

BECA JUAN GRIJALBO CONACULTA

¡BIENVENIDOS!

**PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN
DE UNA LIBRERÍA**

M.A.C. ARTURO AHMED ROMERO

COCOYOC, MORELOS 2008



“Cuando entro en una librería, mi ojo se dirige incierto y un poco receloso hacia la mesa de la mercancía”

Giulio Einaudi

¿QUÉ ES UNA LIBRERÍA?

Es un espacio comercial donde se venden libros y un agente cultural que ayuda a promover la lectura, además de ser un referente para la sociedad



¿CUÁL ES LA FUNCIÓN DE UNA LIBRERÍA?

- Orientar al lector
- Mantener el nivel sociocultural de su entorno
- Crear el contacto entre el pensamiento y los lectores
- Estimular la curiosidad
- Sugerir lecturas
- Invitar a la formación de nuevos lectores
- Crear empleo
- Impulsar la lectura y la belleza
- Ser el primer interlocutor entre la sociedad y el mundo editorial
- Ejercer el papel de barómetro cultural y literario
- Además de vender libros



OBJETIVOS DE UNA LIBRERÍA

- Ofrecer un servicio al territorio en el que se trabaja
- Ser un punto de referencia para los lectores
- Desarrollar una acción de promoción entre los jóvenes
- Favorecer a las editoriales pequeñas, medianas y a las de investigación y, seleccionar la producción de las grandes editoriales
- Alcanzar un equilibrio de rentabilidad satisfactorio
- Estar orientada hacia un crecimiento constante, permaneciendo siempre sobre la cresta de la ola



¿CUÁL ES LA FUNCIÓN DE UN LIBRERO?

- Conocer de libros y editoriales
- Atender a cualquier persona interesada en la compra de un libro
- Asesorar al cliente sobre las lecturas que desea
- Mantener una relación cercana con el cliente en la librería o fuera de ella
- Mantenerse actualizado en todo lo concerniente a novedades y reposiciones de libros
- Leer revistas, periódicos y gacetas que informen sobre los libros o acontecimientos del momento
- Conocer la localización de los libros, temas y secciones de la librería
- Saber vender libros



ASPECTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA LIBRERÍA

Una librería debe contar con un sistema de gestión que ayude a administrar adecuadamente los inventarios, éste ayuda a:

- Consultar títulos.
- Punto de venta con reportes estadísticos.
- Módulo de ventas de factura o remisión con opción de devolución.



ASPECTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA LIBRERÍA

- Control de ingresos de compras o consignaciones con opción de devolución.
- Emisión de reportes de venta, cobranza a clientes, libros más vendidos, compras realizadas, devoluciones de clientes y proveedores, estados de cuenta.
- Manejo de inventarios para actualización de existencias, tomas de inventario, valuaciones de inventario.

Debe proporcionar información sistemática y oportuna a sus clientes.



TIPOS DE LIBRERÍA

- General

Es aquella que vende libros de todas las editoriales, autores y temas.

- Especializada

Es aquella que vende libros sobre un tema en específico

- Mixta

Es aquella que vende libros en general y mantiene algunas secciones especializadas.



EL DECÁLOGO DEL LIBRERO

1. El cliente es la persona más importante de la empresa
2. El cliente no es un dato estadístico frío, sino un ser humano con sentimientos y emociones, exactamente como nosotros.
3. El cliente merece un trato atento y cortés.
4. El cliente no es un extraño, sino que forma parte de nuestra empresa.
5. El cliente no interrumpe nuestro trabajo, sino que constituye la finalidad del mismo.



EL DECÁLOGO DEL LIBRERO

6. El cliente nos hace un favor cuando se dirige a nosotros; no somos nosotros quienes le hacemos a él un favor cuando lo atendemos.
7. El cliente no es alguien con quien se deba bromear o discutir.
8. El cliente no depende de nosotros; somos nosotros quienes dependemos de él.
9. El cliente es la persona que permite que se pague nuestro sueldo.
10. El respeto por estos principios permite que cada librería se constituya en protagonista dentro del mercado.



BIBLIOGRAFÍA

G. Brunetti et al., *La Librería como negocio. Economía y administración*, FCE-Libraria, México 2004 (colec. “Libros sobre libros”; tr. del italiano: *La gestione Della librería. Economia e management dell’impresa libraria*, Bibliografica, Milano 1996).

R. Montroni, *Vender el alma. El oficio de librero*, prólogo de Humberto Eco, FCE-Libraria, México 2007 (colec. “Libros sobre libros”; tr. del italiano: *Vendere l’anima. Il mestiere del libraio*, Laterza, Roma-Bari 2006).

M. Gil, F.J. Jiménez. *El nuevo paradigma del sector del libro*, España 2008, Trama Editorial.



¡MIL GRACIAS!

M.A.C. ARTURO AHMED ROMERO

E MAIL: arturoahmed@hotmail.com

CEL: 04455 3732 9105

TEL. DCTO: 0155 5665 0220

Tú puedes consultarnos todas tus dudas e inquietudes acerca de este curso por correo electrónico, o hacer contacto personal.

