBUSTER work.

Did you know...

that the **largest**
BLOCKBUSTER store is
20,433 square feet,
located in
Dayton, Ohio?

Find out everything you
wanted to know about
BLOCKBUSTER here.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



INVESTOR RELATIONS

CORPORATE PROFILE

MANAGEMENT

STOCK QUOTE

STOCK CHART

ANALYST COVERAGE

PRESS RELEASES

SEC FILINGS

INVESTOR FAQ

EMAIL ALERT

INFO REQUEST

WEBCASTS

Press Release

Date	Title (click to view the full text)
Feb 8 2000	<u>Nominees Announced for 'Sixth Annual Blockbuster Entertainment Awards®' To Air in June on FOX</u>
Feb 7 2000	<u>'Sixth Annual Blockbuster Entertainment Awards(R in June on FOX</u>
Feb 7 2000	<u>Blockbuster Provides 'Cheat Sheet' for Valentine's Procrastinators; 'Breakfast at Tiffany's' and 'The W Singer' Among Top Romantic Films</u>
Jan 27 2000	<u>Blockbuster® Announces Multi-Year, Multi-Million Marketing Alliance With MCI WorldCom</u>
Jan 26 2000	<u>Underdog Football Movies Score Big With Fans, A to Blockbuster Inc</u>
Jan 18 2000	<u>MGM And Blockbuster Announce Agreement to De Digital Streaming Model for Selected MGM Film Lib Titles</u>
Jan 7 2000	<u>TiVo and Blockbuster Inc. Form Alliance; Compani Provide Expanded Entertainment Services to TiVo Customers</u>
Jan 5 2000	<u>Blockbuster® 1999 Worldwide Same-Store Reven Approximately 8%; Overall Worldwide Revenue Up Approximately 14%</u>
Jan 3 2000	<u>Post-Y2K Woes? Blockbuster has Movies That Act Live Up to the Hype; 'Armageddon' is as Close as Local Blockbuster Store</u>
Dec 30 1999	<u>If Y2K Fears Come True, Blockbuster has a Deal f Nation's Leading Video Renter Announces 'Blockb Y2K Reprieve'</u>
Dec 15 1999	<u>Blockbuster.com has Perfect Eleventh-hour Gift So for Web and AOL Shoppers</u>
Dec 15 1999	<u>According to Blockbuster It's Still A Wonderful Life; Films Still Bring Families Together</u>
Dec 13 1999	<u>Blockbuster.com Launches GiftCard and Custom Card Service; GiftCard/Gift Certificate Industry up Than 60 Percent in Two Years</u>
Dec 13 1999	<u>Brad Pitt Wins Another Round; Survey by Blockbus Finds Movie Lovers Want to be Under the Mistleto Pitt Again This Holiday Season</u>
Dec 10 1999	<u>Blockbuster Inc. Organizes to Take Advantage of B Store Base and Emerging Technologies</u>

- Dec 8 1999 ['Apollo 13' Best Conveys 20th Century Life, Accord Survey by Blockbuster](#)
- Nov 30 1999 [Move Over Santa Renting Movies is Second Favorite Holiday Activity Says Survey by Blockbuster; Renting Movies More Popular Than Giving Gifts, Decorating](#)
- Nov 17 1999 ['Goldfinger' Favorite 007 Film, Sean Connery Best Finds Survey By Blockbuster\(R\)](#)
- Nov 16 1999 ['YEAH, BABY, YEAH' Blockbuster\(R\) Celebrates Shagadelic Release of Austin Powers: The Spy Who Shagged Me'; Talking Mr. Bigglesworth Available Exclusively at Blockbuster](#)
- Nov 15 1999 [Linda Griego Elected to Blockbuster Board](#)
- Nov 9 1999 [The USO And Blockbuster Team Up to Bring Entertainment to the Troops This Holiday Season](#)
- Nov 3 1999 [America Online, Inc. and Blockbuster Inc. Launch Multi-Year Strategic Alliance](#)
- Oct 28 1999 [Take Your Best Shot With Pokemon Snap and Blo National Consumer Contest Features Pokemon's First Nintendo 64 Appearance](#)
- Oct 20 1999 [Blockbuster Announces Quarterly Cash Dividend](#)
- Oct 20 1999 [Blockbuster Inc. Reports Strong Third Quarter Results](#)
- Oct 19 1999 [Survey by Blockbuster.com Finds Scariest Halloween Flicks; Camping a Thing of the Past for Many Blair Believers, Survey Finds](#)
- Oct 18 1999 [Blockbuster® to Rent 'Y2K Preparation' Video Free Charge; Video Available in Retailer's Community Section](#)
- Oct 6 1999 ['Sticks and Stones' Tells Eerie History of the Blair Available Exclusively at Blockbuster®](#)
- Sep 27 1999 [Blockbuster® Announces National Rollout of DVD - Fastest-Growing Packaged Media Play-Back Device History; Roll-Out Positions Video Retailer as Global in Rentable DVD; DVD Also Available in 1,000 Blockbuster Stores Internationally](#)
- Sep 22 1999 [Blockbuster® And Sundance Channel To Expand "Sundance Channel Recommends" Program](#)
- Sep 7 1999 [Blockbuster Creates New Media And E-Commerce Positions](#)
- Aug 17 1999 [Blockbuster And American Airlines Announce Marketing Agreement](#)
- Aug 10 1999 [Blockbuster Announces Initial Public Offering](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 1999 Blockbuster Inc. All Rights Reserved.



INVESTOR RELATIONS

CORPORATE PROFILE

MANAGEMENT

STOCK QUOTE

STOCK CHART

ANALYST COVERAGE

PRESS RELEASES

SEC FILINGS

INVESTOR FAQ

EMAIL ALERT

INFO REQUEST

WEBCASTS

Corporate Profile

Blockbuster Inc. is the world's leading retailer of rentable home videocassettes, DVDs and video games. We operate about 6 in the United States and 25 other countries, most under the highly recognized BLOCKBUSTER® brand name.

World Headquarters
Blockbuster Inc.
1201 Elm Street
Dallas, Texas 75270
800-224-2677

Regional Headquarters
Uxbridge, England
Plantation, Florida
Toronto, Ontario
Melbourne, Australia
Taipei, Taiwan

Exchange

The New York Stock Exchange

Stock Quote (BBI)

11 7/8 - 11/16 (-5.47%)

Minimum 20 minutes delayed

Listed Security

BBI Common Stock

Transfer Agent

First Chicago Trust Company of New York
c/o EquiServe
P.O. Box 2500
Jersey City, NJ 07303
Phone 800-756-8200

Independent Accountants

PricewaterhouseCoopers LLP
2001 Ross Avenue
Suite 1800
Dallas, TX 75201
Phone 214-754-7900

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 1999 Blockbuster Inc. All Rights Reserved.



[View Shopping Cart](#)

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[THE COMPANY](#)

[PRESS RELEASES](#)

[INVESTOR RELATIONS](#)

[JOIN OUR TEAM](#)

- ▶ [SEARCH CAREERS](#)
- ▶ [BROWSE CAREERS](#)
- ▶ [RETAIL POSITIONS](#)
- ▶ [INTERNATIONAL CAREERS](#)
- ▶ [BLOCKBUSTER BENEFITS](#)

[FRANCHISING OPPORTUNITIES](#)

[CONTACT US](#)

[CORPORATE INCENTIVES](#)

[COMMUNITY SERVICE](#)

FREE

JOIN OUR TEAM

We're always on the lookout for people to represent BLOCKBUSTER®. The positions b are available at all BLOCKBUSTER locations on an ongoing basis. Select a job title to s full description or [search](#) our entire job database.

Retail Positions

- [Service Representative](#)
- [Assistant Store Manager](#)
- [Store Manager](#)
- [District Manager](#)

Corporate Opportunities

Up for the challenge of the corporate world? Blockbuster Inc.'s headquarters, located in Dallas, Texas, could be be looking for you! Blockbuster has corporate opportunities in:

- Accounting
- Finance
- Marketing
- Real Estate
- Store Interior Design and Construction
- Human Resource
- Information Technology
- Ecommerce
- Legal
- Merchandising
- Purchasing
- Product Analysis

[Browse](#) the full list of available positions and their descriptions.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)


[View Shopping Cart](#)
[Register Now](#)
[Log In](#)
[Registration Benefits](#)


Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+Power Search

THE COMPANY

PRESS RELEASES

INVESTOR RELATIONS

JOIN OUR TEAM

FRANCHISING OPPORTUNITIES

▶ OVERVIEW

▶ Q&A

CONTACT US

CORPORATE INCENTIVES

COMMUNITY SERVICE



FRANCHISING OPPORTUNITIES

Our growth opportunity equals your growth opportunity. In recent years, Blockbuster has been a hard ticket to come by for franchisees. But now we're offering new franchise opportunities in a select number of geographical areas.

Why now? Because we've discovered that our franchising initiative is one of the fastest and most successful ways to grow in attractive new markets and in under-served existing markets. Our franchisees get to associate with a world-leader in home entertainment. In return, we're assured of high-quality, on-site management to service BLOCKBUSTER customers.

Is opportunity knocking for you?

A good way to find out if a BLOCKBUSTER franchise should be in your future is to read [Overview](#) and our [Q&A](#). If it seems like a match, use the contact information below to call or write for a Franchise Application.

The time to act is now.

Franchise opportunities are limited to specific geographic areas. Once these areas have been developed, these opportunities will be eliminated. For this reason, it's a good idea to reserve franchising's hottest ticket now. Who knows, you might be cutting the ribbon at a grand opening of the next BLOCKBUSTER.

Contact information

If you'd like to receive a franchise application, please [email us](#).

None of the communications made through this web page should be construed as an offer to sell any BLOCKBUSTER franchise in, nor is any such communication directed to, the residents of any jurisdiction requiring registration of the franchise before it is offered and sold in that jurisdiction. No BLOCKBUSTER franchises will be sold to any resident of any such jurisdiction until the offering has been exempted from the requirements of, or duly registered in and declared effective by, such jurisdiction and the required Uniform Franchise Offering Circular (if any) has been delivered to the prospective franchisee before the sale in compliance with applicable law. If you have any questions concerning the registration status of BLOCKBUSTER franchises in your jurisdiction, please contact the Vice President of Franchise Development at Blockbuster's headquarters in Dallas, Texas (214-854-3000).



"With the same size staff as one of my restaurants, I can run five BLOCKBUSTER stores:

— MARCUS

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

THE COMPANY

PRESS RELEASES

INVESTOR RELATIONS

JOIN OUR TEAM

FRANCHISING OPPORTUNITIES

CORPORATE INCENTIVES

COMMUNITY SERVICE

CONTACT US

BLOCKBUSTER Company Information

We're here to serve you. Blockbuster Inc. has customer service staff available to answer questions you may have.

- [Contact Online Services](#)
- [Contact Corporate Headquarters About Store Locations](#)
- [Questions or Comments About Blockbuster Inc.](#)

To Contact Online Services

Questions or comments about our Online Store, billing inquiries, order status, or cancel your order?

Email: customercare@shop.blockbuster.com for questions or comments about our Online Store.

Mailing Address:
blockbuster.com
 Attn: Customer Care
 1648 W. Main Street
 Uniontown, PA 15401

Phone:

You can reach us 24 hours a day, 7 days a week. A customer service representative will happy to assist you. Call Toll Free (800) 441-4736.

[More Blockbuster Inc. online contact information](#)

▲ [BACK TO TOP](#)

To Contact Corporate Headquarters

Questions or comments about our retail stores or our company?

Email: customer.service@blockbuster.com

Mailing Address:
 Blockbuster Inc.
 McKinney Headquarters
 Customer Service
 3000 Redbud Boulevard
 McKinney, Texas 75069

Phone:

Our Corporate offices are ready to take your calls 7 days a week, 10AM - 12AM CST. C Toll Free (800) 800-6767.

▲ [BACK TO TOP](#)

Questions or Comments about BLOCKBUSTER

Looking for information about our company?

Email: customer.service@blockbuster.com

Mailing Address:
 Blockbuster Inc.
 McKinney Headquarters
 Customer Service
 3000 Redbud Boulevard
 McKinney, Texas 75069

Phone:

Phone:

Our Corporate offices are ready to take your calls 7 days a week, 10AM - 12AM CST. C
Toll Free (800) 800-6767.

▲ BACK TO TOP

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc
● 2000 Blockbuster Inc All rights reserved [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ Power Search

THE COMPANY

PRESS RELEASES

INVESTOR RELATIONS

JOIN OUR TEAM

FRANCHISING OPPORTUNITIES

CONTACT US

CORPORATE INCENTIVES

COMMUNITY SERVICE



CORPORATE INCENTIVES

Everyone likes movies. And everyone wants to have fun. So, make business more rewarding for everyone by ordering BLOCKBUSTER GIFTCARDS™ today!

A BLOCKBUSTER GIFTCARD® is the ideal, low-cost way to reward star performers and supporting players alike. BLOCKBUSTER GIFTCARDS are great for employee gifts and motivation, customer appreciation and sales promotion. Here are a few more reasons to order BLOCKBUSTER GiftCards:



- BLOCKBUSTER GIFTCARDS are redeemable at 4,500 participating BLOCKBUSTER® store locations nationwide
- They can be ordered in convenient denominations from \$5 to \$100.
- Volume discounts are available.
- Turnaround is just 48 hours on most orders.
- BLOCKBUSTER GIFTCARDS can be customized with company logo.
- We offer convenient payment by credit card, check or money order.
- BLOCKBUSTER GIFTCARDS are easy to order by phone or fax.

Order Now

CALL:

1-888-313-2234 or to fax your order, click on the button below for a printable order form.

FAX:

FAX YOUR ORDER

Questions

Just e-mail us or call 1-888-313-2234. It's that easy! For orders under 25 units, check out our consumer BLOCKBUSTER GIFTCARD section.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)


[View Shopping Cart](#)
[Register Now](#)
[Log In](#)
[Registration Benefits](#)

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

[+Power Search](#)
[THE COMPANY](#)
[PRESS RELEASES](#)
[INVESTOR RELATIONS](#)
[JOIN OUR TEAM](#)
[FRANCHISING OPPORTUNITIES](#)
[CONTACT US](#)
[CORPORATE INCENTIVES](#)
[COMMUNITY SERVICE](#)


COMMUNITY SERVICE

Blockbuster Inc. and the Community

People love movies. We should know - people rented over 500 million movies from BLOCKBUSTER stores last year alone. But, as a leader in the home entertainment industry, our goal is to do more than just entertain. We recognize that movies can also help us teach our children and reach out to our communities. With that in mind, Blockbuster sponsors programs in various schools across the country, and supports hundreds of organizations around the world.

In the Classroom

Blockbuster sponsors several programs that use movies both to teach and reward students in schools across the U.S. More than 11,000 elementary schools are also taking part in BLOCKBUSTER Class Act Award program, which allows elementary school teachers to reward their students' efforts with free movie rentals from BLOCKBUSTER. In addition, along with the American Film Institute and Channel One, our Film Curriculum program uses movies to get students and teachers talking about issues like tolerance and respect. So 12,000 middle schools and high schools across the country are taking part.

In the Community

Blockbuster supports programs that protect and provide for members of the community. Programs like KIDPRINT®, which provides parents with a free video of their child's appearance, mannerisms and voice for emergency identification purposes. Along with many celebrities, Blockbuster is also proud to participate in Fast Forward to End Hunger program that raises funds for local food banks across the country. In fact, we've raised more than 2.5 million dollars for the program over the past three years.

Our concept of "community" isn't defined by square blocks, city limits or even national borders. For example, our Home for the Holidays program lets people purchase special holiday postcards to fill out and send to U.S. soldiers overseas. The program lets soldiers know that they are in our thoughts. And the money raised allows Blockbuster and the USO to build BLOCKBUSTER Entertainment Centers at USO locations around the world, complete with big screen TVs and thousands of movies donated by Blockbuster.

In the Minority Community

In addition to the hundreds of programs and organizations that we support around the world, Blockbuster also recognizes minority group communities as important members of the company workforce, and valuable customers of BLOCKBUSTER stores. We support programs with community partners like the League of United Latin American Citizens (LULAC) and the National Association for the Advancement of Colored People (NAACP)

Sponsored programs include:

LULAC National Education Service Centers

Blockbuster sponsors approximately 40-50 scholarships annually through LULAC education service centers. Scholarship recipients are offered internships and matched with Blockbuster employees who serve as mentors.

NAACP ACT-SO

Blockbuster sponsors the Filmmakers category of the Afro-Academic, Cultural, Technological and Scientific Olympics (ACT-SO) scholarship competition. Youth across the United States compete in 26 categories from the sciences to performing arts.

In the Industry

We don't just rent movies. We love movies. And whenever possible, we give back to the industry that both supports us and inspires us. Blockbuster sponsors certain local film festivals across the country as a way to support the communities we call home and encourage the next generation of filmmakers on their way to success (and hopefully the New Releases section of your local BLOCKBUSTER store). For years we've supported the AFI in their efforts to recognize the filmmakers and restore the films that have defined American cinema.

Guidelines for Giving

All of the programs we support are somehow related to our primary business -- film and video. And we only support programs with goals that can be clearly defined and evaluated. Blockbuster has developed the following Guidelines for Giving to help organizations and our communities understand our priorities, procedures and funding limitations.

Blockbuster generally does not donate to the following causes, events or activities:

- intramural, amateur or semi-pro athletic events and sponsorships
- political parties, candidates or issues, and fraternal orders
- field trips or tours for any individual or group
- religious groups and events
- endowment or capital campaigns
- requests for individual needs, such as illnesses, school projects, trips and scholarship
- raffle ticket purchases/benefit dinner table sponsorships
- independent film/video production
- meetings, conventions or seminars

We will not contribute to any organization lacking proof of their nonprofit 501(c)(3) tax-exempt status under the Internal Revenue Service code, or any group that discriminates on the basis of race, religion, gender, sex or national origin.

How to Submit Your Request

If your request falls within the interest areas outlined in our Guidelines for Giving, please submit your request to the appropriate regional office for local programs, and to the corporate office for national initiatives. Your proposal must include:

- a brief statement describing the mission and objectives of your organization
- the total amount requested of either funding or product
- a description of the product or event for which support is needed, including the date a deadline for participation

Where to Submit Your Request

Requests are reviewed throughout the year, but please submit requests two to three months in advance of any event, and allow at least four weeks for review and response. Requests for national initiatives should be mailed to:

Office of Corporate Contributions
Blockbuster Inc.
Renaissance Tower
1201 Elm Street
Dallas, TX 75270

For more information, call the BLOCKBUSTER Corporate Contributions Line at (214) 854-3077.

Requests that are local or regional in nature should be sent to the appropriate office below. Please address all requests, "Attn: Zones Sales Manager."

Northeast Zone
Blockbuster Inc.
729 7th Ave., 9th Floor
New York, NY 10019

Mid-Atlantic Zone
Blockbuster Inc.
10420 Little Patuxent Pkwy, #300
Columbia, MD 21044

Southeast Zone
Blockbuster Inc.
1351 Dividend Dr., Suite K
Marietta, GA 30076

Central Zone
Blockbuster Inc.
4550 Beltway
Addison, TX 75001

Midwest Zone
Blockbuster Inc.
8320 S. Madison
Burr Ridge, IL 60521

Northwest Zone
Blockbuster Inc.
701 Gateway Blvd., #101
S. San Francisco, CA 94080

Southwest Zone
Blockbuster Inc.
5010 Shoreham Place, #100
San Diego, CA 92122

▲ **BACK TO TOP**

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc
© 2000 Blockbuster Inc All rights reserved [Privacy Protection](#) • [Terms & Conditions](#)



[View Shopping Cart](#)

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH



CONTACT US

If you have a question or comment about [blockbuster.com](#) online services, let us know. Choose the contact area below that most relates your needs:

Corporate Headquarters

Direct your questions or comments about our retail stores or our company to customer.service@blockbuster.com.

Mailing Address

McKinney Headquarters
Customer Service
3000 Redbud Boulevard
McKinney, Texas 75069

Phone:

Our Corporate offices are ready to take your calls 7 days a week, 10AM - 12AM CST.
Call Toll Free (800) 800-6767

Online Services

Direct your questions or comments about our online store to customercare@shop.blockbuster.com

Direct billing inquiries, order status questions, or order cancellation requests to customercare@shop.blockbuster.com

Mailing Address

[blockbuster.com](#)
Attn: Customer Care
1383 W. Main Street, Suite 6
Uniontown, PA 15401

Phone:

You can reach us 24 hours a day, 7 days a week. A customer service representative will help to assist you. Call Toll Free (800) 441-4736

Online Advertising

If you are interested in advertising on [blockbuster.com](#), contact us at advertising@blockbuster.com.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



 [View Shopping Cart](#)

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ [Power Search](#)

[HOW TO SHOP](#)

[HOW TO SEARCH](#)

[SECURITY](#)

[FAQs](#)

[SITE MAP](#)



HELP

Have a question about how to use [blockbuster.com](#)? Find your answers here. Select a topic below to get the help you need.

[How to Shop](#)

Shopping online with [blockbuster.com](#) is fun and easy. Get all the shopping tips you'll find in the [How to Shop](#) section.

[How to Search](#)

Our [database](#) is full of movies, soundtracks, and video game information. Learn the best way to find what you're looking for.

[Site Security](#)

Get the facts on the secure shopping environment at [blockbuster.com](#).

[FAQs](#)

[Got a question about BLOCKBUSTER?](#) We've got answers to your Frequently Asked Questions.

[Site Map](#)

The [Site Map](#) shows you [blockbuster.com](#) at a glance. Plan your path through the site, find the section you want quickly.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH GO

+ Power Search

HOW TO SHOP

HOW TO SEARCH

SECURITY

FAQ

SITE MAP

**HELP****How to Shop**

Get the most out of your [blockbuster.com](#) shopping experience with these tips.

Registering with [blockbuster.com](#)

The first step to a quick and efficient shopping experience on [blockbuster.com](#) is to [reg online](#). As a registered user, you can take advantage of all the online features we offer t members, including:

BLOCKBUSTER Recommends™ - profile your movie likes and dislikes for your own personal recommendation list.

Address Book - create a list of shipping addresses for yourself, friends, and family for quick access at check out.

My Wish List - keep a list of movies, soundtracks, and games you'd like to buy in the future for yourself, friends, and family.

Online Account Status - track your [blockbuster.com](#) order history online.

Logging In to [blockbuster.com](#)

Log in to [blockbuster.com](#) from anywhere in the site by selecting the [Log In](#) link at the of any page. After logging in, registered users can access their Address Book, My Wish and Online Account Status for easy online shopping.

Logging Out

After you complete a shopping session, it's important to log out. This assures that no one else can access your secure [blockbuster.com](#) account while you're away from your computer.

If you forget to log out, [blockbuster.com](#) will automatically close the shopping session 30 minutes. If your shopping session is automatically closed, Select Log On from anywhere in the site and then select Shopping Cart. The contents of your Shopping Cart will be automatically saved. See [Site Security](#) for more details.

Storing Your Credit Card Information

Storing your Credit card number is another way to make your [blockbuster.com](#) shopping experience quick and easy. By checking "Store this Credit Card Number" on the Shopping Cart page, you can avoid entering your credit card number each time you buy from [blockbuster.com](#). Read more about the [secure shopping environment](#) at [blockbuster](#).

Adding and Removing Items in Your Shopping Cart

Once you've [registered](#) online, it's time to shop. To add a movie, soundtrack, or game to your Shopping Cart, [Select](#) the Add to Cart button. You can add as many items to your cart as you'd like.

To remove an item from your Shopping Cart, Select "View Shopping Cart" from the top of any page in the site. From the table containing your Shopping Cart items, find the item you want to remove and select the "Remove" button directly to the right of that item.

Checking Out

Ready To Buy? When you're finished shopping and have everything you want, select "Continue to Checkout."

Mail-in Orders

Both firewalls and codes secure [blockbuster.com](#) payment transactions. Most Internet browsers have particularly secure transaction systems. However, if you wish, you may want to order offline by mail or fax. To do this, simply select the items you wish to buy, place them in your Shopping Cart, and then during the checkout process you will see a button for Mail Orders (at the end of Step 2). Print out and complete the Mail-in Order Form and mail to address/fax to the number at the top of the page.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

[Register Now](#)

[Log In](#)

[Registration Benefits](#)



Feb 8, 2000

SEARCH

[+ Power Search](#)

HOW TO SHOP

HOW TO SEARCH

SECURITY

FAQs

SITE MAP



HELP

How to Search

Blockbuster.com offers you two great ways to search. On the left hand side of every p you can access our search engine. Enter keywords and click "Go" to find what you want fast.

Power Search is an effective, powerful way to search **blockbuster.com** when you know exactly what you want. Selecting Power Search from the left hand column will bring you the Power Search page where you can choose to search for a movie, video game, or soundtrack. Then you can fill in all the criteria you know about the item you're searching including:

- Platform
- Title
- Keywords: phrases, keywords, characters concepts, etc.
- Category
- Rating
- Platform

When you know what you're looking for, Power Search is the way to go.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits



Feb 8, 2000

SEARCH

Search input field with a 'GO' button and a '+ Power Search' link below it.

HOW TO SHOP

HOW TO SEARCH

SECURITY

FAQs

SITE MAP



HELP Site Security

Every purchase you make at **blockbuster.com** is safe. You will pay absolutely nothing if unauthorized charges are made to your card as a result of your **blockbuster.com** purchases.

How can we be so sure?

It's important to us that you feel as safe when shopping at **blockbuster.com** as you do when shopping at your neighborhood **BLOCKBUSTER®** store. That's why we have built site with sophisticated security software. All of your personal information, including your credit card number, name, and address is encrypted for your protection.

A final option: mail us or fax your order.

If you still feel strongly about not wanting to use your credit card on the internet you may also mail or fax us your order. To do this, simply select the items you wish to buy, place them in your Shopping Cart, and then during the checkout process, you will see a button Mail-in Orders (at the end of Step 2). Print out and complete the Mail-in Order Form and to the address/fax to the number at the top of the page.

Guarantee Details

1. Under the Fair Credit Billing Act, your bank cannot hold you liable for more than \$50.00 fraudulent charges. If your bank does hold you liable for any of this \$50.00, **blockbuster.com** will cover the entire liability for you, up to the full \$50.00. Blockbuster will cover this liability only if the unauthorized use of your credit card resulted through no fault of your own from purchases made at **blockbuster.com** while using the secure serv

2. In the event of unauthorized use of your credit card, you must notify your credit card provider in accordance with its reporting rules and procedures.

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits



Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+ [Power Search](#)

HOW TO SHOP

HOW TO SEARCH

SECURITY

SITE MAP

**HELP****Frequently Asked Questions**

Questions, you say? We've got answers! We've compiled a list of the most frequently asked [blockbuster.com](#) questions here for your convenience.

If you have a question about our stores, check out our [Store FAQs](#).

Q: I found the video I want, but I can't put it in my shopping cart. What's wrong?

A: We strive to provide comprehensive movie, soundtrack, and video game information, not all titles in our database are available to buy. If a title's detail page says "Buy No "Add to Shopping Cart," then you can purchase it at [blockbuster.com](#). If not, the product may not have been released yet, or it is no longer available for sale. In that case, check your local BLOCKBUSTER® store to see if it's in stock. However, we are constantly adding titles to our list of titles for sale, so check back often.

If you still have questions about product availability, e-mail us at customercare@shop.blockbuster.com or give us a call at (800) 441-4736.

Q: Why can't I search by category instead of just by title or artist?

A: You can search by category! All of your favorite videos have been divided into 35 different categories - from Action to Drama to Family - which you can search on the [Movies Power Search](#) page. You can use our [Music](#) and [Video Games Power Search](#) pages to search by categories, too.

Q: I thought I downloaded a QuickTime video clip, but it isn't working. What went wrong?

A: The most common mistake people seem to make is not installing QuickTime once it has been downloaded. To correct this, figure out where on your computer you saved QuickTime when you downloaded it. Then double click on the QuickTime file that ends with the letters .exe to install the program. Once you do this, your video clips should work.

Q: Where can I find movie recommendations on your site?

A: Movie recommendations can be found in the following sections:
 -BLOCKBUSTER Recommends™
 -AFI Top 100
 -Award Winners
 -Gift Center

Plus, by becoming an online member, your [blockbuster.com](#) Home and Movie Page will automatically suggest several films in your preferred genre.

If you are searching for movie rental ideas, check out [BLOCKBUSTER Recommends](#)

Q: What forms of payment do you accept?

A: The following credit cards are accepted at [blockbuster.com](#): Visa, Master Card and American Express.

Q: Is it safe to submit my credit card information over the Internet?

A: The security of your credit card information as well as all your personal information is top priority. All credit card payments are SECURED TRANSACTIONS. Credit card information is sent directly through the system where it goes through four levels of encryption for your protection. We are confident that transactions you make at [blockbuster.com](#) are safe.

Q: What if I don't want to pay online?

A: Both firewalls and codes secure [blockbuster.com](http://www.blockbuster.com) payment transactions. Most Internet browsers have particularly secure transaction systems. However, if you wish, you may want to order offline by mail or fax. To do this, simply select the items you wish to buy, place them in your Shopping Cart, and then during the checkout process you will see a button for Mail-in Orders (at the end of Step 2). Print out the Mail-in Order Form and mail it to the address/fax to the number at the top of the page.

Q: How do I know if you've received my order?

A: You will receive an email stating that we received your order. If you do not receive this confirmation, it is possible that an incorrect email address was submitted in your order. In this case, please contact Customer Service via email at customer-care@shop.blockbuster.com or by phone at (800) 441-4736 to verify your email address. In addition, any time there is a change in status with your order (e.g., order shipped), you will receive another email.

Q: How do I check the status of my order online?

A: As a logged in registered user, you can check on the status of your order at any time by selecting "Online Account Status" from the Update Your Profile pull-down menu on the top of every page of the site.

Q: What is your return policy?

A: Returns and or exchanges must be made within 30 days of receipt of the product. If the product is unopened, it can be returned for a full refund - no questions asked. Also, if you buy a product because it was recommended by BLOCKBUSTER Recommends and don't like it, you can return it for a full refund. The refund will be posted to your credit card.

Return Address:

blockbuster.com
ATTN: Returns Department
4250 Coral Ridge Drive
Coral Springs, FL 33065

Exchanges: Opened product can be exchanged for the SAME item.

Q: Do you have PAL-formatted videos?

A: Unfortunately, **blockbuster.com** does not carry the PAL format.

Q: Do you accept BLOCKBUSTER GIFTCARDS™ as payment for online purchases?

A: No. Although we sell BLOCKBUSTER GIFTCARDS online, you cannot use them to make online purchases. BLOCKBUSTER happily accepts BLOCKBUSTER GIFTCARDS as payment in participating BLOCKBUSTER® store locations.

Q: Do you sell BLOCKBUSTER Pre-Viewed Videos™ online?

A: Yes, we do! Check out our [BLOCKBUSTER Pre-Viewed](#) page for available selection.

▲ **BACK TO TOP**

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
© 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)



View Shopping Cart

Register Now

Log In

Registration Benefits

Feb 8, 2000

SEARCH

GO

+Power Search

HOW TO SHOP

HOW TO SEARCH

SECURITY

FAQs

SITE MAP

**HELP****Site Map**

Use this site map to find what you're looking for, then link directly there.

HOME**MOVIES**

[New Releases](#)
[Movie Categories](#)
[Featured DVDs](#)
[Coming Soon](#)
[Pre-Viewed Movies](#)
[On Sale Now](#)
[Top 10 Sales](#)
[The Latest Scoop](#)
[Award Winners](#)
[Nominees](#)
[AFI Top 100](#)
[Blockbuster Recommends™](#)
[Ratings Defined](#)

VIDEO GAMES

[New Releases](#)
[Game Categories](#)
[Featured Games](#)
[The Latest Scoop](#)
[Ratings Defined](#)

SOUNDTRACKS

[New Releases](#)
[Soundtrack Categories](#)

GIFT CENTER

[Special Occasions](#)
[Gift Classics](#)
[BLOCKBUSTER GIFTCARDS™](#)

IN STORES NOW

[Top 10 Rentals](#)
[Guaranteed to Be There](#)
[New Releases](#)
[Coming Soon](#)
[Special Deals](#)
[BLOCKBUSTER® EXCLUSIVE](#)
[BLOCKBUSTER Pre-Viewed](#)
[Videos™](#)
[Store FAQ](#)

STORE LOCATOR**ABOUT US**

[Join Our Team](#)
[International Job Listings](#)
[Positions Retail Stores](#)
[Search Job Listing](#)
[Browse Job Listings](#)
[Blockbuster Benefits](#)
[Franchising Opportunities](#)
[Corporate Giftcard Sales](#)
[Press Releases](#)
[The Company](#)
[Our Mission](#)
[Blockbuster Trivia](#)
[Timeline](#)
[Management Team](#)
[Community Service](#)
[Contact Us](#)
[Investor Relations](#)

CONTACT US**HELP**

[How to Shop](#)
[Security](#)
[FAQs](#)
[How to Search](#)
[Site Map](#)

POWER SEARCH

[Privacy Protection](#)
[Terms and Conditions](#)

[Home](#) • [Movies](#) • [Video Games](#) • [Soundtracks](#) • [Gift Center](#)
[In Stores Now](#) • [Store Locator](#) • [About Us](#) • [Contact Us](#) • [Web Link](#) • [Help](#) • [Site Map](#)

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 © 2000 Blockbuster Inc. All rights reserved. [Privacy Protection](#) - [Terms & Conditions](#)