



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

BECA JUAN GRIJALBO

CONACULTA - CANIEM

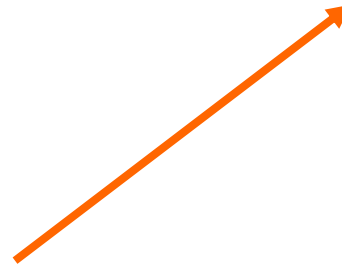
2008

COMERCIALIZACION DE LIBROS DE TEXTO

20-25 OCTUBRE



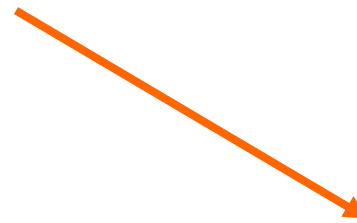
**Protagonistas del
curso de comercialización
de libros de texto**



Mercado



Cliente



PRODUCTO



SISTEMAS DE CALIDAD EN LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES:

Visión
Interna

Interna

1920's



Enfoque al producto:
Inspección y control de calidad

1950's



Enfoque a los procesos de fabricación:
Control estadístico de los procesos

1960's - 80's



Enfoque a la organización:
Aseguramiento de la calidad

Visión
Externa

Externa

1980's - actual

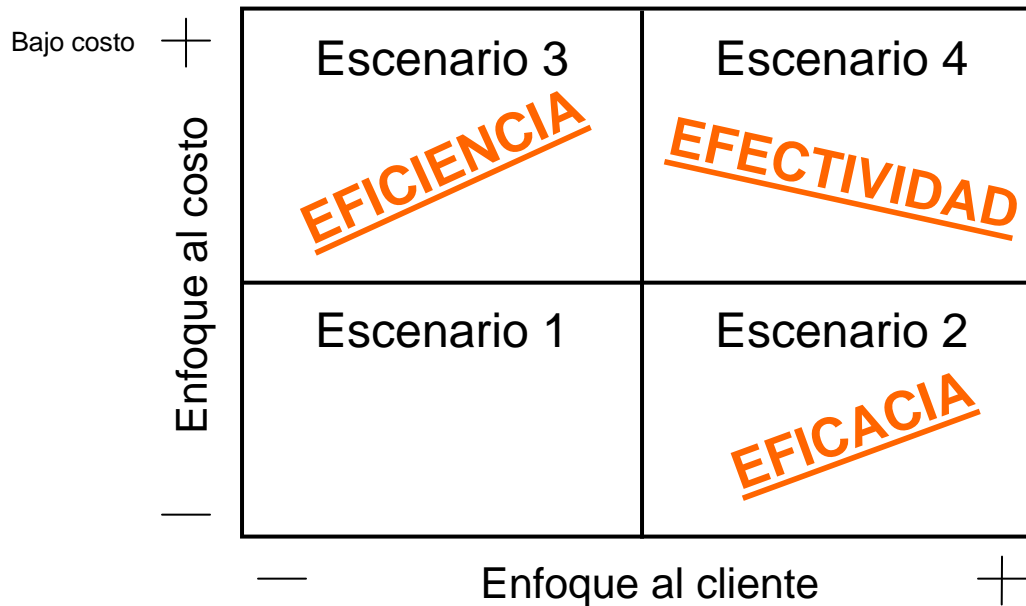


Enfoque al cliente:
Satisfacer las necesidades del cliente



¿SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE A CUALQUIER COSTO?

Se incorpora el requerimiento indispensable de **EFECTIVIDAD** para lograr **RENTABILIDAD** y supervivencia.



Eficiente

Orientado al costo sin satisfacer las necesidades del cliente.

Eficaz

Satisface 100% necesidades del cliente pero no es viable.

Efectividad

El mejor equilibrio entre satisfacción y costo es rentabilidad.



TENDENCIAS ACTUALES DEL MERCADO

- De mercados cerrados a globalización.
- Se abren fronteras; se establecen empresas de origen extranjero; se des-regulan mercados; mayor competencia.
- De producción masiva a gran escala a una **creciente diferenciación:**

¿Qué vende nuestro cliente?

- Imagen
- ¿Modernidad?
- ¿Capacidad para transmitir conocimientos?
- ¿Capacidad para desarrollar habilidades?



Reconocimiento de los nichos de mercado es un atributo que permite responder a la segmentación de los mercados y a la reducción creciente del ciclo de vida de los productos.

- Calidad física (formato, tamaño, interiores, etc.)
- Estructura (programa oficial, independiente)
- Enfoque (tradicional, constructivista, competencias)
- Diseño (ilustración, fotografía)
- Costo, precio

Investigación de mercados como base para el desarrollo de productos.



MERCADO POTENCIAL NACIONAL

Particular

	ALUMNOS	%	ESCUELAS	%
PREESCOLAR	702,319	3%	14,354	9%
PRIMARIA	1,208,306	5%	7,595	5%
SECUNDARIA	420,676	2%	3,682	2%
BACHILLERATO	474,063	2%	3,076	2%

2,805,364	13%	28,707	19%
------------------	------------	---------------	------------

Oficial

PREESCOLAR	3,440,840	15%	45,093	29%
PRIMARIA	12,496,985	56%	69,515	45%
SECUNDARIA	2,680,980	12%	7,905	5%
BACHILLERATO	838,589	4%	2,390	2%

19,457,394	87%	124,903	81%
-------------------	------------	----------------	------------

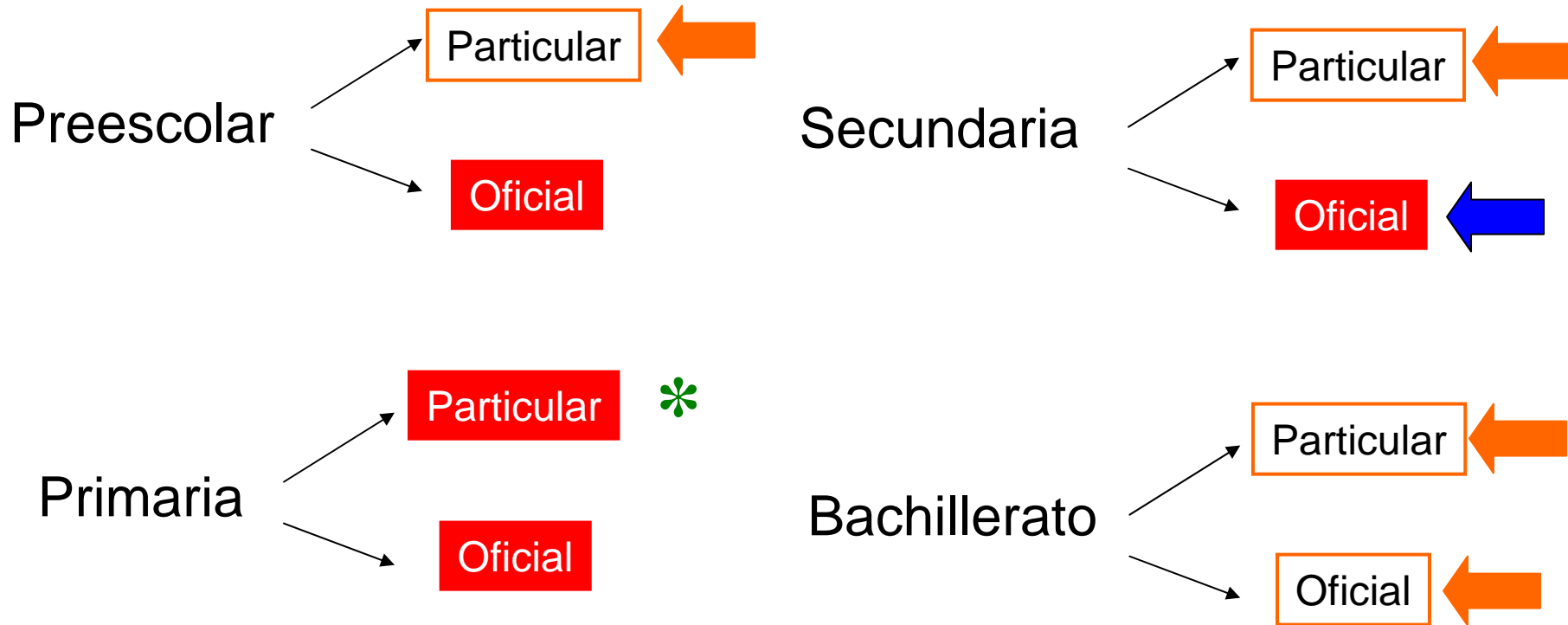
TOTAL	22,262,758
-------	-------------------

153,610



DIMENSION REAL DEL MERCADO

Participación del gobierno



← Mercado con mayor potencial.

* Mercado parcialmente atendido por editoriales privadas.

← Principal mercado para editoriales privadas (bajo precio).



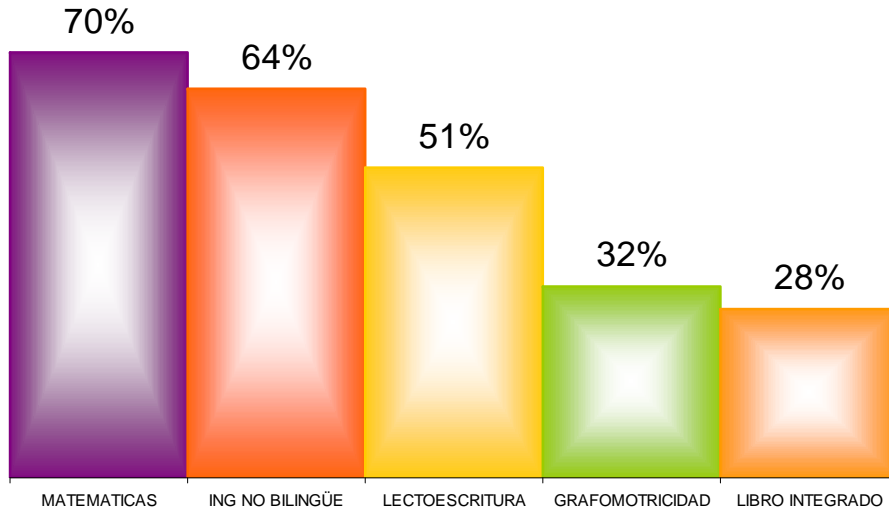
PRINCIPALES ASIGNATURAS DEL MAPA CURRICULAR

Hay necesidad de identificar las asignaturas de cada nivel educativo en las que tiene oportunidades reales la industria editorial.

Desarrollo de materia: Porcentaje de colegios particulares que requieren libros en cada asignatura

Preescolar

DES DE MATERIA

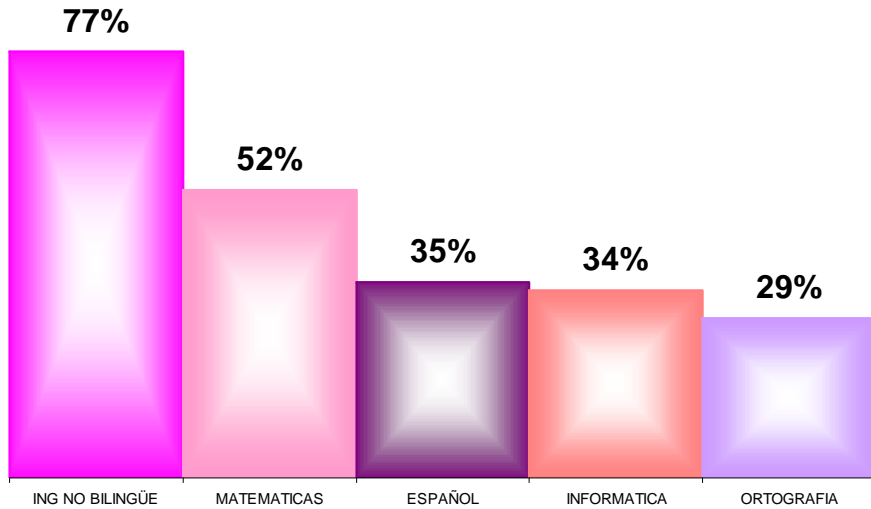


	MATERIA	DES DE MATERIA
1	MATEMATICAS	70%
2	ING NO BILINGÜE	64%
3	LECTOESCRITURA	51%
4	GRAFOMOTRICIDAD	32%
5	LIBRO INTEGRADO	28%
6	ING BILINGÜE	25%
7	MANUALIDADES	21%
8	HABILIDADES DEL PEN	17%
9	VALORES	13%
10	RELIGION	8%



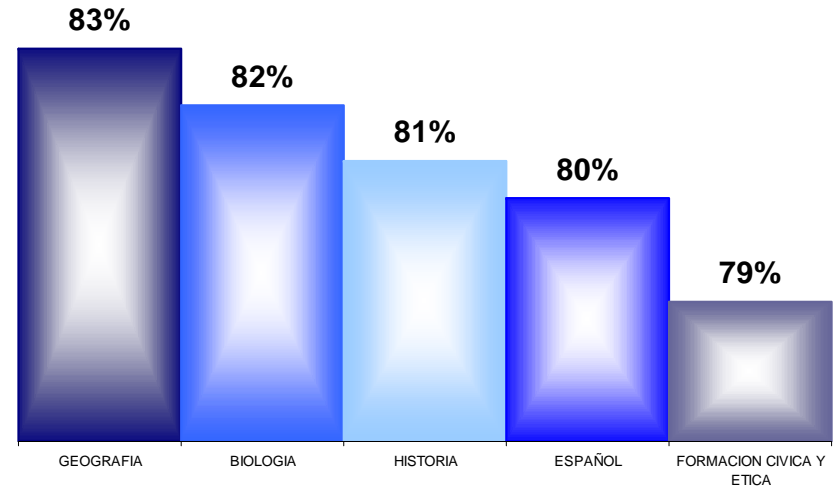
PRINCIPALES ASIGNATURAS DEL MAPA CURRICULAR

Primaria



	MATERIA	DES DE MATERIA
1	ING NO BILINGÜE	77%
2	MATEMATICAS	52%
3	ESPAÑOL	35%
4	INFORMATICA	34%
5	ORTOGRAFIA	29%
6	DICCIONARIOS	28%
7	HAB DEL PENSAMIENTO	27%
8	ING BILINGÜE	26%
9	RELIGION	21%
10	GUIA	18%

Secundaria



	MATERIA	DES DE MATERIA
1	GEOGRAFIA	83%
2	BIOLOGIA	82%
3	HISTORIA	81%
4	ESPAÑOL	80%
5	FORMACION CIVICA Y ETICA	79%
6	QUIMICA	73%
7	FISICA	71%
8	MATEMATICAS	66%
9	INFORMATICA	32%
10	ORT Y REDACCION	26%



ALTA CONCENTRACION DEL MERCADO

Preescolar: Participan 56 editoriales.
10 editoriales tienen 85% del mercado.

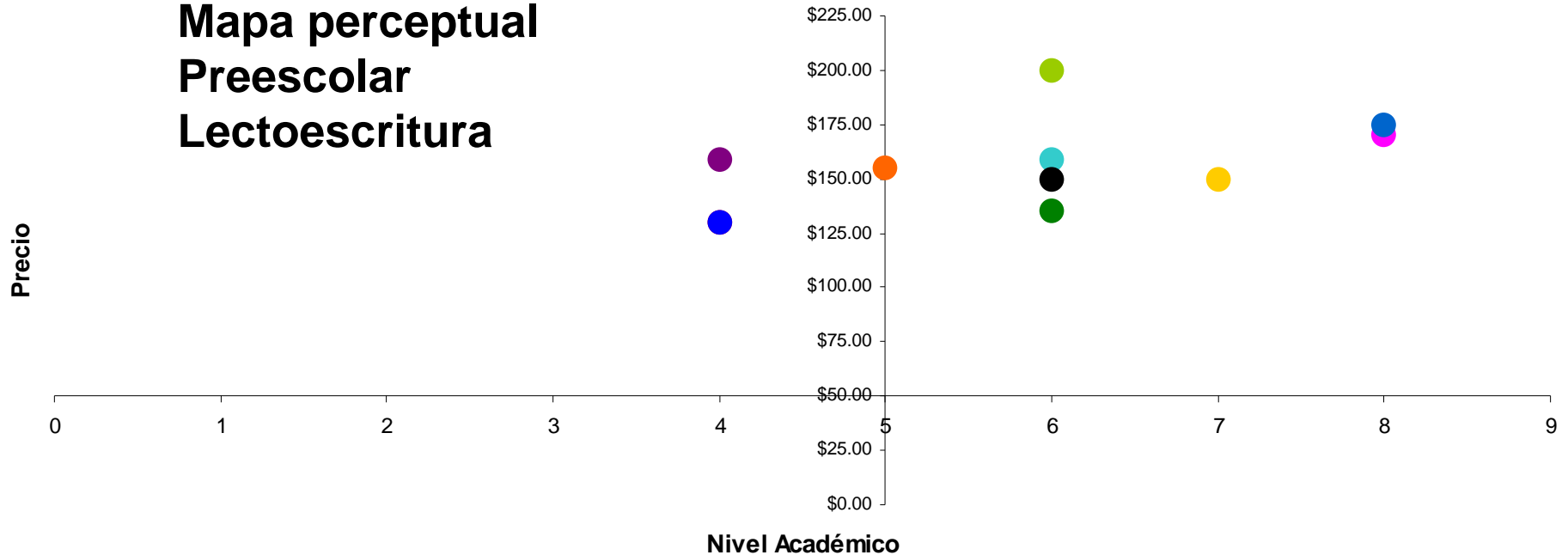
Primaria: Participan 70 editoriales.
10 editoriales tienen 76% del mercado.

Secundaria: Participan 62 editoriales.
10 editoriales tienen 76% del mercado.



ANALISIS DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

Mapa perceptual
Preescolar
Lectoescritura

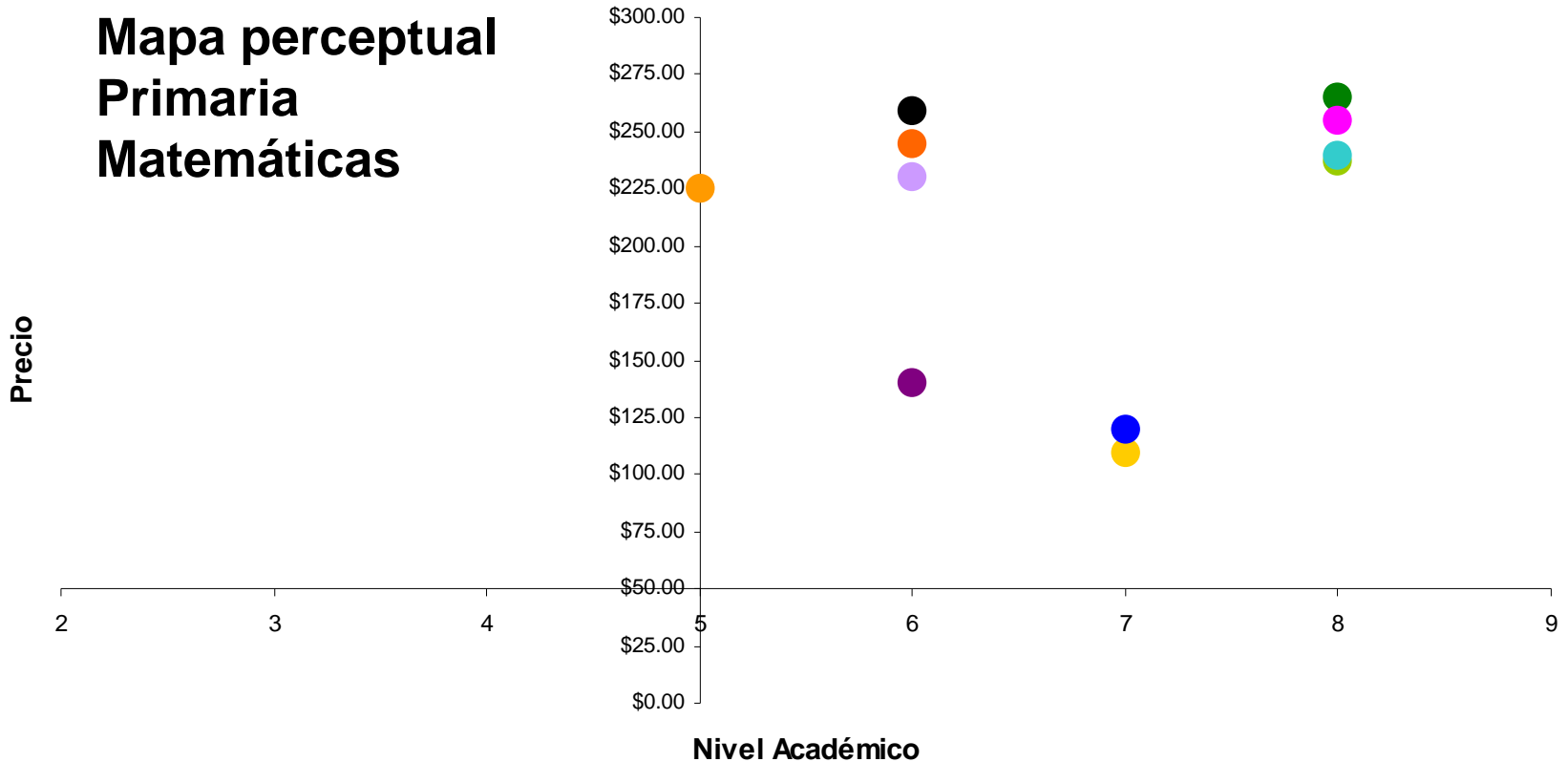


- JUGUEMOS A LEER
- LA FIESTA DE LAS LETRAS
- ARCOIRIS DE LETRAS
- MI LIBRO MAGICO
- MIS LETRAS MAGICAS
- SI APRENDO TRAZOS Y SI APRENDO LECTROESCRITURA
- TRAZOS, LETRAS Y ANIMALES Y LETRAS Y ANIMALES
- COMETA
- MOCHILA DE LAS LETRAS
- LECTROESCRITURA SERIE PASITO A PASITO
- AMANECER COMPUESTO



ANALISIS DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

Mapa perceptual Primaria Matemáticas



- MATEMATICAS SERIE INTEGRAL
- MATEMATICAS SERIE APRENDO MAS
- MATEMATICAS SERIE 2000
- METODO GRAFICO DE SINGAPUR
- SERIE PRIMARIA COMUNIDAD
- CUADERNO ALFA DE MATEMATICAS
- MATEMATICAS S-XXI
- MATEMATICAS EN ACCION
- MATEMATICAS CREATIVAS
- META



PLAN DE NEGOCIO Y PLAN DE VENTAS

NEGOCIO

Documenta el rumbo de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

- **Diagnóstico**

Industria
Mercado
Oportunidades
Aspectos internos

- **Pronóstico**

Rumbo si no hacemos nada

- **Objetivos**

- **Estrategia**

- **Proyectos**

Organización
Financiero
Ventas y mercadotecnia
Administración
Control

VENTAS Y MERCADOTECNIA

Documenta los objetivos y estrategias particulares para dar respuesta a los propósitos de la empresa (anual).

- **Diagnóstico**

Competidores y producto
Tamaño de mercado
Participaciones de mercado
Precios y costo
Cliente y perfil de compra
Ventas históricas

- **Pronóstico**

Rumbo si seguimos igual

- **Objetivos**

Mercado potencial
Nuevos nichos de mercado
¿Crecimiento? ¿Mantener?

- **Metas**

Cuantificación de los objetivos

- **Estrategia**

¿En qué forma? (Capacitación, reclutamiento, precios, promoción)

- **Tácticas**

Acciones calendarizadas

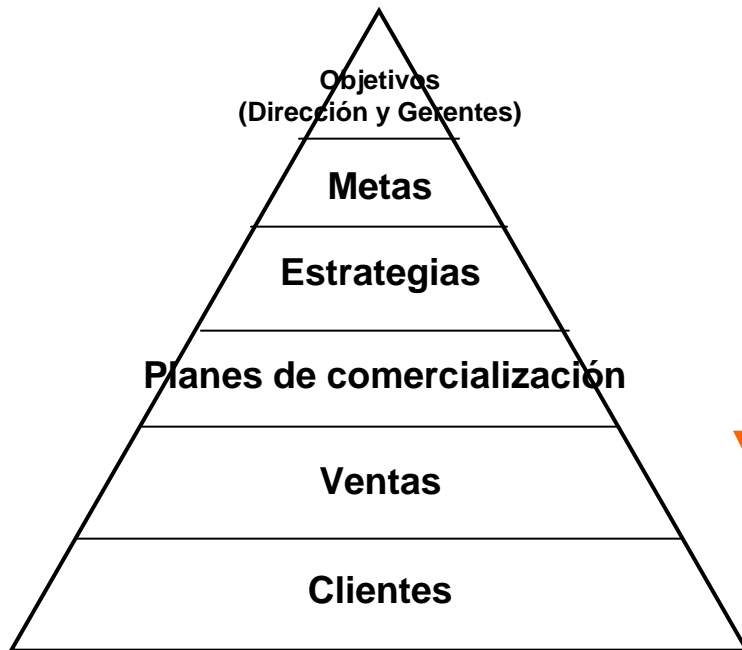
- **Presupuesto de ventas (gastos)**

- **Mecanismos de control**

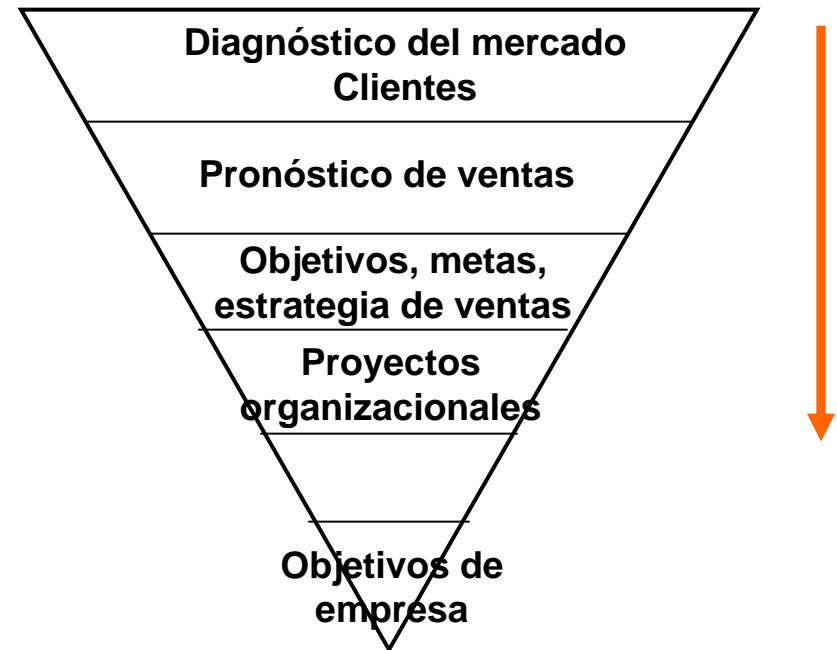


FLUJO DE INFORMACION

Clásico

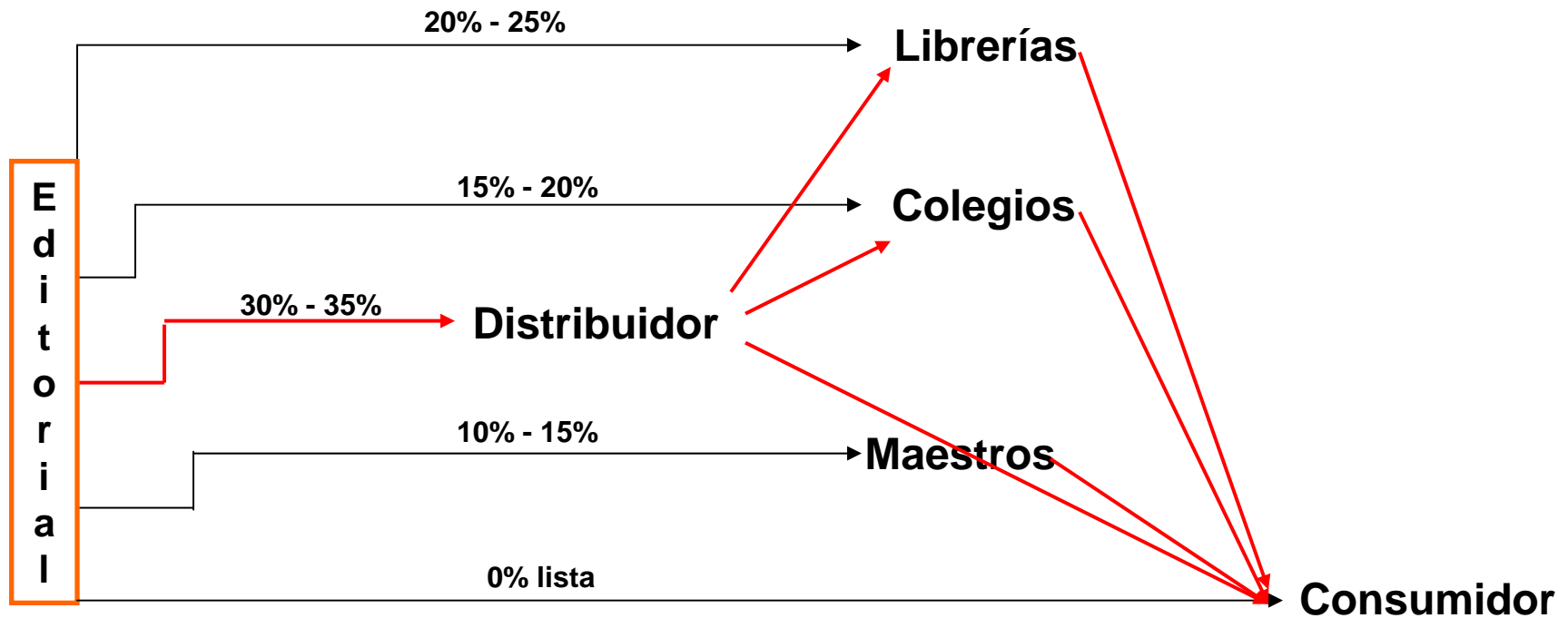


Necesario





CANALES TÍPICOS DE COMERCIALIZACION





CICLO DE COMERCIALIZACION

Prospección

Promoción

Venta a clientes

Devolución

Cobranza

O N D E F M A M J J A S O N D