



Proceso de distribución y ventas

EU-PA-04

ÍNDICE

PROCESO DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

Objeto	5
Alcance	5
Normativa	5
Definiciones	5
Descripción del proceso	6
Participación de los grupos de interés	7
Rendición de cuentas	8
Seguimiento y medición	8
Evidencias	9
Diagramas de flujo	10

OBJETO

Llevar la obra a los lectores, generar ventas, promover la obra, cumplir con requisitos legales y maximizar la rentabilidad para la Editorial y los autores, asegurando que la obra alcance su audiencia prevista.

ALCANCE

Abarca la comunidad universitaria, la sociedad hondureña y la colectividad centroamericana e internacional, en condiciones óptimas de cantidad, calidad, pertinencia y precio.

NORMATIVA

- Normas Académicas
- Acuerdo 09-2012-JDU-UNAH
- Manual del Sistema Interno del Aseguramiento de la Calidad (MSIAC)

DEFINICIONES

- **Venta:** es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo es vender lo que se hace en lugar de lo que el mercado desea. Se pretende incentivar a potenciales clientes para la compra de los productos.
- **Venta directa:** es un método de comercialización que implica la venta de productos o servicios directamente a los consumidores sin intermediarios.
- **Distribución:** es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial.
- **Consignación:** es una estrategia en la que un fabricante o proveedor entrega productos a un minorista, pero estos productos no se consideran vendidos hasta que el minorista efectivamente vende al consumidor final.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

La Editorial sigue un proceso de distribución y ventas que abarca desde el diseño de campaña de *marketing* hasta la distribución y venta de las obras editadas, este se detalla a continuación:

ACTIVIDAD	EJECUTOR ACCIÓN	DOCUMENTOS	TIEMPO
Planificar y ejecutar campaña de mercadeo basada en los datos del estudio de mercado a través del Departamento de Mercadeo.	Editorial Universitaria	Documento de diseño de campaña Lista de asistencia de presentación de libros Promoción digital	Indefinido
Negociar con distribuidores mayoritarios las obras editadas por la Editorial a través de los Departamentos de Mercadeo y Administración.	Editorial Universitaria	Lista de asistencia en reunión	1 semana
Establecer recursos logísticos para la distribución a través de los Departamentos de Mercadeo y Administración.	Editorial Universitaria	Plan de distribución	1 semana
Generar órdenes de venta a librerías.	Editorial Universitaria	Orden de venta	1 semana
Distribuir las obras por medio de consignación a librerías a través del Departamento Administración.	Editorial Universitaria	Carta de compromiso de pago	1 semana
Gestionar pago a través del Departamento Administración.	Editorial Universitaria	Comprobante de pago bancario	3 a 6 meses
Generar factura de compra.	Editorial Universitaria	Factura de compra	1 día
Realizar acciones de mejora del proceso Editorial por medio del Departamento de Gestión de la Calidad.	Editorial Universitaria	Informe anual de resultados de acciones de mejora.	1 vez al año

Además de las consignaciones con librerías, la Editorial Universitaria también ofrece la modalidad de venta directa al lector. Este proceso comienza con la gestión de pago, ya que el comprador realiza un depósito bancario en la cuenta de la Editorial. Luego se genera la factura de compra y se entregan uno o varios libros solicitados.

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS	QUIÉNES LO CONFORMAN	CÓMO PARTICIPAN
Departamento de Mercadeo	Especialistas en el área de la mercadotecnia	Su participación es esencial, ya que abarca desde la planificación y ejecución la campaña de <i>marketing</i> hasta establecer los recursos logísticos para la distribución
Departamento de Administración	Administrador de la Editorial Universitaria	Desempeña un papel esencial en todo el proceso de venta de una librería, desde la evaluación inicial hasta el cierre de la venta. Su objetivo principal es garantizar que la transacción se realice de manera eficiente y beneficiosa para todas las partes involucradas.
Comunidad universitaria	Profesores, investigadores, estudiantes y personal administrativo de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras	Se refleja en la demanda y recepción de los libros y documentos publicados, así como en la retroalimentación y difusión de las obras.
Público externo	Sociedad hondureña instituciones públicas y privadas	Se refleja en la demanda y recepción de los libros y documentos publicados, así como en la retroalimentación y difusión de las obras.
Librerías	Librerías a nivel nacional e internacional	Proporcionan acceso a una amplia variedad de libros distribuidos por la Editorial. Al vender libros, las librerías cumplen un papel esencial en la promoción de la lectura, difusión y el acceso a la información.
Vicerrectoría Académica	Titular de Vicerrectoría Académica, coordinadores de área y equipo	Analiza resultados para proponer acciones de mejora, además de dar seguimiento y monitoreo de implementación.

La participación y colaboración de estos grupos de interés es fundamental para el éxito de la Editorial de la UNAH en su misión de difundir el conocimiento y la cultura a través de la distribución de obras relevantes y de calidad.

RENDICIÓN DE CUENTAS

- La Editorial genera informes mensuales de ventas y de inventario de bienes mensuales, informes trimestrales solicitados por la Secretaría Ejecutiva de Desarrollo Institucional (SEDI), informes anuales solicitados por la Comisión de Control de Gestión (CCG) e informes anuales a la Vicerrectoría Académica (VRA) en los que se detallan las actividades realizadas, así como las obras publicadas. Estos informes son compartidos tanto internamente, con la comunidad universitaria, como externamente, con la sociedad en general, para brindar transparencia y evidenciar el compromiso con la difusión del conocimiento y la cultura.
- La Editorial Universitaria organiza eventos de presentación y lanzamiento de obras, conferencias, charlas, cursos y talleres relacionadas con los temas abordados en los libros publicados. Estos eventos funcionan como promoción de las obras.

SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

Para dar seguimiento y medir el proceso de la Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, se implementan las siguientes acciones:

- **Seguimiento interno:** la Editorial mantiene un registro detallado de cada etapa del proceso, desde la planificación de la campaña de *marketing* hasta el reporte de pago a los distribuidores. Esto incluye un sistema de seguimiento de pagos y los contratos con las librerías. Estos registros permiten tener una visión clara del progreso en cada etapa de la gestión del proceso.
- **Reuniones y reportes:** se realizan reuniones periódicas con el equipo de la Editorial y otras partes interesadas para revisar el progreso del

proceso editorial, discutir los resultados obtenidos, identificar desafíos y establecer acciones correctivas. Además, se generan informes periódicos que resumen los avances, las métricas y los logros alcanzados en el proceso editorial.

- **Análisis de distribución y ventas:** se mide el éxito del proceso de ventas, mostrando la cantidad de libros vendido por periodo, además se identificar qué títulos tienen más demanda. Este análisis permite tomar decisiones informadas para optimizar los recursos y asegurar la sostenibilidad de la Editorial.

EVIDENCIAS

IDENTIFICACIÓN, REGISTRO O EVIDENCIA	SOPORTE DE ARCHIVO	RESPONSABLE DE CUSTODIA	TIEMPO DE ACTUALIZACIÓN
Documento diseño de campaña de <i>marketing</i>	Digital-Impreso	Depto. de Mercadeo	Indefinido
Lista de asistencia de presentación de libros	Digital-Impreso	Depto. de Mercadeo	Indefinido
Promoción digital	Digital	Depto. de Mercadeo	Indefinido
Plan de distribución	Digital-Impreso	Depto. de Administración Depto. de Mercadeo	Anual
Orden de venta	Digital	Depto. de Administración Depto. de Mercadeo	Indefinido
Carta de compromiso	Digital-Impreso	Depto. de Administración Depto. de Mercadeo	Indefinido
Comprobante de pago bancario	Digital-Impreso	Depto. de Administración Tesorería UNAH	Indefinido
Factura de compra	Digital-Impreso	Depto. de Administración Tesorería UNAH	Indefinido
Informes de seguimiento y evaluación	Digital	SEDI CCG Depto. de Gestión de la Calidad	Trimestral Anual

DIAGRAMAS DE FLUJO





