

# El sector facturó durante el pasado año Nuevos aires llegan

# un total de 2.793 millones de euros a las librerías

Te proponemos entrar en un negocio tradicional y muy vocacional. Para sobrevivir en él hay que saber adaptarse a la evolución de un mercado que en los últimos tiempos se ha visto amenazado por las grandes superficies.

En veinte años el sector del libro ha cambiado totalmente y el desarrollo económico ha provocado que el consumo cultural se haya convertido en una necesidad más, comenta **Francisco Goyanes**, gerente de la Librería Cálamo en Zaragoza ([www.calamo.com](http://www.calamo.com)). Este hecho se ha traducido en un incremento de las ventas de libros en España, acompañado de un cambio en el canal de comercialización de los mismos: en 1993 sólo el 34% de la venta de libros tenía lugar en librerías o cadenas de librerías. Diez años después, el porcentaje es del 51,5%.

## Amenazas

Antes de montar una librería tendrás que analizar los pros y contras que ofrece el sector. Las principales amenazas que tendrás que afrontar son:

**Competencia desleal.** "Una de las amenazas del sector es la competencia desleal ejercida por las editoriales que venden directamente al cliente final, sobre todo a instituciones como colegios o bibliotecas", explica **Michèle Chevallier**, directora de la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL) ([www.libreros.org](http://www.libreros.org)).

Por otro lado, "hay una proliferación excesiva de grandes superficies y de cadenas verticales de librerías que gozan de privilegios de apertura -festivos, horarios amplios, etc.-, que están cambiando la estructura tradicional del sector", comenta **Fernando Valverde**, director de la librería madrileña Jarcha (91 776 24 12).

**Igor Muñiz**, de la Librería Muga, de Madrid (91 507 90 84), añade que "se

## Canales de comercialización

En 2003, el sector del libro facturó 2.792 millones de euros en España. Según datos facilitados por la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL, [www.libreros.org](http://www.libreros.org)), en los últimos años las cadenas de librerías y las librerías independientes han aumentado su porcentaje sobre la facturación global del sector, experimentando además el mayor crecimiento y el único constante a lo largo de los años. En el cuadro de la derecha se muestra el peso en la facturación de los distintos canales de comercialización.

### Distribución de la venta

Librerías/cadenas librerías	51,5%
Crédito puerta-puerta	11,6%
Grandes superficies	9,8%
Empresas y entidades	5,7%
Otros canales	5,0%
Quioscos	4,9%
Clubes del libro	4,7%
Venta telefónica	3,2%
Correo particulares	2,2%
Instituciones públicas	0,6%
Otras editoriales	0,4%
Internet	0,4%

Fuente: Comercio interior del libro en España 2003 FGEE y CEGAL

## Inversión mínima necesaria

A continuación, detallamos la inversión mínima necesaria para iniciar la actividad empresarial en un local de unos 150 m<sup>2</sup>. Además, tendrás que contar con un colchón financiero que te permita afrontar los gastos de personal, publicidad, suministros...

Gastos de primer establecimiento (gastos de constitución de la SL + trámites administrativos)	-> 3.400 euros
Existencias iniciales (más 29.000 euros en depósito)	-> 91.000 euros
Alquiler del local (primer mes + dos meses de fianza)	-> 6.000 euros.
Programa informático	-> 4.000 euros
Reforma y mobiliario	-> 11.100 euros
<b>TOTAL</b>	<b>-&gt; 115.500 euros</b>

está imponiendo el modelo *novedad-best seller* de la gran superficie, ya que se considera el libro como una mercancía, no como un bien cultural. Si este modelo se llegara a imponer, implicaría una disminución de la calidad del sector".

Por otro lado, **Ana Escarabajal**, gerente de la Librería Escarabajal, en Murcia (968 50 14 89), explica que "las librerías tienen que hacer frente además a la competencia ejercida por otras empresas del sector como, por ejemplo, franquicias ➤



## Precio fijado por ley

Los libros tienen el mismo precio de venta en cualquier librería de España ya que lo fija por ley el editor o distribuidor. El librero tan sólo puede hacer un descuento adicional de hasta el 5% -que en algunas cadenas se ha convertido en permanente- para el cliente y de hasta un 15% para instituciones -colegios, bibliotecas, etc.-. Sólo hay una excepción, fijada tras

la aprobación del Real Decreto 6/2000 del 23 de junio, que autoriza los descuentos ilimitados para los libros de texto de enseñanza obligatoria. Y ya que no es posible la diferenciación por precio, en este negocio cobra vital importancia la atención al cliente. "En las librerías se hace imprescindible ofrecer un trato personalizado. Hay que conocer a los clientes, saber sus gustos y, sobre todo, estar preparados para darles asesoramiento", comenta Igor Muñiz. Para ello, "los trabajadores deben tener una buena formación y una cultura general media alta. En España no hay estudios específicos, por lo que el librero debe ser autodidacta y estar preparado para ofrecer asesoramiento en todo momento al cliente," explica Francisco Goyanes.

cas del local, Ana Escarabajal explica que "el tamaño ideal son unos 500 m<sup>2</sup> y debe tener grandes escaparates. También es imprescindible contar con un almacén ya que la renovación del fondo bibliográfico es prácticamente diaria". Sin embargo, los metros necesarios dependen del tipo de librería que se monte y de si se van a ofrecer actividades culturales en ella. Respecto al coste del diseño interior, es muy variable: "Para una librería de 100 m<sup>2</sup> la inversión mínima son 36.000", señala Goyanes.

## El local

Una librería general que pretenda abrir en una gran ciudad debe situarse en un sitio de paso céntrico. Instalarse cerca de la competencia puede ser incluso beneficioso ya que el cliente suele acudir a zonas donde hay más oferta. En el caso de la librería especializada, Michèle Chevallier cree que "no tiene mucha razón de ser en una ciudad no universitaria y de tamaño reducido. No obstante, puede tener hueco si existe una política local de fomento de la lectura, bibliotecas, etc". En cuanto a las característi-

cas del local, Ana Escarabajal explica que "el tamaño ideal son unos 500 m<sup>2</sup> y debe tener grandes escaparates. También es imprescindible contar con un almacén ya que la renovación del fondo bibliográfico es prácticamente diaria". Sin embargo, los metros necesarios dependen del tipo de librería que se monte y de si se van a ofrecer actividades culturales en ella. Respecto al coste del diseño interior, es muy variable: "Para una librería de 100 m<sup>2</sup> la inversión mínima son 36.000", señala Goyanes.