



## Las librerías extremeñas en el siglo XXI: entre el comercio tradicional y el cambio

por Paca Flores

Las librerías están cargadas de libros que no se venden, asegura Gabriel Zaid en *Los demasiados libros*. El librero, más que propietario de un negocio, viene a decir Zaid, ha de ser adivino, es decir, ha de conocer de antemano que podrá interesarle a sus clientes, a los lectores, qué deberá permanecer en las estanterías de su librería esperando a ese lector y qué deberá regresar, tras el tiempo de escaparate y novedad, al almacén del editor. El librero puede devolver al distribuidor los libros que no se vendan, pero no puede devolver a nadie el tiempo que invierte en ellos: ese tiempo es su trabajo.

Durante algunas décadas, todo fue diferente, también en Extremadura: el librero había de comprar los libros que luego vendería -por decirlo de otro modo: los editores le servían la mercancía a través de pedidos en firme-. Además, el librero tenía todo el tiempo del mundo, es decir, el tiempo era "barato" entonces y las novedades -los libros recién llegados a las librerías- no *caducaban* a la velocidad actual. El riesgo de la compra en firme era compensado por un ritmo de mercado mucho más sosegado, que permitía a los libreros pensar en inversiones, y defender su proyecto de librería a largo plazo.

Pero este panorama, que en España sobrevivió hasta finales de los 60, y respecto a algunos lanzamientos editoriales, hasta mediados de los 70, sufrió, por influencia de los sistemas de mercado y rotación norteamericanos, un gran cambio: libros en depósito, rápidas rotaciones de novedades, incremento del número de títulos publicados al año, nuevas prácticas de *marketing* para la promoción y venta de libros, etcétera. Y no sólo por parte del gremio editorial, sino también por parte de las librerías: escaparatismo por acumulación y uso de *displays*; mesas de novedades centrales con metros cúbicos del mismo título; agigantamiento de escaparates -como, también, del formato de los libros-; y, por último, el famoso y ya no tan novedoso *facing*: la colocación de los libros en las estanterías de cara al lector, esto es, no alineados al modo tradicional, sino con las cubiertas expuestas al público.

Todo esto necesita, por supuesto, librerías de gran tamaño. No lo señala Zaid, pero sí un pesimista estudio del gremio de libreros británico: las pequeñas librerías están condenadas a desaparecer, si no crecen, claro. Si no aumentan sus metros cuadrados. Es tal el número de nuevos títulos que

cada año se publican que a cualquier librero pequeño o mediano le resulta imposible exponer ni siquiera un 30%. Y ahí aparece de nuevo ese papel del librero como adivino: qué libros han de permanecer en su librería.

De entre los libreros extremeños consultados para este boletín, sólo un 10% de los mismos se guía por su propio criterio al margen de lo que se llama mercado. El resto se ve obligado, si es que podemos decirlo así, a guiarse por sus distribuidores y, claro, por las promociones de los editores, con sus diferentes estrategias. En buena medida, la distribución en Extremadura controla (el verbo no tiene aquí un matiz totalmente negativo) el mercado del libro hasta las últimas consecuencias, es decir, hasta que éste llega a las manos del lector. "Libro no bien distribuido es libro perdido", dice uno de los lemas de la famosa Feria de Francfort. Los libreros extremeños dependen para la supervivencia de sus negocios de la distribución, sea ésta buena, regular o mala. Pero "el distribuidor es, más que el editor, el dueño del negocio", como aseguraban los fundadores de la cadena francesa de librerías FNAC no hace mucho.



La gran producción editorial obliga a la continua rotación de los libros en el escaparate: nunca las novedades fueron tan efímeras como en la actualidad

“Hasta los años 70 el ritmo de mercado era mucho más sosegado y permitía a los libreros pensar en inversiones y defender su proyecto de librería a largo plazo.”

## La distribución en Extremadura

El sistema de distribución de libros es prácticamente igual en todas las regiones de España, ya que cada una de éstas recibe los libros, por lo general, a través de distribuidores de zona o delegaciones de la distribuidora nacional. También existen, por supuesto, grandes distribuidores que sólo trabajan para un gigantesco grupo editorial, y, por tanto, sólo "sirven" libros de las editoriales de ese grupo. En Extremadura, con muchas pequeñas librerías, y un buen número de ellas de reciente creación, buena parte del mercado del libro es *movido* por esos delegados de zona o distribuidores regionales, que se ocupan de decenas de editoriales. Estas distribuidoras son llamadas en Italia "distribuidoras libres", porque no están ligadas a un solo grupo de empresas editoriales, y sus estrategias y contratos de distribución y venta no suelen ser tan draconianos como los de esos grupos. Sin embargo, el volumen de negocio que mueven en España las grandes distribuidoras de monopolios empresariales es ya muy superior al que gestionan las pequeñas distribuidoras. Extremadura es aún, en este aspecto, una excepción, según los datos manejados para elaborar este boletín.

## Las librerías extremeñas: del comercio tradicional al cambio generacional

Hasta hace algunos años sólo se llamaban librerías a los comercios que exponían y vendían libros, pero hoy el concepto de librería ha mutado. Nuevos modelos de librería han surgido durante las dos últimas décadas, y dos de ellos con un importante impacto al fin en el

número total de ventas de libros: el centro comercial y el quiosco. Ambos han incorporado a sus mercancías habituales -el primero, productos del hogar, en sus múltiples variantes; el segundo, prensa periódica- una mercancía que nació para no ser tan efímera como en ocasiones sucede en la actualidad: el libro.

Los responsables de quioscos y librerías de centros comerciales de Extremadura, lo que una parte del sector editorial internacional llama "neolibreros", coinciden en asegurar que la *incorporación* del libro a sus mercancías habituales no hace "sino fomentar la lectura" entre una capa de la población ajena antes a la lectura. Ninguno de los entrevistados, de entre los responsables de centros comerciales, valora el tipo de libros que ofrece en su establecimiento, pero de la encuesta se extrae la conclusión de que el llamado "libro literario" no es el producto estrella en estos establecimientos, sino los de bolsillo y autoayuda; además de los de consulta y técnicos; los *best-sellers* de la temporada y algunas colecciones infantiles y juveniles.



Las promociones de libros ligadas a la prensa diaria ayudan a crear pequeñas bibliotecas básicas

En cuanto a los quiosqueros, estos trabajan habitualmente con las promociones ligadas a la prensa diaria, que son valoradas positivamente por los dieciséis expertos consultados (editores públicos y privados, profesores de universidad, sociólogos, periodistas...). Estas promociones, señalan tanto la mayoría de expertos como los quiosqueros, fomentan la lectura y crean pequeñas bibliotecas básicas. En otras ocasiones, aportan

las lecturas necesarias para la enseñanza obligatoria en colegios e institutos, hecho éste muy criticado por los libreros "convencionales", que ven cómo uno de sus productos *estrella* ha ido perdiendo ventas en beneficio de otros sectores que ya son una verdadera competencia para la librería tradicional.

“Nuevos modelos de librería han surgido durante las dos últimas décadas, y dos de ellos con un importante impacto al fin en el número total de ventas de libros: el centro comercial y el quiosco.”

Ésta ha asistido además, durante los últimos años, al aumento del número de librerías escolares. Los responsables de las librerías escolares consultadas argumentan que ese crecimiento nace del interés de los colegios por facilitar a los alumnos la adquisición de libros. El objetivo, insisten, no es lucrarse, sino sólo "ofrecer un servicio más" a padres y alumnos. "No obligamos a los alumnos a que compren los libros aquí; ni la papelería", coinciden. Por su parte, los libreros *tradicionales* matizan o critican tales declaraciones, señalando que muchas de estas librerías escolares abren no sólo para sus alumnos sino para el público en general y suponen una competencia desleal en los casos en que "sí obligan" a los alumnos a adquirir su material en ellas.

A estas quejas algunos libreros *tradicionales* suman otra: el impacto en sus negocios del florecimiento de las librerías de barrio, que para estos mismos libreros "no son librerías sino bazares". Sin embargo, los libreros de barrio tienen una opinión muy distinta: trabajan, coinciden, muy cerca del lector, y cumplen un papel básico pero importante: ayudan a la economía familiar, pues en algunos casos permiten el pago a plazos, la "suscripción" a determinados libros, etcétera. Además, añaden, las principales

ciudades extremeñas han crecido de espaldas a los barrios, con centros urbanos a los que es difícil acceder en automóvil, algo fundamental para quienes viven en *las afueras*. Algunas de estas librerías se llaman a sí mismas, pues suelen abrir todos los días de la semana complementando sus ingresos con la venta de periódicos y revistas, "librerías de guardia".

Pero, ¿qué es del "librero tradicional"? El perfil del nuevo librero extremeño, del nuevo librero tradicional, valga la paradoja, es el del librero lector y en un alto número con formación universitaria. El librero que crea su negocio desde cero -es decir, no lo ha heredado, algo habitual hasta ahora en este tipo de empresas- y que lo afronta con claridad: conoce bien el mercado del libro y trata de hacerse un hueco en él. La mayoría de estos librereros, o al menos la mayoría de los encuestados, se considera "librero de fondo", aunque las cifras manejadas hacen pensar más bien lo contrario: las librerías extremeñas, por lo general, son librerías de rotación, librerías de novedades y con un fondo editorial escaso o de muy reciente creación, por lo que suelen faltar títulos fundamentales. A pesar de esto, señalan algunos de los encuestados, las nuevas colecciones "literarias" de bolsillo están ayudando a crear otro tipo de fondo, de gran calidad pero más asequible para el lector común.

**“ El perfil del nuevo librero extremeño es el del librero lector y en un alto número con formación universitaria: conoce bien el mercado del libro y trata de hacerse un hueco en él. ”**

El 70% de estos librereros extremeños -con librerías, siempre, en el centro de sus ciudades- aseguran defender a su vez a las editoriales pequeñas y medianas,

pero su interés mayoritario, según esta encuesta, es acabar con una injusticia, propiciada por los grandes grupos editoriales o las distribuidoras: los pocos ejemplares que llegan a Extremadura de los libros más vendidos, o el retraso que sufren en la recepción de estos títulos de gran demanda, necesarios para la supervivencia de sus negocios.



*Los libros han pasado a formar parte de la oferta habitual de los quioscos de prensa*

Son los librereros más jóvenes y con mejor formación intelectual los que estiman de menor importancia su dependencia de los *best-sellers* y apuestan por rebelarse frente al dictado de las propuestas más comerciales, consolidando librerías más "literarias" y amplificando la relación con sus clientes, los lectores, incluso con presentaciones de libros, ferias, actividades en centros de enseñanza. Sólo un 30% de estos jóvenes librereros desliza una queja, que está ligada a la condición todavía eminentemente rural de Extremadura: "cada pueblo tiene su propia librería", es decir, las ciudades ya no son la "meca" de la venta de libros. La librería rural, pero también internet, dato que no señalan los encuestados, han modificado ese "centralismo".

Es cierto que durante la última década se han multiplicado por 10 las librerías del ámbito rural, muy cercanas en su concepción a las librerías de barrio, pero son pocas las que atienden el perfil de lector "literario". Como las califican peyorativamente algunos librereros tradicionales, están entre la papelería, el quiosco y el bazar. Sin embargo, no cabe duda que cumplen un papel cada

vez más relevante, y que muchas de ellas van convirtiéndose, poco a poco, en *verdaderas* librerías. En esta transformación tiene un protagonismo evidente el perfil tanto del libro como de los distribuidores de la zona en que se encuentre cada librería.

## Colofón. La opinión de los expertos

La mayor parte de los expertos extremeños consultados fueron rotundos: las librerías extremeñas no ofrecen, salvo alguna excepción -que todos sitúan en la ciudad de Badajoz-, el mismo número de novedades que en otros lugares del país, ni con la suficiente prontitud. Al mismo tiempo, el análisis de las encuestas realizadas entre este grupo de expertos señala la falta de especialización de muchas de las librerías y la carencia de un fondo suficiente. Aunque todos señalan que sería necesario un mayor número de librerías, matizan que más importante aún sería que las librerías existentes contaran con un buen fondo editorial. Lo que les obligaría, como se indicaba al inicio del boletín, a un crecimiento en metros cuadrados.



*El librero ha de hacer un ejercicio casi de adivinación a la hora de elegir los títulos que formarán parte del fondo de su librería*

Por otra parte, algunos de los expertos señalan que las grandes librerías regionales acaban -como ha sucedido en Badajoz, insisten- por acaparar el mayor volumen de ventas y, a la postre, ocasionan el cierre de otros establecimientos que, o no están suficientemente preparados para responder ante el mercado actual, o no saben encontrar el equilibrio entre su propio tamaño y el sistema de novedades

que rige casi totalmente el mundo del libro hoy. No es una crítica negativa ésta, pues los mismos entrevistados aseguran que esas grandes librerías cuentan con un fondo editorial mayor y tienen más títulos a disposición de los lectores. Son grandes librerías pero no pierden su sesgo "literario".

En los intersticios que dejan, o dejarán, las grandes librerías, sobreviven, e incluso crece, como en el resto del país, ese nuevo tipo de librero que se citaba anteriormente: el librero "humanista", el librero lector. El más necesario, sin duda.



Las listas de libros más vendidos suele marcar la selección de títulos y la colocación de los mismos en los hipermercados

#### Librerías y expertos consultados

Director Editora Regional de Extremadura; director Servicio de Publicaciones de la UEX; director del Plan de Fomento de la Lectura de Extremadura; profesores de la Universidad de Extremadura; periodistas de los diarios Extremadura y Hoy; periodistas Canal Extremadura; Asociación de Escritores Extremeños; distribuidores de libros en Extremadura; quioscos de Cáceres y Badajoz; responsables de librería en Centro Comercial Carrefour (Plasencia), Eroski (Cáceres) y El Corte Inglés (Badajoz); librerías de los colegios Maristas (Badajoz), San Francisco Javier (Fuente de Cantos); San Antonio, Paideuterion y María Auxiliadora (Cáceres); San José (Villafranca de los Barros); librería Alejandría (Azuaga); librería Colón, librería Uníversitas (Badajoz); Librería Boxoyo, Librería Bujaco, Librería Buscón, Librería Marisol, Librería Pléyades, Librería Todolibros, Librería Vicente (Cáceres); Librería Milenio, Librería Rox (Don Benito); Librería Las Flores (Hervás) Librería Romero (Jaraíz de la Vera); Librería Punto y Aparte, Librería Rox, Librería San Francisco (Mérida); Librería Neruda (Moraleja); Librería Mayorga, Librería Quijote (Plasencia); Librería Talía (Villafranca de los Barros); Librería Mensos (Villanueva de la Serena); Librería Atenea (Zafra).

Más información en: [http://www.observatorio-lectura.info/extremadura/boletin/bol8\\_anexo.htm](http://www.observatorio-lectura.info/extremadura/boletin/bol8_anexo.htm)

#### Plan de Fomento de la Lectura de Extremadura

<http://www.lecturaextremadura.com>

Boletín del Observatorio del Libro y la Lectura de Extremadura  
Número 8, diciembre de 2006  
<http://www.observatorio-lectura.info/extremadura>  
Fundación Germán Sánchez Ruipérez  
Departamento de Análisis y Estudios. Peñaranda de Bracamonte (Salamanca)

#### Pacto Extremeño por la Lectura

© Fundación Germán Sánchez Ruipérez  
© Del texto, Paca Flores  
Diseño: Grupo Undanet y Andrés-S. Barba  
Impreso en EuCarPrint  
Depósito Legal: S.1434-2005

El Observatorio del Libro y la Lectura de Extremadura es una iniciativa del pacto Extremeño por la Lectura, para disponer de un conocimiento certero, lo más exhaustivo posible, de los hábitos de lectura en la región extremeña, de la edición y la venta de libros. La Consejería de Cultura de la Junta de Extremadura y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, en un marco de cooperación conjunta, han acordado encomendar su desarrollo al Centro de dicha Fundación en Peñaranda de Bracamonte.