

LA PERMANENCIA DE LAS LIBRERÍAS INDEPENDIENTES

Ahora bien, como señala Confucio, “Tan inútil es aprender sin meditar, como es peligroso pensar sin haber aprendido de otros”. Abogamos que, además de lo indicado para cada librería particular, debemos potenciar nuestros esfuerzos mediante una concentración productiva frente a la dispersión improductiva a la que nos lleva la atomización empresarial. Nuestra energía, nuestra capacidad, el tiempo y los recursos que tenemos son limitados, debemos, por tanto, sacarles el máximo rendimiento, poniéndoles en valor, conjuntándolos con los de los demás.

Esta concentración consiste en la agrupación de librerías con intereses comunes, con características similares, capaces de trabajar por una idea, y con el fin, por supuesto, de conseguir el éxito empresarial, utilizando los medios económicos, tecnológicos y humanos comunes, pero manteniendo cada una de las singularidades y características que nos definen a cada una como librería independiente. Por este motivo, las dos ideas básicas que deben presidir el proyecto deben ser reflejo de las dos facetas que componen una librería por igual, empresa y cultura. Es decir, su existencia debe mejorar la relación costes/beneficios de la empresa y debe incrementar la calidad cultural y profesional de las librerías y de los libreros.

Una de las principales razones de pertenecer a una agrupación de librerías es su interés económico. La compra conjunta de los libros a las editoriales, el uso de herramientas financieras como es el pago centralizado, la aplicación de formas comerciales probadas en otros campos comerciales, la promoción de libros concretos o incluso una edición propia son diversas ventajas que reportan beneficios económicos, constituyen una de sus principales ventajas. Y además, el aumento en su capacidad de compra y venta implica la posibilidad de acceso a un plano superior tanto en la escala de la presencia en los eventos y promociones publicitarias de libros y autores como en la posibilidad de contemplar intereses comunes respecto a las ediciones y reediciones o a la publicación de catálogos, hechos de los que nos encontramos relegados individualmente, estando a merced de los intereses editoriales.

Otra de las principales razones es poder compartir los medios y conocimientos entre las librerías, pues no debemos caer en el error de sostener nuestros conocimientos

únicamente en nuestra propia experiencia. En realidad, todos estamos meditando y reflexionando acerca de los mismos problemas que a todos nos atañen por igual. Dos de las grandes demandas de hoy, en prácticamente todos los campos del comercio, son el espacio y el tiempo. La falta de ambos, debida en un caso a la carestía del metro cuadrado de los locales comerciales en las ciudades que nos impide disponer de la superficie necesaria para tener todos el fondo demandado y en el otro al constante aumento de la información, de los productos y de la publicidad que nos quebranta el quehacer diario, dificultando de un modo notable nuestras posibilidades de competir. Mediante la unión de las librerías se puede actuar en este sentido a través de la idea de constituir una estructura común que se encuentra dispersa pero que está organizada para paliar entre todos las posibles carencias individuales, complementándonos con nuestros respectivos conocimientos y especialidades. Y también por la existencia de una entidad rectora, que actuando de elemento aglutinante y de cauce para los intercambios, por un lado ordene, aproveche y saque rendimiento a los numerosos esfuerzos particulares en beneficio de todos y por otro produzca o consiga la información que a todos nos interesa.

En este escrito he defendido la idea que la unión de ciertas librerías es una de las mejores alternativas para conseguir su permanencia y desarrollo individual, en vez de seguir aisladas, frente a una competencia común. Acorde a este pensamiento nuestra empresa pertenece a una agrupación de librerías independientes desde 1998. De la experiencia que nos ha proporcionado nuestra permanencia en la misma hemos podido deducir que, lo mismo que antes he señalado que cada librería en particular debe cumplir una serie de condiciones básicas en su desarrollo, para que las agrupaciones de librerías pervivan y sean efectivas para los intereses de todos sus socios se deben cumplir una serie de requisitos que, en nuestra opinión, consideramos indispensables.

Se debe mantener siempre el equilibrio entre el aspecto cultural y el económico que es el factor diferencial que nos distingue y que da valor a las librerías. No debemos caer en la imitación de estrategias empresariales que no son acordes a nuestra estructura ni a nuestra idea de cómo actúan estas librerías. Si concentramos todas nuestras energías en el aspecto económico, intentando imitar o alcanzar otras maneras de actuación empresarial ,perderemos nuestra propia identidad, no lograremos una marca que nos identifique como centros de calidad y tenderemos a crear en el usuario un desconcierto

al utilizar las mismas prácticas que las cadenas o las grandes superficies. Del mismo modo los editores nos verían solo como un grupo que se unen para las compras, perdiendo lo más importante; que en realidad somos aliados en esta empresa, pues como librerías independientes canalizamos la mayor parte de las ventas de pequeños y medianos editores.

Se deben mantener los intereses de grupo sobre los intereses particulares. Esto, que parece en principio una obviedad no se consigue de un modo natural o directo, sino que es una condición que solo se consigue a través de la existencia de una equidad entre los socios, en el sentido de que sus intereses, sus ideas y sus maneras sean afines. No se pueden mezclar librerías con estructuras o formas excesivamente distantes. Se debe tener un conocimiento real de cada uno de los miembros que componen la sociedad, para poder equilibrar sus diferencias.

Se debe potenciar la relación entre los distintos participantes de un proyecto común para no caer en la trampa fácil de sentirlo como una estructura comercial ajena, de la cual nos valemos de forma tangencial. Debemos prestarla la misma atención que a nuestras empresas porque se mueve y trabaja para nosotros, pero con nosotros.

Y que como a nosotros mismos, a los librereros, nos exigimos como comerciantes un conocimiento tanto del mundo cultural al que pertenecemos como del empresarial que utilizamos como medio de hacer viable y rentable el proyecto, se debe exigir al equipo directivo en el que se deposita la responsabilidad de conducir esta empresa, que como ya hemos repetido varias veces conjuga ambos campos, que comparta las visiones y el conocimiento de los dos mundos.

En realidad, opino que es que es muy poco lo que hay que hacer para poder crear una agrupación de librerías independientes. Disponemos del elemento fundamental, la calidad y el interés por su trabajo de las personas que componen este sector. Alcanzar este objetivo no es difícil; una parada en el camino, una mirada alrededor, unas notas sobre nuestra situación, y una reflexión sobre lo que queremos ser. Sí nuestro fin es seguir trabajando, si nuestra razón es ser librerías, tenemos que esforzarnos y utilizar los mecanismos necesarios para hacerla funcionar.

En conclusión, y como resumen acerca de la agrupación de librerías independientes:

Que es una de las mejores herramientas de permanencia y competencia para las librerías independientes.

Que su valor frente a una demanda heterogénea se basa en la suma de sus identidades individuales con una idea de librería común y en la calidad profesional de los librereros que la componen.

Que su función como nodo de intercambio de información y conocimiento de interés común pero que se produce de modo individual tiene un valor fundamental en un momento en que el tiempo y el espacio son bienes escasos.

Que el equilibrio exquisito entre sus dos fines, el económico y el cultural, reflejo de la propia esencia de las librerías independientes, se constituye en un elemento diferenciador frente a la competencia.

Que su capacidad de inversión común la dota de un interés frente a las editoriales que rinde unos beneficios económicos y publicitarios que no podríamos conseguir de modo individual.

Que su pervivencia pasa porque su estructura empresarial no imite otras estrategias del sector con el que competimos, y porque exista una coherencia y equilibrio de intereses y formas entre los miembros que la compongan.

Tan pronto hube viajado un tramo del camino hacia delante y visto el mundo, no puedo regresar atrás”.

En Santander, mayo de dos mil y para el XVII Congreso Nacional de Librereros de España.

Paz Gil Soto, Librería Gil de Santander