



BOOK-OFF

Una reutilización que se convirtió en negocio

Una cadena de tiendas que desde hace años aplica un modelo de negocio que tiene como base la ecología

En Japón existen un total de 2,300 tiendas de libros usados de las cuales 700 se encuentran en Tokio. Y dentro de estas, la cadena de tiendas Book Off ha destacado nítidamente al punto de ser considerada como un modelo de negocios que se menciona como ejemplo en el mundo económico local.

Book Off (Book Off Corporation, nombre oficial) es además la cadena de librerías de segunda mano más grande del país. Fundada en 1990, tuvo un éxito inmediato que permitió su rápida expansión. En agosto de 2006 ya contaba con 866 tiendas en todo el país y ocho tiendas en el extranjero, y para marzo del 2011 los locales sumaban 906 en total con unas ventas superiores a los 50 mil millones de yenes.

Además de libros que fue el producto inicial que comercializó la cadena, actualmente en las tiendas de Book Off se venden manga, CD, DVD y videojuegos, todos de segunda.

Las tiendas se distinguen por su gran superficie, limpieza e iluminación y un diseño inspirado en las tiendas de conveniencia (combinis) por una razón específica: brindarle al público la sensación de estas entrando a un espacio que ya conoce y con el cual se identificó automáticamente.

La buena iluminación y un piso de color claro tampoco son una casualidad, ya que fueron pensados para que aumenten la sensación de higiene del local y resalten los detalles de los

productos vendidos, que pasan de ser “libros usados” a “libros usados que parecen nuevos” o lo que en japonés se llama 新古本 shinkobon.

Una de las innovaciones introducida por la cadena en la venta de libros usados y a la cual se le atribuye gran parte de su éxito, es la práctica de guillotinar (cortar) los bordes de los libros, lo cual elimina del ejemplar el aspecto de libro usado. Este detalle y una gran selección de libros semi nuevos a precios reducidos hasta en un 50% del valor original, ha convertido a Book Off en un agresivo competidor de las librerías convencionales, las cuales así quisieran, no pueden rebajar demasiado sus precios debido a que la ley se lo prohíbe.

Otra razón del éxito de Book Off, es que en sus locales los clientes pueden hacer lo que en japonés se conoce como 立ち読み tachiyomi, es decir la práctica de leer de pie frente a los estantes. Algo que no se permite en numerosas librerías y tiendas de conveniencia.

Book Off es una empresa que a nivel local, es citada frecuentemente como el ejemplo de una corporación que supo encontrar la forma de crecer durante la “década perdida”, como se le llama en Japón al periodo de crisis económica que siguió al final de la Burbuja Económica de los 80.

Las grandes editoriales Dai Nippon Printing, Kodansha, Shogakukan y Shueisha, incentivadas por el éxito y el poderoso canal de distribución en el que se ha convertido Book Off, adquirieron el 30% de las acciones de la compañía, operación que colocó el volumen de negocios de las tiendas shinkobon por encima de los 100 mil millones de yenes.

En años recientes, Book Off se expandió desde venta de libros usados a la venta de productos de segunda mano en sus tiendas Hard Off, así como al alquiler de videos y discos usados en sus tiendas Tsutaya, dedicadas al alquiler de películas de estreno y venta de CD nuevos. ■

