I.- Datos Generales

Código	Título
EC0486	Compra de libros para librerías

Propósito del Estándar de Competencia

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que trabajan en una librería y se encargan de comprar, devolver y adquirir pedidos especiales de los títulos que a la Librería y sus Editoriales proveedoras les interesa tener en stock.

Asimismo, puede ser referente para el desarrollo de programas de capacitación y de formación basados en Estándares de Competencia (EC).

El presente EC se refiere únicamente a funciones para cuya realización no se requiere por disposición legal, la posesión de un título profesional. Por lo que para certificarse en este EC no deberá ser requisito el poseer dicho documento académico.

Para alcanzar la competencia en este Estándar de Competencia, se requieren, en promedio, 1 año de experiencia laboral.

Descripción general del Estándar de Competencia

El Estándar establece dos funciones elementales que desarrolla un comprador de libros para librerías, la primera en donde adquiere los libros y además realiza devoluciones, y en la segunda donde también realiza el pedido de productos especiales y todo esto lo ejecuta de acuerdo a lo requerido por la librería.

El presente EC se fundamenta en criterios rectores de legalidad, competitividad, libre acceso, respeto, trabajo digno y responsabilidad social.

Nivel en el Sistema Nacional de Competencias: Cuatro

Desempeña diversas actividades tanto programas, poco rutinarias como impredecibles que suponen la aplicación de técnicas y principios básicos. Recibe lineamientos generales de un superior. Requiere emitir orientaciones generales e instrucciones específicas a personas y equipos de trabajo subordinados. Es responsable de los resultados de las actividades de sus subordinados y del suyo propio.

Comité de Gestión por Competencias que lo desarrolló
De la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

Fecha de aprobación por el Comité Técnico del CONOCER:	Fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación:
21 de agosto de 2014	28 de agosto de 2014
Periodo sugerido de revisión/actualización del EC:	
3 años	

Ocupaciones relacionadas con este EC de acuerdo con el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO)

Grupo unitario
1211 Directores y gerentes en administración, recursos humanos y mercadotecnia

Ocupaciones asociadas
- Gerente de mercadotecnia

Ocupaciones no contenidas en el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones y reconocidas en el Sector para este EC
- Comprador de libros para librería
- Librero

Clasificación según el sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)

Sector:

43 Comercio al Mayoreo

Subsector:

433 Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, de perfumería, artículos para el esparcimiento, electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca.

Rama:

4334 Comercio al por mayor de artículos de papelería, libros, revistas y periódicos

Subrama:

43342 Comercio al por mayor de libros

Clase:

433420 Comercio al por mayor de libros

El presente EC, una vez publicado en el Diario Oficial de la Federación, se integrará en el Registro Nacional de Estándares de Competencia que opera el CONOCER a fin de facilitar su uso y consulta gratuita.

Organizaciones participantes en el desarrollo del Estándar de Competencia

- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

Aspectos relevantes de la evaluación

Detalles de la práctica:

- Este EC podrá evaluarse tanto en situaciones reales de trabajo, como en escenario simulado.
- Para el caso de escenario simulado (instalaciones del Centro de Evaluación); éste deberá contar con todos los insumos e infraestructura que requiere el candidato para desarrollar la función establecida en este EC.
- El evaluador deberá guiar al Candidato en todo el trayecto de la Evaluación, indicándole la secuencia a que está sujeto el propio Instrumento, aunque el Candidato puede variar dicha secuencia es deber del Evaluador el dar indicaciones y seguimiento puntual a los solicitado por el instrumento aunque no sea en el orden pre-establecido; lo anterior, siempre y cuando no detecte el Evaluador que afectará el resultado final de la competencia.

Apoyos/Requerimientos:

- Espacio físico confortable para el candidato y el evaluador.
- Caso práctico (entregado al Candidato por el Evaluador)
- Equipo de cómputo (opcional)
- Hojas en blanco y pluma.

Duración estimada de la evaluación

- 1 hora en gabinete y 1 hora y treinta minutos en campo, totalizando 2:30 horas.

Referencias de Información

- La Librería y sus factores críticos de éxito, Editorial Trillas, capítulo 7.
- Libros sobre libros, Fondo de Cultura Económica, referencia autor: Shatzink.

II.- Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia

Compra de libros para librerías

Elemento 1 de 2

Abastecer y devolver libros

Elemento 2 de 2

Gestionar el surtido de pedidos especiales a la librería

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 2	E1565	Abastecer y devolver libros

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Atiende a proveedores:
- Realizando un análisis de catálogos, al tomar en cuenta las necesidades, estadísticas, entorno y tendencias del mercado,
- Revisando las novedades, al considerar una visión a futuro próximo / su proyección semestral,
- Comunicando su decisión al editor,
- Acordando con el editor los tiempos de entrega y condiciones de la compra, y
- Seleccionando los títulos y cantidades de acuerdo a las políticas de la librería y los espacios físicos disponibles.

2. Levanta el pedido:
- De acuerdo a los títulos registrados en el sistema, e
- Ingresando en su registro las cantidades por título y por punto de venta.

3. Repone libros:
- De acuerdo a los títulos registrados en el sistema,
- Ingresa las cantidades por título y por punto de venta,
- Solicitando la reposición de libros en consignación con base en la primera selección, y
- Haciendo previsiones por temporada / lanzamientos.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La orden de compra elaborada:
- Presenta el número de Folio,
- Incluye la fecha requerida,
- Contiene la fecha de elaboración,
- Incluye el nombre del comprador
- Presenta espacio de observaciones
- Especifica las características del producto
- Establece las condiciones comerciales del pedido, y
- Presenta la razón social y número del proveedor.

2. La orden de devolución elaborada:
- Incluye la relación de los libros a devolver y sus vigencias,
- Contiene la solicitud de retiro de los libros de acuerdo a lo establecido con el proveedor en las condiciones de la compra,
- Incluye la referencia/folio de entrada y del proveedor, y
- Determina la fecha de entrega.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

1. Tipos de Edición de libros • Género • Temas • Editoriales • Texto	Aplicación
2. Tipos de Acabado en libros • Cocido • Pegado • Pasta dura • En rustica • Trade	Aplicación
3. Tipos de Traducciones • Autores-sello editorial-Ficción y No Ficción • Actualizaciones libro técnico • Prólogos, notas al pie de página	Aplicación
4. Conceptos de remisión, factura y nota de crédito	Comprensión

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1.	Cooperación:	La manera en que integra, delega, verifica las actividades de la librería en un grupo de trabajo hacia un objetivo común.
2.	Ética:	La manera en que realiza todas las gestiones de compra y devolución sin sesgos o preferencias que afecten el objetivo o los intereses de la librería.
3.	Iniciativa:	La manera en que se antecede a las posibles novedades y/o libros en un futuro próximo.
4.	Perseverancia:	La manera en que el comprador argumenta las condiciones de la compra para obtener los beneficios propuestos.

GLOSARIO

1.	Características del producto:	Definición, importancia, funciones, tipos y partes <u>Definición</u> "*Obra científica, artística, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier otro soporte susceptible de lectura… incluidos… los libros electrónicos y los libros que se publiquen o se difundan por Internet o en otro soporte que pueda aparecer en el futuro, los materiales complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual o sonoro que sean editados conjuntamente con el libro y que participen del carácter unitario del mismo, así como cualquier otra manifestación editorial*"[1]

[1] Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas. Jefatura del Estado (BOE número 150 de 23/6/2007). Capítulo I, Artículo 2. Definiciones a) Libro

La importancia y extraordinaria utilidad del libro radica principalmente en sus cuatro virtudes que, como medio por excelencia, tiene para crear, transmitir, difundir y preservar las ideas, la sabiduría y el conocimiento de la ciencia, arte y cultura de la humanidad.
El libro ha jugado un papel crucial como el más importante impulsor y fecundo irradiador del progreso y pensamiento humano
El libro es un producto diferente, que motiva la curiosidad, hace reflexionar y crecer a la gente, libera los pensamientos y emociones, ilumina la razón y alimenta el espíritu. Nos enseña a ser más conscientes de uno mismo y del mundo que nos rodea.
Ha sido el medio de información y comunicación de mayor trascendencia en el desarrollo de la civilización y sigue siendo básico en la educación, la investigación científica y las artes.

Las funciones básicas del libro son las de:

- Soporte de información, para transmitir y preservar contenidos en el tiempo y en el espacio
- Herramienta de conocimiento, estudio y trabajo
- Medio de entretenimiento, ocio, diversión o auto-gratificación

Existen muchos tipos de libro que se pueden agrupar en base a diferentes criterios:
Por Tipología Textual (narrativo, expositivo, argumentativo o descriptivo)
Por Autoría (individual, en colaboración o colectivo)
Por Propósito de Lectura (informativo, utilitario o recreativo)
Por Fuente Documental (primaria o secundaria)
Por Tipo de Soporte (impreso, audiolibro o electrónico)
Por Realización Editorial (Presentación o formato y Encuadernación)
Por Mercado al que va dirigido (grandes masas, público selecto, académicos, profesionistas, estudiantes, infantil y juvenil)

Por Línea Editorial (interés general, escolar, científico, técnico y profesional, referencia, religiosos, infantil y juvenil)
Por Tema o género literario (obras generales, computadoras e información, filosofía y psicología, religión, ciencias sociales, lingüística, ciencias naturales y matemáticas, tecnología y ciencias aplicadas, arte y recreación, literatura y retórica, historia y geografía)

El libro tradicional, en su soporte impreso o formato de papel, se puede dividir en cinco partes:

- La encuadernación o componente físico externo
- Las páginas preliminares
- El texto o cuerpo de la obra
- Las páginas complementarias
- El ISBN

2.	Catálogo:	Conjunto de libros, colecciones o fondos editoriales seleccionados, de amplitud y profundidad definidas. Inventario o surtido de títulos y ejemplares con que la librería cuenta en existencia (física o en línea) o que tiene forma de conseguir fácilmente (aunque en algunos casos estén temporalmente agotados los títulos físicos, esperando ser reimpresos. El problema es cuando el título esta descatalogado por la editorial, y por lo tanto ya no se volverá a imprimir, salvo raras excepciones).
3.	Condiciones comerciales:	Cantidad (títulos y ejemplares o unidades escogidas), disponibilidad (en imprenta, editorial, distribuidor, bodega, piso), entrega (tiempo y lugar), flete (a cuenta de quién), precio (en pesos u otra moneda), descuento (porcentaje del precio de lista), forma de pago (en firme o de contado, en firme y sujeto a devolución c/nota de crédito, en consignación) y crédito (a un plazo acordado de pagos) El comprador de libros pretende negociar las mejores condiciones comerciales con el editor o distribuidor con el fin de obtener los más altos márgenes de utilidad en el menor tiempo posible. Otras condiciones negociables podrían ser la comunicación compartida (promociones, campañas, ofertas, eventos, libros agotados, reimpresiones, nuevas ediciones, nuevos catálogos, precios), ejemplares gratuitos (para promoción), primicias, exclusividad, mobiliario, etc.
4.	Consignación:	En las consignaciones se reciben los libros o el material propiedad del proveedor para su exhibición y venta, y se va pagando periódicamente (normalmente cada mes) sólo lo vendido. Las consignaciones se pactan por un período definido. Al final de la operación la librería devuelve el material sobrante, concilia las cuentas con la editorial o distribuidora (entradas – ventas + reposición – mermas – devoluciones parciales) y liquida sólo lo vendido, los faltantes o mermas y el material que se vaya a quedar. La consignación es una forma menos riesgosa de adquirir el material, ya que se paga después de un mes, o más, sólo lo que se vende. Por ello resulta conveniente adquirir en consignación las novedades de autores, títulos, editoriales o temas no muy conocidos o de línea; permite experimentar con títulos y cantidades de ejemplares de diversos fondos editoriales y, en el caso de la apertura o reciente inicio de operaciones de una librería o de una nueva sección, también es muy recomendable adquirir los libros bajo este sistema de compra ante la incertidumbre acerca de la futura demanda y, por tanto, de los resultados de venta. Sin embargo, la operación de una consignación implica riesgos: • El costo en términos de tiempo y personal dedicado al estricto control administrativo y de operación, ya que cualquier error en el registro de entradas y salidas de material puede ocasionar serios problemas y se paga caro. • El costo de espacio y de manejo (movimientos) del material, especialmente cuando la consignación dura

mucho tiempo (más de 6 meses) y complica aún más los problemas de control del inventario (títulos descatalogados, cambios de precio, nuevas ediciones y reimpresiones, etc.)
- El costo de los fletes o transportes de ida y/o de regreso

5. Editor: Es aquella persona física o moral que revisa, selecciona y concibe textos y otros contenidos de cualquier tema para formar, elaborar y publicar libros—ya sea por cuenta propia o a través de terceros—y ofrecerlos para su venta en el mercado.
El trabajo del editor consiste en contratar, descubrir y representar autores, transformar sus manuscritos en libros, y convertir a éstos en bienes de consumo; así como asumir los riesgos comerciales y de aceptación de sus libros en el mercado.

6. Lanzamiento: Novedades anunciadas, en condiciones especiales de comunicación al mercado, con las que el editor apuesta por libros que se espera sean de *choque*, *best* y/o *longsellers*.
El lanzamiento también puede ser de una promoción, que obedezca a una estrategia o táctica de mercadotecnia, de servicio o comunicación dirigida a tener un impacto inmediato en las ventas de uno o varios títulos u orientadas a mejorar la imagen de la librería y lograr la convicción de compra. Se busca atraer e incrementar la clientela y su demanda y competir ventajosamente con mayor disponibilidad del libro en términos más convenientes, normalmente por un periodo limitado de tiempo.

7. Stock: Cantidad de mercancías que se tienen en depósito. (RAE); Término de origen inglés que puede traducirse como existencias y que designa principalmente las materias primas, productos semielaborados y terminados que las empresas tienen en sus almacenes.www.guia.ceei.es/interior.asp
Read more: http://significado.de/stock#ixzz38sMHrHLi

8. Temporada: Los libros de *Temporada* o del momento son aquellos que tienen un marcado comportamiento estacional o en función de algún evento especial, y se venden más en:
- Temporada Navideña (15 nov. al 10 ene.)
- Temporada de texto (1 febrero-31 marzo y 15 agosto a 15 octubre)
- Día de la Amistad y el Amor (1 al 15 febrero)
- Días del Niño, de la Madre y del Maestro (15 de abril al 18 de mayo)
- Día del Padre (10 al 20 de junio)
- Olimpiadas, Mundial de Futbol, Superbowl, Serie Mundial de Béisbol, etc.
- Mes de la patria (septiembre); visita de grandes celebridades como el Papa, estadistas, científicos u otros; estreno de películas u obras teatrales basadas en algún libro; movimientos y tendencias sociales o acontecimientos políticos (elecciones, votaciones, debates, escándalos, campañas, cambios de gobierno), culturales (ferias, muestras, exposiciones), etc.

Estos libros siempre deben estar disponibles durante la temporada que les corresponde y sus surtidos y resurtidos deben preverse

con suficiente antelación para que nunca se agoten en los estantes. Del mismo modo, la librería debe aprovechar al máximo las campañas planeadas y diseñadas para publicitar y promover sellos editoriales y títulos específicos, manteniendo durante los períodos de su vigencia el surtido y existencias suficientes relacionadas con la promoción.

9. Tendencia: Es un patrón de comportamiento colectivo del mercado. Caracterizado por las preferencias y gustos hacia ciertos temas y géneros de publicaciones editoriales, así como por la dirección y rumbo de su oferta, demanda y precios.
Son las modas en cuanto a la lectura y adquisición de obras acerca de géneros y temas en voga y a las oportunidades ofrecidas por las casas editoriales. Influyen también el tamaño, especialización, líneas y secciones de las librerías que le dan carácter e impulsan el pluralismo cultural y la diversidad de géneros y que conforman una amplia y rica oferta de libros y contenidos disponibles al público en general.
Fuente: "La librería y sus factores críticos de éxito", Ed. Trillas. 2da Edición 2011

Referencia	Código	Título
2 de 2	E1566	Gestionar el surtido de pedidos especiales a la librería

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Atiende la solicitud del cliente:
   - Solicitando el título, autor, editorial y fecha de edición/publicación,
   - Identificando la existencia del título del libro en su sistema,
   - Solicitando la existencia y precio de lista con el editor/distribuidor,
   - Acordando con el cliente la compra especial, al considerar tiempo de entrega, y
   - Solicitando los datos de identificación del cliente.

2. Emite el pedido especial:
   - Realizando el pedido especial al editor/distribuidor,
   - Registrando en las observaciones del pedido que es especial,
   - Notificando al almacenista/encargado de la llegada del pedido especial, y
   - Notificando al punto de venta de la solicitud del pedido especial.

3. Verifica la entrega del pedido especial:
   - Identificando el estatus del pedido especial solicitado,
   - Solicitando información del editor/distribuidor sobre la entrega en tiempo y forma acordada, y
   - Dando seguimiento al editor/distribuidor a falta en la entrega del pedido en tiempo, forma / cantidad.

4. Designa un apartado físico diferente en el almacén
   - Señalizando dicho lugar de acuerdo a las políticas de la librería, y
   - Designando una clave y fecha de vencimiento.

5. Da seguimiento al pedido:

- Llamando al cliente, y
- Coordinando la entrega de los libros al cliente.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La orden de compra elaborada:

- Contiene el registro de las observaciones del pedido especial
- Datos del contacto, como: nombre, dirección electrónica y teléfono de contacto, e
- Incluye la leyenda “avisar a”.