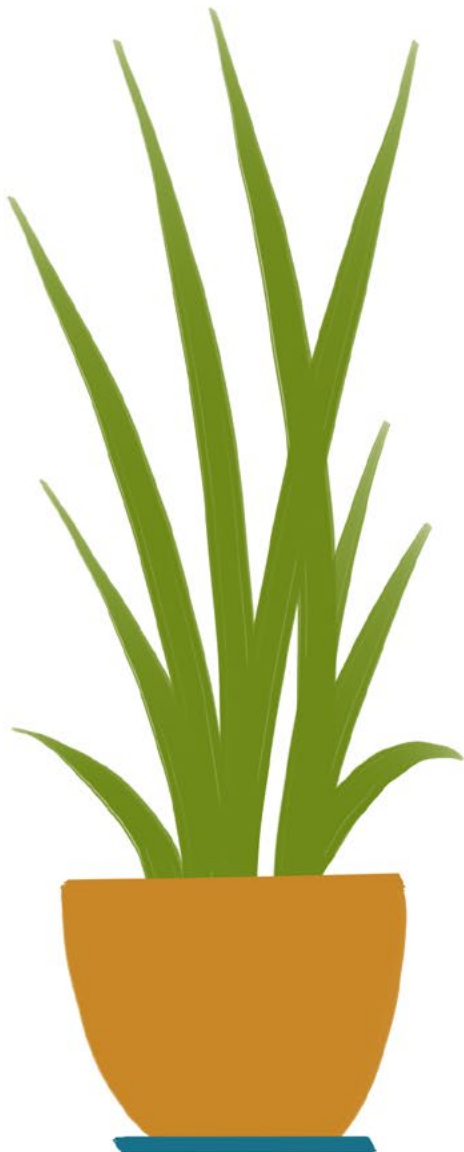


La red de espacios UNE

y las librerías universitarias



Ana Isabel González González

Presidenta de la UNE y responsable del área de calidad. Catedrática de Escuela Universitaria de Derecho Financiero y Tributario de la Universidad de Oviedo desde; y miembro de AUDESCO (Asociación Española de Profesores e Investigadores Especializados en Integración Europea).





La globalización y la digitalización han afectado de diferentes maneras todas las actividades comerciales, principalmente al pequeño comercio local. Los sucesivos cambios tecnológicos han conllevado a que los nuevos modelos de negocios, se vean impactados de manera importante en su pervivencia.

La apertura de grandes centros comerciales supuso un fuerte impacto en la forma en que se establecían las redes de comercio local, obligando al cierre de muchos pequeños negocios. La digitalización y la irrupción de las ventas a distancia ha sido otra dura prueba esto. Por si ello no fuera ya suficiente, la situación de pandemia generada a partir de la COVID-19, que sufrimos desde hace más de un año, ha situado a los comercios locales nuevamente en un escenario complicado. A partir de este marco, de cambio, crisis y adaptación, las librerías se encuentran en una situación que les obliga a reinventarse, para en muchos casos poder subsistir.

En los últimos años, hemos visto como algunas de las librerías emblemáticas y tradicionales han cerrado sus puertas, e incluso las restantes, lo siguen haciendo en este momento. Situación comprensible, teniendo en cuenta el nuevo entorno económico en el que nos movemos, en el que la crisis sanitaria no ha favorecido. Es más, el período de confinamiento al inicio de la pandemia, al menos en España, supuso el cierre de las librerías a todo tipo de público, como muchos otros comercios, favoreciendo la venta a distancia o de manera electrónica en grandes plataformas, así como la venta de libros digitales.

Sin embargo, las librerías pueden verse como algo más que una actividad económica, desde una perspectiva cultural cumplen con una función complementaria o al menos eso debería aspirar a ser. Sin duda, como en cualquier actividad, su viabilidad puede depender, en gran medida, de su oferta al cliente, aquello que puede llegar a ser un objeto especial, la orientación que puede tener o el servicio que vaya a prestar. Más allá del mero hecho de vender o comercializar un producto, los libros aportan un elemento diferenciador en un sector específico. Incluso iría más allá, pues en un momento en el que la información vuela en la red, en el que los mercados nos inundan de productos y opciones, perderse en una librería, para quién ama los libros, aún permite percibir otras sensaciones que la pantalla de un ordenador nunca podrá transmitir, nos permite acercarnos directamente al libro y su universo.

En ese sentido, la posibilidad de ofrecer actividades complementarias dentro de las librerías como: presentaciones de libros, entrevistas con autores, grupos de lectura, debates sobre libros, tertulias, entre otros; puede contribuir a diversificar su actividad. Ofrecer otras actividades, hace que las librerías no sean simples negocios, sino que los convierte en puntos de encuentro cultural. La existencia de sellos y premios, permiten reconocer su labor como dinamizadores culturales.

Como cualquier otra industria, la editorial académica precisa llegar también al cliente, y para ello, sin despreciar métodos modernos de

marketing, la existencia de librerías constituye un modelo que, por tradicional, no debe ser arrinconado, sino que debe ser valorado en su justa medida. En este contexto se puede explicar la apuesta que hace unos años realizó la Unión de Editoriales Universitarias Españolas o UNE, para incorporar entre sus proyectos en favor de la difusión del libro universitario, en espacios de venta directa en el que se pudieran reunir todos los títulos de los asociados. Como asociación ya se había tenido una tentativa previa de contar con un catálogo de venta conjunto a través de la página web, e incluso a mediados de los años 1990, una primera experiencia de reunir, exponer y vender los fondos de los asociados conjuntamente, gracias a un espacio para los libros universitarios en la *Librería Fuentetaja* de Madrid (especializada en humanidades y ahora cerrada debido a las sucesivas crisis que ha padecido el sector). Allí se realizaban también presentaciones de libros, e incluso era la sede de la propia asociación entonces denominada AEUE.¹

Posteriormente, los acuerdos de venta que tenían algunas editoriales universitarias, que disponían también de librería universitaria, permitieron que la producción editorial universitaria llegase más allá de sus límites territoriales, teniendo en cuenta las dificultades que muchas de estas ediciones tienen para lograr tener una visibilidad en las librerías tradicionales.

La puesta en marcha de Unebook,² con una gestión independiente y profesional del catálogo de todos los socios, tanto en papel físico, como digital, permitió plantear una nueva estrategia para la implantación de una red de librerías con un espacio UNE. En estos espacios, además de la venta del fondo editorial de la UNE, se realizan diferentes actividades, en especial presentaciones de libros a los socios.

El proyecto se inició con la colaboración de uno de los asociados, el Consejo Superior de Investigaciones

Científicas de España o el CSIC, en su anterior librería científica ubicada en Madrid. La previsión de su cierre llevó a mover este espacio, llegando a un acuerdo con la Agencia Estatal del Boletín Oficial del Estado español o BOE (también miembro de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas), para incorporar un espacio UNE en su librería de la calle Trafalgar. Así, en esta sede, además de los libros del BOE, de otros Ministerios o Comunidades Autónomas, el lector puede encontrar los libros de las editoriales universitarias y centros de investigación españoles. Proporcionando de esta manera una mayor cercanía, al poder localizarlos físicamente, tratándose además de editoriales a las que tradicionalmente se les ha vinculado con la dificultad de su distribución.

La librería del BOE se ha convertido, de esta manera, en el punto de referencia en Madrid para el libro universitario. Aparte de ser un punto de exposición y venta permanente, es el centro de almacenaje del fondo de Unebook³ y dispone de un espacio donde se realizan presentaciones de libros y otras actividades culturales promovidas por la UNE o sus socios.

Esta iniciativa se completó con la extensión de este modelo a otras ciudades, creando una red de librerías con espacios UNE, que replican el modelo adoptado en Madrid. En ellas además de disponer espacios para la exposición del fondo editorial y realizar actividades relacionadas con el mismo, encontramos un lugar de información sobre las obras, sirviendo de punto de entrega para ventas a distancia, en su caso.

El primer espacio que se abrió fuera de Madrid replicando este sistema, fue en la librería Documenta de Barcelona en 2015, con la particularidad de ser de carácter privado. Igual que en la librería del BOE, junto con el espacio estable para la venta de los libros universitarios, se cuenta con la posibilidad de realizar actividades culturales relacionadas con ellos. Lo mismo ha

1 Asociación de Editoriales Universitarias Españolas.

2 Se trata de una plataforma de difusión, distribución y venta de libros universitarios en español, creada en 2014 con el impulso de la UNE, que apuesta por el multiformato (papel, electrónico e impresión bajo demanda). Se pretende, de esta forma, responder a las múltiples demandas que el libro académico de editoriales universitarias presenta, en especial, la dificultad para estar presente en algunos circuitos de comercialización o los costes de exportación. La especialización, la independencia y la versatilidad suponen sus principales características y la convierten en una plataforma única tanto dentro como fuera de España.

3 Gracias al cual, precisamente, se pudo mantener la distribución del libro universitario en papel durante el período de confinamiento, al estar cerradas todas las Universidades mientras que el BOE mantenía su funcionamiento. Al no estar abierta al público la librería, las ventas debían hacerse a través de la web, pero el funcionamiento del almacén garantizó que se pudiera mantener el servicio.

ocurrido con la librería *Gallaecia Libre*, en Santiago de Compostela, que constituye una referencia en el noroeste español.

A la red de espacios UNE se han sumado algunas librerías universitarias. Concretamente, la *Universitat de Valencia*, miembro desde diciembre de 2003, con un stock de más de 20.000 títulos en todas las áreas de conocimiento. Su colaboración en la venta de fondos de la UNE conecta con su objetivo de difundir y facilitar el acceso a este fondo editorial. La librería de la Universidad de Oviedo, que ha sido la última en sumarse a esta iniciativa. Esta librería se creó a finales de los años ochenta, y durante un tiempo dispuso de fondos de otras editoriales universitarias, gracias a acuerdos bilaterales. Tras varios cambios en su ubicación, la apertura de la nueva sede de esta librería, a finales de 2018, se aprovechó para incorporar un espacio UNE a principios de 2019. Situada en una zona estratégica de la ciudad, próxima al edificio histórico de la Universidad de Oviedo, no solamente resulta un escaparate para esta, sino que además contribuye a la difusión de los fondos de otras editoriales universitarias. Concebida como un espacio versátil, permite albergar otras actividades culturales,⁴ lo que aumenta su visibilidad y favorece la difusión del fondo editorial.

La experiencia, tanto a nivel general de los espacios UNE, como particularmente en la dirección de la librería universitaria, hasta marzo de este año ha sido positiva y enriquecedora. La existencia de un punto fijo para la venta de libros universitarios permite acercar los textos al lector. Incorporar libros de otras editoriales universitarias, gracias a esta iniciativa de la UNE, incrementa también la oferta de la librería universitaria, ya que no se comercializan libros de otro tipo de editoriales.

Por último, realizar actividades complementarias, incorpora a la librería como un espacio más de la universidad y de sus actividades culturales (en línea con su política de extensión universitaria), permitiendo acercar a un público más general al trabajo que se lleva a cabo dentro de sus muros. Si la edición universitaria colabora en la labor de la transferencia del conocimiento con la que está comprometida la universidad, la librería universitaria es una puerta de entrada a ella, abierta a todo el público. Lo que no es baladí, teniendo en cuenta que el libro universitario no es tan accesible a través de otras librerías generalistas. Cabe añadir, que no solamente es un punto de venta más, sino que ofrece la atención especializada que se requiere pues, aunque en ocasiones los libros universitarios están pensados para un público muy especializado, la realidad es que cada vez más se producen libros de divulgación científica, destinados a todo tipo de público, que no necesariamente se centran en el profesorado o alumnado. Distinguir entre los diferentes productos que ofrecen las editoriales universitarias y orientar al cliente en su elección o en sus requerimientos, es también una labor que se ofrece en estas librerías.

⁴ Desde su apertura y hasta el inicio de la crisis sanitaria, constituía también la sede de las actividades en Oviedo de la Universidad de los peques.

