

Datos del Proyecto

1.- Denominación de la Idea o actividad (denominación comercial o actividad principal a desarrollar)

LibroVivo – Librería ambulante cultural

2.- Descripción de la Idea. Detalle cómo y por qué cree que podría convertirse en negocio: problema que se pretende resolver (necesidades que cubre), novedad de la solución propuesta.

LibroVivo es un pequeño negocio móvil que combina venta de libros de segunda mano y actividades culturales itinerantes: cuentacuentos, microtalleres de escritura, lectura al aire libre y clubes de lectura exprés.

Funciona como un “booktruck” a pequeña escala (puede empezar con una bicicleta cargo adaptada o un carro plegable) que recorre barrios, parques y ferias de Córdoba.

Es ideal para lanzar como autónomo con enfoque sostenible, educativo y comunitario.

3.- Descripción de los productos/servicios/utilidades que genera la puesta en marcha de la Idea

Venta de libros usados (novelas, poesía, cuentos infantiles, libros de autoayuda)

Actividades literarias gratuitas o a donativo (cuentacuentos, recitales, “microclubes”)

Venta de kits literarios (packs de lectura sorpresa, marcapáginas, cuadernos artesanales)

Servicios para centros educativos o asociaciones vecinales (lecturas, animación a la lectura)

4.- Descripción cronológica de los procesos y/o actividades que se han de realizar para llevar el producto / servicio al cliente final.

*Mes 1 – Preparación:

- Recolección de libros usados (donaciones, mercadillos, bibliotecas)
- Adaptación del carro o bici cargo para convertirlo en “mini librería ambulante”
- Alta como autónomo y promoción en redes sociales

*Mes 2 – Prueba piloto:

Primeras salidas a zonas con afluencia (riberas, parques, centros cívicos)

- Pruebas de actividades: cuentacuentos infantiles, trueque de libros
- Inicio de venta de kits sorpresa y merchandising sencillo

*Siguiendo meses – Consolidación:

- Ruta semanal por barrios de Córdoba
- Participación en eventos municipales o mercadillos culturales
- Talleres colaborativos con centros escolares, bibliotecas o AMPAs

5.- Mercado al que se dirige. ¿Cuál es su principal clientela? ¿Dónde se encuentran localizados?

- Mercado objetivo: familias, niños/as, jóvenes lectores, docentes, amantes de los libros, turistas con interés cultural

- Zonas objetivo: centros cívicos, parques (La Asomadilla, Miraflores), ferias del libro, casco histórico

6.- Con la idea desarrollada, ¿se ofrece algún servicio adicional que pudiera mejorar la experiencia de compra del cliente?

Si

Descríbelo

Servicio de recogida de libros que ya no se utilizan o quieren.

7.- Factores / motivos por los cuales la implantación de la Idea tendría éxito.

- Creciente interés por la economía circular y la reutilización de libros
- Formato móvil, sin necesidad de local físico ni alquileres
- Enfoque sostenible, educativo y accesible para todos los públicos
- Alta visibilidad en zonas públicas, ideal para promocionarse sin coste
- Gran potencial de colaboración con bibliotecas, centros escolares y ONG

8.- Descripción y desglose de la inversión necesaria para iniciar la actividad generada por la Idea presentada

CÁLCULO APROXIMADO:

Carro o bicicleta adaptada para libros 1.200 EUROS
Compra de primeros libros (segunda mano) 600 EUROS
Materiales de animación (altavoz, mesa, tela, títeres) 500 EUROS
Diseño gráfico, imagen y redes sociales 400 EUROS
Merchandising inicial (kits literarios, marcapáginas) 300 EUROS
Licencia, seguro y autónomo primer trimestre 600 EUROS

Total estimado 3.600 €