



7-12 October 2014
FRANKFURTER BUCHMESSE
Business
Club

Tendencias globales en el sector editorial 2014

Una visión general de la actual evolución y de las fuerzas impulsoras de la transformación de la industria editorial internacional.

Un documento elaborado por Rüdiger Wischenbart con motivo de la Feria del Libro de Frankfurt.

Este documento ha sido traducido y adaptado al español por Dosdoce.com

Índice

1. Introducción	02
2. Una visión global del mundo del libro	03
3. El proceso de concentración actual en el mundo editorial internacional: ejemplos y efectos	06
Concentración sectorial a nivel global	06
Penguin Random House	07
Hachette	07
HarperCollins	07
Concentración sectorial en los escenarios regionales	08
4. Desarrollo en los BRIC: visión general y análisis	09
Brasil	09
Rusia	09
India	10
China	11
5. Caída de las ventas del formato impreso en Europa y Norteamérica; crecimiento de la edición digital	12
6. Comparación de las cuotas de mercado de libros electrónicos	15
7. Conclusiones	18
8. Créditos	18

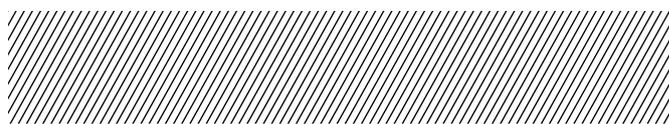
1. Introducción

El presente documento ofrece una serie de cifras y perspectivas claves para mostrar las fuerzas que confluyen en la transformación del negocio internacional del libro. El mundo del libro está experimentando una profunda transformación. La transición del formato papel al digital ocupa el centro del debate, pero el proceso de cambio es mucho más complejo. Esto es debido a que la digitalización, que actúa como fuerza motora, está siendo reforzada por la globalización de una industria que tradicionalmente ha estado muy limitada por las fronteras nacionales y lingüísticas. La transformación de las empresas editoriales está directamente relacionada, además, con los efectos de la digitalización, un fenómeno más amplio que afecta a todas las industrias de contenidos. Se trata, por tanto, de un contexto que excede al mero cambio de la cadena de valor del libro. Han entrado en el mercado nuevos actores genuinamente digitales. Google, Apple y Amazon solo son los ejemplos más visibles. Mientras tanto, cada eslabón de la cadena de valor del libro ha asistido al surgimiento de nuevos actores, a la adaptación de los tradicionales

–incluso en sectores afines–, al desarrollo de nuevos competidores a nivel local (o regional) y a la masiva incursión de actores globales.

El núcleo central de este trabajo es la edición generalista (trade), aunque se incluyen algunas referencias a la edición científica, médica, técnica y a las publicaciones educativas. Al mismo tiempo, es importante considerar la futura edición de libros dentro del contexto más amplio de los medios de comunicación, las nuevas narrativas transmedia, el creciente mundo de las apps, el sector del entretenimiento, etc., aunque un análisis comparativo completo excede el alcance de nuestro enfoque.

Este documento deja mucho que desear como carta de navegación de las aguas, a menudo turbulentas, en que todos nos movemos, pero esperamos que proporcione al lector una visión general útil sobre el tema, aportando un conjunto de coordenadas que faciliten su comprensión realista y que sirva de apoyo a un debate significativo.



2.

Una visión global del mundo del libro

El sector editorial es la más grande de las industrias culturales que producen contenidos, tanto de información como de entretenimiento, es más grande incluso que el glamuroso mundo del cine y otros negocios de entretenimiento.

Durante mucho tiempo, la industria editorial ha estado controlada por actores localizados en un número reducido de ciudades, principalmente en Norteamérica y Europa, y más recientemente en Japón. Desde principios del siglo XXI, sin embargo, se ha convertido en un negocio verdaderamente global. Los libros y la lectura son elementos claves tanto en lo que se refiere al aprendizaje como al entretenimiento para cientos de millones de personas en todos los continentes. Siendo las economías emergentes cada vez más numerosas, la comercialización de libros y publicaciones se ha expandido en las últimas dos décadas.

A nivel global, sin embargo, la industria sigue estando dominada por unos pocos mercados. Los seis principales mercados representan casi las dos terceras partes del valor mundial del mercado de la edición. Sorprendentemente, China se ha convertido en el segundo mercado mundial del libro, superando a Alemania y a Japón, que se han disputado esta

La edición de libros es el mayor sector entre los creadores de contenidos

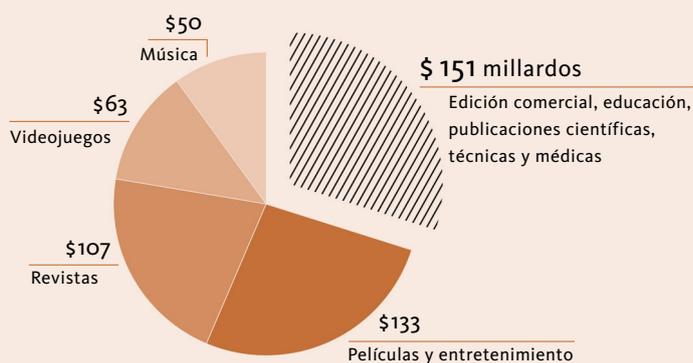


Fig. 1: Ingresos por PVP en industrias claves de medios y entretenimiento, en millardos de dólares EE.UU. Principalmente basados en datos del 2012, recopilados de varias fuentes por Rüdiger Wischenbart para la Asociación Internacional de Editores (IPA, www.internationalpublishers.org)

Los seis mayores mercados del libro (% 2012)

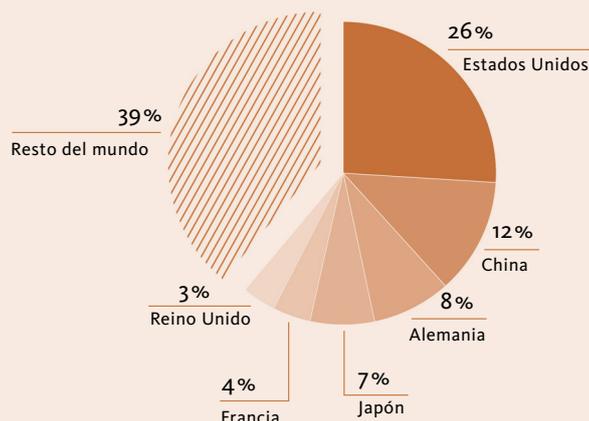


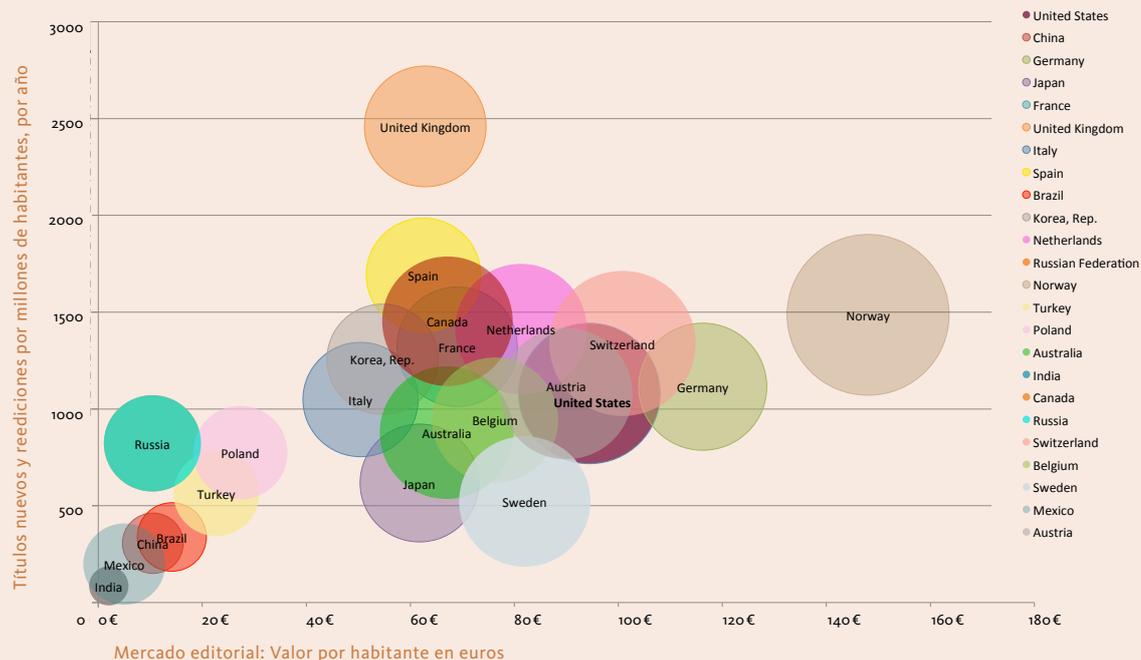
Fig. 2: Desglose de los mayores mercados de la edición de libros según los porcentajes de ingresos totales, basado principalmente en los datos de 2012. Datos recopilados de varias fuentes por Rüdiger Wischenbart para la Asociación Internacional de Editores (IPA, www.internationalpublishers.org)

Los seis mayores mercados del libro según los PVP

País	Año	Ingresos netos de los editores en millones de euros	Valor del mercado según PVP en millones de euros
Mundo (estimación)			114,000
Estados Unidos	2012	20,750	29,643
China	2012		14,200
Alemania	2012	5,407	9,520
Japón	2012		7,878
Francia	2012	2,771	4,534
Reino Unido	2012	3,736	3,975

Tabla 1: Mayores mercados editoriales según el valor de los PVP. Datos recopilados de varias fuentes por Rüdiger Wischenbart para la Asociación Internacional de Editores (IPA, www.internationalpublishers.org)

Tamaño del mercado y nuevos títulos publicados en relación con el PIB per cápita de los 23 mayores mercados editoriales del mundo



Tamaño de los círculos = PIB per cápita en \$ EE.UU.

Fig. 3: 23 de los mayores mercados internacionales del libro, representados por el gasto per cápita en libros de cada mercado, la producción de nuevos títulos y su PIB (paridad de poder adquisitivo, PPA). Varias fuentes, datos en su mayor parte de 2012, recopilados por Rüdiger Wischenbart, www.wischenbart.com

posición durante décadas. Reino Unido sigue siendo el mayor exportador de libros, atendiendo al porcentaje de exportaciones sobre producción total.

Para mostrar la importancia, y la diversidad, de los mercados del libro en diferentes países, es útil hacer un cálculo de cuánto gasta de media una persona en libros (Ver gráfico). Tal comparación evita la distorsión que ofrece el cálculo global con toda la población, y es representativa de la importancia cultural relativa del libro en países menores.

Se puede observar que el mercado del libro sigue dominado en buena medida por un 'club' de países relativamente mediano, rico y conservador. Mayoritariamente son de origen europeo y anglosajón (incluyendo antiguas colonias), además de Japón y Corea. Todos ellos se caracterizan por tener una larga tradición en el comercio y el consumo de bienes culturales.

Algunos países de este grupo destacan por razones específicas. Reino Unido se

beneficia de su amplia producción de títulos dominando claramente los mercados exteriores debido al papel preponderante del idioma inglés en todo el mundo. De modo parecido, los beneficios de España se deben a las exportaciones de libros a América Latina que en 2012 llegó casi al 20%. → Véase el Boletín *El Libro en Cifras* publicado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC-UNESCO, vol. 3, julio de 2013.

Noruega, por otro lado, es un mundo propio, pequeño y rico, que dedica beneficios obtenidos del petróleo del Mar del Norte al apoyo de la cultura. Una 'distorsión' del mercado parecida –léase, el aporte de dinero público para el sector–, ayuda a mantener las posiciones destacadas de Alemania, Suiza, Suecia y Austria entre los países productores de libros.

Las economías emergentes, en particular las de los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China), forman otro grupo de naciones, muy diversas en la mayoría de aspectos, pero que, sin

embargo, comparten la misma aspiración de desarrollar su posición con respecto al mundo del libro y la edición. Estos países también tienen otros factores en común: sus poblaciones disponen de recursos limitados para el consumo, y la infraestructura para la distribución de la producción editorial está poco desarrollada. Por otro lado, quizá estén buscando una estrategia totalmente diferente para posicionarse entre las sociedades basadas en el conocimiento.

Para entender el ecosistema global del libro, la lectura y la formación, los mercados emergentes probablemente están en condiciones de enseñarnos una buena lección: Es muy poco probable que el objetivo tanto de la India como de Indonesia sea establecer una red de librerías en cada ciudad; tampoco el aumento del índice de lectura entre la población de Beijing, São Paulo o Guadalajara (ni entre el creciente número de habitantes de origen hispano en EE UU.) esperará a un desarrollo de centros de distribución de los libros impresos, ni de regímenes fiscales que

faciliten la importación y la exportación, ni a reseñas de libros en la prensa escrita como medio de descubrir nuevos títulos interesantes. Es mucho más fácil para ellos saltar directamente desde sus situaciones de deficiente infraestructura, en la que el acceso a los libros es tan difícil y costoso, a un futuro digital en el que los teléfonos inteligentes y tablets cada vez más baratos abran los recursos en

línea, llenando así el vacío más rápidamente y con mayor facilidad.

Para tener una perspectiva global sobre los libros, la edición y los medios de lectura, exige reconocer que el futuro de la industria será diferente del pasado. Lo que está emergiendo ahora no es un mundo único y coherente de la lectura y el aprendizaje, sino una mezcla fragmentada, a menudo desor-

denada, de diferentes estrategias. También es un mundo que ofrece muchas oportunidades para corregir algunas de las deficiencias del pasado, cuando el acceso a los libros –y, por tanto, al conocimiento y al entretenimiento–, se caracterizó por una espantosamente amplia “brecha digital”.



3.

El proceso de concentración actual en el mundo editorial internacional: ejemplos y efectos

En 2013 la editorial Random House, del grupo Bertelsmann, el mayor del mundo de la edición, se fusionó con Penguin, de Pearson, una de las pocas marcas mundiales y uno de los Cinco Grandes grupos editoriales en inglés. A principios de 2014 Harper's Collins, la división de libros de la News Corporation, de Rupert Murdoch, compró la canadiense Harlequin por casi medio millardo de dólares (1 millardo = mil millones). A comienzos del verano de

2014 trascendió que la rama estadounidense de Hachette estaba comprando Perseus Books Group, el mayor grupo independiente de Norteamérica. Perseus Books presta servicios a cientos de editoriales independientes, además de gestionar un respetado sistema de distribución que ahora venderá a Ingram, el mayor mayorista mundial.

«Esos tres movimientos solos convierten a los años 2013-2014 en el periodo más activo en fusiones y adquisiciones editoriales de la historia reciente», comentó Jeremy Greenfield de Forbes → (<http://onforb.es/iiVjdQ4>). Pero estos tres negocios que cambian el juego son solo la punta del iceberg, como se verá al repasar otros casos de Norteamérica, Europa y del resto del mundo, todos ellos modelados por fuerzas similares.

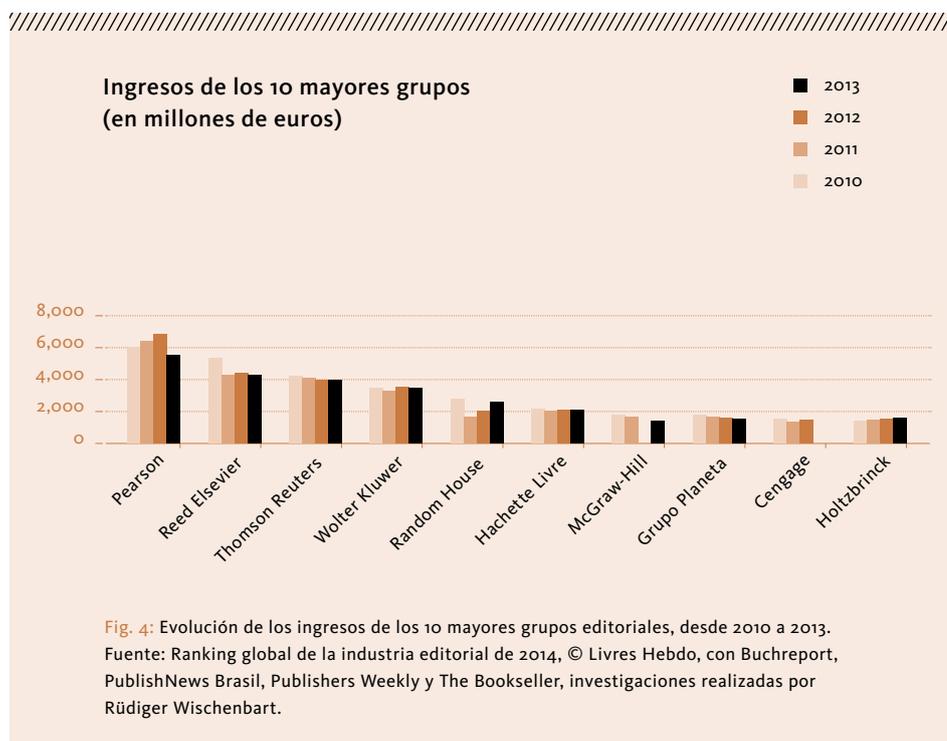
La edición de libros, al menos en su forma tradicional, ha sido desde hace mucho una industria bien establecida, muy conservadora y sorprendentemente fuerte. En una situación así, los únicos modos de crecer son la expansión global o alterar el enfoque de la edición y de la lectura simultáneamente con productos digitales. Por supuesto, también mediante una combinación de ambas estrategias.

Concentración sectorial a nivel global

Una mirada más atenta a la evolución de los ingresos de los diez mayores conglomerados del mundo revela la situación actual. La mayor editorial comercial, Random House (incluyendo los resultados de Penguin de la segunda mitad de 2013), aparece en quinta posición, seguida de Hachette. Solo otras dos editoriales comerciales están entre las diez primeras, la española Planeta y la alemana Holtzbrinck, aunque esta debe la mitad de sus ingresos a la edición científica y educativa. La mayoría de los grupos con mayores ingresos está especializada bien en educación (Pearson, McGraw-Hill, Cengage y la mitad de Holtzbrinck), bien en publicaciones científicas, técnicas y médicas. Estos grupos han sufrido importantes cambios durante la última década, reorganizándose, fundiéndose o fortaleciéndose. Han dado el paso radical de sustituir el viejo modelo de edición (vender libros uno a uno) por uno nuevo que se apoya en flujos de ingresos constantes, sobre todo mediante suscripciones, y digitalizando sistemáticamente toda su cadena de valor. Al mismo tiempo, cada uno de estos grupos ha delimitado su propio nicho en el enfoque global (no solo local y regional) de las sociedades del conocimiento del siglo XXI.

Los libros electrónicos son ya parte del consumo de masas, especialmente en los países de habla inglesa, liderados por EE.UU. y Reino Unido. Cada vez más los lectores utilizan proveedores online para sus libros, impresos o electrónicos, y también para otras publicaciones. Desde que empezó este proceso, se viene esperando una transformación parecida en la edición comercial, más pronto que tarde. El proceso de concentración marcha es el aspecto más visible de este cambio.

Las prácticas tradicionales de edición de libros, y especialmente de su distribución, cada vez se llevan peor con los enfoques más eficaces de otras áreas de la industria de contenidos, que los consumidores encuentran normales.



Esto se aprecia a varios niveles y se ha convertido en un factor impulsor de la redefinición que se está haciendo del muy conservador negocio de los libros.

Penguin Random House

La población hispana de EE.UU. es la segunda más numerosa del mundo, solo sobrepasada por México y superior a la de España → (<http://bit.ly/1xbhHMI>). Sin embargo, tanto los editores españoles como los mexicanos han encontrado muchas dificultades para abastecer a estos lectores. Así que no sorprende mucho que Random House, establecida en Nueva York, comprara la segunda editorial española, Santillana, al mismo tiempo que adquiría la británica Penguin. Simultáneamente, aumentaba su participación en el tercer grupo español (antes llamado Random House Mondadori), hasta poseerlo en su totalidad. Ambas empresas navegan ahora bajo la bandera Penguin Random House, como una nueva potencia en la edición global en español.

Por su lado, Penguin era pionero no solo en India, sino que además en 2007 fue la primera editorial extranjera en abrir una gran delegación en Beijing. También entró en el mercado brasileño invirtiendo en la editorial Companhia das Letras, en 2011. El CEO de Bertelsmann, Thomas Rabe, resumía la estrategia global con claridad, diciendo que el grupo «invertirá a una escala mucho mayor (...) en todo el espectro material y digital de adquisición, producción, distribución y marketing, y también en los mercados emergentes de crecimiento rápido». → Bertelsmann Annual Report 2014, pág. 21 (<http://bit.ly/1q598yN>).

Hachette

No sorprende que Hachette, principal competidor directo de Penguin Random House tanto en temática como en envergadura, busque recorrer el mismo camino. Como decía su CEO Arnaud Nourry en una entrevista de noviembre de 2013: «Queremos volver a la senda del crecimiento mediante adquisiciones

durante los próximos cinco años». → Livres Hebdo, <http://bit.ly/1qflcyc>

La compra de Perseus y, previamente, la de buena parte de las operaciones editoriales de Disney en Hyperion, son solo las últimas de una larga serie de maniobras de Hachette. Para lograr una posición fuerte en el mercado de habla inglesa, Hachette formó en 2003 el Book Group USA, empezando por la absorción de Little Brown y Hachette UK (que incluía a Hodder Headline, Orion y otras) y más recientemente la de Quercus, la editorial británica de Stieg Larsson. Hay que observar que estos movimientos de refuerzo no solo aportan oportunidades para comprar y vender derechos a escala global, en todos los mercados (por ejemplo, la compra por parte de Orion de derechos mundiales de una trilogía de la autora de ficción romántica Jodi Ellen Malpas → véase la nota de prensa del 26 de marzo de 2013, <http://bit.ly/VCweUB>), sino también un refuerzo en la distribución, como demostró la adquisición de Quercus (véase la nota de prensa de Hachette, <http://bit.ly/VCweUB>).

El grupo francés se ha convertido en un actor verdaderamente global en menos de una década. Ha puesto en marcha una joint venture con el que probablemente sea el mayor grupo chino, Phoenix, y otra con la Librairie Antoine, de Líbano. También se ha hecho con el control de Patria, en México, y Azbook-Atticus en Rusia, y ha lanzado Hachette India. En 2013 el mercado francés suponía nada más que el 37 % de los ingresos del grupo.

HarperCollins

HarperCollins compró Harlequin seguramente con distinta lógica subyacente. Harlequin había sido desde hace muchos años una editorial increíblemente innovadora. Había redefinido la novela romántica y otros géneros cercanos para que fueran una lectura atractiva para las mujeres urbanas y profesionalmente activas; había descubierto antes que sus competidores cómo la digitalización permite formas nuevas de organizar comunidades de

lectores; y se había expandido internacionalmente, en Rusia, Alemania, Francia y Japón. Pero precisamente estos géneros de ficción popular, las comunidades online y los nuevos públicos digitales, son los campos en que ahora predominan en buena medida los autores autopublicados. Esto ha llevado a una reducción de precios y ha obligado a Harlequin a refugiarse en una entidad mucho mayor, HarperCollins.

La autoedición no es un fenómeno nuevo, de hecho en los siglos XIX y XX era una práctica habitual. En el siglo XXI, la autoedición ha pasado de ser una actividad considerada por algunos en el mundo del libro como algo menor y de dudosa calidad, a convertirse en una gran negocio. A lo largo de los dos últimos años, importantes editoriales nacionales e internacionales hasta librerías y bibliotecas están apostando firmemente por la autoedición como complemento a su actividad principal. Añadir una plataforma de autoedición al negocio “tradicional” de una editorial, librería o biblioteca va a redefinir los límites hasta ahora establecidos entre escritores y aspirantes a escritores (autores indies) en el mundo del libro. Si se hace de una manera inteligente, la puesta en marcha de una plataforma de auto-publicación puede hacer que la editorial, librería o biblioteca se beneficie de ese nuevo mundo de nuevos escritores creando un ecosistema complementario al negocio tradicional con nuevas vías de ingresos. → Véase el estudio «Autores independientes».

La autopublicación y el creciente auge de los libros electrónicos en su totalidad, son impulsados (y en buena parte controlados) por actores que quieren reinventar la edición, la lectura y la experiencia de lectura compartida, todo al tiempo. Desean asimilar los libros a la música, el vídeo y cualquier otro contenido que se pueda descargar y distribuir electrónicamente. Amazon puso en marcha la revolución del libro electrónico cuando presentó a sus clientes su ‘jardín vallado’, el artilugio Kindle, muy recientemente, en 2007. Para entonces Apple ya había intentado lo mismo en el negocio de la música, con el aparato iPod y con iTunes como plataforma de distribución online

global. Ambos actores aspiran a reunir toda la cadena de valor bajo un paraguas único, desde la creación, edición y distribución hasta la experiencia de lectura final.

Amazon lidera claramente este campo, es el jugador dominante en varios mercados tradicionales, incluidos Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Japón. Pero Apple tiene una posición más fuerte en mercados donde la infraestructura minorista del libro está menos establecida, como Brasil y Oriente Medio.

El aumento del empeño de los editores por fortalecerse ha sido también un modo de responder a los desafíos que suponen estos nuevos actores globales, sobre todo desde que estos han redoblado sus esfuerzos por controlar los precios y las cuotas de mercado. Se han dedicado a dominar nichos, como la traducción de libros por parte de Amazon Crossing, o la oferta de modernas herramientas de creación, como la iAuthor suite de Apple.

Concentración sectorial en los escenarios regionales

Una visión global de la edición de libros debe considerar, por un lado, la influencia subsiguiente en los mercados locales y, por el otro, la presión cada vez más fuerte que hacen los gigantes mediáticos globales en todos los aspectos del negocio de los contenidos.

«Ya existe la integración vertical en todos los mercados menores de Europa central y del este, con la excepción de Estonia. Esta integración es muy probablemente el resultado de que los ingresos en toda la cadena del libro son demasiado pequeños para que los libreros, distribuidores y editores puedan sobrevivir sin una integración vertical radical, que incluya tanto la producción como la venta minorista. El empuje principal son las ventas menguantes, combinadas con el impacto de la recesión económica y la competición digital.»

MIHA KOVAČ, MLADINSKA KNIGA, ESLOVENIA. DECLARACIONES PARA ESTE ARTÍCULO.

En el extremo local y regional, los editores están afilando sus perfiles replanteándose sus portfolios. En Escandinavia en 2011, por ejemplo, la sueca Bonnier y la finlandesa Sonoma acordaron intercambiar divisiones completas. Bonnier, que es la mayor editorial comercial escandinava, asumió la rama de literatura general de Sonoma, WSOY. Sonoma, por su parte, se hizo con Bonnier Education → *Svensk Bokhandel*, 29 de abril de 2011, <http://bit.ly/1pGX6jq>. En Francia, al mismo tiempo, el holding dueño de Gallimard, Madrigall, compró al italiano RCS su división francesa, Flammarion, en 2012. La unión de Gallimard y Flammarion constituye ahora el tercer grupo en Francia, con una distribución fuerte. De este modo tiene más músculo para afrontar la expansión global de Hachette, así como la incorporación anterior de la segunda editorial francesa, Editis, a la potencia española Planeta.

En Alemania, en 2013, el Ganske Group adquirió el negocio de guías de viaje del club alemán del automóvil ADAC, mientras que el mismo año Bas-tei Lübbe decidió salir a bolsa, una operación poco frecuente en un mercado dominado por negocios controlados por familias.

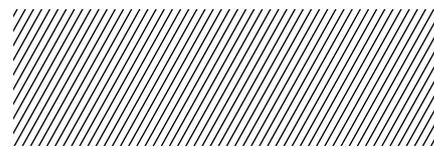
En muchos de los mercados menores del centro y sur de Europa se está desarrollando un escenario completamente distinto, aunque también en estos hay fusiones y absorciones que agrupan a los actores más potentes de cada mercado. Es el caso de España, donde recientemente ha culminado el proceso de absorción de los sellos lite-

rarios de Santillana por parte de Penguin Random House. → Leer más en El Confidencial, 2 de julio de 2014: 'Penguin Random House remata el proceso de compra de Santillana' <http://bit.ly/VzubQa>

El tamaño importa, con toda seguridad, cuando se trata de globalización y edición digital, y de la próxima ronda de cambios e innovaciones, que probablemente implicará la formación de alianzas nuevas con empresas de telecomunicación y tecnológicas para establecer comunidades de suscripción y lectura.

El último desafío –la necesidad de cubrir la brecha entre las industrias de contenido tradicionales, por un lado, y los gigantes de la comunicación y la tecnología, por el otro–, no es exclusivo de la industria del libro. Lleva tiempo siendo un tema familiar en la industria global de los media. «Medios globales: los grandes crecen», rezaba un titular reciente de Media Business Asia, definiendo un sector en el que conglomerados diversos compiten por los mismos públicos e ingresos → <http://bit.ly/1m5Froi>. Entre ellos Google (con ingresos medios de 43 millardos de dólares), Bertelsmann (10 millardos de dólares), Axel Springer (4 millardos de dólares) y el emergente gigante chino en Internet Baidu.

El impulso por fortalecerse está ganando fuerza por la aparición de nuevos mercados, lugares en donde existe un deseo nuevo y creciente por los libros como medio de educación y entretenimiento, especialmente entre clases medias emergentes. Pero estas economías suelen seguir caminos muy distintos; y son vulnerables a problemas económicos que influyen directamente en aspectos del mercado importantes para el negocio de los libros.



4.

Desarrollo en los BRIC: visión general y análisis

Brasil, Rusia, India y China –a veces denominados países BRIC–, son claros ejemplos de lo que sería la instantánea de la globalización referida al negocio de los libros. Todos ellos comparten importantes características. En particular, todos ellos están experimentando un crecimiento económico, dando lugar a la aparición y expansión de una nueva clase media que desea y dispone de los medios para invertir en libros como fuente de cultura, entretenimiento y educación. Sin embargo, estos países también difieren entre ellos en otros sentidos.

Brasil

Durante años, Brasil ha sido un modelo para los grandes actores de la edición (y de otros campos) que han buscado nuevos mercados en los que lanzar sus propias empresas o formar asociaciones con los actores locales ya existentes. Con un valor de 2,8 millardos de euros, Brasil es el noveno mercado del

«Es muy interesante, y paradójico, que el mercado de consumo haya crecido considerablemente durante los últimos 10 años debido al auge de la clase media como resultado del crecimiento económico y la estabilización, así como a la mejora de la alfabetización funcional. Esto significa que es muy probable que otras industrias del entretenimiento están robando cuota de mercado a la industria editorial, en especial Internet, películas y juegos. Por tanto, los editores brasileños deben reaccionar y luchar por un mejor entendimiento de sus clientes, mejorar la práctica profesional, disponer de una oferta de contenidos digitales más activa y los modelos de negocio más modernos, si quieren llegar al ‘nuevo brasileño’ consumidor y mantener o incluso aumentar su cuota de mercado».

CARLO CARRENHO, EDITOR, PUBLISH NEWS BRASIL, WWW.PUBLISHNEWS.COM.BR

libro más grande del mundo, detrás de Italia y España, y más o menos a la par de Corea e India, pero superando claramente a Rusia. El auge del sector del libro de Brasil, que fue ayudado en gran medida por el gobierno mediante programas para impulsar la educación y la edición digital, se ha ralentizado en los últimos tiempos, ya que la economía en su conjunto comenzó a tartamudear en 2011, con una caída del PIB de un 7,5% a un 2,7% en 2011, y a tan solo un 0,9% en 2012. Ver el resumen del Banco Mundial <http://www.worldbank.org/en/country/brazil/overview>. Argentina y Brasil son los países con mayor contribución a la caída de los títulos registrados en 2012. → Véase el Boletín El Libro en Cifras publicado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC-UNESCO, vol. 3, julio de 2013. A pesar de ello, el mayor mercado del libro en América Latina todavía se mantiene estable.

En los últimos años, Brasil se ha convertido en un destino muy interesante para todos los actores mundiales de la industria del libro. Por ejemplo, Amazon, tras establecerse en Brasil a finales de 2012 y de la apertura de una versión local de su tienda online, ha presentado una oferta para participar en los programas del gobierno para la distribución de libros de texto digitales. El gobierno ya ha distribuido unas 600.000 tablets para maestros. Con la adquisición de Santillana a principios de 2014, Penguin Random House realizó también una gran inversión en Brasil. Como responsable de comunica-

«El declive económico de Rusia afecta a la industria del libro. En el primer trimestre de 2014, el costo de vida en la Federación Rusa aumentó un 5,1%. La disminución de lectores y la tendencia hacia la monopolización en los cuatro años anteriores contribuyeron a expulsar del mercado a las editoriales medianas. Este año una serie de editoriales educativas se vieron afectadas gravemente por la decisión del Ministerio de Educación de excluir a una tercera parte de los libros de texto de la lista aprobada. Por ley, los libros de texto tienen que ser aprobados por el Ministerio de Educación para ser utilizados en las escuelas. Un nuevo descenso en los libros de texto se espera para el 2015».

OLGA RO, REVISTA DE LA INDUSTRIA EDITORIAL, EN UN COMENTARIO PARA ESTE INFORME.

ción de la empresa, Stuart Applebaum, dice, “Brasil es una oportunidad de crecimiento emergente clara”. → Véase Carlo Carrenho en Publishing Perspectives, 21 y 31 de marzo de 2014, <http://bit.ly/1o3E6pF> y <http://bit.ly/1pGXhuT>.

Rusia

Mientras tanto, Rusia se encuentra en la posición más difícil. Un país con una larga tradición de libros, literatura y lectura, se enfrenta a los enormes retos de ser un vasto territorio –una pesadilla para la distribución física de artículos como libros–, y con el monumental problema de la piratería que hace que la comercialización del libro electrónico sea una verdadera lucha. Los desafíos se establecen en el contexto de una crisis económica que irrumpe antes de que el país se hubiera recuperado adecuadamente de la crisis de 2008. → Véase Banco Mundial perfil del país. <http://www.worldbank.org/en/country/russia/overview>.

El sector editorial ha ido en declive ya que alcanzó su punto máximo en 2008, con un total de 3000 millones de dólares en ventas. En 2013, alcanzó un poco más de 2.3 mil millones de dólares (o 78 mil millones rublos en el mercado total, y 50 mil millones rublos para la edición comercial). Curiosamente, la precariedad de la dinámica del mercado no tuvo un impacto similar en la producción: en 2013 se lanzaron 120.512 títulos, en comparación con 127.000 en 2008. En general, sin embargo, las cifras y los análisis actuales sugieren que hay luz al final del túnel. Tal y como la Revista de la Industria del Libro Ruso dice, "El mercado del libro ruso ha detenido su caída". → <http://rus-lit.org/market/2384>

Los resultados de la crisis se pueden ver claramente en su impacto a lo largo de la cadena de valor. En 2012, la mayor cadena minorista del libro ruso, Top Kniga, se fue a la bancarrota. Le siguió AST, uno de los dos principales grupos editoriales y de venta de libros, aunque el brazo editorial de AST fue rescatado por otro de los dos grupos, EKSMO. Este último también controla las principales cadenas de venta al por menor de libros impresos, así como la plataforma de libro electrónico dominante, LitRes → www.litres.ru. A pesar del daño -ampliamente discutido-, hecho por la piratería, las descargas legales de libros electrónicos se duplicaron en 2013, y ahora representan ventas de 500 millones de rublos. LitRes fue capaz de recaudar \$ 15 millones en inversiones, según la Revista de la Industria del Libro de Rusia. El líder de este mercado es el grupo EKSMO-AST, recién formado y con una integración vertical completa, que asegura controlar el 40%.

India

India es uno de los mercados más grandes del mundo con un valor estimado de al menos 2,5 millardos de euros (sin estadísticas exactas disponibles). También es un ejemplo de una industria sumamente compleja en la que actores nacionales e internacionales interactúan, como lo hacen las empresas privadas y locales y los gobiernos

«Dado que el mercado está en fase de crecimiento, todavía hay suficiente espacio para actores locales y globales. Flipkart y Amazon son los más importantes en el mercado del libro, y ambos se están tratando de superar mutuamente en los servicios que ofrecen a los clientes; al mismo tiempo los dos actores se han prestado ideas. Amazon ha seguido el exitoso modelo de Flipkart del pago contra reembolso que ahora es ofrecido por casi todas las tiendas que operan en línea en la India. En abril, Amazon lanzó un servicio especial de recogida -una variación del que ya existía en EE.UU.-, en algunas ciudades, como Mumbai, Delhi, Bangalore, Ahmedabad y Manipal. Para ello, la empresa se ha asociado con tiendas de barrio locales en estas ciudades, en la que los clientes puede recoger sus paquetes».

VINUTHA MALLYA, DIRECTOR DE LÍNEA ESPACIO, INDIA, WWW.LINSPACE.COM
EN UN COMENTARIO PARA ESTE INFORME.

nacionales. Las diferencias culturales, sociales y económicas que existen entre diferentes provincias y entre los centros urbanos y las zonas rurales son significativas; los libros se producen y consumen en varios idiomas, predominando el inglés, el hindi y el malayo entre los lectores.

India es un mercado importante, competitivo y altamente dinámico, en particular para las editoriales británicas líderes, como Penguin, Macmillan y el Oxford y Cambridge University Presses, pero también para otros grupos internacionales, tales como Hachette. El mercado es impulsado principalmente por el sector educativo, pero también el libro comercial es un sector vivaz y creciente. Los libros importados desde el extranjero deben adoptar "precios de la India", es decir, ponerse en consonancia con el nivel de ingresos del subcontinente.

Las ferias del libro atraen a un público amplio. Gracias a la celebrada en enero en Jaipur también han ganado el reconocimiento internacional → <http://jaipur-literaturefestival.org/>. La Feria del Libro de Nueva Delhi, que se celebró en febrero, ha ido ganando en participación internacional en los últimos años → <http://www.newdelhiworldbookfair.gov.in/>.

Sin embargo, los debates más encarnizados y el desarrollo más dinámico del mercado se encuentran en el sector de libros al por menor. Este sector fue inicialmente dominado por una plataforma

india, Flipkart → www.flipkart.com/books, pero Amazon ejerce su presión como agente competidor desde su llegada en 2013.

«Los libros electrónicos, que actualmente representan menos del 5%, han experimentado un crecimiento del 50% en 2013, liderados por los títulos autopublicados, mientras que la venta de libros en plataformas online se ha expandido alrededor de un 20% entre 2012 y 2013, y las ventas de impresos libros impresos en librerías disminuyeron un 1,19% en 2013. La emergencia del mercado de la lectura digital se debe en gran parte a dos actores importantes, la plataforma de lectura del gigante de la telefonía China Mobile, y Amazon Kindle, que se lanzó en China en junio de 2013. China Mobile principalmente atrae a las audiencias que son especialmente sensibles a los precios, mientras que Amazon Kindle es más popular entre los buenos lectores».

CHEN SANGU O, BOOKDAO,
WWW.BOOKDAO.COM, EN UN COMENTARIO
PARA EL PUBMAGNET NETWORK OF
INTERNATIONAL BOOK TRADE MAGAZINES.

La auto-publicación también está ganando rápidamente importancia, con Amazon impulsando su crecimiento también aquí. En la actualidad alrededor del 20% de las ventas corresponden al gigante minorista de libros indios locales. El principal competidor de Amazon en el sector es Partridge Publishing, una empresa de Author Solutions y Penguin India, que ha publicado 400 títulos desde su lanzamiento en 2013. Los libros electrónicos están en aumento, a pesar de la reciente disminución de las ventas de tabletas y teléfonos inteligentes, que son los dispositivos electrónicos preferidos de los lectores hindúes.

China

De acuerdo con fuentes oficiales del gobierno chino, el mercado de libros de China es el segundo en tamaño, solo superado por el de EE.UU., con un valor anual de más de 14 millardos de euros en 2012, según el PVP (precio final para el consumidor). Ha mostrado de manera continua un robusto crecimiento en los últimos años. China también afirma ser el mayor mercado internacional de derechos de autor, actualmente con más de 14.000 adquisiciones de títulos por año.

Con una estratégica directiva denominada “política de salir al exterior” (Going out policy), en los últimos años el Gobierno chino ha estado alentando y preparando selectos grupos editoriales chinos para competir en el mercado internacional. Las primeras empresas participadas por los principales actores locales y corporaciones internacionales fueron encabezadas por el Phoenix Publishing and Media Group en cooperación con Hachette, lanzada en 2009. Desde entonces, Phoenix abrió una oficina en Londres en 2012, y fue el primer editor chino en anunciar una importante adquisición internacional: la empresa Publications International Ltd., radicada en EE.UU.

La edición digital en China se centra sobre todo en las publicaciones educativas. Actores nacionales están construyendo lazos comerciales con otros internacionales (como en el caso de China Education Publishing and Media Group). Mientras tanto, se están realizando esfuerzos para preparar la infraestructura necesaria para una comercialización fluida de las publicaciones digitales. Un ejemplo de esto es la plataforma CNP eReading, lanzada en 2013, que tiene como objetivo dar a los lectores chinos acceso a las revistas internacionales y otros recursos electrónicos de las bibliotecas y escuelas.

Desde su lanzamiento a mediados de 2013, la base de datos ha acumulado 1,6 millones de títulos digitales y añadido un nuevo servicio llamado Language Cloud → Véase Ranking Global de la Industria Editorial 2014, Publishers Weekly, 27 de junio de 2014, <http://bit.ly/1n2PiVX>.

La digitalización de las publicaciones y la lectura en China se encuentran estrechamente ligadas a la rápida penetración en el mercado de consumo de teléfonos inteligentes y tablets, así como a la expansión extremadamente dinámica de todo el sector del comercio electrónico. Al igual que otros contenidos multimedia, los libros electrónicos son una parte del actual crecimiento explosivo del sector digital, que abarca todos los aspectos de la vida y los negocios en China. Ellos están siendo impulsados por corporaciones chinas, como Huawei (por la infraestructura digital), Xiaomei (por teléfonos inteligentes asequibles) y Alibaba Group Holding, cuya plataforma en línea Taobao reportó transacciones por valor de 177 millardos de dólares en 2013, superando claramente la estimación de 100 millardos de dólares de Amazon. → Wall Street Journal Deutschland, 16 de junio 2014, <http://bit.ly/1ows8qj>.



5. Caída de las ventas del formato impreso en Europa y Norteamérica; crecimiento de la edición digital

En 2013, el mercado del libro en Norteamérica no presentó ningún cambio, experimentando una disminución de menos del 1%, aunque el segmento comercial se redujo un 2,3% → Book-Stats BISG, citado por Publishers Weekly, 26 de junio de 2014, <http://bit.ly/1mh4QpP>. En el Reino Unido, el valor facturado por los editores refleja que las ventas de

libros cayeron un 2% en 2013, según la Asociación de Editores. Esta disminución se atribuye al formato impreso, con una pérdida del 5% → <http://bit.ly/16qJdWA>.

En comparación con las fluctuaciones de las ventas en librerías según algunos mercados europeos, en los últimos años la gran mayoría de los mercados ha mostrado desarrollos negativos. Para algunos países, sobre todo en España e Italia, el negativo crecimiento refleja claramente la crisis económica generalizada, debido a que estas economías tienen dificultades para hacer frente a las secuelas de la recesión de 2008.

En España, la crisis económica ha tenido un grave impacto negativo en las ventas de libros en la primera mitad de 2014. «El conjunto de las editoriales españolas facturaron 2.181,97 millones de euros en el mercado interior, un 11,7% menos que en 2012. Vendió 153,82 millones de ejemplares, lo que representa un 9,6% menos que en el ejercicio anterior, y editó 76.434 títulos nuevos (-3,5%). La tirada media fue de 3.223 ejemplares por título, lo que supone un descenso de 223 ejemplares por título respecto al año 2012.

«Durante los primeros seis meses de 2014, las ventas de libros de edición comercial se estima que han disminuido entre un 25 y 30%. Las librerías informan de que, debido a una enorme caída en el gasto del consumidor, las ventas de libros se han estancado. Los lectores sólo compran libros por Navidad, el Día Mundial del Libro (23 de abril) y durante las principales ferias del libro en las grandes ciudades como Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao. Durante el resto del año, las librerías están casi vacías. La pérdida total de ventas desde el comienzo de la crisis, en el 2008, asciende a unos 700 millones de euros en solo cuatro años».

JAVIER CELAYA, CEO DE DOSDOCE.COM, EN UN COMENTARIO PARA ESTE INFORME.

Ventas de las librerías europeas (2009-2013)

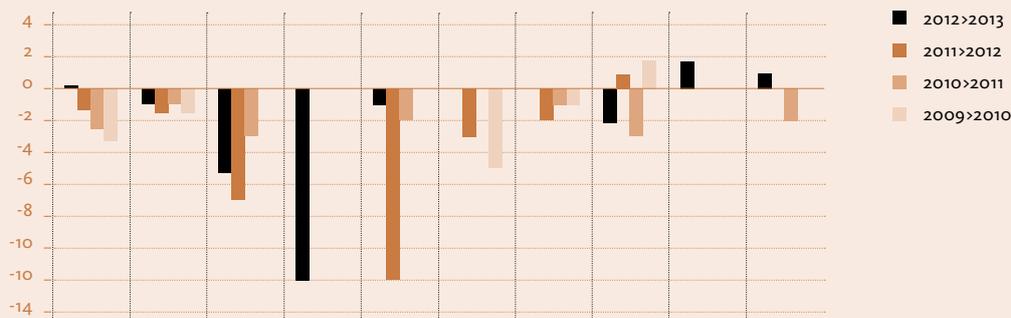


Fig. 5: Evolución de las ventas de librerías en una selección de mercados europeos, de 2009 a 2013, en %. Varias fuentes, datos recopilados por Rüdiger Wischenbart.

«Si los impresores siguen negándose a pagar el excedente del IVA, muchos editores podrían enfrentarse a la quiebra. Los editores más pequeños corren más peligro que los más grandes, pero incluso para las casas editoriales más grandes podría significar que algunos miembros de su personal perderán sus puestos de trabajo».

CARINA JÖNSS, EDITORA RESPONSABLE, SVENSK BOKHANDEL,
EN UN COMENTARIO PARA ESTE INFORME.

La oferta editorial española cuenta con un catálogo de 524.213 títulos vivos (en comercialización), esta cifra se ha incrementado un 6,8% con respecto al año 2012». → Nota de Prensa de la FGEE - Análisis del Mercado Editorial en España (2013) <http://bit.ly/1dibjF>

En cuanto al mercado exterior, las editoriales españolas mantuvieron su nivel de facturación con respecto al año anterior consiguiéndose saldo positivo en la balanza comercial española del sector del libro que se incrementó hasta los 322,71 millones de euros, frente a los 298,71 de 2012. Europa y América siguen siendo los principales mercados del sector del libro español, según la FGEE. Por orden de importancia, destaca Francia, Portugal, México, Reino Unido e Italia. Asimismo, han aumentado las exportaciones a África, Asia y Oceanía. → Nota de Prensa de la FGEE - Análisis del Mercado Editorial en España (2013) <http://bit.ly/1dibjF>

Sin embargo, los mercados pueden verse seriamente afectados por causas mucho más comunes, como demuestra el caso de Suecia en 2012, cuyo mercado del libro se redujo en un 12% en 2012, mientras que la economía en su conjunto se mantuvo estable. Después de haber funcionado muy bien en el año 2011, el grupo editorial comercial escandinavo más importante, Bonnierförlagen, obtuvo resultados muy modestos en 2012 y sufrieron las consecuencias de una alta tasa de devolución de libros por parte de minoristas lo cual contribuyó enormemente a la fuerte caída del mercado en general. Más recientemente, en 2014, ha surgido una amenaza inesperada para los editores suecos tras las revisiones de una ley sobre el IVA, que ha hecho que los editores tengan deudas pendientes de millones de euros en concepto de impuestos → The Bookseller, 24 de junio de 2014, <http://bit.ly/1pGXqHS>.

Esta disputa aparentemente extraña ilustra muy bien cómo el negocio tradicional de la edición de libros está siendo sacudido por un número creciente de fuerzas de gran alcance. El caso de los mercados en español es también otro claro ejemplo de ello, tal y como se pudo apreciar en el transcurso del VI Congreso Internacional de la Lengua, celebrado en Panamá en octubre de 2013. Una de las conclusiones a las que se llegó en el citado evento fue el valor estratégico que tiene un escenario regional como el latinoamericano para los nuevos actores globales ya citados (Amazon, Google, Apple...) en relación al futuro del libro, hasta tal punto de que estos parecen echar un pulso al sector editorial tradicional que necesariamente debe apretar el acelerador de la reconversión –léase también alianzas, fusiones y convenios–, para enfrentar mejor el futuro. Un mercado de casi 500 millones de consumidores y las nuevas políticas educativas regionales son dos buenas razones de peso para apostar por ello. → Ver 'La batalla por el futuro del libro se dirime en Latinoamérica'. El País, 23 de octubre de 2013 <http://bit.ly/1oUCnl8>.

Aunque el libro en formato impreso sigue imperando, nadie duda de la potencialidad de un mercado como el latinoamericano para el libro electrónico y la compra en línea. Esta opinión es compartida por Manuel Gil, autor del blog Antinomias Libro, en el que se muestra en repetidas ocasiones especialmente crítico en relación a la asimetría del mercado a ambos lados del océano → Ver 'El escenario digital iberoamericano', <http://bit.ly/1riGnnp>. Del último informe publicado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC-UNESCO, vol. 4, diciembre de 2013 destaca los siguientes datos: El número de títulos publicados en

todos los formatos en el primer semestre de 2013 ascendió a 78.925, con una disminución del 5,6% respecto al mismo período de 2012. Este descenso se atribuye de manera central al descenso de Brasil, que pasó de 37.695, en 2012, a 32.025, en 2013. Todos los datos son referidos al primer semestre de cada año. Esta disminución no compensa los aumentos producidos en Argentina y México. Las editoriales comerciales editan el 42% del total de estos títulos, y las editoriales universitarias el 14%, el resto, hasta un 30% son entidades no comerciales.

Brasil (42%), Argentina, México (17% cada uno) y Colombia (8%) representan el 82% de todo lo publicado en América Latina en el primer semestre de 2013. El 16,7% de los títulos es ya formato digital. Pese a que el porcentaje digital parezca pequeño todavía, lo que hay que observar es la tendencia, que es al alza, y que junto al aumento enorme del número de lectores que declaran leer en dispositivos electrónicos, llevan a pensar en una enorme transformación de las prácticas lectoras en la región.

Gil concluye diciendo que «estamos ante una enorme oportunidad tanto para pequeños editores españoles como para toda la edición iberoamericana, pudiendo avanzar en un mercado único y global para toda la edición de lengua hispana, con independencia de su ubicación en una región u otra. Creo que estamos ante un desafío de gran envergadura. Es cierto que en canales B2C los ajustes de precios serán un arma de marketing decisiva, y en canales B2B será importante la agregación y las tecnologías que ofrezcan seguridad en la protección de los contenidos, en ambos casos el reto está frente a nosotros». → Ver 'Comentarios al informe el Libro en Cifras, del CERLALC', <http://bit.ly/1vbQRTd>.

En ese mismo sentido se pronunció Fernando Zapata, director de CERLALC en el VI Congreso Internacional de la Lengua. Según él, «la región debe seguir preparándose para un escenario de predominio de las tecnologías digitales: "Es indispensable que, además de seguir invirtiendo en infraestructuras de telecomunicaciones y se trabaje en la incorporación de las tecnologías digitales en el campo de la educación y

la cultura”. Pese a que los gigantes de la distribución global ya trabajan en la región, Zapata cree que los editores locales aún tienen la posibilidad de fortalecer su producción y consolidar su posición en el mercado, en alianza con librerías y distribuidoras locales». → Ver ‘La batalla por el futuro del libro se dirime en Latinoamérica’. El País, 23 de octubre de 2013 <http://bit.ly/1oUCn18>.

Los libros electrónicos y la digitalización son solo dos de los muchos elementos perturbadores. Incluso antes de la aparición de un mercado significativo de libros electrónicos, un cambio radical en el tradicional comercio al por menor se tradujo en un desplazamiento hacia las ventas en línea. En muchos países, el mayor beneficiado de esto ha sido la respectiva plataforma líder en el mercado nacional –ya sea la adaptación local de la tienda online de Amazon o el actor doméstico más fuerte, como

BOL.com en los Países Bajos, Casa del Libro en España o Adlibris en Suecia.

Del mismo modo, en Francia la multimedia Virgin Megastore y la segunda mayor cadena de librerías, Chapitre, abandonaron el negocio, (Chapitre se dividió y se transformó parcialmente en librerías independientes). En los Países Bajos, el fracaso de la cadena Polare dio lugar a una reestructuración parecida del mercado. En Alemania, la segunda cadena de librerías, Weltbild, se declaró insolvente antes de ser rescatada con capital privado; se espera que reduzca significativamente el número de empleados y sus puntos de venta.

Por su parte, en España, las librerías y las cadenas de librerías son todavía los principales canales de distribución según el avance del Estudio de Comercio Interior 2013, pero estos establecimientos no escapan al proceso de

transformación global imperante y en 2013 vieron caer su facturación un 13,5%, en el primer caso, y hasta un 15,7% en el caso de las cadenas. → Nota de Prensa de la FGEE - Análisis del Mercado Editorial en España (2013) <http://bit.ly/1ldibjF>.

Los hábitos de lectura están cambiando también, los libros ahora compiten con una amplia gama de otros formatos y fuentes, incluyendo sitios web (los cuales compiten con la no-ficción o los títulos autopublicados) y el entretenimiento en línea (desde juegos y películas a la música en streaming). De hecho, todo el ecosistema para los autores, edición y distribución de libros, y la lectura está sujeto a este tipo de transformación.



6. Comparación de las cuotas de mercado de libros electrónicos

Por ahora, los libros electrónicos constituyen un factor crítico en un número de mercados relativamente reducido. Los más importantes son EE.UU. y Gran Bretaña; el desarrollo alemán es más reciente. Pero estos mercados son clave para la industria, tanto por su tamaño como por albergar las oficinas centrales de muchos de los líderes mundiales de la edición comercial.

Los libros electrónicos han llegado a dar beneficios, al menos a los mayores grupos editoriales internacionales, como Penguin Random House, Hachette, HarperCollins, Macmillan y Simon & Schuster. Y el negocio de los libros electrónicos fortalece a los mayores actores, a los Cinco Grandes y a sus mayores competidores, Amazon, Apple y, de momento en menor grado, Google.

Los ingresos procedentes de los libros electrónicos suponen en este momento una parte importante del total, en el caso de los mayores editores mundiales.

Por razones técnicas y estadísticas, es mucho más difícil hacer una comparación entre las cuotas de mercado de los libros electrónicos en cada país que de los impresos. No se han establecido definiciones de qué debe incluirse en el cálculo. Y el problema crecerá cuando se expandan los modelos de negocio no tradicionales, como las suscripciones a plataformas de lectura (a las que con frecuencia se llama 'Spotify o Netflix de los libros'), y cuando se multipliquen las comunidades de préstamo, lectura y autoedición. Todo ello aumentará notablemente el número de fuentes proveedoras de material de lectura digital.

Para poder ofrecer algunas cifras, siquiera aproximadas, de los mercados de Estados Unidos, Gran Bretaña y la Europa continental, hemos empleado las siguientes tres definiciones de cuota de mercado de libros electrónicos:

- Cuota de ingresos del mercado total del libro (que se compone mayormente de comercial y educativo –enseñanza primaria y secundaria–).
- Cuota de ingresos del mercado comercial del libro (probablemente la referencia más significativa,

dado que la mayoría de los electrónicos son títulos de ficción y de no-ficción, incluyendo la ficción de género y los autopublicados).

- Cuota de ingresos en segmentos clave, especialmente títulos nuevos de ficción y ficción de género.

Para resumir y comparar los mercados de libro electrónico seleccionados se necesita dar muchas explicaciones.

En EE.UU. en 2013 las ventas de libros electrónicos supusieron el 21% del total de la edición comercial, cuyo valor total se redujo por primera vez en la historia: 1.471 millardos, un descenso de 15 millones. Los libros electrónicos ocuparon el tercer puesto en la aportación de ingresos, tras los libros de tapa dura y los de rústica. La cantidad de electrónicos continuó creciendo, acercándose a la de los encuadernados, aunque se vendían por un precio unitario inferior. → BookStats report 2013, de AAP y BISG, citado en Publishers Lunch, 26 de junio, 2014, <http://bit.ly/1mh51Bz>.

En Reino Unido los libros electrónicos supusieron el 15% de las ventas del conjunto total de libros electrónicos e impresos el mismo año, 2013 → Publishers Association, Statistical Handout 2013, <http://bit.ly/16qjdwA>.

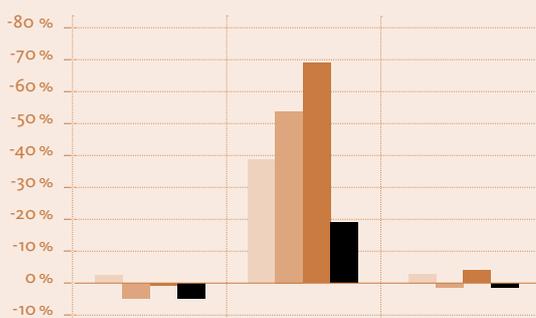
También ese año, en Alemania los libros electrónicos supusieron el 3% del

Relación de los ingresos procedentes de las ventas de libros electrónicos en los cinco grandes grupos editoriales que publican en inglés

% ingresos libros electrónicos	Penguin Random House	Random House	Penguin	Hachette	HarperCollins	Simon & Schuster
FY 2013	20.0			10.4	19*	27.0
3Q 2013				9.4		
1HY 2013		20.0				
FY 2012		20.0	17.0	8.0	16*	23.0
3Q 2012				6.4		
1HY 2012		22.0				
1Q 2012						
FY 2011			12.0	6.0	12.0	17.0

Tabla 2: Ingresos de las ventas de libros electrónicos como porcentaje del total de los principales grupos editoriales. Fuente: informes anuales, prensa especializada, datos recopilados por Rüdiger Wischenbart, Informe Global del Libro Electrónico 2014. www.global-ebook.com

* De abril a junio de 2014



Caso de estudio, Reino Unido: crecimiento de las ventas digitales que compensa solo parcialmente las pérdidas de las ventas en soporte impreso

■ 2012>2013
 ■ 2011>2012
 ■ 2010>2011
 ■ 2009>2010

Fig. 6: Desarrollo de impresión y las ventas digitales en el Reino Unido de 2009 y 2013. Fuente: Asociación de Editores de Documentos. <http://bit.ly/16qJdwA>

total de las ventas, subiendo desde el 2,4% de 2012. El crecimiento de los electrónicos fue del 63% (frente a un 200% de 2012. → Börsenverein, nota de prensa del 3 de junio de 2014). Pero una investigación realizada un año antes por Börsenverein y GfK –que evidentemente empleaba una definición más estrecha, referida a los ingresos por ficción y no-ficción– ya había mostrado que los editores ganaban casi el 10% de sus ingresos por los electrónicos en 2012, una cuota que coincidía con varios cálculos de los distribuidores → Börsenverein, GfK, 7 de junio 2013, citado en Börsenblatt, <http://bit.ly/18BQX93>.

En España se sigue hablando de la inmadurez del mercado del libro electrónico.

«Tras cuatro años de profunda crisis económica y financiera en todos los sectores en Italia, 2014 podría ser el año en el que GeMS (y otras editoriales activas digitalmente) compensen la caída de las ventas de libros físicos con el crecimiento de las ventas de libros electrónicos con el consiguiente aumento general en los ingresos».

STEFANO MAURI, PRESIDENTE DEL GRUPO EDITORIAL MAURI SPAGNOL (GEMS), EN UN COMENTARIO PARA ESTE INFORME.

Pese a que se aprecia un incremento de un 8,1% con respecto a 2012, a finales de 2013 «las ventas digitales alcanzaron 80,26 millones de euros, lo que representa solamente un 3,7% del total de ventas del sector». → Nota de Prensa de la FGEE - Análisis del Mercado Editorial en España (2013) <http://bit.ly/1ldibjF>. Otros datos de interés recogidos por esta misma fuente, son:

El número de títulos editados en formato digital se incrementó un 8,7%. Se comercializaron 122.280 títulos, un 123,5% más, como consecuencia del incremento de la digitalización de los libros de fondo de catálogo (188.893 títulos digitalizados del fondo de catálogo, un 89,3% más que en 2012).

En América Latina los datos informan del naciente mercado del libro electrónico a nivel regional. En el primer semestre de 2013 el 16,7 % de títulos registrados fue en formato electrónico. Brasil, Argentina, México y Colombia son los cuatro países más representativos del citado mercado y acaparan el 82 % de los títulos registrados en el mismo período. Sus cuotas de participación son las siguientes: Brasil (41 %), Argentina, México (17 % cada uno) y Colombia (8 %). → Véase el Boletín El Libro en Cifras publicado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CER-LALC-UNESCO, vol. 4, diciembre de 2013.

En cuanto a los índices de lectura en el entorno digital en los mercados hispanos, «la reciente aparición de los dispositivos electrónicos de lectura no permite realizar un mayor análisis de su uso y la frecuencia con la que se los utiliza, salvo el que permiten los registros de títulos en las agencias nacionales del ISBN en formato digital, en los diferentes países. Las últimas cifras de España y de Colombia revelan un salto de la lectura con dispositivos electrónicos. En la primera, en 2012, el 58% de los encuestados indicó que en el trimestre leyó a través de dispositivos electrónicos, sobre todo diarios y revistas. En el caso de libros, declara leerlos en soporte digital el 11,7 % de los encuestados. En Colombia el 32 % de la población de doce y más años leyó libros, revistas y periódicos por medio de Internet; mientras que un 13 % de

«Varias editoriales grandes han señalado que más del 50% de sus ventas digitales se producen en países latinoamericanos. En tal contexto de crecimiento de la exportación, varias fuentes evalúan en más de 20 millones de euros el valor del mercado digital a finales de 2014».

JAVIER CELAYA, CEO DE DOSDOCE.COM, HABLANDO PARA ESTE ARTÍCULO.

los lectores argentinos recurre de manera frecuente a la red para leer libros y 12 % de los lectores chilenos leen libros digitales». → El Libro en Cifras publicado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC-UNESCO, vol. 4, diciembre de 2013.

A primera vista, estos ingresos por ventas digitales parecen mucho mayores que en países como Francia (alrededor del 3% del mercado total en 2013) e Italia (4-5%). Pero es interesante observar que, a pesar de estas diferencias, algunos géneros, como la novela romántica y la fantasía, y algunos títulos escogidos de ficción contemporánea, logran cuotas del 20% al 30%. De lo que se puede extraer una conclusión clave: que la evolución de las ventas de libros electrónicos está muy fragmentada y diversificada, con diferencias entre territorios seguramente menos relevantes que las características específicas de los géneros e incluso de autores y títulos individuales.

Es evidente que será muy importante para proyecciones futuras de la industria del libro establecer en qué medida las pérdidas conocidas en ingresos por libros en papel pueden compensarse con las ganancias de los electrónicos. Un caso que puede estudiarse muy bien se da en Reino Unido, donde los informes estadísticos anuales de la UK

Producción digital del sector editorial latinoamericano

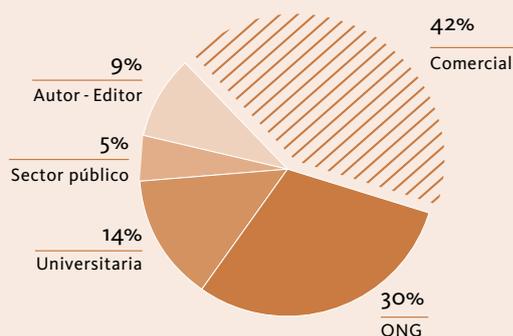


Fig. 7: América Latina* número de títulos registrados en formato electrónico, según agente. 2013 (1er semestre). Fuente. Agencias nacionales del ISBN.

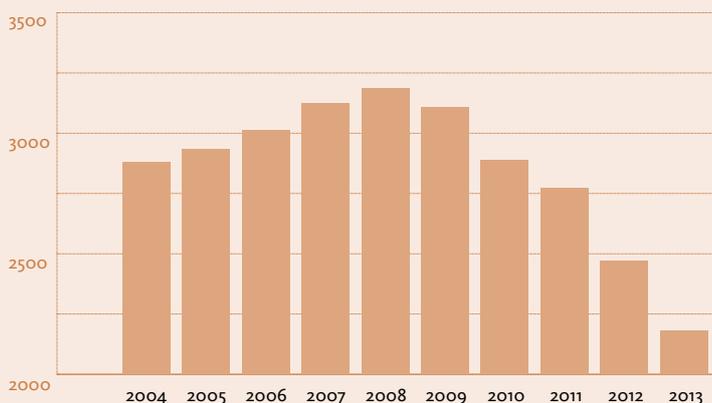
* Cifras preliminares. Sin Argentina

Publishers Association permiten hacer exactamente esta clase de seguimiento. El estudio de cuatro temporadas, desde 2009-2010 a 2012-2013, muestra que solo en una de ellas, la de 2012, las pérdidas en papel se compensaron con ganancias digitales.

No se puede realizar un ejercicio parecido en ninguno de los mercados de la Europa continental, porque no hay datos. Lo cual obviamente supone un desafío adicional para los actores implicados, que carecen de un mapa

adecuado que les ayude a moverse en su negocio. Sin embargo, tenemos bastantes pruebas anecdóticas de que en algunos de los mercados golpeados con más fuerza por la reciente crisis económica, como Italia o España, los libros electrónicos están jugando un papel significativo para equilibrar las terribles pérdidas sufridas por el papel.

En el caso de España, las exportaciones digitales han estado ganando un impulso considerable, especialmente hacia Latinoamérica.



Mercado interior del libro en España. La factura de casi una década

Facturación en 2013: 2.181,97 millones de euros > Δ 2013 = -11,7%

Fig. 8: Cifra de facturación de Comercio Interior en la última década 2004-2013

Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Millones de euros	2881,60	2933,23	3014,54	3123,17	3185,50	3109,58	2890,80	2772,64	2471,49	2181,97

7.

Conclusiones

Son varias las fuerzas que intervienen en la transformación que está experimentando la industria editorial, fundamentalmente dos, la digitalización y la globalización. Este proceso está propiciando el fortalecimiento del sector, así como la emergencia de nuevos actores, procedentes tanto de dentro como de fuera del mismo. Estos procesos son parecidos en todos los mercados y originan idénticos desafíos.

Al mismo tiempo, sin embargo, se identifican diferencias regionales. La presencia o ausencia de los mayores actores globales (como son Amazon y Apple en el sector del libro) representa un importante impacto en la competitividad de actores locales o regionales. El crecimiento económico supone un estímulo para los editores a la hora de

satisfacer la creciente demanda que procede de las clases medias emergentes tanto en lo que se refiere a la educación como al entretenimiento. Es el caso de China, India y, pese a la reciente desaceleración, Brasil; en Rusia, por otro lado, los lectores y consumidores de libros ya están luchando por salir adelante.

El español actúa como catalizador del proceso de expansión de las diferentes industrias culturales españolas en el mercado latinoamericano. El número de editoriales convencidas de que el futuro está en América Latina es creciente, si bien es necesario superar algunos de los esquemas heredados de la edición tradicional. La edición digital contribuirá sin duda a que los contenidos viajen también con mayor facilidad entre los diferentes países de la región que comparten el mismo idioma.

La edición en formato impreso está cayendo en casi todos los sitios, pero solo en unos pocos mercados este decrecimiento puede verse compensado por las ventas de contenidos digitales.

Hay que preguntarse, por duro que sea, si la resistencia a abrazar la edición digital puede llevar al traste a una de las industrias tradicionalmente más prósperas de Europa, como la francesa.

Cada vez es menos posible considerar la publicación de libros y la lectura como un sector cultural independiente y al margen de la industria de otros contenidos como la comunicación, la música, el vídeo, los juegos, ni de sus canales de distribución y, por tanto, de sus modelos de negocio, como el consumo en línea de contenidos por suscripción. En suma, la digitalización puede no representar una amenaza para la cultura tradicional como en algún momento se había considerado. De hecho, los nuevos entornos digitales, con sus múltiples ofertas de contenidos y prácticas de consumo, plantean un panorama más fragmentado y más complejo que nunca.

En cualquier caso, lo cierto es que las fuerzas motrices a las que alude este informe están transformando y redefiniendo la forma en que están conectados cada uno de los integrantes de la cadena de valor que conecta a autores, editores y libreros con los lectores. Esto no es una proyección futura, sino una realidad hoy en día.



8.

Créditos



Rüdiger Wischenbart es fundador de Content and Consulting, una organización con sede en Viena, Austria, especializada en mercados editoriales internacionales y la cultura del libro. Es Director de

Asuntos Internacionales de BookExpo America y un director del Foro de Editores de Berlín. Es autor o co-autor de varios informes sobre la industria editorial internacional, incluyendo el Ranking Mundial de la Industria Editorial (con actualizaciones anuales desde 2007), el Informe Global sobre Libro Electrónico (www.global-ebook.com, desde 2011), y de un estudio estadístico sobre mercados editoriales para la Asociación Internacional de Editores. Coordina una

red informal de revistas sobre edición comercial internacional, PubMagNet, y ha sido designado para formar parte del consejo editorial del periódico Logos. Trabajó como responsable de comunicación en la Feria del Libro de Frankfurt desde 1998 hasta 2001. Más información en: www.wischenbart.com



Este documento ha sido traducido y adaptado al español por María José Acuña y Javier Celaya de Dosdoce.com. La maquetación de la versión en español ha sido realizada por Emiliano Molina (www.cuadratin.es).

Dosdoce.com es un portal que analiza el uso de las nuevas tecnologías en el mundo del libro. Desde su inicio en 2004, el objetivo de Dosdoce.com ha sido animar a editoriales, librerías, bibliotecas, museos, fundaciones, etc. a utilizar todo tipo de tecnologías y a entender mejor las implicaciones y beneficios derivados de su utilización en sus entidades. A lo largo de estos años, Dosdoce.com ha elaborado más de 35 estudios e informes sobre el uso de las nuevas tecnologías en diferentes ámbitos del sector cultural. Más información en: www.dosdoce.com

