

LA DISTRIBUCIÓN EN EL CENTRO DE LOS PROCESOS EN LA INDUSTRIA DEL LIBRO

¿QUÉ RESPRESENTA LA DISTRIBUCIÓN EN LA INDUSTRIA DEL LIBRO?

Definición de Distribuidor (Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas): "Persona natural o jurídica que realiza servicios comerciales y que sirve de enlace entre editores y librerías, para situar y reponer libros en su punto de venta y facilitar su difusión".

En España, existen actualmente unas 100 empresas dedicadas a la distribución de libros, que van desde las pequeñas distribuidoras circunscritas a zonas geográficas concretas y que alcanzan un grado de capilaridad para llegar hasta las librerías de los pequeños pueblos, hasta las grandes distribuidoras que realizan su actividad en todo el país, garantizando el acceso a la cultura, educación y entretenimiento a todos los ciudadanos.

LO QUE MOVILIZAN LOS DISTRIBUIDORES EN 2020



NÚMERO DE TÍTULOS EDITADOS (2020)

74.589



NÚMERO DE EJEMPLARES EDITADOS (2020)

181.290.000



NÚMERO DE EJEMPLARES VENDIDOS (2020)

164.450.00



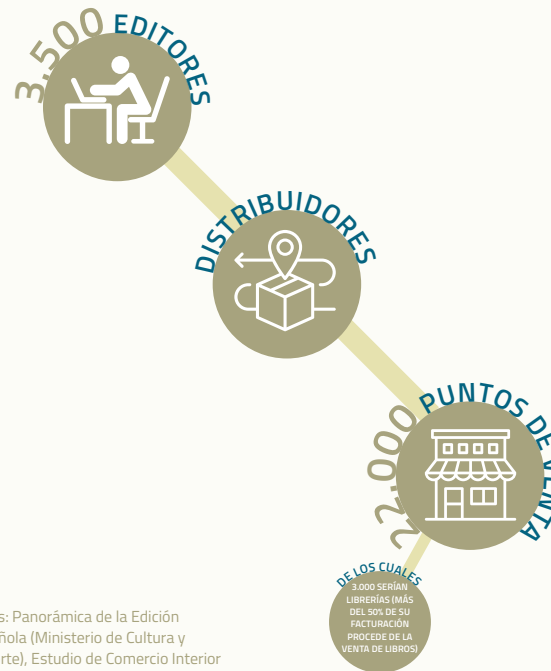
NÚMERO DE EJEMPLARES MOVIDOS (SERVIDOS + DEVUELTOS)

16.840.00



NÚMERO DE TÍTULOS DISPONIBLES (OFERTA VIVA)

737.479



Datos: Panorámica de la Edición Española (Ministerio de Cultura y Deporte), Estudio de Comercio Interior del Libro (FGEE), Datos FANDE

"Disponer de un determinado libro, en una librería concreta, puede parecer algo sencillo, hacer llegar el mismo libro a miles de librerías ya resulta más difícil y complicado; pero suministrar miles de libros en miles de librerías es una compleja tarea, que rara vez es percibida en su justa valoración"

Antonio Mas, (La comercialización del libro)

Los servicios que aporta un distribuidor de libros se refieren a cuatro tipos de operaciones:

- Soporte logístico
- Gestión y transmisión de **información**
- Soporte para acciones de marketing

Corresponden a los 3 flujos de "ida y vuelta" que se producen en la Cadena de Suministro del Libro (producto / información / dinero)

El valor que el distribuidor aporta a la red del libro consiste en:

1. Dar acceso a los editores, y en especial a los medianos y pequeños, a la red de **librerías**.
2. Complementar la labor de las estructuras comerciales de los grupos editoriales en aquellas áreas de mercado a los que no acceden de forma directa.
3. Constituir un soporte fundamental para el diseño y ejecución de las actividades de marketing (producto, precio, promoción y canal) de los **editores**.
4. Proporcionar un soporte básico para la librería de fondo a través de la información continua, apoyándose en herramientas tecnológicas sectoriales (**SINLI, DILVE, Libired, Normas CSL**), y respaldar como un almacén regulador ("segundo almacén") para que pueda ofrecer a sus clientes todos los libros con los que cuenta en stock el distribuidor.

LA DISTRIBUCIÓN EN EL CENTRO DE LOS PROCESOS EN LA INDUSTRIA DEL LIBRO

¿QUÉ RESPRESENTA LA DISTRIBUCIÓN EN LA INDUSTRIA DEL LIBRO?

ACTIVIDADES EN LA CADENA DE SUMINISTROS DEL LIBRO

