

76



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
ACATLÁN

“MANUAL PARA EL FUNCIONAMIENTO  
DE UNA LIBRERÍA”

289410

**T E S I S I N A**  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACION COLECTIVA  
P R E S E N T A ;  
VICTOR RAFAEL TAKAMI HERNANDEZ

ASESOR: LIC. OCTAVIO MORENO OCHOA

FEBRERO 2001





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

MI **FAMILIA** ES LA FORMA DE QUE DIOS ESTE PRESENTE EN MI VIDA.

MI **PAPÁ** QUE TODAVÍA ES EL SUPERMAN QUE DE NIÑO SIEMPRE FUE.

MI **MAMÁ** ES EL AMOR Y LA TERNURA.

MIS **HERMANOS** Y **SOBRINOS** SON LA PARTE MEDULAR DE MI SER.

MI GRAN AMOR, MUSA INDISCUTIBLE DE ILUSIÓN Y DESEO PARA HACER LAS  
COSAS, **SONIA**.

**MUCHAS GRACIAS A TODOS ELLOS**

# TITULO

## Introducción

### **PARTE I Presencia de la librería en la Ciudad de México a partir del siglo XVI.**

- La primera imprenta 7
- Las Tiendas 12
- Casas Impresoras 14
- Librería Porrúa 15

### **PARTE II Como se Organiza una Librería**

- Librería como función 19
- El Jefe e Departamento 25
- Departamento de Adquisiciones 29
- Departamento de Procesos Técnicos 31
- Departamento de Servicio al Público 33
- Departamento de Referencia 34
- Creación de un Sistema 36

## **PARTE III    Funcionamiento de la Librería**

- Características 46
- El Letrero 48
- Piso de Venta 48
- Señalización. 49
- El Acomodo 50

### *La Compra*

- Clases de Compra 54
- Consignación 57

### *La Venta*

- Atención al Cliente 68
- Clases de Cliente 70
- Labor de Venta 72
- Inventario 73

**Conclusiones** 78

**Glosario** 80

**Bibliografía** 82

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo, ser útil para todas aquellas personas que lo consulten; es el resultado de los conocimientos adquiridos durante ocho años al frente de la Librería Universitaria ENEP Acatlán, teniendo como resultado a lo que se denomina librero profesional (el que vende libros), además de ser un tema poco explorado, más no, sin importancia. Actualmente las librerías son una fuente importante generadoras de recursos, por lo que son vistas como verdaderos negocios

En la primera parte se aborda el tema de la evolución de las librerías, desde el siglo XVI hasta el siglo XX, siendo esta fecha muy representativa de lo que marca el inicio de los primeros asentamientos de librerías como comercios formales, ya dedicados a la venta de publicaciones. Se destaca la importancia a la Librería Porrúa Hermanos, por considerarla como la más representativa y exitosa, para el librero.

Al mismo tiempo, se establece que una librería especializada es aquella que tiene un surtido básico y amplio, cuyo inventario se compone según la especialidad que domina, esta puede ser determinada por el entorno o bien por el tipo de público que acude a ella. La función de una Librería especializada se debe entender como, la capacidad de respuesta, para satisfacer una necesidad.

Este tipo de librerías tiene una exigencia de rotación rápida, para lo cual se recalca la necesidad de que el personal que en ella labora sea de calidad (se explicará lo que se entiende por este término), para que de una buen servicio y atención.

La elaboración de un programa de cómputo que se adecue a las necesidades de la librería es importante, tiene que satisfacer las carencias que demanda , por lo que se enumeran los problemas en orden de importancia y se solucionan hasta lograr un óptimo desempeño en el empleo de una máquina computadora, que se refleja en el ahorro de tiempo, al momento de generar una venta, de hacer una consulta de un ejemplar solicitado, al registrar una compra y lo prioritario, un inventario confiable y al día.

Las actividades, se jerarquizan según las mismas necesidades, como es el caso de la capacitación al personal, paso seguido se tiene que comprar, y para finalizar este ciclo y se tenga un buen resultado, la venta. Todos estos elementos son analizados e incorporados de tal forma que se amalgamen, ya que la secuela que se pretende con esto es, como en todo negocio, la ganancia.

Algunos de los términos que se manejan a lo largo del presente trabajo, se refieren en un glosario para que no sean privativos de las personas que se dedican a la venta de libros, esto es, los librereros.

## SIGLO XVI

### LA PRIMERA IMPRENTA

La primera mitad del siglo dieciséis novohispano, se encuentra como protagonista un editor de nombre Juan Cromberger, sus descendientes y su cajista Juan Pablos.

En 1525, a escasos cuatro años de consumada la conquista militar, se tienen noticias concretas de que un tal Juan Cromberger, famoso tipógrafo extranjero establecido en Sevilla, había obtenido de la corona española los derechos exclusivos de venta de libros de la Nueva España y que esta exclusividad, por cierto no cumplida, debían heredar sus descendientes.

Se puede decir que la primera mitad del siglo XVI novohispano está cubierta por Juan Cromberger, sus descendientes y su cajista, Juan Pablos.

En 1539, a instancias e insistencia de Fray Juan de Zumárraga, primer obispo de México, y el primer virrey, Antonio de Mendoza, tiene lugar en la capital del virreinato el establecimiento de la imprenta. Esta imprenta, que convirtió a la Nueva España en la primera colonia española que gozó de este privilegio, fue propiamente una sucursal del negocio de Cromberger. Es el caso que a un empleado de su taller, de oficio cajista, de origen italiano y llamado Juan Pablos lo nombra encargado y representante de la nueva imprenta, reservándose él, Cromberger, los derechos de impresión y la mayor parte de las ganancias.

Se cuenta que esta primera imprenta se localizaba en la Casa de las Campanas, propiedad de Fray Juan de Zumárraga, frente al costado del que fue Palacio Arzobispal, al oriente del Palacio Virreinal, en la esquina que conformaban las calles de Moneda y cerrada de Santa Teresa, actualmente Moneda y Licenciado Verdad. Este lugar ostenta todavía un medallón con una inscripción alusiva a la ubicación de dicho taller, cuyo texto dice así: El Virrey Don Antonio de Mendoza estableció aquí el año de 1536 la primera imprenta de América, los tipógrafos fueron Esteban Martín y Juan Paoli. Siendo Presidente de la República el C. Venustiano Carranza, el Ayuntamiento Provisional de la Ciudad de México colocó esta lápida el 31 de diciembre de 1917.

Ahora bien, el traslado de los libros que veían la luz en las prensas de Cromberger, se realizaba a través de los navíos que zarpaban de los puertos españoles (Cádiz principalmente y San Lucas de Barrameda), navíos que después de una larga y casi siempre azarosa travesía llegaban a San Juan de Ulúa y a Veracruz.

Aunque se supone que la mercancía, en este caso los libros estaban destinados a la capital de la Nueva España y que los puertos eran un mero lugar de tránsito, una buena parte de la mercancía solía ser liquidada allí, convirtiéndose los mencionados puertos en verdaderos mercados y en uno de los primeros puntos de venta y el taller de Cromberger, quizá en la primera casa impresora con la que México tuvo tratos comerciales.

El hecho es que, de una u otra forma, llegaban los libros a la colonia y de una u otra forma se estableció un comercio con ellos desde los primeros años de la Conquista, hecho que por lo demás, estaba cargado de un gran significado desde el punto de vista de la cultura occidental de empezó a penetrar los dominios españoles.

Así las cosas, podemos considerar como primeros mercaderes de libros a los peninsulares que venían a vender su mercancía, a aquellos que la solicitaban desde aquí, o bien a aquellos que iban en su busca, para lo cual emprendían largos viajes hasta España.

Ejemplo de las trampas que se practicaban, recordemos que la entrada de los escritos peligrosos en el país se llevaba a cabo en diferentes formas: en barriles, entre las vestimentas de los propietarios, entre los libros autorizados con modificaciones del nombre del autor o del título. Por otra parte, las personas que traían los libros a menudo sólo mostraban el inventario de obras y no las obras mismas, escapando así de la revisión de los comisarios del Santo Oficio.

En el siglo XVI, se empezó a tener un mercado de libros en la Nueva España. Este procedimiento continuó practicándose a lo largo del siglo XVII. Este tenía las características de un comercio informal ya que nunca se logró tener un establecimiento que lo convirtiera en un mercado formal.

En el transcurrir del siglo XVI, la venta de libros se practicaba entre particulares, en estas operaciones los libros pasaban de mano a otra mano, del vendedor al

intermediario y del intermediario al comprador, cuando lo había, sin llegar a ningún establecimiento de venta.

Sin embargo, ya podemos vislumbrar algunos nombres de personas que tenían tienda propia donde, en medio de otras mercancías vendían libros, es decir, se trataba de los inicios de un comercio establecido que le ofreció al libro un lugar de venta fijo.

### **ANDRÉS MARTÍN, BARTOLOMÉ DE TORRES Y JUAN FAJARDO**

El comerciante establecido más antiguo del que hasta hoy se tiene noticia es Andrés Martín que "sin ser impresor tenía tienda de libros y en 1541 ocupaba un local en los bajos de una casa del Hospital del Amor de Dios"<sup>1</sup>. Este Hospital fundado por el Obispo Zumárraga, se localizaba en la calle del Amor de Dios (hoy Academia).

De la segunda mitad del siglo XVI conocemos los nombres de Bartolomé de Torres, "que tenía abierta su tienda en 1563"<sup>2</sup> y de Juan Fajardo "de quien consta que en 1574 hizo un viaje a España a comprar libros y que volvió con no pocos de ellos a México, tres años más tarde."<sup>3</sup> Desafortunadamente se desconoce la ubicación de los establecimientos de los señores Torres y Fajardo, para poder sumarlos a toda esa actividad que giraba en torno a la Plaza Mayor, pero sin duda deben haberse localizado en la Plaza o muy cerca de ella.

---

<sup>1</sup> Ramón Zulaica Gárate. Los Franciscanos y la imprenta en México en el siglo XVI. México: UNAM Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1991. p. 278.

<sup>2</sup> José Toribio Medina. Historia de la imprenta en los antiguos dominios españoles de América. Santiago de Chile: Fondo Histórico y bibliográfico José Toribio, 1958. Vol. I, P.237-238

Y es que, conforme avanza el tiempo, la distancia va haciéndose cada vez más honda y el siglo XVI nos va quedando cada vez más lejos.

---

<sup>3</sup> Idem

## SIGLO XVII

### LAS TIENDAS

Estamos ante la presencia de un proceso que implica la formación de una librería. Pues bien, en el siglo XVII podemos encontrar el libro, para su venta, en una tienda y en un almacén, al lado de otras mercancías que nada tienen que ver con él. En este caso los dueños de dichos establecimientos no son propiamente impresores ni libreros, son simplemente comerciantes. También podemos encontrar para su venta, libros en una casa impresora o bien en algunos negocios que empiezan a autonombrarse librerías.

Para tener una idea aproximada de estos rudimentarios negocios llamados tiendas, eran locales con mostradores en la puerta, de manera que los que iban a comprar se detenían en las calles para proveerse de mercancías obstruyendo el paso a cada instante y golpeándose las cabezas con muestras o letreros colgantes que entonces no se ponían fijos sobre los muros, sino pendientes de mástiles más o menos inclinados.

En el siglo XVII "continúa el desarrollo de la imprenta con nuevos y mejor acondicionados talleres,"<sup>4</sup> y en dicho siglo también aumenta considerablemente la influencia de productos extranjeros, entre ellos, libros, a la capital novohispana, con lo cual se dan las condiciones para que los dueños de las casas impresoras amplíen el radio de acción de sus negocios y establezcan en ellos la venta de libros, no sólo emanados de sus prensas, sino también aquellos que llegan del extranjero, al mismo

tiempo que continúan desarrollando sus actividades como talleres tipográficos. De esta forma, los propietarios de esos establecimientos se convierten en mercaderes de libros y así se hacen llamar en las portadas de sus libros o en el colofón de los mismos. En ocasiones a sus negocios los denominan tiendas, en ocasiones librerías y a sus talleres, imprentas u oficinas.

---

<sup>4</sup> Juan B. Íguiñiz. El libro. México: Edit. Porrúa, 1946, p.165

## SIGLO XVII

### CASAS IMPRESORAS

El siglo XVIII se abre con una amplia gama de información. Este siglo encontrará nuevamente casas impresoras que al mismo tiempo vendían libros, algunos impresos o reimpresos en sus propios talleres, otros extranjeros de las librerías que empezaban a surgir y cuyos nombres se localizaron en los documentos revisados; de esos otros lugares de venta donde se podían comprar algunas "obritas" más bien de tipo religioso y de esos otros improvisados y transitorios puntos de venta donde se expedía el material extranjero que llegaba de Veracruz, a la capital de la Nueva España.

## SIGLO XIX Y SIGLO XX

### LIBRERÍA PORRÚA HERMANOS

La presencia en México de los hermanos Porrúa Estrada, José, Indalecio y Francisco, data de la segunda mitad del siglo XIX.

Esta presencia es el origen de una intensa e ininterrumpida actividad cultural en el orden de los libros, los libreros y las librerías que llegan hasta nuestros días.

El primero de los tres hermanos que llega a México es José, en 1886, dos años después, llega Indalecio y finalmente Francisco en 1890.

El comercio en México tenía sus atractivos y los tres hermanos se establecen cada uno por su cuneta en sus respectivos negocios. Indalecio instala su azar en la calle de San Pedro y San Pablo (hoy segunda calle del Carmen) y en 1900 se reúnen en este lugar los tres hermanos, allí se dedican a la venta de muebles y a la compra-venta de libros de ocasión. Diez años más tarde, en 1910, renta la parte baja de lo que fueran las calles de Relox y Donceles (hoy Republica de Argentina y Justo Sierra) y fundan allí la librería de Porrúa Hermanos, y una gran biblioteca que compraron a un particular.

En 1936 José Porrúa se separa de sus hermanos y compra a don Pedro Robledo, la Librería Robledo, desaparecida en 1978 cuando se inician las obras de excavación del templo mayor.

Al frente de la librería Porrúa, quedan Indalecio y Francisco, dos sobrinos que llegan de España, Francisco Pérez Porrúa y José Antonio Pérez Porrúa, se integran al negocio desde el primer momento en que llegaron 1918 y 1921, respectivamente.

Cambia entonces la razón social de la librería, por Librería Porrúa Hermanos y Cía. En 1944 muere Indalecio y en 1960 se retira Francisco.

A la muerte de don Indalecio, entra como socio Manuel e Indalecio Porrúa Pérez y Francisco Pérez Porrúa, los dos primeros, hijos de Indalecio y el tercero hijo de Francisco. Después de algunos años, Manuel se separa y establece la Librería de Manuel Porrúa en la esquina que forma la calle de 5 de Mayo con el callejón del mismo nombre donde todavía se localiza hoy en día.

Actualmente se encuentra al frente de la Librería Porrúa Hermanos, José Antonio Pérez Porrúa, que es el director general de la empresa.

La labor editorial de la Librería se inicia en 1910 con la publicación de una guía de la Ciudad de México impresa en España, pero con el pie de imprenta de Porrúa Hermanos. A fines de la primera mitad del siglo XX cobran vida sus ahora ya famosas colecciones. En 1940 la Colección Jurídica Porrúa que ofrece al estudiante de Derecho

todas las fuentes de consulta que requiere su carrera, así como también la Colección de Escritores Mexicanos.

La librería Porrúa Hermanos es, hoy en día, una de las principales distribuidoras y comercializadoras que maneja casi todas las editoriales, haciendo de ella una de las más importantes a nivel nacional.

## LIBRERÍA COMO FUNCIÓN

Las acepciones que el diccionario de la lengua española define para la palabra "manual", destaca, para el objetivo planteado de este trabajo, aquella que a la letra dice: "libro que contiene lo más sustancial de una metería", con base en lo anterior, se sigue que un manual de librería especializada habrá de ser un texto que de cuenta de las partes fundamentales y sustantivas de una librería, es decir, de todo aquello que juega un papel en la constitución (elementos), organización (disposición de elementos) y funcionamiento (eficacia) de la misma.

A raíz de lo anterior es natural inferir que la metodología para desarrollar un manual de librería especializada es la funcionalista, en virtud de que serán, principal y fundamentalmente, cuestiones de funcionalidad las abordadas por el manual. Las categorías operativas y la lógica procedimental emanada de la metodología funcionalista resulta, de manera natural, ad hoc para abordar aquellas cuestiones que, por antonomasia, implican criterios de funcionalidad.

En su libro *Teoría y estructura sociales*<sup>5</sup> Merton plantea las características básicas que el análisis funcional, conceptual y procedimental, debe contemplar:

1. Las cosas a las que se atribuye funciones.
2. Conceptos de disposiciones subjetivas.

---

<sup>5</sup> Robert K. Merton. *Teoría y estructura sociales*. F:C:E:. México, 1987, pp. 124-136

3. Conceptos de consecuencias objetivas (funciones / disfunciones).
4. Conceptos de unidad servida por función.
5. Conceptos de exigencias funcionales.
6. Conceptos de mecanismos mediante los cuales se realizan las funciones.
7. Conceptos de alternativas funcionales.
8. Conceptos de dinámica y de cambio.
9. Problemas de validación de análisis funcional.
10. Problemas de implicaciones ideológicas.

Tales categorías, utilizadas como base metodología y adecuadas a la elaboración del manual de librería especializada, se traducen en los siguientes pasos:

1. A todas y cada una de las instancias que conforman a la librería especializadas se les puede atribuir una función (desde los diferentes departamentos que la conforman, hasta los libreros y estantería, cumplen una función).
2. Las disposiciones del personal de la librería que atiende al público, que se traducen en acciones concretas, denotan la funcionalidad/disfuncionalidad del primero respecto al segundo.

3. Las consecuencias objetivas del funcionamiento de las librería especializada pueden ser funcionales (se continua con ellas) o disfuncionales (se modifican); así como manifiestas (las esperadas) o latentes (no esperadas); todas las cuales habrán de orientarse a la funcionalidad integral del sistema.
  
4. La librería, entendida como un sistema, es la unidad funcional, última, en base a la cual todas las demás instancias que la conforman, habrán de ser evaluadas como funcionales o no.
  
5. Las necesidades de funcionamiento de la librería van desde las más pequeñas, hasta las de mayor envergadura, las cuales, por sus características imprescindibles, son verdaderas exigencias funcionales.
  
6. Dentro del sistema de librería existen varios mecanismos de los cuales depende, en buena medida la funcionalidad integral de la librería.
  
7. En un sistema de librería especializada, como en cualquier sistema, existe siempre latente la posibilidad de que se presenten ciertas variaciones funcionales, las cuales, cuando afecten negativamente al sistema, habrán de ser reemplazadas por equivalentes funcionales.

8. Los elementos que conforman e integran a una librería presentan un grado de interdependencia tal, que éste se manifiesta en una coerción funcional de sistema, el cual limita las posibilidades de cambio funcionales.
  
9. Los periodos de funcionalidad y los periodos de disfuncionalidad (nunca inevitables del todo y de diversos grados), le confieren a la librería periodos de estabilidad y cambio.
  
10. La aplicación del análisis funcional al caso de la librería no entraña el problema de su validación (como en el análisis de sistemas sociales), ya que, con anterioridad se mencionó, para los fines de este trabajo, ésta se da por supuesta.
  
11. No aplicable a la librería especializada, en virtud de que las categorías funcionalistas se ocupan exclusivamente como fundamento metodológico, y, sobre todo, porque son empleadas para la elaboración de un manual, y no para el análisis crítico de la sociedad.

Con base en lo anterior, se puede establecer la base metodológica para la elaboración de librería especializada, primero precisando los conceptos a emplear, y después señalando los pasos de procedimiento a seguir.

A nivel del concepto:

1. Precisando el concepto de Función, el cual deberá entenderse como la capacidad de respuesta de un ser, animal, un objeto, una máquina, una institución, etc., para satisfacer una necesidad.
2. Precisar el concepto de Disfunción, el cual deberá entenderse como la incapacidad de respuesta de un ser, un animal, un objeto, una máquina, una institución, etc., para satisfacer una necesidad.

A nivel procedimental:

1. Delimitar la unidad funcional; que en este caso es la librería especializada.
2. Establecer los mecanismos funcionales; que en este caso son los departamentos que integra la librería.

3. Precisar todas aquellas instancias que desempeñan funciones particulares y específicas; como puede ser el caso del personal, los libreros, el sistema de cómputo, de los señalamientos, el teléfono, los propios libros, el inventario, las mesas, todos y cada uno de los cuales cumplen una función dentro de la librería.

## **FUNCIONES DEL JEFE DE DEPARTAMENTO**

### **OBJETIVO:**

Desarrollar, supervisar, vigilar y fiscalizar el cumplimiento de proyecto de venta y adquisición del material editorial (bibliográfico y hemerográfico) que coadyuven a la formación académica profesional de la comunidad de la ENEP-Acatlán en el sector estudiantil, profesorado e investigadores, así como la comunidad externa.

### **FUNCIONES:**

- Desarrollar y administrar, en conjunto con las autoridades competentes de la escuela, los programas, políticas y procedimientos de trabajo, a fin de estar en condiciones de prestarse el servicio de compra venta de materiales editoriales, tanto de la UNAM en general, como de otras firmas comerciales.
- Dirigir, supervisar y vigilar de manera permanente las necesidades de aprovisionamiento de materiales editoriales de la Librería Universitaria Acatlán, con el fin de contar con existencias en el número de títulos que demanda la comunidad, tanto de la Dirección General de Fomento Editorial UNAM, como de otras editoriales.

- Diseñar y supervisar políticas de trabajos a fin de conocer la producción de nuevos materiales o de reedición que se produzca en el ámbito editorial, lo anterior, para facultar a la Librería de brindar, el servicio que la comunidad universitaria espera y demanda.
- Fiscalizar en coordinación con el Departamento de Presupuesto, adscrito a la Secretaría Administrativa, las estrategias para el manejo de los ingresos que por concepto de ventas genera, a fin de atender óptimamente a las áreas, Instituciones y proveedores que se requieran.
- Dirigir y supervisar la elaboración (junto con los Jefes de División y Programa), de las propuestas que en materia editorial sean necesarios contactar con editoriales, tanto UNAM como otras.
- Coordinar el trabajo del personal de Base que colabora en la Librería, para atender el servicio requerido propio de la misma.
- Supervisar la apertura y cierre de la instalación, cumpliendo con el horario estipulado por las autoridades competentes.
- Vigilar y supervisar el cumplimiento de las labores encaminadas al desarrollo de los planes de trabajo en estrecha relación con el personal adscrito, conforme a las políticas que emanen de la Legislación Universitaria.

- Dirigir, supervisar y realizar las promociones respectivas para la participación de la ENEP Acatlán, en las ventas especiales, ferias, exposiciones, y presentación de libros, que en esta materia se juzgue pertinente acudir.
- Elaborar, dirigir y fiscalizar el anteproyecto de presupuesto de la Librería de acuerdo a la normatividad que dicte la Dirección del plantel a través de la Secretaria Administrativa.
- Proyectar, solicitar y vigilar los requerimientos de insumos para el buen manejo y desempeño de las labores propias de la Librería.
- En colaboración con la Secretaria Administrativa, se proyecta la formulación del registro de captación de ingresos extraordinarios que se deriven de ventas de publicaciones, haciendo un informe diario, detallando cada uno de los movimientos por los que se logró dicha recaudación.
- Desarrollar, y supervisar de manera permanente los cortes de caja, para evitar una posible fuga o faltante, esto en colaboración con la cajera(o), según sea el caso.
- Cabe hacer notar que la Plaza de Jefe de Departamento de Librería, es netamente de confianza, debido al Acuerdo de Descentralización de la Librería Universitaria de la ENEP Acatlán, suscrito el 17 de junio de 1991, por el Director de la Escuela y el

## **DEPARTAMENTO DE ADQUISICIONES**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Su cometido es el de plantear, investigar e instrumentar todas aquellas acciones pertinentes, para detectar, seleccionar y adquirir las demandas bibliográficas de la comunidad escolar, de las diferentes carreras que se imparten en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán

### **FUNCIONES:**

- Realizar los proyectos que permitan recabar información sobre las necesidades bibliográficas, académicas y de cultura general, que demanda la comunidad universitaria.
- Realizar estudios bibliométricos, con el firme propósito de satisfacer las necesidades bibliográficas cuantitativas y cualitativas de cada título.
- Mantener pláticas con proveedores y casas editoriales, para lograr el mejor descuento en las publicaciones y que esto se manifieste en ganancias para la librería.
- Realizar una comparación del material propuesto por las Coordinaciones, Jefaturas de Departamento y sugerencias de la comunidad de carrera, con ejemplares existentes en el acervo de la librería,

- Evaluar por su grado de necesidad de demanda, los ejemplares propuestos por cada una de las coordinaciones correspondientes, no sin antes cotejar cada título por materia en la que se imparte, según nuestro estudio biométrico, para jerarquizar la demanda que pudiera tener cada título.
- Llevar a cabo los trámites administrativos correspondientes de:
  1. -Ingreso de Facturas.
  2. -Ingreso de material de donación.
  3. -Trámites administrativos (financiero, consulta y otros).
  - 4.-Autorización y compras extraordinarias.
- Mantener un registro consecutivo del material adquirido e ingresado al acervo, para su cotejo mensual o anual, según estado de cuenta.
- Presentar en perfecto estado los libros recibidos ya sea por proveedores o casas editoriales para su captura, registro y marcar con el precio correspondiente (proceso físico).
- Platicar, informar y dar a conocer a las jefaturas y coordinaciones de cada carrera, los materiales y novedades que nos envían las casas editoriales para su promoción y actualización de nuestros planes de estudio.
- Consultar por medio de buzones de sugerencias, pláticas directas con alumnos, profesores e investigadores para obtener opiniones fundamentadas de necesidades inmediatas y adquirir la bibliografía mas adecuada y complementaria para la Librería.
- Realizar las funciones genéricas de los departamentos de la ENEP Acatlán.

## DEPARTAMENTO DE PROCESOS TÉCNICOS

### OBJETIVO.

Realizar el proceso técnico y físico de todos los materiales bibliográficos y hemerográficos adquiridos por la Librería para su venta, organizar estos recursos para hacerlos accesibles y satisfacer la demanda de información de la comunidad universitaria y externa de la ENEP Acallán.

### FUNCIONES:

- -Recibir y revisar el material adquirido por compra y canje procedente del Departamento de Adquisiciones bibliográficas y cotejarlo contra facturas.
- -Realizar investigaciones bibliográficas para el adecuado procesamiento en fuentes como:
  - Remisiones.
  - -Catálogos internos.
  - -Línea (publicaciones que por su carácter y oportunidad, son de gran interés)
- -Organizar, supervisar y controlar el procesamiento del material bibliográfico, a fin de evitar el rezago, para lograr con esto, una pertinente actualización.
- -Colaborar en la elaboración de los catálogos bibliográficos públicos, para el uso de la comunidad universitaria y externa.

- -Recibir y detectar el material que tenga defectos, evaluarlo y preparar los listados para su devolución a la casa editora.
- -Recibir y reprocesar el material que se había devuelto por defecto.
- -Distribuir el material procesado, bajo el control de listados a los acervos que corresponde.
- -Realizar las funciones genéricas de los Departamentos de la ENEP Acatlán.

## DEPARTAMENTO DE SERVICIOS AL PÚBLICO

### OBJETIVO:

Proporcionar de manera eficiente los servicios de Librería, la circulación, la ordenación, así como el mantenimiento de los recursos bibliográficos a la comunidad universitaria de la ENEP Acatlán y externa.

### FUNCIONES.

- -Realizar encuestas periódicas que capten las necesidades y demandas de los potenciales compradores.
- -Diseñar sistemas que optimicen los servicios de circulación en sus distintos aspectos.
- -Organizar permanentemente los recursos bibliográficos en forma sistemática, de acuerdo al sistema de clasificación establecido, tanto del acervo general como del de reserva.
- -Vigilar que se de buen uso a los materiales bibliográficos.
- -Elaborar estadísticas totales y parciales de los servicios ofrecidos y de los usuarios atendidos.
- -Realizar inventarios de existencias totales de los ejemplares bibliográficos.
- -Vigilar la observancia de los reglamentos internos de la Institución.
- -Realizar las funciones genéricas de los departamentos de la ENEP Acatlán.

## **DEPARTAMENTO DE REFERENCIA**

### **OBJETIVO.**

Orientar y asesorar al usuario, en la búsqueda de información de material bibliográfico, de tal forma que responda apropiadamente a sus requerimientos inmediatos con un aceptable margen de precisión, y ofrecer a consulta, las colecciones especiales y novedades literarias que se encuentran en la Librería.

### **FUNCIONES:**

- -Guiar al usuario en la localización del material deseado.
- -Desarrollar el proceso de instrucción del usuario, para que logre optimizar el uso de fuente bibliográfica y servicios que proporciona la Librería.
- -Promover los servicios que proporciona la Librería, para el desarrollo de actividades de docencia, investigación y extensión de la cultura.
- -Mantener un control del manual de referencia, por medio de inventarios aplicados cíclicamente.

- -Proporcionar el servicio de consulta general y especializada, en sus diferentes niveles, ya sea búsqueda inmediata o de mayor amplitud de registros bibliográficos, tanto manual como automatizado.
- Difundir información de adquisiciones de otras instituciones, sea del interés de nuestra comunidad, así como difundir las nuestras en otras instituciones.
- Hacer difusión, por los conductos de comunicación impresa de la ENEP Acatlán, de las nuevas adquisiciones de material bibliográfico con los que cuenta la Librería.
- Poner un interés especial en las novedades bibliográficas que edita la escuela, así como cumplir con la labor de venta, distribución y difusión.

## CREACIÓN DE UN SISTEMA PARA LA LIBRERÍA

Para la optimización (compra, venta, donación, y consignación), del servicio que presta la Librería a la comunidad universitaria, se vio en la necesidad de actualizarse y trabajar con un programa y equipo de cómputo, permitiendo así sanar los problemas que genera la venta y recepción de material bibliográfico. Para tal objetivo, en colaboración con la Coordinación de Servicios de Computo, se analizaron con detenimiento las actividades que tendrían que ser contempladas, para poder obtener el registro de un inventario confiable que permita un buen desempeño de la Librería, como prestador de una actividad comercial.

El sistema fue diseñado para ayudar en el trabajo administrativo y mantener un inventario confiable y fácil de consultar. En el siguiente esquema se muestran todas las opciones dentro del sistema.

**I. INVENTARIO:** En esta parte se hacen todos los movimientos que afectan al inventario. Es decir las ventas, donaciones, compras y consignaciones que involucran entrada y salida de ejemplares en la librería.

- **Ventas.**

- **Directas:** Este tipo de venta es la que se hace al público en general. Los ejemplares se restan del inventario.
- **Por consignación:** Es cuando la librería dejó libros con derecho a devolución a otra librería.
- **Hacer factura:** Se registra la factura con los libros que se van a vender

➤ Pago de factura: Es cuando le pagan a la librería, lo registrado en la factura correspondiente.

- **Compras**

➤ Con factura: En ocasiones algún cliente requiere de una factura al comprar en la librería; se da opción a realizarla.

➤ Directas: Son las compras realizadas por la librería Acatlán a otras librerías y se registran los libros que entran, sumándolos al inventario.

➤ Consignación: Cuando la librería compra ejemplares que se le dejaron a consignación, se registran en otra opción.

- **Donaciones:** Se hacen donaciones por la librería y aquí se registra la disminución al inventario.

➤ **Consignaciones:** Cuando una librería deja a otra librería libros para su posible venta y con 100% de derecho a devolución.

➤ Entrada: Cuando dejan libros a la librería de Acatlán para su posible venta, aquí se registran y son sumados al inventario.

➤ Salida: Cuando la librería de Acatlán da libros en consignación a otra librería. Estos libros son restados al inventario.

**II. REPORTE:** Aquí se realizan reportes de ventas por editorial, reporte de arqueología diario, reporte de ventas de publicaciones de la UNAM y de todos los títulos registrados en la librería.

✓ Mensual: Reporte de ventas mensual.

✓ Semestral: Reporte de ventas semestral.

✓ Anual: Reporte de ventas anual.

- **Arqueo:** Es un reporte diario de ventas en el que se indica la cantidad de ejemplares vendidos, ordenados por código, el total en efectivo y en vales, así como los números de inicio y fin de las notas utilizadas.
- **Publicaciones UNAM:** Estos reportes contienen únicamente los libros vendidos, que son publicaciones por la UNAM. Los datos que contiene el reporte son título, cantidad vendida y existencia en el inventario.
- **Títulos existentes:** Se imprimen reportes de los títulos registrados en la librería.
  - **Títulos:** Este reporte contiene el título, autor, clave de la editorial, precio y cantidad existente de todos los libros registrados en el inventario. (Ordenado por Título).
  - **Editorial:** Este reporte contiene el título, autor, clave de la editorial, precio y cantidad existente de todos los libros registrados en el inventario. (Ordenado por Editorial).

**III. CONSULTAS:** Se pueden consultar los datos de un libro por autor, título, editorial, y unidades existentes de cada título.

- **Autor:** Se pide el autor y se despliegan los libros del mismo, además la editorial, ejemplares existentes, precio, descuento y valor neto del libro.
- **Título:** Se pide título y se muestran los que coinciden, además la editorial, ejemplares existentes, precio, descuento y valor neto del libro.
- **Editorial:** Se da la editorial y despliega el título y autor de los libros existentes con esa editorial.
- **Unidades:** Se despliega una lista de los títulos registrados con su respectivo autor y el número de unidades existentes en el inventario.

**IV. ADMINISTRACIÓN:** En este módulo se hace una administración del sistema. Se pueden indexar las bases, dar de baja algunos documentos que ya no sean de importancia, modificar precios, cantidades y claves de los libros.

- **Indexar bases:** Se indexan todas las bases utilizadas en el sistema.

- **Dar de baja:**

- **Título:** Si ya no se desea tener un título registrado en el inventario, se podrá dar de baja con esta opción.

- **Venta:**

- ✓ -Notas: una venta con nota.

- ✓ -Factura-Consignación: una factura de una venta por consignación.

- ✓ -Factura: una factura realizada en una venta.

- **Compra:**

- ✓ -Directa: una compra directa hecha por la Librería.

- ✓ -Consignación: una compra por consignación.

- **Donación:** una donación hecha por la librería.

- **Consignación:**

- ✓ -Entrada: el registro una consignación de entrada (otra librería dejó libros en consignación).

- ✓ -Salida: el registro de una consignación de salida (la Librería de Acatlán dio libros a consignación a otra librería.)

- **Seguridad:** Se realiza la seguridad del sistema.
- **Altas de los usuarios:** Se da de alta un usuario del sistema Librería, así como las opciones a las que tendrá acceso.
- **Bajas de los usuarios:** Se da de baja un usuario del sistema.
- **Cambio de usuarios:** Se modifica el acceso a las opciones del sistema para un usuario.
  
- **Respaldo:** Se hace una copia de las bases del sistema Librería, en un disco flexible en la unidad A:.
  
- **Cambio de precio:** Se muestra una lista de todos los títulos existentes ordenada alfabéticamente, para elegir el libro que se desea cambiar de precio.
  
- **Modificar existencia:** Se muestra una lista de todos los títulos existentes ordenada alfabéticamente, para elegir al que se desea cambiar la cantidad de ejemplares existentes en el inventario.
  
- **Modificar clave:** En algunas ocasiones se introduce una clave de libro errónea y en esta se puede corregir.

**V. SALIDA:** El sistema termina y regresa al sistema operativo.

## FUNCIONAMIENTO DE LA LIBRERIA

La función de la librería es compleja por muy diversos matices. Por esto es imprescindible una capacitación tanto en el ámbito teórico como práctico. La preparación no consiste sólo en archivar en la memoria de datos sobre los libros que tiene (autor, título, edición etc.); tampoco se limita simplemente a colocar el libro al cliente.

La librería ha de estar bien organizada dentro de su trabajo para poder brindarle al cliente: libros, información y servicio.

Un elemento necesario para el buen funcionamiento de una librería es la actitud, por un lado hay que tener una buena visión comercial, por el otro una perspectiva cultural. Es preciso adquirir una actitud comercial para poder mantener un sólido control económico sobre la librería, sin olvidar la actitud cultural, que es el alma del negocio.

Una de las funciones propias de una librería es la de ser intermediario entre el editor y el comprador. Tener una buena base cultural y la voluntad de ampliarla permanente no es algo que se pueda aprender más o menos mecánicamente como una asignatura. El esfuerzo de estar siempre bien informado depende en gran medida de la iniciativa de cada uno de los medios disponibles par mantenerse al corriente. Un librero no debe leer todos los libros, pero debe leer muchos catálogos de editoriales, muchas revistas bibliográficas y los suplementos culturales de los periódicos.

Para mantener un equilibrio de servicio, el personal que se encuentra en la librería debe reunir algunas características y tener cualidades. Una cualidad es la creatividad, misma que se manifiesta al proporcionar un servicio, este debe responder oportunamente a la demanda de alguna publicación, en el caso de no tenerla, ofrecer alguna alternativa que contenga las características de la obra solicitada, otra es la de la intuición, esta se percibe en el momento de que la búsqueda de algún título sea ágil, ya que la pérdida de tiempo a nadie le parece, y a la librería tampoco le favorece.

También la capacidad de dominar y superar situaciones difíciles, tales como el controlar la molestia de una gente que por la escasez de este tipo de librerías, su localización sea complicada y al momento de no encontrar el material buscado, muestre signos de malestar, contrarrestándolos con información válida obtenida mediante una búsqueda, por parte del personal, en otras librerías.

El personal que atiende, conoce a sus clientes, mantiene con ellos un intercambio de ideas y después se les venden los libros. Este suele conocer todos los libros contenidos dentro de la librería. Hoy es necesario tener en cuenta la vertiente comercial porque, a pesar de que el libro sea una mercancía especial, ya que el margen con el cual trabajamos es bastante pequeño, en comparación con otros negocios. Por esto hay que ser buen comerciante y conocer su mercado.

Por más buen lector que sea una persona, no lo es tanto como para resistir andar de una librería a otra en busca del libro. Si a las primeras de cambio el cliente no encuentra lo que busca y no le brindan la atención necesaria para ubicar el libro, a lo

mejor el cliente no insiste y piensa que en este lugar sólo pierde el tiempo. En buena medida puede ayudar la librería especializada para facilitar la búsqueda del cliente.

Características de la librería especializada: Tienen un surtido básico, esto es, reforzado por corresponder a peticiones de bibliografía básica y complementaria de diferentes planes y programas de estudio, además de que también es producto del acervo que manejan editoriales tales como Mc Hill, Pearson, entre otras, que sus ediciones van destinadas a determinado público por el contenido y la línea que ellas manejan; el inventario se compone según la especialidad que domina, la planta del personal es reducida, la rotación de existencias es generalmente rápida, acuerdan convenios comerciales con las editoriales con beneficios para ambas partes, tienen una experiencia acumulada por los años, cuentan con fidelidad de su clientela, tiene contacto con profesionales y estudiantes vinculados a la disciplina de la librería.

El librero actual ha de estar bien organizado dentro de su trabajo, para poder brindar al cliente:

- ✓ Libros
- ✓ Información
- ✓ Servicios

Los tres elementos necesarios para ser un buen librero profesional se pueden resumir en tres términos: Actitud y Carácter, según lo indica la experiencia adquirida al trabajar durante algún tiempo dentro de una librería.

**Actitud.** El librero actúa como intermediario entre el editor y el comprador. Tener una buena base cultural y la voluntad de ampliarla permanentemente no es algo que se pueda aprender más o menos mecánicamente como una asignatura. El esfuerzo de estar siempre bien informado depende siempre en gran medida de la iniciativa de cada uno y de los medios disponibles para mantenerse al corriente. Un buen librero no debe leer todos los libros, pero debe leer muchos catálogos de editoriales, muchas revistas bibliográficas y los suplementos culturales de los grandes diarios.

**Carácter.** Una cualidad es la creatividad, otra la intuición, pero sobre todo también la capacidad de dominar y superar situaciones difíciles, la capacidad de combinar lecciones aprendidas en el pasado con nuevas percepciones y hallazgos.

Librerías en las que el librero es un personaje de la escena cultural. Él conoce a todos sus clientes, mantiene con ellos un intercambio de ideas y después les vende un libro o dos. Este librero suele conocer todos los libros que tiene dentro de su librería, y hasta le da lástima venderlos porque se ha acostumbrado a ellos. Muchas veces estas librerías tienen más bien el aspecto de bibliotecas, con estanterías altas y una presentación de los libros por el lomo. Aún existen librerías así, aunque cada día son menos porque a pesar de que la atención, el servicio y los conocimientos del librero son excelentes, no se puede vivir exclusivamente de estas cualidades. Hoy es necesario tener en cuenta la vertiente comercial porque, a pesar de que el libro sea una mercancía especial, la librería no deja de ser un comercio que necesita su margen de ganancia como cualquier otra empresa. Se podría añadir que en las librerías hay que poner hasta más

atención a esta parte comercial, ya que el margen con el cual trabajamos es bastante pequeño en comparación con otros negocios.

Librerías organizadas para la circulación libre del cliente. Son los establecimientos que más ajustan a los criterios comerciales actuales.

### **Características de las librerías especializadas:**

- No requieren de un gran espacio.
- No necesitan ubicarse en zonas de primer orden.
- No es posible, por razones comerciales, la existencia de muchas librerías similares en una zona o ciudad.
- Tienen un surtido básico y amplio bastante bien escogido.
- El inventario se compone según la especialidad que domina el librero o la librería, una vez que ésta se instala.
- La planta de personal es reducida.
- El personal es experto, tanto en el oficio de librería, como en la materia que maneja.
- La rotación de existencias es generalmente rápida.
- Llegan a tener saludables márgenes de rentabilidad.
- Acuerdan muchos convenios comerciales, con las editoriales favorables a las dos partes.

- Tienen una experiencia atesorada durante muchos años.
- Disponen de profundos conocimientos sobre el tema.
- Completan documentación bibliográfica.
- Cuentan con la fidelidad de su clientela.
- Están en contacto con círculos de profesionales y estudiantes vinculados a la disciplina de la librería.

### **Aspectos que importan a la librería**

- Densidad de la población.
- Nivel de ingresos de los habitantes.
- Nivel de desempleo.
- Nivel de educación.

### **Área universitaria**

- Libros de texto y consulta, son las base del inventario.
- Colecciones de bolsillo.
- Hay que tener contactos con los responsables de las universidades, para que informen sobre títulos y materias que más se van a solicitar.

- Muchas universidades cuentan con su propio local para la difusión de sus publicaciones.
- Complementan ventas con secciones de papelería.

## **EL LETRERO**

El letrero es como la tarjeta de presentación y conviene que el mismo diseño del logotipo de la fachada aparezca en toda la librería, sea en el papel de correspondencia, en los formularios, la publicidad, los lápices, los separadores, en fin, en todo lo que esté relacionado con la librería.

Esto se hace con el fin de que la gente tenga presente el nombre de la librería. Se dice que una persona tiene que ver con la publicidad o un nombre nueve veces durante un día, para que éste se le grabe en la memoria.

## **PISO DE VENTA**

Hay que tratar de convertir la librería en una especie de gran escaparate donde el cliente circule libremente y tenga fácil y rápido acceso a los libros. No se debe crear

una bodega atestada de libros, pero tampoco un salón de espacios vacíos, fríos y desaprovechados.

**La iluminación.** La luz ambiental debe ser suficiente y suave. Su principal función es iluminar el piso y las estanterías de tal manera que destaquen los libros y no los muebles.

**Muebles.** Los muebles que se instalan en el piso de venta sirven para la presentación y exposición de los libros.

**Estanterías.** Son los elementos adosados a las paredes de la librería, subdivididos en varios entrepaños. Su objetivo principal es la exposición ordenada de los libros y el almacenaje de ejemplares de reposición en pequeña cantidades.

## SEÑALIZACIÓN

Hoy en día las cosas han cambiado. Parece que las personas tienen cada vez menos tiempo y quieren hacer todo lo más rápidamente posible. Se impacientan y desesperan cuando no encuentran lo que buscan. El resultado puede ser que salgan frustradas de la librería porque tampoco quieren preguntar. Otros no se atreven a pedir información

es porque a veces se sienten inferiores al personal de venta o este mismo los hace sentirse inseguros.

¿ Cómo debe ser la señalización?

- Debe ser visible desde cualquier punto.
- La letra debe ser clara y legible y en colores oscuros sobre fondos claros, para que resalte.
- Tiene que conformarse con el estilo general de la librería. Conviene usar el mismo tipo de letra que el letrero de la librería.
- La señalización debe colocarse donde está la mercancía, de otro modo causará confusión.
- No siempre tiene que ser necesariamente letreros que indiquen las secciones. A veces unos dibujos pueden lograr el mismo efecto.
- No hay que sobrecargar la librería con señales.

## **EL ACOMODO**

Para una librería el trabajo de acomodo es esencial, ya que es la base de su buen funcionamiento, porque un libro que no está acomodado en el lugar en el que lo va a buscar el cliente, es una venta echada a perder.

La librería debe de tener un criterio de acomodo que tiene que ser conocido y estar asumido por todas las personas que laboran en ese lugar. Por lo tanto, la responsabilidad del acomodador dentro del funcionamiento de una librería es tan importante como la del vendedor.

**¿Cómo se acomoda?** Cuando se acomoda se debe de seleccionar primero el material, teniendo en cuenta la distribución física de las secciones dentro de la librería, y después hay que llevarlo a la sección correspondiente.

No se deben crear más de dos sitios donde pueda estar el libro. Porque:

- Hay que saber dónde buscarlo.
- Si está en muchos sitios, al hacer la reposición se olvida que todavía quedan ejemplares.
- Es una cuestión de espacio porque los mismos libros, en lugares diferentes, ocupan mucho más espacio que en un solo lugar.
- Si nadie sabe dónde buscar, cuando se hace la devolución ya no se encuentra el libro.
- Es una cuestión económica, porque también se tienen que pagar los libros mal acomodados.

La finalidad del acomodo también consiste en que se conozcan:

- ✓ Autores.

- ✓ Editoriales.
- ✓ Colecciones.
- ✓ La línea de la librería.
- ✓ Los libros imperdonables (los que por la línea que maneja el establecimiento, nunca deben faltar en el acervo dispuesto a venta).
- ✓ La demanda por los libros (estos libros hay que tenerlos a la mano ya que son los de mayor desplazamiento y esto permite no hacer perder tiempo al comprador y tener una circulación ágil dentro de la librería).

**¿Cómo acomodar?** Por orden alfabético dentro de cada sección, respetando el orden en todo el nombre. El mismo criterio se aplica a los nombres compuestos (Aa, Ab, Abe, Abg, etc.).

Se deben mirar siempre los libros que están a la derecha y a la izquierda del libro que se va acomodar.

**¿Cómo se ve un buen librero?** Se debe reconocer el orden que lleva, los libros deben colocarse con el lomo a la vista y se acomoda de tal forma que el título se lea de abajo hacia arriba. No hay que tener cinco ejemplares del mismo título sino tres de cada uno como máximo y el resto en la bodega. Los libros deben estar en orden pero tampoco tan ordenados que nadie se atreva a tocarlos.

No hay que dejar que las mesas parezcan un sitio de material olvidado. No se deben hacer pilas demasiado altas ya que el cliente no alcanzará a ver el libro.

**El teléfono.** La utilidad práctica que tiene este medio para realizar una venta eficaz tiene dos vertientes, una es la de mejorar el servicio mediante un trato oportuno y no necesariamente estando presente el comprador, se tiene que cuidar el buen trato y la buena relación con el cliente, logrando con esto un cierre del compromiso en cordialidad; por otra, parte este tipo de venta puede caer en la distorsión o en la mala anotación del título solicitado, lo cual causará pérdida de tiempo y molestia por parte del comprador, así mismo nos puede provocar incomodidad, ya que en ese momento de la llamada, la librería, puede estar saturada por personas usuarias y posibles compradoras, reflejándose en una mala atención.

## LA COMPRA

La compra es la adquisición del material para su comercialización en espera de que los productos se vendan y generen una ganancia. Se debe tener una idea muy clara de las condiciones al realizar una compra. Esto es lo más importante del negocio, porque más que saber vender, está el de saber comprar.

**El descuento:** Determina el grado de relación con nuestros proveedores. Se debe establecer un margen de descuento que vaya con la librería.

**El precio.** Hay que saber a qué precio se está vendiendo el mismo título, ya que la diferencia de precio puede ser demasiado alta en las diferentes distribuidoras o editoriales.

**El plazo de pago.** Es el tiempo acordado entre la fecha de facturación y la fecha de pago. Puede variar entre 30, 60, 90 y 120 días.

**El tiempo de envío.** Es el tiempo que transcurre entre el pedido y la entrega de material a la librería.

**Atención por parte del representante.** Es la relación comercial que existe entre el comprador y el representante.

**¿A quién se le va a comprar?** Al que ofrezca mejor descuento, precio bajo, los plazos establecidos, la rapidez en el surtido y a quién venda el material más actualizado ( última edición ).

### **La compra**

En cualquier compra se tiene que considerar lo siguiente:

- Escoger con cautela el material que se compra, ya que una vez facturado es difícil la devolución.
- El perfil de la librería.
- El año de edición.
- Si se debe intercambiar el libro viejo por el nuevo.
- La venta del libro en los últimos meses.
- El espacio de que se dispone (para saber en que cantidades).
- La demanda actual por los clientes.
- Conocer las preferencias de la clientela.
- El presupuesto de que se dispone.

## CLASES DE COMPRA

### COMPRA EN FIRME

En la compra en firme, el material pasa a ser el inventario de la librería y la devolución del material adquirido es casi imposible. Para eso es esencial que los libros comprados en firme tengan una salida segura y rápida.

**La compra en firme con derecho a la devolución.** En esta compra se tiene el derecho de devolver cierta cantidad del material adquirido. Puede variar entre un 5% hasta la devolución completa de los libros. Depende de los acuerdos establecidos con los proveedores. La misma devolución ya no necesita autorización. Sólo se tiene que realizar en las fechas establecidas. En la compra en firme con derecho a devolución el material aún pertenece a la editorial, hasta el momento en que se liquida la factura.

**El servicio de novedades.** Es la recepción de forma automática de todos los libros de una editorial en el momento. Puede ser una publicación de una serie de su catálogo o las novedades que salen. El servicio de novedades es un acuerdo establecido por un tiempo determinado entre el comprador y la librería.

Es una ventaja para aquellas librerías para las que por su situación geográfica resulta difícil la utilización de los canales habituales, donde la información y los proveedores llegan poco. Estarán al día con las novedades, coincidiendo con la publicidad promocional del editor y conseguirán así una venta fácil y oportuna a la vez,

que dan un buen servicio al cliente, ya que una librería siempre tendrá los libros más actuales.

Pero también presenta sus inconvenientes, ya que la librería va a recibir libros queridos y no queridos, corriendo el riesgo de que el inventario se convierta en incontrolable y sufrido. El servicio, al ser automático, escapa del control del librero y depende exclusivamente de los criterios del proveedor. Se debe tener en cuenta el alto costo de la devolución de los ejemplares no vendidos.

Aunque las ventajas aparentan ser más, los inconvenientes son muchos más graves. Se presta en algunas áreas donde las novedades salen sin ritmo fijo y es muy importante tener siempre la edición reciente, como en el caso de los textos de derecho, en estos ejemplares la actualización tiene que ser a la par, con las reformas a los códigos y leyes que nos rigen, ya que en la mayoría de las ocasiones estos tienen una aplicación práctica e inmediata. Al llegar la edición nueva se devuelve automáticamente la edición vieja, o fuera de contexto.

Las tiendas con una venta frontal y poco personal cualificado, a lo mejor lo usan para tener todo para la venta, sin tener conocimientos profundos o dejan que el proveedor decida por ellos.

## **CONSIGNACIÓN**

Es una forma de adquisición de material, que tiene las siguientes características:

- ✓ Es un pedido con derecho a devolución en unos plazos definidos.
- ✓ El pedido entra con remisión en el 95% de los casos.
- ✓ Se paga a los 30, 60, o 90 días, según el acuerdo con el proveedor.

- ✓ Sólo se paga lo vendido, más el material con el cual se va a quedar la librería
- ✓ El resto se devuelve.

#### Ventajas de la consignación

- ✓ Es un material que no entra como compra en firme, y por lo tanto se pueden devolver los libros sin problema.
- ✓ No quedan títulos en nuestro inventario que no podemos vender.
- ✓ Se puede ensayar nuevas líneas editoriales sin mayor riesgo.

#### Desventajas de la consignación:

- ✓ A lo mejor no se hace una selección cuidadosa del material, como se hubiera hecho si se tratara de una compra en firme, por lo que es probable que entre el material que ocupe espacio y no se venda.
- ✓ El dinero que entra con las ventas no es todo de la librería, por que hay que liquidar el material vendido.
- ✓ Implica mucho trabajo, tiempo y un buen control.
- ✓ El costo puede ser muy alto; o sea, que lo que se gana con la venta lo va a cubrir el trabajo, el tiempo, el costo de la devolución y el espacio que ocupa el material que no se vende.
- ✓ El descuento puede variar con respecto a la compra en firme.
- ✓ Los libros ocupan espacio y se pueden maltratar. Al maltratarse ya no se pueden regresar a la editorial ya que no es culpa de la editorial, sino de la librería.

Cuando se realiza una compra simple hay que pensar si realmente se van a vender los libros. Es esencial, y no hay que dejarse llevar por ser una consignación en la que se pueden devolver los libros.

## ¿Cuándo es conveniente hacer una consignación?

- Cuando hay una oferta especial de una editorial con muy buenas condiciones; por ejemplo: cuando se va a introducir un nuevo producto o título (siempre teniendo en cuenta nuestra línea).
- Cuando se realiza una compra y el comprador no está completamente seguro de si realmente se puede vender la cantidad.
- Cuando se abre una librería nueva o una sección nueva, ya que nos facilita experimentar con el inventario.
- Cuando el librero está convencido de que por lo menos va a vender el 70%.

## ¿Qué hay que tener en cuenta al hacer una consignación?

- En cualquier caso hay que tener una planeación de la consignación en el piso de venta. Hay que asignar mesas de exhibición y anaqueles específicos para poder colocar el material consignado.

## ¿Cuándo la ofrece el representante?

Él está interesado en que la mercancía esté presentada en la librería, por lo tanto el comprador puede negociar los siguientes puntos:

- El plazo de pago.
- Los ejemplares gratuitos.
- El costo de envío.

- El descuento.
- El apoyo para sacar una publicidad, porque ellos siempre tienen un presupuesto publicitario.
- Muchas veces se trata de ofertas que están combinadas con una campaña publicitaria, y cuantas más librerías compren, mejor te va a la editorial.

#### ¿Cuándo la solicita el comprador?

- Cuando no está totalmente seguro del libro, se podría decir: obtengo una consignación o no lo compro. Muchos representantes aceptarán ese trato, porque no va a seleccionar algo que no pueda vender.
- Se debe tener en cuenta el plazo de la consignación, porque al título también hay que darle una oportunidad, sobre todo cuando es un producto nuevo.
- Hay que negociar el mismo descuento que al comprar en firme.

Si se advierte que los libros se venden muy bien, hay que hacer una reposición lo antes posible, ya que los plazos de vida de muchos libros son muy cortos y hay que aprovecharlos al máximo. Se debe fomentar la venta espontánea: ¡Lo oí mencionar- lo vi- lo compré!. Esta reposición se debe hacer con una orden de compra en firme, y se paga según el plazo establecido.

Por esto, es muy importante revisar las consignaciones cada mes y detectar los títulos que se necesitan reponer o devolver. (Se pueden hacer devoluciones parciales, sin olvidar llevar un control preciso para tener todos los datos al momento de liquidar la consignación:)

**Importante:** Hay que observar muy bien cuánto se devuelve de cada consignación:

- Cuando es mucho, hay que tenerlo en cuenta en las próximas compras.
- Cuando son pocos los libros por devolver, hay que analizar si realmente vale la pena devolverlos, porque a veces el costo que causa la devolución, es más alto que el costo de esos libros.

### **Seguimiento de la consignación**

Una vez que entra el material en consignación en el almacén, hay que darle un seguimiento muy cuidadoso.

- Hay que verificar la correcta entrega de los materiales por parte del proveedor.
- El material se expone y una persona encargada se responsabiliza de llevar el control y la consignación.
- Se debe llevar por departamento y, si la librería es muy grande, por sección.
- Hay que llevar un control, el cual contiene los datos de la editorial, el importe y las fechas de vencimiento de cada una de las consignaciones que entran. Proveer un espacio para anotar la devolución y lo que se va a pagar en el momento de hacer la liquidación de la consignación (la devolución + el pago = lo consignado).
- Mensual o semanalmente se le entregan los controles al encargado de la sección para que revise qué es lo que va a devolver, teniendo en cuenta las existencias contra las entradas, para calcular la venta.
- Se revisará semanalmente el vencimiento de las consignaciones.

- Hay que solicitar al encargado del control de las consignaciones vencidas, para proceder a su inmediata liquidación.
- Una vez que se acerca la fecha de la liquidación, se tiene el conteo físico del material que aún queda en existencia. Se citará al representante para hacer juntos el conteo de las existencias. Sin embargo, es la obligación del librero llevar a cabo esta tarea, incluso sin ayuda del representante.
- Analizando el surtido inicial, las reposiciones y la existencia actual se puede definir cómo fue el desplazamiento del material. Basándose en esto, se decide con qué material se va a quedar y qué se regresa.
- Hay que sacar del piso de venta lo que se va a devolver y enviarlo al almacén.
- Si aún queda mucho material, a lo mejor se puede aplazar la fecha de vencimiento. Normalmente indica que no funcionó la consignación y que se debe devolver lo más pronto posible, en vez de dejar que el material ocupe un espacio que no genere ventas.
- Los compradores deben reportar las cantidades vendidas y devoluciones parciales, para que la gerencia acredite la diferencia en el presupuesto.
- La gerencia debe hacer la previsión de pagos.

**El formulario de seguimiento de la consignación debe llevar los siguientes datos:**

- ✓ El número de la consignación
- ✓ El departamento que hizo la consignación.
- ✓ La fecha de la consignación.
- ✓ La fecha de la entrada al almacén.

- ✓ La cantidad ordenada.
- ✓ La cantidad ingresada.
- ✓ La diferencia entre las cantidades ordenada e ingresada.
- ✓ El importe de la remisión.
- ✓ La fecha de vencimiento.
- ✓ Los cortes parciales a los 30, 60 y 90 días.
- ✓ La liquidación.

Por un lado se sabe en qué estado se encuentra la consignación, por el otro, se puede sacar el porcentaje que representa sobre el total de las compras. Es importante saber que las consignaciones no deben pasarse de un 25% de las compras en total.

Si no se revisa, la consignación no tiene ningún chiste, ya que no se sabe si el material se terminó a los 30, 60 o 90 días y por lo tanto no se reponer a tiempo.

En caso de que se vaya a reponer material, éste se compra en firme. Hay que anotar la reposición en el formato para poder hacer la evaluación de la connotación más adelante.

**¿Cómo se sabe, cuánto se debe reponer?** Para una reposición adecuada se debe considerar el surtido inicial, la cantidad vendida y la existencia actual. Para los siguientes 30 días se debe tener por lo menos la cantidad vendida de los últimos 30 días.

Si el surtido inicial fue de 20 ejemplares y a los 30 días quedan 5 ejemplares significa que se vendieron 15 ejemplares. Para tener otra vez los 15 se calcula  $15 - 5 = 10$ . Se deben reponer 10 ejemplares para tener lo justo o un poco más o un poco menos.

### **La selección de los títulos**

Si el representante ofrece la consignación como si el librero la pide, hay que ser muy consciente de si realmente se van a poder vender los libros.

La consignación se usa mucho en caso de:

- ✓ Fondos editoriales nuevos.
- ✓ Novedades cuya venta no se puede proyectar.
- ✓ Nuevas librerías en las que no es posible predecir las ventas ni, la clientela que van a tener.

Pero no se trata de llenar los anaqueles con libros consignados sólo para que la librería esté llena. Este, en particular, es el caso de la librería que apenas se va abrir. No es necesario que se vea repleta de libros desde un comienzo. Aún hay que poder analizar el movimiento de la librería nueva y dejar fondos y espacio para poder experimentar y crecer.

Las consignaciones significan lo siguiente:

- ✓ Son para ensayar material y no para llenar librerías.
- ✓ Hay que comprar en cantidades muy moderadas.
- ✓ Para comprar más, existen las reposiciones en firme.
- ✓ Por lo tanto, el control es esencial para ver lo que se está moviendo.
- ✓ Hacer devoluciones anticipadas del material que no se "mueve".

**Respecto a las mesas/góndolas.** Cuando se hace una consignación para exponer en fondo editorial en ella, hay que considerar que no todos los títulos se van a vender igual y:

- ✓ Definir por cuánto tiempo está prevista la exposición en la mesa. (Tiempo para una posible rotación.)
- ✓ Escoger cantidades adecuadas según el título (no cinco ejemplares de cada uno).

- ✓ Revisar constantemente la mesa para poder reponer a tiempo el material que está por terminarse y que la mesa no se vea vacía. Devolver el material que no se mueve.

**Respecto a las novedades.** La consignación se usa cuando no se conoce muy bien el título o el autor y es demasiado riesgo para comprarlo en firme. En esta caso se puede hacer una compra en firme o una consignación. La consignación nos obliga a llevar un control cuidadoso y se puede ver con mayor facilidad el desarrollo del libro tomando decisiones sobre el futuro manejo del libro. De todos modos, se deben considerar los criterios de compra.

En los tres casos se tiene la ventaja de que al terminar la consignación se puede regresar el surtido inicial. Así, si por un motivo determinado se repuso material porque las ventas arrancaron muy bien y luego se estancó, este material que se repuso se puede regresar. Nadie puede decir si el libro que se encuentra en el librero es de la consignación o de la reposición de esta misma.

### **La devolución en una consignación**

Existen dos formas de devolución:

**La devolución parcial durante la consignación.** Es una gran ventaja en la consignación. Ésta le permite al librero devolver el material que no se está desplazando o que se desplaza muy poco con relación a la cantidad adquirida. Para esto es importante que se hagan los conteos parciales.

Es esencial que se lleve el control del material que se devuelve para la liquidación y evaluación final. Si no, puede ocurrir que se pague el material que en realidad ya fue devuelto.

**La devolución final al liquidar la consignación.** Una vez que termine la consignación y se haya hecho el conteo final, el comprador tiene que decidir si se va a quedar con el material que aún tiene en existencia. Para esto se tiene que considerar la venta total sobre el material adquirido durante la consignación.(El surtido inicial, más las reposiciones.)

## **La liquidación**

Por liquidación de una consignación se entiende, el pago del material vendido y la devolución del material que no se desplazó. Para poder hacer la liquidación correcta de la consignación, que no cause problemas a la hora de su vencimiento, se tienen que considerar dos puntos:

- ✓ Tener todo el análisis o la evaluación de la consignación y sus respectivas reposiciones.
- ✓ Haber hecho la previsión de pagos.

### **El análisis de la consignación.**

Para poder hacer el análisis de la consignación, se necesita saber cuál fue la venta total por título.

Para mayor facilidad se trabajará con una relación en la que se llevará la información de la consignación. Para no tener que escribir los títulos, a cada uno se les asigna un número.

La tabla se puede llevar de la siguiente manera:

- ✓ Manual.
- ✓ En una hoja de cálculo.
- ✓ En el sistema.

## **Atención al cliente**

Hay que diferenciar entre cliente frecuente y el de paso. Los clientes frecuentes son difíciles de ganar y aún más difíciles de recuperar si se comete una falta. En la mayoría de los casos, leen mucho, son muy cultos y buscan el contacto con el librero. Ellos esperan un mayor servicio. Cuando la librería es especializada, más clientes fijos hay. Pero hay que considerar que cualquier cliente fijo al principio fue también un cliente de paso.

Un cliente nuevo que llega a una librería, puede tener varios motivos para entrar, no necesariamente relacionados con el deseo de comprar algo, de todas formas tiene que recibir atención y cordialidad, ya que puede representar una venta futura y, siendo el público usuario de una librería muy selecto, no se puede dar el lujo de perderse. La práctica demuestra y es un dicho entre libreros "de cada cliente que se pierde por falta de atención o por no tener el título buscado, con él se pierden hasta tres más".

El vendedor debe de saber cómo atender, qué ofrecer, cuándo intervenir. Para cumplir con su función debe de saber detectar las clases de clientes. Algo que es muy importante es no vender el libro por su precio.

Hay que despertar el interés a través de una presentación atractiva en la librería. La finalidad es llamar la atención a la persona por cosas en las que ni pensó.

Muchas de las decisiones se toman al instante en la misma librería. Son espontáneas y causadas por una buena presentación. Es importante, ya que es el cliente quien decide dónde va a comprar sus libros.

La librería debe tener atmósfera para que el cliente se sienta cómodo y pueda andar tranquilamente por la librería para conocerla. Alguien que se siente a gusto regresará cuando tenga que comprar libros la próxima vez.

Para eso la librería tiene que cumplir con la demanda. Se debe tener los libros que piden los clientes o se debe prometer conseguir el libro en el menor tiempo posible. En este punto aún no se realiza una labor de venta y atención. Aquí el deseo del cliente se satisface mediante la buena selección del material y el conocimiento del acomodo por el personal.

La labor de venta empieza cuando se vende algo más. Ya sea por la recomendación adicional del librero en el momento de que el cliente apenas tiene una información vaga del libro y necesita la ayuda del librero.

El cliente puede escoger el lugar donde compra, donde mejor sea atendido y donde se sienta bien. En su decisión y preferencia influyen varios factores como:

**Comodidad.** Ya sea en el producto o el servicio. Los clientes quieren estar cómodos, no esforzarse en la compra.

**Rapidez.** Si hemos tomado la decisión sobre una compra que vamos a realizar, no queremos perder tiempo esperando al vendedor, ante la caja, o esperando que llegue el libro desde la editorial.

**Amabilidad.** Una sonrisa, un saludo amistoso; es lo mínimo que se debe esperar. Hay que ser atento y mostrar entusiasmo.

**Servicio.** Hay que brindar un servicio más allá del producto. Servicios extras pueden ser el servicio de regalo ó envío a domicilio.

El librero no puede atender a toda persona que entra a una librería, pero se puede compensar la falta de personal mediante: presentación de libros en pilas atractivas; tener en cuenta las áreas de menos y más venta, tener una excelente señalización; tener una buena distribución de la librería; concentrar la información en un módulo de información.

### **Clases de clientes**

A pesar de la variedad de personas que se atienden en una librería, los clientes se distinguen en dos grandes clases: los informados y los no informados. No se debe clasificar al cliente a primera vista, por ejemplo, por su forma de vestir, apariencia, dialecto, etc. A grandes rasgos, tiene las siguientes características:

El cliente poco informado. No conoce el inventario de una librería; quiere comprar un libro para sí mismo o para regalar, pero no sabe qué libro en concreto; está abierto a recomendaciones, no sabe lo que realmente quiere; quiere consejos simples en los cuales pueda confiar.

Se le reconoce en las siguientes actitudes: vacila, da vueltas mirando; espera hasta que un vendedor se le acerque, toma muchos libros pero los regresa igual de rápido, no es crítico; se decide rápido y se muestra feliz cuando ha encontrado algo.

El cliente informado. Sabe lo que busca; actúa muy independiente y requiere poca información; conoce el inventario de la librería.

Se le reconocen las siguientes actitudes: va directamente a la sección que le interesa; tiene conocimientos acerca del tema; hace preguntas específicas y busca el diálogo; decide por sí mismo.

## LABOR DE VENTA.

En la mayoría de los casos se logra mediante preguntas abiertas. El vendedor debe escuchar y preguntar cuando no entiende algo o quiere confirmar si lo entendió correctamente. En caso de dudas por parte del cliente, debe preguntar de tal manera que el círculo de los posibles libros se haga más pequeño; la meta no sólo debe ser detectar la necesidad del cliente, sino también de donde surgieron sus deseos. Siempre se debe de tratar de usar un lenguaje que haga sentir bien al cliente. Cuando el libro solicitado no esté en la librería, es importante no decirle al cliente "lo tengo que pedir", como si fuese una molestia, sino "con gusto lo pido para usted" y así, si además se indica un plazo razonable, se puede evitar que el cliente se vaya a otra librería.

La sencillez y discreción, honestidad profesional, amabilidad (el cliente es el rey, pero también un rey sabe comportarse), paciencia, demostración de interés y no pretender vender los libros sólo por su precio, son las características que el librero debe de tener muy en cuenta para una venta sana, que le permita asegurar a un cliente.

## INVENTARIOS

Se entiende por inventarios, las mercancías y materiales cuya transformación y/o venta constituyen el objetivo principal del negocio. En el caso de la Librería los inventarios constituyen los ejemplares por editorial que se adquieren para vender en simple labor de intermediarios, y que se disponen en un momento dado.

Los cargos a estas cuentas se hacen por compras y los créditos implican salida por venta. Su saldo representa el valor de adquisición de las existencias propiedad de la librería.

1. Los inventarios deben valuarse al costo de la adquisición
2. Una vez seleccionado un método de valuación (en el caso de la librería es de un conteo físico de existencias totales de ejemplares cada cuatro meses), se debe aplicar sin variaciones año con año.

### A) Objetivos

1. Verificar la existencia física.
2. Verificar que dichas existencias se hayan estimado por métodos aceptables contablemente (relaciones detalladas de entrada y salida del material que explique los movimientos en tiempo y precio), además de que se descarguen los libros defectuosos u obsoletos.
3. Que las unidades en existencia, multiplicadas por los valores unitarios asignados, arrojen efectivamente el importe total que se registró.

4. Saber, dependiendo los resultados, si no se tiene adeudos con proveedores o material que falte por entregarse (en algunas ocasiones las facturas registran determinado número de ejemplares, pero por algún motivo no llegan o el libro esta defectuoso, no se devuelve todo sólo lo que está mal, pero con el compromiso de reponerlo a la brevedad)

## **B) Control Interno**

1. Debe existir una adecuada separación de labores (compras, ventas, almacén).
2. Debe existir una persona responsable de los movimientos y existencias de los libros.
3. Tiene que existir un sistema de inventarios perpetuo.
4. Se debe realizar inventarios físicos por lo menos una vez al año, con investigaciones exhaustivas de las diferencias que resulten.
5. Debe haber un procedimiento de verificación de facturas, antes de su pago o registro. Esto es muy importante para evitar que las editoriales cobren lo que no se vendió y en su oportunidad se regresó.
6. Deben existir las condiciones necesarias para evitar riesgos en los libros (por incendio, humedad, etc.).

## **C) Procedimiento**

1. Inspección de la toma física de inventarios.
2. Confirmación del material en poder de terceros (consignaciones de libros que se tiene con otras librerías)

### 3. Estudio de la valuación

- Verificación de los precios de compra.
- Comparación contra precios de venta.
- Estudio del material de lento movimiento y /u obsoleto.

## I. Inspección de la toma física de inventarios.

La toma de inventarios es el recuento de los materiales a una fecha dada que efectúa la librería para, determinar las cantidades reales en existencia.

Para efectos de auditoría, debe participarse en la toma de inventarios observando el desarrollo de ésta y efectuando conteos selectivos. Las pruebas selectivas del Auditor tienen como propósito, verificar los resultados del trabajo de la librería, comparando con las unidades anotadas por ella, contra las unidades determinadas en la prueba selectiva. La observación de la toma de inventarios se hace para ratificar lo adecuado de está, verificando si las instrucciones dadas para la misma se respetan y si el personal encargado desarrolla su labor con el cuidado necesario.

Para garantizar una buena toma de inventarios se debe vigilar:

- ✓ Que las instrucciones del procedimiento para la toma física se dé por escrito.
- ✓ Que los artículos a inventariar se acomoden ordenadamente y sean fácilmente identificables.
- ✓ Que se establezca un control adecuado de registro de entradas y salidas de los ejemplares, mediante un corte oportuno de los documentos que amparen los documentos.

Que se separen los libros defectuosos u obsoletos.

- ✓ Que de las tomas de inventario, las diferencias se investiguen de inmediato.

Las pruebas de la auditoría deben hacerse procurando cubrir los artículos de más valor para obtener un porcentaje elevado en el valor total de los inventarios, también debe hacerse pruebas sobre artículos numerosos, aunque no valiosos, para juzgar la eficiencia del personal al hacer el conteo.

Finalmente, la supervisión de la toma de inventarios debe complementarse conectando las pruebas selectivas contra las listas finales, vigilando que las diferencias determinadas entre las existencias físicas y las existencias según los libros, se aclaren satisfactoriamente.

## **II. Confirmación de libros en poder de terceros.**

Cuando la librería tiene parte de sus materiales en poder de terceros, bien por falta de espacios en su propia bodega y utiliza almacenes de depósito como auxilio, o bien porque entrega mercancía a consignación; en una auditoría se solicita por escrito y con copias de los depósitos de tales característica.

## **III. Valuación**

- Verificación de los precios de compra. Ratificar si los costos asignados a los libros corresponden al valor de la factura.

- Comparación contra precios de venta. El precio de venta debe recuperar el costo normal de distribución y proporcionar un sobrante de utilidad adecuado.
  
- Estudio de material sin movimiento. Para verificar la existencia de material obsoleto, es aquel que en un periodo largo no registra movimiento o cuando sale una nueva edición corregida y con cambios substanciales de contenido y forma.

## CONCLUSIONES

En cada época surgen planteamientos e inquietudes que animan a los profesionales de la producción de libros al perfeccionamiento de su actividad, lo que proporcionan en buena parte la evolución de la cultura de la sociedad.

El ámbito de las Librerías Especializadas, se ha constituido en uno de los espacios en los que, por excelencia funciona la demanda y la oferta de publicaciones.

Debido a que la docencia, la investigación y la difusión de la cultura requieren de una creciente disponibilidad de material bibliográfico, resulta necesario contar con los espacios apropiados para encontrar las publicaciones que satisfagan sus expectativas. Las reflexiones sobre su creación y realización, para revalorar el libro y los procesos en los que participa.

El libro, cualitativamente, establece en todo su proceso (Desde la producción, hasta que, el volumen se vende y llega a manos del lector), una situación de diálogo entre el emisor y el receptor.

El libro expresa básicamente una comunidad de conocimientos entre el autor, el editor, el librero y el lector.

La librería, es justamente el intermediario entre la editorial y el cliente, es quien cumple con el trabajo final y tiene como objetivo prioritario la venta, ya que antes que nada es un negocio, para ello tiene que haber un trabajo previo, una delimitación de actividades el comprador no sabe pero que reconoce, al ver que el material está clasificado ya sea por título o por editorial, está marcado con precio, al momento de

tener una duda se le responde con oportunidad, cuando paga el libro ya está en un sistema que permite conocer sus cualidades, por ello este trabajo esta detrás de una posible venta. También tiene que cuidar aspectos fundamentales como son: el buen ofrecimiento de la mercancía, esto se logra con una buena aptitud por parte del personal capacitado que labora dentro de una librería, esto es, el llamado librero.

Como auxiliares complementarios para la venta, se encuentran elementos visuales, como son, el acomodo en mesas de exhibición, el letrero, elementos que se tratan en este manual para librerías especializadas, que ayudarán al lector a saber del funcionamiento y modo de operación.

Cabe destacar que esta investigación se llevó a cabo, gracias al conocimiento adquirido durante ocho años de estar al frente de una librería, y con apoyo de los que en ella trabajan, así como de las personas que se dedican a la industria editorial.

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

## GLOSARIO

- ÁMBITO:** Espacio incluido dentro de límites determinados.
- ADSCRITO:** Agregar a uno a un servicio.
- ACERVO:** Conjunto de valores culturales
- AUTOMATIZAR:** Volver automático.
- AUDITORIA:** Revisión de cuentas.
- ARQUEO:** Reconocimiento de valores y documentos que existen.
- BIBLIOGRAFÍA:** Descripción de los libros.
- CATÁLOGO:** Lista hecha ordenadamente.
- CUANTITATIVO:** Relativo a la cantidad.
- CUALITATIVO:** Que denota cualidad.
- COMPRA:** Adquirir por dinero la propiedad de una cosa.
- COMERCIAR:** Negociar comprando y vendiendo géneros.
- CONSIGNACIÓN:** Poner un objeto en depósito.
- DONACIÓN:** Traspasar de un apersona a otra el dominio de una cosa.
- DOCENTE:** Que enseña.
- DEVOLUCIÓN:** Volver a su dueño un objeto (libro).
- DESCUENTO:** Rebajar una cantidad de una suma.
- EDITORIAL:** Imprime y publica libros.
- EJEMPLAR:** Cada una de las copias de un escrito.
- FACTURA:** Cuenta detallada de las mercancías compradas o vendidas.
- FISCALIZAR:** Averiguación de acciones.
- INVENTARIO:** Estimación de las mercancías en almacén y de los diversos valores existentes.
- INDEXAR:** Organizar las bases de un programa.

**LIQUIDAR:** Operación que tiene por objeto el ajuste de una cuenta.

**LIBRERO:** El que vende libros.

**NEGOCIO:** Todo lo que es objeto de una ocupación lucrativa.

**NOVEDAD:** Estado o calidad de nuevo.

**OPTIMIZAR:** Hacerlo de la mejor forma.

**PLAZO:** Término que se da par pagar o satisfacer una cosa.

**PROVEEDOR:** Persona encargada de satisfacer de lo necesario.

**RESPALDO:** Garantía, protección, amparo.

**REPOSICIÓN:** Reemplazar lo que falta de una libro.

**REMISIÓN:** Ceder un bien en un plazo de tiempo.

**SURTIDO:** Bien provista de ejemplares.

**VENTA:** Ceder por cierto precio.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**Ensayos de bibliografía mexicana, Roberto Moreno, UNAM, México, 1986.**

**Los otros libros, Raúl Renan, UNAM, México, 1988.**

**Historia de las librerías en la Ciudad de México, Juana Zahar Vergara, UNAM, México, 1995.**