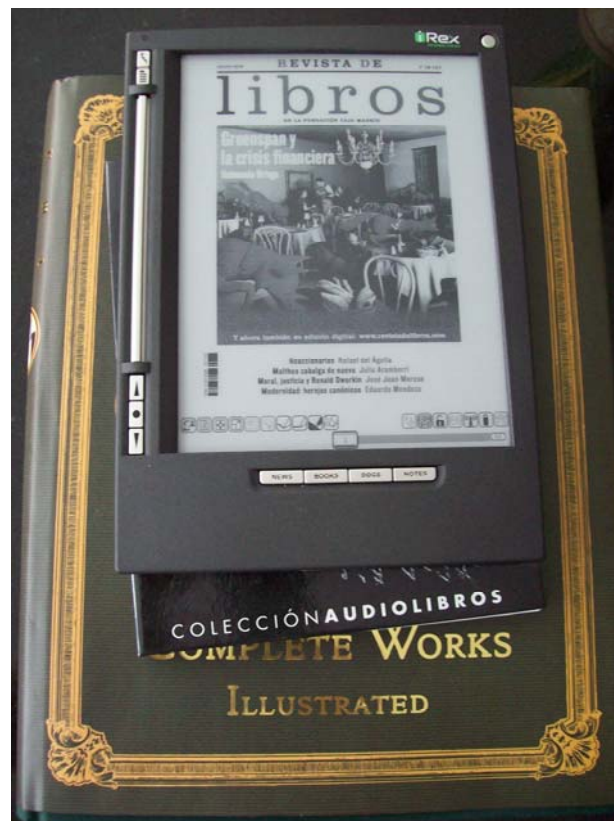




## ESTUDIO

# "DIGITALIZACIÓN DEL LIBRO EN ESPAÑA"



LIBER 2008



## ÍNDICE

- Metodología
- Introducción
- Principales conclusiones
- Autores del estudio

Este estudio se publica bajo **licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-No Comercial-Sin obra derivada"**, se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de la obra y no se realice ninguna modificación en ella. La licencia completa puede consultarse en: <http://es.creativecommons.org/>



## **METODOLOGÍA**

El estudio se desarrolló en su totalidad a lo largo de septiembre y octubre de 2008, en cuatro fases que referimos brevemente a continuación:

1. Elaboración del cuestionario del estudio (septiembre).
2. Realización de la encuesta (semana del 6 al 12 de octubre) a través de la contestación individual del cuestionario.
3. Tabulación de los resultados y volcado en soporte informático de los 342 cuestionarios. Análisis de los datos (semana del 13 al 19 de octubre).
4. Elaboración del informe: Elaboración de las conclusiones y maquetación final del informe (semana del 20 al 26 de octubre).

## INTRODUCCIÓN

La digitalización del libro será, sin lugar a dudas, una de las decisiones más estratégicas que tendrán que tomar los editores en los próximos años. Esta decisión no sólo conlleva seleccionar un buen proveedor que digitalice todo el fondo y a un precio competitivo; estamos hablando principalmente de una transformación general de la editorial, de su estrategia de producción y distribución, de sus futuras políticas de marketing y comercialización de sus libros y hasta del propio mercado.

El estudio "*Digitalización del libro en España*", realizado por Dosdoce.com y la red social Ediciona, tiene como objetivo aportar a las editoriales una serie de criterios sobre el estado de opinión en el sector ante el reto de la digitalización. Antes de contactar con los diferentes proveedores –nacionales e internacionales– existentes en el mercado Para digitalizar su fondo, los editores deberían preguntarse sobre cuál será su modelo de negocio en la Red. Con ese objeto, deberían reflexionar y tomar decisiones sobre los siguientes temas:

- La editorial, ¿venderá sus libros electrónicos directamente a sus lectores?
- ¿Complementará la venta directa con un canal de comercialización a través de librerías virtuales?
- ¿Qué medidas internas tomará para gestionar el futuro negocio virtual mientras mantiene el modelo tradicional que todavía da dinero?
- ¿Cómo afectará la digitalización a su política de precios?
- ¿Qué parte del fondo digitalizará primero?
- ¿La eliminación de varios costes e intermediarios hace que deba aumentar la contraprestación a los autores por la cesión de los derechos de edición, publicación y venta?

Todas estas preguntas, y muchas más que giran alrededor del impacto de Internet en la organización de la editorial, deberían analizarse y responderse antes de iniciar la digitalización de los libros. El enfoque y el nivel de inversión necesario para acometer la digitalización del fondo vendrán determinados por las respuestas a este proceso previo de reflexión.

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

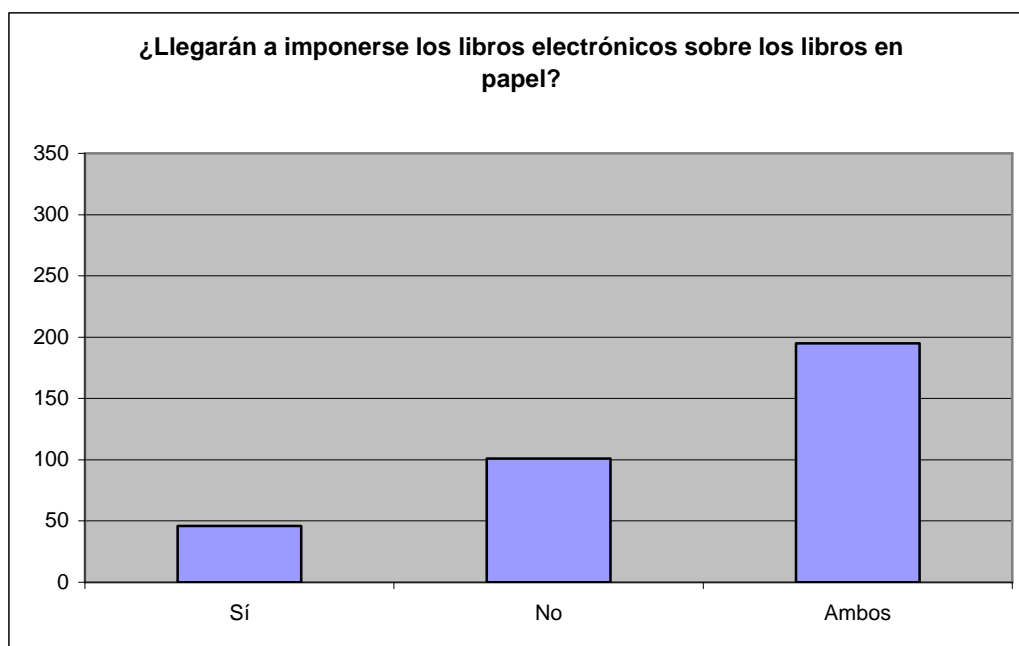
- El 57% de los encuestados considera que ambas “tecnologías” (papel y electrónica) convivirán. Tan sólo un 15% de los profesionales del sector opina que los libros electrónicos llegarán a imponerse sobre los libros en papel.
- El 48% de los profesionales del sector del libro considera que la principal vía de ingresos de las editoriales españolas en el año 2020 seguirá siendo los libros en papel. Tan sólo un 16% piensa que los libros electrónicos se convertirán en la principal vía de ingresos.
- Aunque existen ya en el mercado español varias editoriales que comercializan contenidos técnicos y educativos en formato digital, el 49% de los encuestados considera que en 2009 un mayor número de editoriales se sumará a la comercialización de sus contenidos en formato electrónico. Tan sólo un 3% piensa que este formato no llegará a implantarse en el mercado español hasta el año 2020.
- El 69% de los encuestados considera que la principal prioridad de las editoriales ante el reto de la digitalización del libro es la definición de su modelo de negocio.
- Siguiendo este ranking de prioridades, el 48% de los encuestados opina que la segunda decisión más importante que debe tomar en los próximos meses es invertir en formación de sus equipos para ponerse al día sobre el impacto de las nuevas tecnologías en sus negocios.
- La futura negociación de los derechos digitales de las obras pertenecientes a sus respectivos fondos ocupa el tercer lugar en el ranking de prioridades de los profesionales del sector del libro.
- Tan sólo un 21% de los encuestados considera el diseño de sus sitios web una prioridad “importante” o “muy importante”, mientras que para las editoriales internacionales se trata de una de las decisiones de marketing y ventas online más importantes de cualquier entidad cultural.
- El 44% de los profesionales encuestados considera que el principal beneficiario de la digitalización del libro es el lector, y que las librerías serán las principales perjudicadas según el 49% de los encuestados.

## ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES

### 1) Ambas tecnologías (libro en papel y libro electrónico) convivirán

El 57% de los encuestados piensa que ambas “tecnologías” (papel y electrónica) convivirán. Tan sólo un 15% de los profesionales del sector considera que los libros electrónicos llegarán a imponerse sobre los libros en papel.

Últimamente se han expresado en el sector opiniones demasiado contundentes sobre los futuros del libro. Unos declaran la muerte del libro de tapa dura en pocos años, mientras que el otro bando señala con cierta soberbia que los libros electrónicos siempre han fracasado. Los resultados de este estudio indican que los profesionales del sector apuestan por que ambos soportes se sumen en vez de sustituir uno al otro.

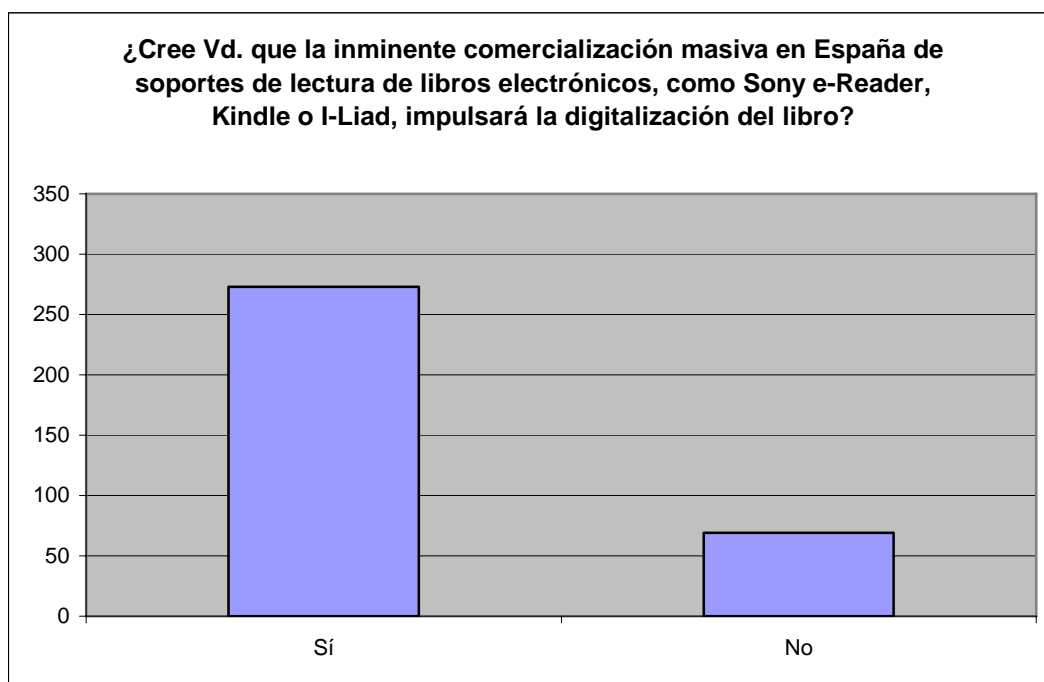


Al igual que existen diferentes soportes de escritura –lápices, bolígrafos, plumas, ordenadores, etc.–, también existirán diferentes soportes de lectura. Serán los lectores quienes decidirán en el futuro cuál de estos soportes tendrá una mayor relevancia en el mercado.

## 2) Los eBooks impulsarán la digitalización en España

El eterno debate sin sentido que tenía lugar en el mercado español sobre si los soportes de lectura existentes en el mercado (Kindle, I-Liad, Sony E-reader, Booken, Papyre, etc.) tenían grandes deficiencias y que, por tanto, no eran definitivos parece que ha llegado a su fin.

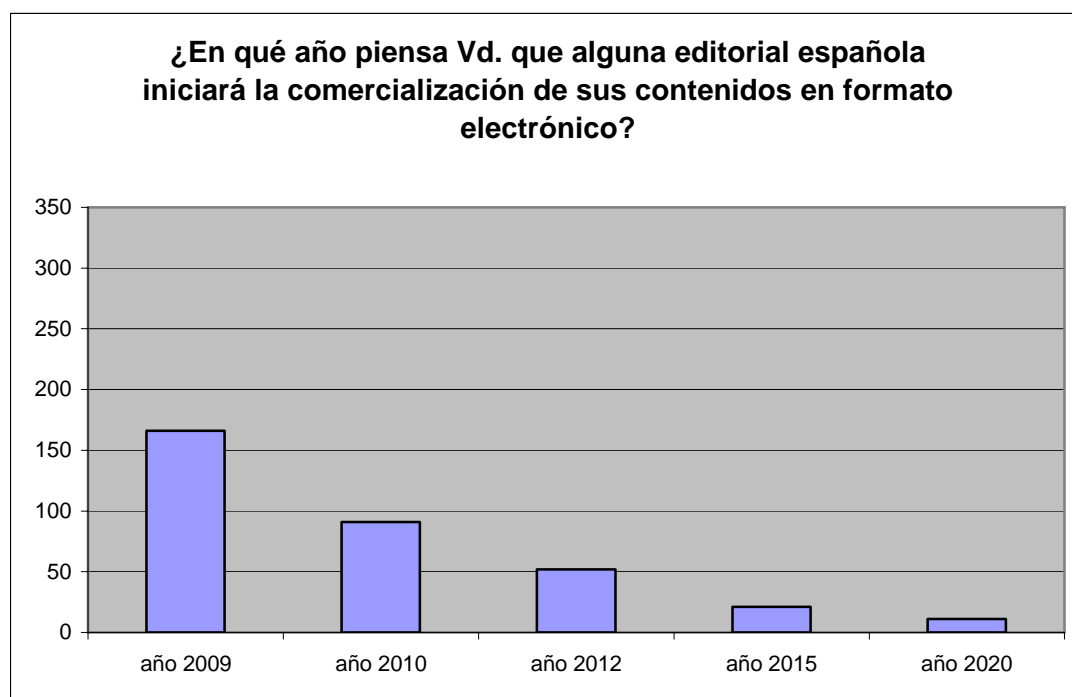
El 80% de los encuestados considera que la inminente comercialización en España de soportes de lectura de libros electrónicos como Sony e-Reader, Kindle o I-Liad impulsará la digitalización del libro en España.



Aunque ninguno de los soportes de lectura existente es perfecto (les falta añadir color a la pantalla, mejorar la navegabilidad e incrementar la duración de la batería), como todo producto electrónico sus siguientes versiones irán corrigiendo sus actuales deficiencias y añadiendo nuevas funcionalidades.

### 3) Las editoriales españolas comercializarán eBooks en 2009

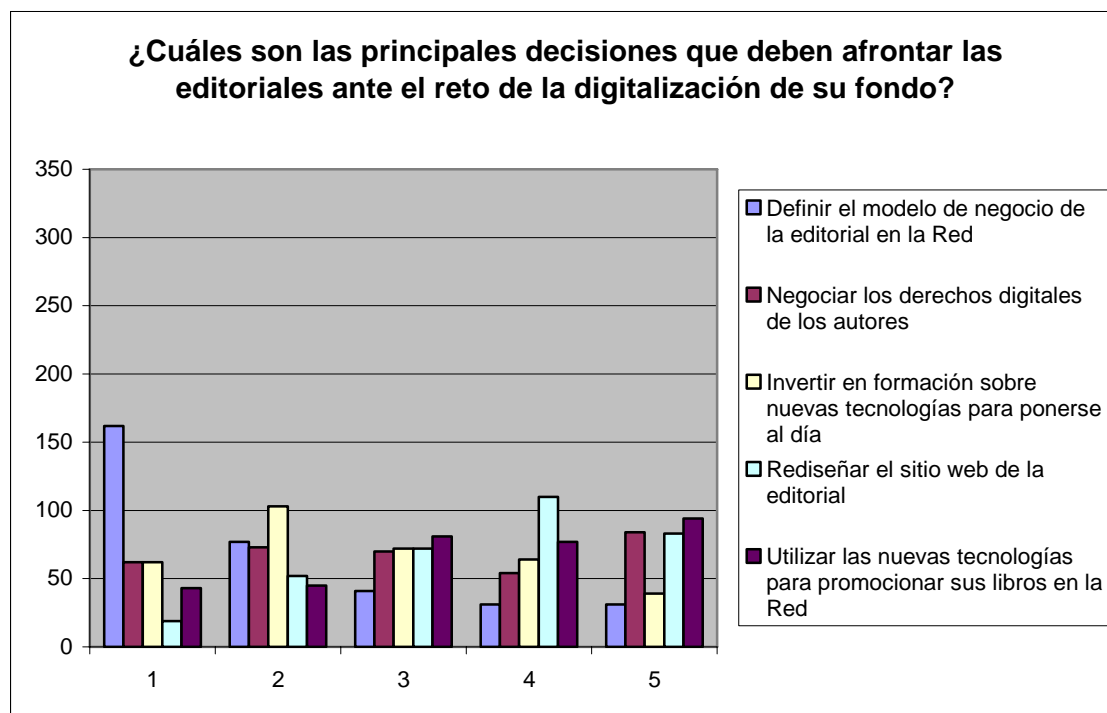
Aunque existen ya en el mercado español varias editoriales que comercializan contenidos técnicos y educativos en formato digital, el 49% de los encuestados considera que en 2009 un mayor número de editoriales se sumará a la comercialización de sus contenidos en formato electrónico. Tan sólo un 3% piensa que este formato no llegará a implantarse en el mercado español hasta el año 2020.





#### 4) La prioridad número 1 es definir modelo de negocio en Internet

El 69% de los encuestados considera que la principal prioridad de las editoriales ante el reto de la digitalización del libro es la definición de su modelo de negocio.

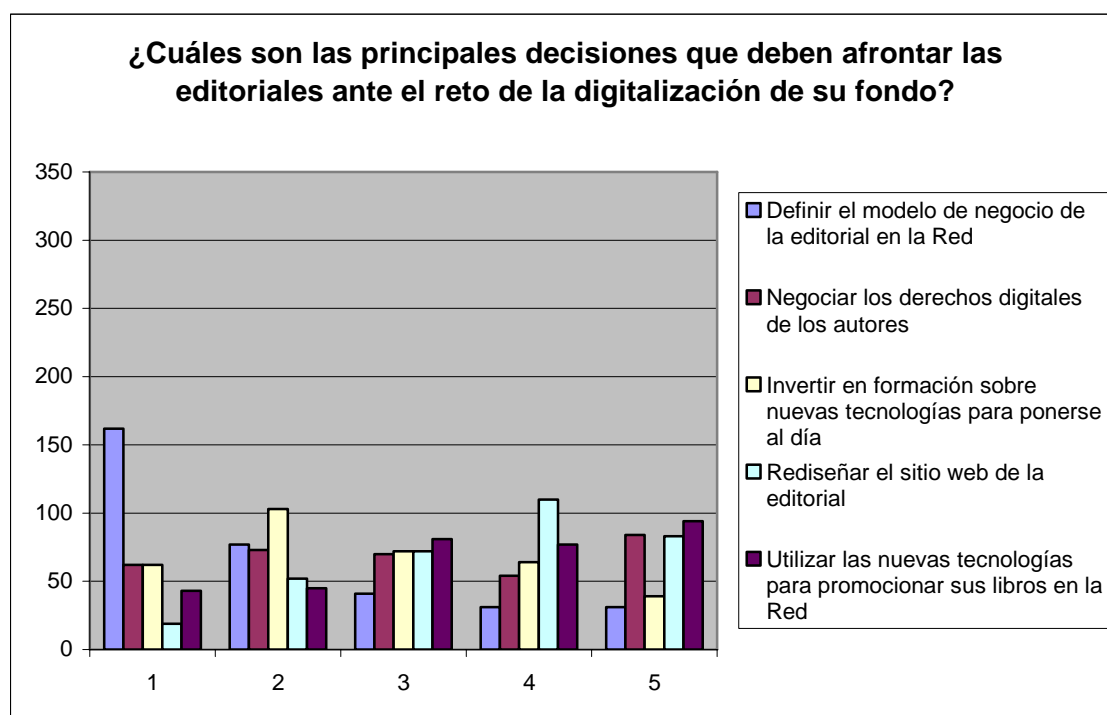


El enfoque y estructura del modelo de negocio online será, sin lugar a dudas, una de las decisiones más estratégicas que tendrán que tomar los editores en los próximos años. Esta decisión no sólo conlleva seleccionar un buen proveedor que digitalice todo el fondo y a un precio competitivo. Estamos hablando principalmente de una transformación general de la editorial, de su estrategia de producción y distribución, de sus futuras políticas de marketing y comercialización de sus libros y hasta del propio mercado.

En los últimos años hemos visto cómo Internet ha transformado el modelo de negocio y la organización de las empresas de muchos sectores (medios de comunicación, viajes y reservas hoteleras, intermediarios financieros, cine, música, etc.). Todas aquellas empresas que tengan como base la gestión de contenidos y su comercialización a través de intermediarios sufrirán una transformación de su modelo de negocio. Las entidades del sector del libro (editoriales, librerías, bibliotecas, etc.) no van a ser una excepción a este proceso de transformación estructural.

## 5) La formación en nuevas tecnologías se considera la segunda prioridad

Siguiendo este ranking de prioridades, el 48% de los encuestados considera que la segunda decisión más importante que debe tomar en los próximos meses es invertir en formación de sus equipos para ponerse al día sobre el impacto de las nuevas tecnologías en sus negocios.



Las innovaciones siempre conllevan un cambio de mentalidad. Las razones de un cierto "recelo" inicial por parte de algunos profesionales del libro hacia las nuevas tecnologías se deben a una combinación de motivos personales y profesionales. Por un lado, un alto número no tiene la formación necesaria para entender correctamente el funcionamiento y las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías. Pero, principalmente, muchos profesionales no se animan a testar estas herramientas porque no saben por dónde empezar, cómo evaluar la eficacia de estas herramientas o cómo medir los resultados obtenidos.

Con el fin de ayudar a estos profesionales a entender mejor las implicaciones de las nuevas tecnologías, todas las entidades deberían invertir en formación para reciclar a sus equipos con el propósito de ayudarles a ponerse al día.

## **6) La tercera prioridad de los profesionales es la negociación de los derechos digitales**

La futura negociación de los derechos digitales de las obras pertenecientes a sus respectivos fondos ocupa el tercer lugar en el ranking de prioridades de los profesionales del sector del libro.

Muchas editoriales no cuentan con la cesión de sus autores de los derechos de reproducción, distribución y venta de sus libros en formato digital. Hasta la fecha, la mayoría de los contratos firmados incluía modalidades como la tapa dura, rústica, ediciones de bolsillo, etc., pero no se contemplaba una posible edición digital.

En los mercados anglosajones, varias editoriales están aumentando la contraprestación a los autores por la cesión de sus derechos en formato digital debido a la eliminación de varios costes e intermediarios.

Parece ser que los autores y sus agentes literarios argumentan que el tradicional 10% de contraprestación por la cesión de derechos de edición no refleja la eliminación de costes (papel, tintas, almacén, logística, etc.) ni tiene en cuenta los mayores márgenes y beneficios derivados de la producción y comercialización digital. En este contexto, los autores exigen un reparto más equitativo.

Antes de renegociar los derechos digitales, los editores deberían analizar el potencial de mercado de sus libros en formato digital para determinar hasta cuánto están dispuestos a pagar por la cesión de los derechos digitales.

Durante esta fase de transformación del modelo de negocio, aquellos editores que definan correctamente su modelo de negocio online y desarrollen una estrategia sólida de comercialización y distribución de libros en formato digital serán capaces de atraer la atención de autores que trabajan con otras editoriales y adquirir los derechos digitales de sus obras.

## **7) Utilizar las nuevas tecnologías para promocionar sus productos en la web y el rediseño de los sitios web es lo que los profesionales consideran menos importante**

Sorprende la baja prioridad que da la mayoría de los encuestados a la gestión de su presencia directa en Internet. Tan sólo un 21% de los mismos considera el diseño de sus sitios web como una prioridad “importante” o “muy importante”, cuando debería considerarse una de las decisiones de marketing y ventas online más relevantes de cualquier entidad cultural.

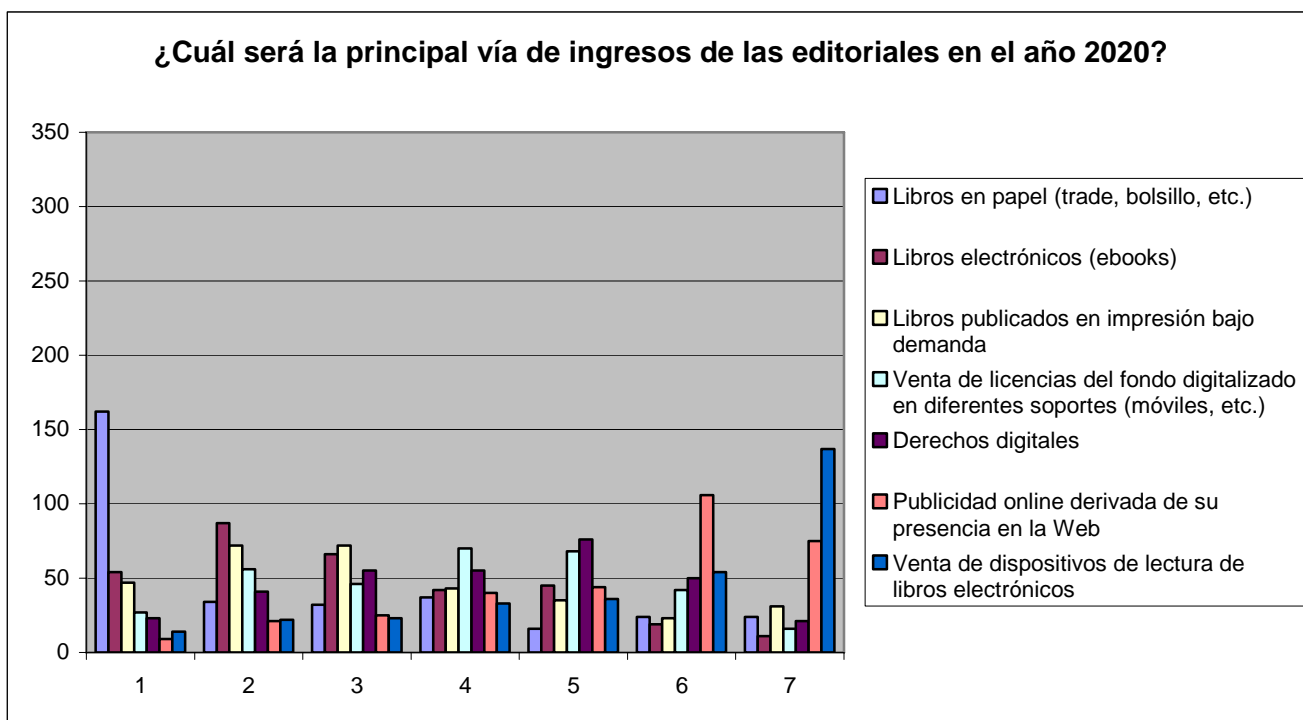
La denominada Web 2.0 está generando una transformación histórica en los hábitos de navegación y comportamiento de los lectores en la Red. Desgraciadamente, la mayoría de las editoriales no aprovecha las posibilidades que les brindan las nuevas tecnologías sociales para posicionar mejor sus libros en la Red y, consecuentemente, vender sus contenidos a un mayor número de potenciales clientes.

Ante esta transformación del comportamiento del consumidor en la Red, las editoriales deberían rediseñar sus webs permitiendo a los lectores que “exporten” y compartan con toda facilidad el contenido de las mismas con el fin de lograr una mayor visibilidad en Internet. Recomendamos diseñar sitios web que sean fáciles de navegar y que fomenten la lectura de sus contenidos, pero sobre todo que sean sitios participativos –el lector debe ser el centro del sitio web– y “amigables” para los buscadores.

## 8) Existe desacuerdo entre los profesionales españoles y los europeos acerca de la principal vía de ingresos dentro de 10 años

Según una encuesta a 1.000 profesionales del sector del libro de 30 países, realizada por la organización de la última edición de la Feria de Frankfurt, el 40% de los encuestados opina que los ingresos derivados de la venta de libros electrónicos superarán dentro de una década, en volumen de negocio al papel.

Sin embargo, el 48% de los profesionales del sector del libro encuestados por Dosdoce y Ediciona durante la pasada edición de LIBER considera que la principal vía de ingresos de las editoriales españolas en el año 2020 seguirá siendo los libros en papel. Tan sólo un 16% piensa que los libros electrónicos se convertirán en la principal vía de ingresos.

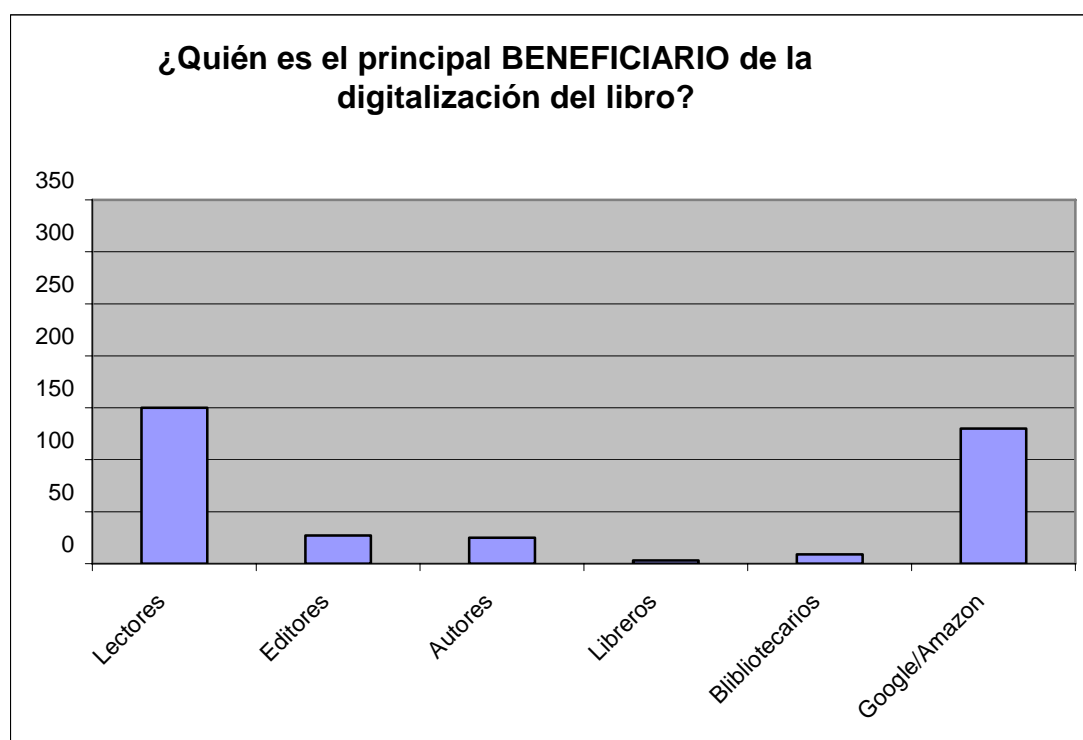


Curiosamente, los resultados de la encuesta también demuestran que la mayoría de los editores españoles sigue analizando su futuro modelo de negocio sin tener en cuenta otras posibles vías de ingreso y de crecimiento que ofrece la economía digital. Según la encuesta realizada por la Feria de Frankfurt, el 22% de los encuestados consideraba muy importante llegar a acuerdos con la industria del cine, un 18% apostaba por establecer alianzas comerciales con la industria discográfica y un 13% con la industria del videojuego.

Esta visión internacional de alianzas con otras industrias con el fin de generar nuevas vías de ingresos contrasta con la postura del sector en España. La gran mayoría de los profesionales del sector del libro encuestados durante la celebración de LIBER no considera relevante el potencial de ingresos que podría generar una editorial a través de la venta de sus contenidos digitalizados en diferentes soportes como móviles, TV o PC´s, así como los ingresos derivados por la publicidad online de sus sitios web.

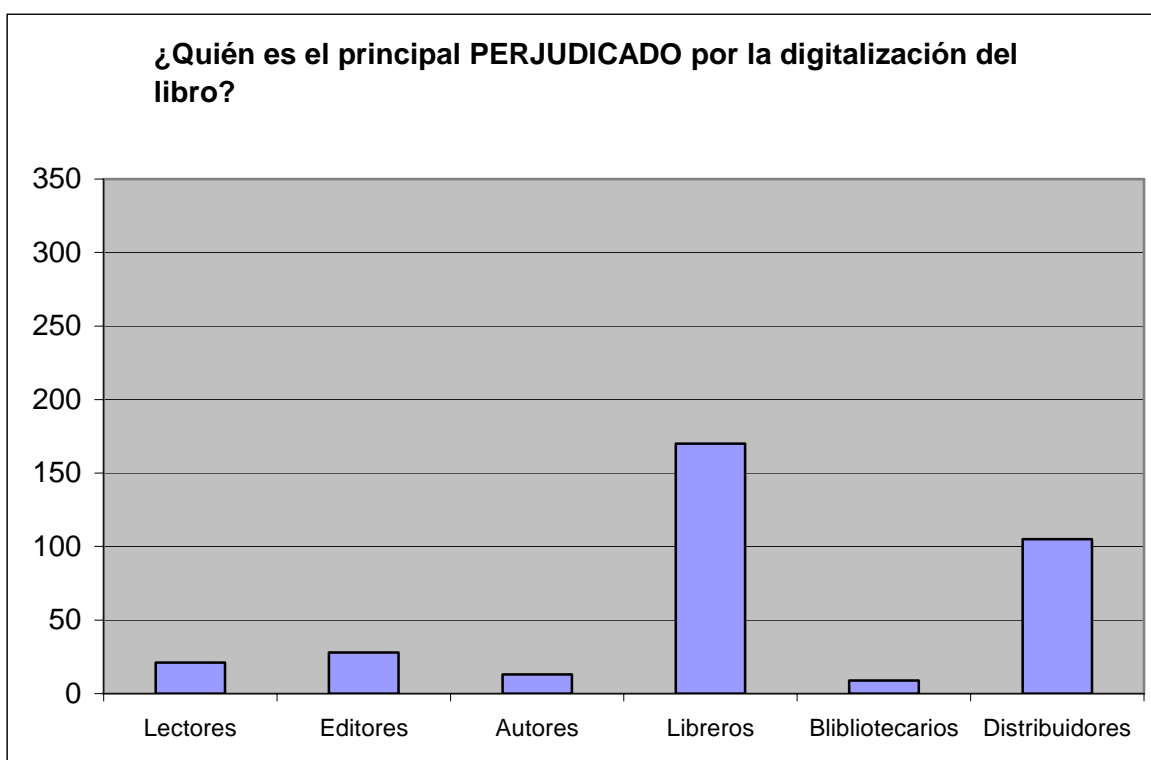
## 9) El principal beneficiario de la digitalización del libro es el lector

Según el 44% de los profesionales encuestados, el principal beneficiario de la digitalización del libro es el lector, mientras que un 38% opina que empresas como Google y Amazon serán los principales beneficiarios.



## 10) El mayor perjudicado de la digitalización es la librería

El 49% de los profesionales encuestados opina que el principal perjudicado de la digitalización del libro serán las librerías, y en segundo lugar los distribuidores con un 30%.





## **AUTORES DEL ESTUDIO**

### **Ediciona**

Ediciona es una red social para profesionales y empresas del sector editorial fundada y dirigida por Arantxa Mellado. Su objetivo es ofrecer a los usuarios un espacio especializado en el mundo de la edición donde promocionarse y establecer relaciones profesionales, donde poder acceder gratuitamente a información actualizada sobre el sector y donde disponer de herramientas para seguir el curso de modernización que lleva el mundo de la edición.

### **Dosdoce.com**

El portal Dosdoce.com, dirigido por Javier Celaya, nació en marzo de 2004 con el propósito de convertirse en un observatorio sobre el uso de las nuevas tecnologías en el sector cultural. En los últimos años, Dosdoce.com ha publicado los siguientes estudios: *"El papel de la comunicación en la promoción del libro"* (2005); *"El uso de las tecnologías Web 2.0 en entidades culturales"* (2006); *"Los retos de las editoriales independientes"* (2006) y *"Tendencias Web 2.0 en el sector editorial"* (2007).

El equipo de Dosdoce ofrece servicios de asesoramiento, elaboración de estudios y cursos de formación sobre nuevas tecnologías a diversas entidades del sector del libro (editoriales, fundaciones, servicios de publicaciones, librerías, bibliotecas, etc.).

Para más información:

#### **Dosdoce.com**

Javier Celaya

Email: [jcelaya@dosdoce.com](mailto:jcelaya@dosdoce.com)

Tel: 638.258.351

#### **Ediciona**

Arantxa Mellado

Email: [amellado@ediciona.com](mailto:amellado@ediciona.com)

Tel: 648.158.021