

Reflexiones de un vendedor de la calle

Escrito por Administrator

Viernes 07 de Junio de 2013 18:11

Vaya tela la de tiempo que llevo sin escribir nada...

Cuando uno se enfrenta al infinito de un espacio vacío para plasmar una idea, hay veces en que no sabe ni cómo empezar. Mi caso no es ese: mi caso es que no se cómo terminar.

Es relativamente fácil plasmar tus iras, tus ideas, tus quejas, tus sueños, tus proyectos, tus amores, tus dolores...en definitiva, tu vida.

Ahora mismo no tengo ganas de hacer nada, pero veo que es un testimonio importante dejar plasmadas tus "cosillas", sobre todo para el futuro y para que los tuyos, o mejor dicho los "míos", vean cómo vivíamos los españolitos de "principios del siglo XXI".

A fecha de hoy aún soy vendedor de prensa escrita, algo que dentro de poco tiempo será raro ver y que en las bibliotecas del futuro inmediato, que serán digitales o virtuales, se tratará como un fenómeno "retro o antiguo". Los profesionales que nos hemos dedicado a esto nos estamos jubilando con la "mínima de pensión", si es que podemos jubilarnos algún día, después de pagar subidas de impuestos y tasas, mientras que las ventas bajan y bajan condenadas a desaparecer.

Nuestra generación vivió a finales del siglo XX una época muy buena de inversiones y de crecimiento económico, pero hoy por hoy el panorama lleva años siendo muy negro, tanto que se puede definir con una palabra: lamentable. Con este término sólo se refleja la punta del iceberg...y todos sabemos que al final "El Titán" de los mares termina por hundirse, arrastrando hacia el fondo todo lo que pilla a su paso que no flote. Con esta metáfora se puede dibujar la realidad actual de los puntos de venta de prensa, aunque para no monopolizar el asunto, cualquier pequeña y media empresa se encuentra en la actualidad subida en el "Titanic" de la economía, en este caso española. Y los augurios no son nada alagüeños...

Desde hace algún tiempo, los profesionales de la venta de prensa y revistas estamos introduciendo productos alternativos en el canal, y con ello estamos diversificando y, por ende, ampliando el espectro de clientela y de ventas. Actualmente en mi ciudad (Sevilla), se ha convertido en algo normal el no encontrar puntos de venta que tengan revistas y prensa de

Reflexiones de un vendedor de la calle

Escrito por Administrator

Viernes 07 de Junio de 2013 18:11

forma masiva en exposición. La evidencia es rotunda. Estamos para vender y rentabilizar el negocio, y vamos a lo "Bueno, Bonito y Barato".

En el amplio espectro de productos para vender, tiene mucho peso un tema muy importante, "la libertad de elegir proveedor y poder negociar las condiciones con las que trabajar", es decir, que aquel que deje el material en depósito, aceptando devoluciones y sin cobrar portes tiene, como dicen, "todas las papeletas" para ser un buen proveedor, y curiosamente, con la bajada de ventas se han diversificado enormemente los vendedores que nos visitan.

En mi caso lo tengo claro: conozco testimonios de vendedores con facturas de menos de 300 euros semanales, que están abiertos y viven de su negocio, y que al igual que yo viven de la venta, y no da lo mismo vender un simple caramelo, juguete, etc etc...que por ejemplo una revista del corazón. Dicha revista puede tener entre un 18% y un 25% de beneficio bruto; de ese beneficio debemos descontar lo que llaman los distribuidores "portes o trabajos auxiliares". El ejemplo es claro: si un Pronto vale un euro y yo le gano entre 18 y 25 céntimos brutos, debo descontar de esa ganancia el porte de esa revista para saber cuál es el beneficio real o neto, para mi bolsillo...

Según tengo entendido, hay empresas que cobran entre 12 y 36 euros semanales por llevarte la publicación. Poniendo el ejemplo de la revista Pronto, con un beneficio de 0,18 céntimos, para que no me costara el dinero tendría que vender 68 unidades, obteniendo así un beneficio de 12,24 euros... Estos cálculos los hago con la base de beneficio neto del 18% y un porte de 12 euros semanales, si por el contrario fuera un 25% el beneficio de la revista, debería vender 50 ejemplares para obtener un beneficio neto de 12,50 y así cubriríamos la cuota de reparto. En todo este "lío de números" no he mencionado que en mi ciudad la empresa que distribuye la revista Pronto se llama Sgel, que cobra a unos vendedores el "reparto" y a otros no, dependiendo de la antigüedad con la que se trabaja con ellos. Según la información que me llega, Sgel puede cobrar entre treinta y tantos, cuarenta o incluso más de 60 € mensuales. Esa información me confirman desde diferentes sitios de España.

Yo, con todo esto que expongo, sólo digo que en mi ciudad un punto de venta nuevo, para pagar 35 € de portes a una distribuidora, más 12 a otra, más 12 a la otra, debe desembolsar un total de 59 euros semanales para recibir el género. Si volvemos al ejemplo de la revista Pronto y del beneficio del 18%...para cubrir los 59 euros de portes semanales tendría un negocio que vender 330 prontos a la semana, o lo que es lo mismo, hacer una caja de 47,14 € en venta exclusiva de revistas al día...y estas cifras son sólo para "cubrir costes de distribución", que todavía no he hablado de impuestos, y de lo más importante: trabajar para vivir, y no lo que hacemos en la actualidad: vivir para trabajar, y por ende pagar.

Reflexiones de un vendedor de la calle

Escrito por Administrator

Viernes 07 de Junio de 2013 18:11

En este punto yo preguntaría a un editor: "¿sabe cuántos ejemplares de su revista recibe un punto de venta?" Ahora me responderá: "claro que lo sé", a lo cual yo responderé: "¿sabe cuántos devolvemos y no dejamos en exposición porque el coste de lo que expongo es inadmisibile e inasumible para un simple intermediario, que no es ni siquiera el cliente final?; ¿saben esto los anunciantes de sus cabeceras, es decir, que los puntos de venta dejamos de vender las mismas por estos costes desmedidos?; ¿se creen todavía las cifras de producción de esas cabeceras, no saben que el almacén es el peor lugar para un anuncio que está pagado?".

Yo lo tengo claro: si los editores destinaran parte de esos ingresos publicitarios, pagando y mimando a los puntos de venta, sus costosas campañas publicitarias encartadas en esas publicaciones estarían en mis vitrinas.

Estas cifras que doy de portes pueden oscilar arriba o abajo, compañeros de unas provincias me hablan de 60 euros semanales, otros me hablan de 25...siempre de una distribuidora, claro está. Aquí en la provincia hay unos que me hablan de 36 euros, y en la ciudad otros me hablan de 25.

¿Los dueños de los puntos de venta han estudiado esto que más de uno exponemos?.

Lo dicho, el que quiera "oír que oiga" y si no, que siga en el "sueño de los justos", que gracias a la dejadez de un gremio como el nuestro nos va como nos va...

Rafael García (Ragumum) desde Sevilla

Reflexiones de un vendedor de la calle

Escrito por Administrator

Viernes 07 de Junio de 2013 18:11

