

LIBRERÍA

Un negocio a medio camino entre la tradición y la vocación

1. El negocio

Según datos facilitados por la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros, el año 2015 presentó un ligero incremento tanto en la producción como en la edición de libros. Los libros en papel representaron el 71,9% del total, mientras los digitales suponen el 26,3% del sector. Su facturación ha descendido desde el año 2009 como consecuencia de la situación económica iniciada en 2007, generando una bajada en el consumo y en la demanda interna.

Si bien, se trata de un sector en constante cambio, en el que el desarrollo económico convierte en una necesidad más el consumo cultural. El saber adaptarse a la evolución del mercado será clave en la supervivencia de un negocio no carente de amenazas, pero que presenta una serie de interesantes oportunidades.

2. El local

Cuando se inicia la búsqueda de un local para abrir una librería hay que tener en cuenta que conviene situar ésta en lugares de abundante tránsito de personas. Incluso puede ser hasta beneficioso instalarse en lugares cercanos a la competencia, ya que el cliente suele acudir a zonas donde hay más oferta. Obviamente, cuanto mejor esté ubicado un local, es más probable que su precio de adquisición o su alquiler sea mayor.

En cuanto a las características del local, el tamaño ideal dependerá del tipo de librería que se monte, de las actividades que se lleven a cabo y del tamaño del surtido que se ofrezca al público, variando este entre 100 y 500 m². Los escaparates deben ser grandes y con buena visibilidad desde el exterior. También es imprescindible contar con un espacio adecuado como almacén ya que la renovación del fondo bibliográfico es constante.

El coste del diseño interior será variable y dependerá evidentemente del tamaño del negocio (p.e. la inversión requerida para una librería de 100 m² rondará los 36.000 euros).



3. Equipamiento y plantilla

La inversión necesaria para constituir el stock inicial de una librería (aproximadamente el 60% de los gastos de explotación) depende del tamaño del local, del tipo de libros y de su rotación media. La compra de software resulta esencial en este negocio, siendo conveniente adquirir uno de los programas específicos de gestión de librerías, incluso en comercios de reducida dimensión. La gestión administrativa se puede subcontratar ya que resulta más barato. Además, será necesario contar con la suficiente liquidez financiera que permita afrontar los gastos que vayan surgiendo, sobre todo al comienzo del negocio.

En este sector no es posible la diferenciación vía precios ya que estos están prefijados. Por ello, resulta vital la atención al cliente y el trato personalizado. Los trabajadores deben estar convenientemente formados y disfrutar de una buena cultura, de forma que conozcan a los clientes y sus preferencias y sean capaces de asesorarles en la compra. El número de trabajadores variará en función del tamaño y de las horas de apertura, partiendo de un mínimo de dos personas.

4. La competencia

Según los datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, actualmente hay más de 5.000 librerías, de mayor o menor tamaño, en España.

Teniendo en cuenta que las librerías en la actualidad comercializan aproximadamente la mitad de las ventas de libros en España, los expertos auguran un buen futuro para el sector, ya que es un mercado muy consolidado, en el que también se están abriendo nuevos nichos de mercado (librerías especializadas).

Hay que ser conscientes de que la composición de la competencia viene conformada no sólo por el conjunto de librerías y cadenas de librerías, sino también por todos aquellos agentes que ofrecen libros al público para su venta, como pueden ser los hipermercados y grandes superficies, kioscos, las propias editoriales, clubs del libro, ventas por correo o Internet, etc., que compiten en igualdad de condiciones en cuanto al precio con las librerías tradicionales.

Tratándose de un sector en el que los precios vienen marcados en su mayor parte por editor o distribuidor, una de las oportunidades que ofrece el sector para competir es la posibilidad de especialización en una materia o contenido concreto. Abrir una librería especializada (p.e. en arte, medicina, universidad, viajes, idiomas, infantil, etc.) permite que la clientela no se reduzca sólo al público cercano, sino que sea posible incrementar la facturación a través de la venta por Internet o por encargo.

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** No es habitual en librerías, ya que, aunque se tuvieran costes menores, los precios de los libros no serían más baratos pues están prefijados.
- **Diferenciación.** La librería oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (presentaciones, actividades culturales, atención diferenciada, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un nicho de mercado. Una librería especializada permite acceder a clientes de otros ámbitos geográficos a través del uso de las nuevas tecnologías.

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Comercio donde se venden libros a clientes particulares o a instituciones.
- **Sector:** Servicios.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta en obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 100.000 euros se puede financiar la reforma del local más el mobiliario y los primeros gastos para una librería media de unos 150 m².
- **Personal mínimo:** El número de personal mínimo para una librería pequeña será de dos personas, variando en función del tamaño y de las horas de apertura.
- **Formación requerida:** Buena formación específica y una cultura general alta.
- **Superficie:** Se puede montar una librería general en locales desde 100 m².

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. Los generales para todas las empresas de nueva creación. Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.
3. En materia laboral será de aplicación el Convenio Colectivo Nacional del Ciclo de Comercio del Papel y Artes Gráficas.
4. Evaluación de Riesgos Laborales (si se contratan trabajadores por cuenta ajena)
5. Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se van a manejar datos de carácter personal.