

# CANALES REGULARES DE VENTA DE LIBROS

**NATURALES**



LIBRERIAS CUYOS  
INGRESOS  
PRINCIPALES SON  
VENTA DE LIBROS

**ALTERNATIVOS**



- CENTROS ESP.
- AUTOSERVICIO
- TDAS. DEPART.
- FARMACIAS
- AEROPUERTOS
- TERM. AUTOBUSES
- CAFETERÍAS

# EL P.V.P.

	Ed. Nal	Libros Imp.
PVP	180	180
Dcto 45%	80	80
	<hr/>	<hr/>
PVN	100	100
Costo	36	60
Gts. Adm.	15	15
Gts. Vta.	10	10
Regalías	18	---
	<hr/>	<hr/>
Utilidad	21	15

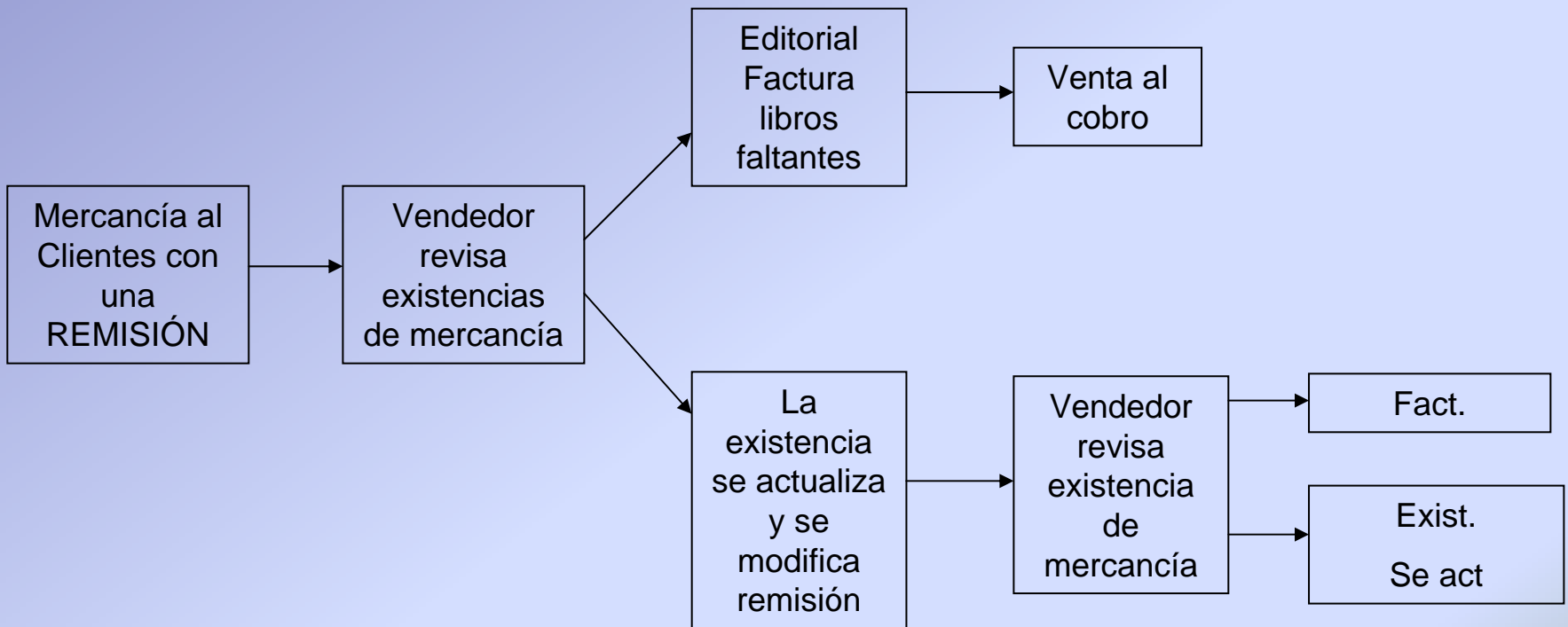
# INTEGRACIÓN DE NOVEDADES ANUALES AL MERCADO MEXICANO (datos aproximados)

Novedades Editadas en México	16,000
Novedades importadas (España)	50,000
Novedades importadas (otros países)	20,000
	<hr/>
SUMA	86,000

# LOS TIPOS DE LIBROS DE INTERÉS GENERAL Y SU COMERCIALIZACIÓN

- NOVEDADES
- LIBROS DE FONDO
- LIBROS DE CHOQUE
- BEST SELLERS

# MERCANCÍA EN CONSIGNACIÓN



# COMISIONES A VENDEDORES

## LOCALES

Descuento al Cliente	% de Comisión
→ 40%	5%
41-45%	3%
46% →	2%

## FORÁNEOS

Descuento al Cliente	% de Comisión
→ 40%	8%
41-45%	6%
46% →	3%

- En México, el costo de distribución es extremadamente alto, principalmente por descuentos altos. Éstos se pueden frenar por medio de un precio fijo de tipo europeo.
- La gran cantidad de novedades que inundan el mercado y los escasos puntos de exhibición, hacen que la comercialización se convierta en una competencia muy cerrada por los espacios.
- Para reducir los riesgos de comercialización de libros, es conveniente hacer uso de la herramientas de la mercadotecnia, que se aplican desde el diseño del producto (colecciones).
- Las ventas son resultado de un conjunto de decisiones que se toman desde la concepción del negocio como un todo. Los vendedores son un eslabón en la cadena de comercialización, no son los salvadores de una empresa que no vende.

- Las expectativas de ventas pueden buscar la objetividad y ser el resultado de una planeación que incluya las principales variables derivadas del producto y su mercado.
- Para buscar una comercialización más eficiente, deben distinguirse las diferentes formas del producto libro como novedad, libro de fondo o de choque.
- El panorama del mercado mexicano, altamente competido, obliga a la especialización como un medio de mantenerse activo, aprovechando el conocimiento particular de un segmento limitado.
- Los gastos operativos pueden reducirse a partir del aprovechamiento de la sinergia , haciendo asociaciones provechosas en la comercialización.