Evolución y tendencias digitales en Latinoamérica





Índice

1. INTRODUCCIÓN

3

2. TENDENCIAS DIGITALES EN LATINOAMÉRICA

5

3. LA EDICIÓN EN LATINOAMÉRICA

8

3.1. ARGENTINA

8

3.2. BRASIL

12

3.3. COLOMBIA

15

3.4. CHILE

17

3.5. ECUADOR

20

3.6. ESPAÑA

23

3.7. MÉXICO

30

3.8. PERÚ

34

3.9. PORTUGAL

35

4. CONCLUSIONES

38

5. SOBRE BOOKWIRE, CRÉDITOS DEL ESTUDIO Y AGRADECIMIENTOS

41

Notas

42



1. INTRODUCCIÓN

En estos últimos años, muchos de los editores de todo el mundo que viajan con asiduidad a las diversas ferias del libro que se celebran en países de Iberoamérica y que han asentado sus marcas editoriales en ese continente han percibido con nitidez dos cuestiones que parecen centrales y críticas:

- Que las exportaciones de libros en papel a esta región están estancadas y con tendencia a la baja.
- Que se aprecia el interés y la emergencia con que comienza a irrumpir el tema digital en toda la región. Existe un conjunto de causas que puede conllevar una auténtica explosión del comercio digital en esos países en la próxima década.

Este documento ofrece una serie de cifras y perspectivas claves para ayudar a los profesionales del sector editorial de todo el mundo a entender la transformación que está teniendo lugar en los mercados en idioma español y portugués, así como las oportunidades de negocio derivadas de dicha transformación. Así, los mercados en español representan a los más de 500 millones de personas que hablan este idioma y que residen principalmente en América Latina y en España, así como en los Estados Unidos, donde viven más de 50 millones de latinoamericanos. Por otro lado, los mercados en portugués representan a más de 200 millones de personas, que residen en su mayoría en Brasil y Portugal, así como también en Mozambique y Angola.

Desde hace una década, la constancia económica, política y social de América Latina ha devenido en una fuerte estabilidad de los mercados del libro nacionales. Sin embargo, muchos profesionales del libro están reflexionando sobre el futuro crecimiento de estos mercados latinoamericanos. Los datos apuntan a que América Latina y El Caribe están viviendo un momento de transición:

ha finalizado su "década de oro" (2003-2013) — un ciclo de prosperidad, marcado por un continuo crecimiento económico y enormes avances sociales—, y el nuevo periodo viene marcado por un crecimiento más débil y por la caída de los precios de las materias primas.

Varias fuentes señalan que el Producto Interior Bruto (PIB) de América Latina en 2015 oscilará en torno al 2,5%, uno de los más bajos de la década según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI). Estas previsiones podrían variar al alza si se produce un más que probable repunte de la demanda exterior, pero también existe el riesgo de que el PIB sea inferior si el descenso de la demanda de materias primas fuerza mucho los precios a la baja. De ser esto así, las economías latinoamericanas más dependientes de las exportaciones podrían entrar en una fase de cierta atonía.

En esta década, América Latina ha experimentado:

- Un crecimiento de la clase media, que según datos del Banco Mundial supone un 50% de la población total.
- ► Un incremento del consumo privado, que ya supone entre el 67 y 75% del PIB.
- Un mayor acceso a la educación. En este punto, la escolaridad ha aumentado mucho, pero convive con unos altos niveles de pobreza y desigualdad.

Algunos indicadores sugieren que la región se encuentra ante una transición social—y cultural—muy profunda, y que para sostener el crecimiento futuro de la región, avanzar en la reducción de la pobreza y seguir disminuyendo la desigualdad, tiene que enfrentarse a tres retos importantes:

- Impulsar la educación.
- Apostar en firme por el desarrollo de la economía digital.



Aumentar el gasto en innovación y desarrollo (I+D), que en la actualidad solo representa el 0,8% del PIB regional, cifra muy lejana del cerca del 3% de Estados Unidos o del 3.4% de Corea del Sur.

Para analizar y diseñar unos escenarios de trabajo, es importante distinguir los dos bloques económicos —y en gran medida geopolíticos—surgidos en Iberoamérica:

- Por un lado, la Alianza del Pacífico (Chile, Perú, Colombia y México), mucho más dinámico, pragmático y abierto.
- Por otro Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela), mucho más proteccionista y burocrático.

Es obvio que el primer bloque presenta mucho mejores perspectivas de cara a todo tipo de comercio y transacciones, en especial para el sector del libro, en gran medida gracias a la apertura hacia el exterior de sus economías y a los acuerdos de libre comercio que tiene con Europa, Asia y EE.UU. Tener un mínimo conocimiento de esta situación es importante de cara al diseño de estrategias de trabajo editorial y la comercialización en este continente.

Tenemos la firme convicción de que el libro digital supone una oportunidad imprevista para la edición en español y portugués y un escenario global que puede conllevar que la oferta digital latinoamericana se visibilice de manera más

equilibrada entre ambos lados del Atlántico. Desde hace más de 40 años el comercio del libro se ha sustentado en una asimetría entre España y América Latina: el libro español viajaba a América, pero no ocurría lo mismo al contrario, o llegaba con cuentagotas. El libro digital puede romper esta asimetría a poco que la edición iberoamericana entienda que debe construir unas infraestructuras digitales mínimas que hagan competitivas sus propias industrias editoriales. En este sentido, el diseño de canales de comercialización y distribución digital es un tema crítico para las emergentes industrias editoriales de esos países.

Pero tampoco olvidemos que el creciente desarrollo de plataformas de comercialización digital —tanto B2C como B2B— y su llegada a América suponen el comienzo de un nuevo ecosistema de comercialización ciertamente importante de cara una mayor visibilidad de los catálogos de las editoriales del continente. Si hasta hace poco tiempo eran relativamente pocas las editoriales que exportaban libros en papel a América, ahora, con las plataformas digitales en velocidad de crucero, la oferta digital en español de editoriales de todo el mundo dirigida a Iberoamérica puede ser exponencial. Desde este punto de vista, nos encontramos ante un momento crucial de la comercialización del libro digital a ambos lados del Atlántico. La oportunidad existe y debe ser aprovechada, siempre desde ambos lados del océano. Como lectores estamos de enhorabuena, ya que el acceso a una ingente masa de contenidos en español es una excelente noticia.

2. TENDENCIAS DIGITALES EN LATINOAMÉRICA

Pese a que aún no podemos hablar de un espacio único iberoamericano —dado que cada país tiene unos ritmos y unas características específicas—, sí existen tendencias generales en todo el continente que deben ser analizadas con precisión, pero a la vez con ciertas cautelas.

En unos pocos años hemos visto cómo toda la economía mundial comienza a gravitar en torno a Internet. Datos del Banco Mundial aseguran que por cada aumento de un 10% en la penetración de Internet se puede incrementar cerca del 1,3% el PIB nacional de los países emergentes. En este sentido, América Latina es un continente donde la proyección de crecimiento es muy alta: aunque la media de usuarios conectados a Internet es de algo más del 40% frente a una media del 80% en los países de la OCDE, las posibilidades de crecimiento son muy altas debido al enorme incremento de la clase media en todo el continente, un incremento basado en las altas perspectivas económicas que tiene la región.

A pesar de todo esto, Latinoamérica sigue presentando todavía una enorme brecha digital, tanto de oferta como de demanda.

- La brecha digital en la oferta viene provocada por el escaso despliegue de redes fijas como por la carencia de infraestructuras, lo que provoca una lenta velocidad de conexión.
- ► En el caso de la demanda, está determinada por el reparto desigual de rentas e ingresos de gran parte de la población, y por su bajo nivel cultural y educacional.

En cualquiera de los casos, el uso de Internet crece a un ritmo acelerado, y las expectativas y proyecciones sitúan la penetración digital en Latinoamérica en el 53% en 2016, con un crecimiento de un 13% anual.

Romper la brecha digital constituye un reto para todas las economías latinoamericanas. La modernización de todas sus economías pasa, entre otras cosas, por fomentar las nuevas tecnologías y el uso de Internet en ámbitos como el comercio, los procesos industriales y la política. En este sentido, es imprescindible alentar y propiciar políticas públicas que apoyen la adopción de la banda ancha, lo que contribuirá a un aumento paulatino del PIB de cada país de la región. Este aumento de la banda ancha, sustentado en tecnologías 3G, conllevará un aumento del e-Commerce basado en el móvil en toda la zona, pues no olvidemos que en la actualidad la penetración de móviles (celulares) se sitúa por encima del 84% en todo el continente.

Para aproximarnos al mundo del libro y a su posible evolución tenemos que observar dos fenómenos importantes: por un lado la producción editorial, y por otro la velocidad en la mutación digital de las políticas de compras. Al observar los últimos datos publicados por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) en su informe Libro en cifras $n^0 \, 5^{\text{T}}$, podemos constatar que estamos asistiendo a los albores de una mutación muy importante. Veamos algunos datos:

- Se ha pasado de los 178.971 títulos editados en 2012 a 194.009 en 2013, lo que supuso un incremento del 8,9% en la producción editorial de dicho ejercicio.
- El número de títulos publicados en formato digital en 2013 se situó en torno al 17%.
- El libro digital pasó de representar el 8% en 2010 al 14% en 2011 y al 17% en 2013.
- Aunque el porcentaje digital parezca pequeño todavía, es importante observar la tendencia al alza del mismo. Un dato que,



junto al importante aumento en el número de lectores que declaran leer en dispositivos electrónicos, nos lleva a pensar que se está produciendo una enorme transformación en las prácticas lectoras en la región.

- Desde hace más de un año se observa un volumen de comercio digital muy fuerte en canales B2C; son muchos los editores españoles que confiesan que sus ventas digitales en Iberoamérica representan horquillas de entre el 25% y el 50% de sus ventas.
- Al observar la composición de las importaciones en papel de LATAM, podemos contrastar la situación y peso de las materias que se exportan desde España (ver tabla 1).

Tabla 1. Valor de la exportación de libros por materias en 2013			
Materia	Porcentaje	Variación 2012-2013	
Literatura	10,38%	-16,76%	
Religión	18,64%	14,81%	
Libro Científico-Técnico	13,20%	-13,01%	
Ciencias Sociales	12,53%	-7,25%	
Literatura Infantil y Juvenil	14,32%	-4,88%	

Diferentes estudios muestran que un 60% de estas materias son absorbidas por los canales no *retail*, de ahí que las expectativas de mutación digital sean muy amplias y se esperen ritmos de cambio muy acelerados.

El descenso del comercio en papel, previsible y ya contrastado, debe conllevar un aumento de la comercialización digital, sobre todo en canales bibliotecarios, universitarios e institucionales. Prevemos de forma razonable que en dos o tres años un 60% de las compras que realicen las bibliotecas y universidades iberoamericanas será completamente digital; es por ello que es preciso desarrollar enormes redes de comercialización digital, plataformas de agregación de contenidos con gran profundidad de catálogo y procesos de compra basados en la usabilidad, con metadatos comerciales claramente identificables. También hay que comenzar a pensar en que la impresión bajo demanda puede alcanzar volúmenes significativos en un espacio de tiempo muy corto.

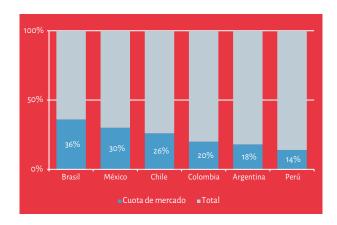


Figura 1. Previsión de la migración de papel a digital con vistas a 2017. Fuente: elaboración propia.

Existe una realidad cada día más aplastante: el libro en papel perderá fuelle de manera acelerada en todos los canales no retail de la región, lo que abre enormes posibilidades comerciales para aquellas editoriales que lideren la creación de nuevos canales de comercialización B2B institucionales. Si las editoriales son capaces de implementar nuevos modelos de negocio y redes comerciales digitales² en ese continente tendrán una ventaja competitiva sólida y sostenible en el tiempo. Una de las claves del mercado digital en la región residirá en no tener miedo a innovar con nuevos modelos de negocio, con el fin de facilitar el acceso a los mismos y la compra a las bibliotecas, universidades, escuelas e instituciones gubernamentales.

Por último, los modelos por suscripción pueden tener bastante desarrollo en LATAM. Ligados a las grandes operadoras de telefonía en canales *retail*, estos modelos comercializarán paquetes de servicios —televisión, telefonía fija y móvil— que también incluirán contenidos culturales y de ocio

relacionados como música, vídeo, videojuegos y, por supuesto, *eBooks*. La edición debe contemplar el desarrollo de estos modelos de suscripción desde la óptica del servicio, en lugar de desde la descarga unitaria de productos.



3. LA EDICIÓN EN LATINOAMÉRICA

La enorme producción editorial experimentada en los últimos años, tanto de papel como digital, nos hace pensar que Latinoamérica está "sedienta" de libros. CERLALC aporta con regularidad datos procedentes de las agencias nacionales del ISBN que así lo ponen de manifiesto. En este continente en 2013 se publicó la cifra de 194.009 títulos, un 8,9% más que en 2012, año en el que se publicaron 178.971 títulos.

Si observamos la producción en una horquilla temporal más dilatada, veremos que en el año 2000 se publicaron 49.648 títulos, y que desde entonces la producción ha aumentado una media anual del 12%. Este importante crecimiento sostenido desde hace ya muchos años lleva a la conclusión de que se están estructurando mercados nacionales muy consolidados y competitivos.

Pero aun así, LATAM es todavía un mercado esencialmente importador, donde las balanzas comerciales son negativas y donde el aumento de la producción no va acompañado de aumentos importantes en la tasa de lectores, sino que supone un incremento en la tensión en los canales de distribución, muy poco elásticos en su funcionalidad operativa. Por esta razón, parece razonable insistir en algunas de las variables que podrían ser mejoradas en el ecosistema del libro de América Latina:

- Los canales de distribución y comercialización digital necesitan mejorar y ampliarse.
- Se requiere construir repertorios nacionales de metadatos —tanto para formato papel como en formato digital—, estructurales y comerciales, listos y depurados para que puedan ser utilizados tanto por cualquier plataforma de comercialización como por cualquier tipo de usuario.

- Como un avance en la construcción de potentes arquitecturas digitales de e-Commerce globalizado, debe contemplarse la idea de enlazar estos repertorios nacionales en un gran repertorio iberoamericano.
- Es necesario impulsar políticas de apoyo a la digitalización de contenidos editoriales.
- Debe apoyarse el acceso a la lectura con políticas públicas.
- Hay que reducir los precios unitarios para llegar a un mayor número de capas de la población.
- Se deben construir redes de lectura y nuevos canales de marketing para divulgar el libro.
- Deben concebirse planes de apoyo a las librerías.
- Se hace necesario impulsar políticas para generar una mayor demanda.
- Se debe contemplar el desarrollo de políticas de impulso a la incorporación masiva de tecnologías informacionales en todos los eslabones de la cadena de valor del libro, de manera que pueda incrementarse el rendimiento sobre el capital invertido.

3.1. ARGENTINA

La República Argentina tiene más de 41 millones de habitantes. Muestra unos índices de desarrollo humano, renta per cápita y calidad de vida que se encuentran entre los más altos del subcontinente, lo que le convierte en una potencia en la región latinoamericana.

Mercado cultural

Un vistazo inicial a la última encuesta publicada de consumos culturales³ nos señala que las tasas de lectura son altas y se encuentran entre las más elevadas de Latinoamérica. Un 85% de los argentinos son lectores, que consumen casi todos los formatos considerados (diarios, libros, revistas y pantallas de PC). El 73% de la población lee periódicos, un 56% lee al menos 1 libro al año, cerca del 50% leyó revistas durante el último año y también en torno al 50% afirma leer en la pantalla de un ordenador o en una tableta.

La lectura digital es un fenómeno considerable en el caso de los periódicos, pero disminuye considerablemente en el caso de los libros (apenas un 8% de la población menciona haber leído algún libro digital). La pantalla de PC es el dispositivo en mayor expansión pues ya lo utiliza el 45% de los argentinos, porcentaje que duplica la cifra que aportaba la Primera Encuesta Nacional de Lectura.

Por otro lado, el formato revista, con un 47% de lectores, parece ser un formato estancado o en retroceso.

El libro también cuenta con muchos lectores en Argentina: un 56% de la población, el valor más alto de Latinoamérica. El 37% de los argentinos lee libros semanalmente (ya sea todos o algunos días por semana), un 11% mensualmente y un 8% con menos frecuencia. Si se considera la población total del país (incluyendo a quienes no leen), cada persona mayor de 12 años lee una media de casi 3 libros al año. Los géneros más leídos son cuentos, novela y biografía, y la temática más elegida es la Historia. Hasta ahora, el formato de libro electrónico es un fenómeno marginal: solo un 7% lee en ambos formatos y apenas un 1% dice leer solo libros electrónicos.

Destaca el protagonismo de los móviles en los consumos digitales. Su uso extendido como reproductor de música y radio abre unas posibilidades de desarrollo muy importantes. En la actualidad, el porcentaje de usuarios que se conecta a Internet a través del móvil es del 24%.

De los contenidos que se consumen en Internet, las redes sociales tienen una gran importancia, con un 57% de los usuarios. Facebook es la más visitada con un 24% de las menciones, y YouTube aparece en segundo lugar con el 22%. El 55% de los argentinos tiene un perfil en Facebook y el 13%, una cuenta en Twitter. Revisar el correo electrónico, bajar música o escucharla *online* e informarse a través de diarios o medios alternativos son también actividades muy habituales. Además, el 30% de los argentinos utiliza videojuegos.

La penetración de las tecnologías digitales en la industria editorial es dispar, pues periódicos, blogs y revistas digitales crecen de forma sostenida y puede que resten consumidores al mercado editorial en papel; en el país apenas se consume el libro electrónico, que está muy lejos de complementar aún al libro tradicional.

El gasto cultural más común corresponde a la compra o alquiler de películas: el 55% de los argentinos realizó gastos en este concepto durante el último año, y el 34% destinó hasta 100 dólares americanos. El porcentaje de consumidores que compró libros en el último año (39%) es algo menor que la que compró o alquiló películas, pero el gasto es mayor: un 20% destinó más de 200 dólares norteamericanos a su adquisición. Según una encuesta de 2013, el gasto total en cultura significó alrededor del 5% del salario mínimo del año sin incluir Internet, y un 9% si se incluía ese consumo.

Los datos que suministra la Cámara del Libro de Argentina⁴ señalan que:

- La producción editorial en 2013 ascendió a 27.757 títulos y 88.171.750 millones de ejemplares. El número de títulos respecto a 2012 (con 26.367 títulos) se incrementó en un 5%; sin embargo, la cifra de ejemplares disminuyó un 6%, pues en 2012 se produjeron 94.272.206.
- Al agrupar los títulos por tirada declarada se observa que para los 16.366 títulos comerciales la media de ejemplares fue de 2969. Un 46% de los libros tuvo una tirada de entre 1 y 999 ejemplares, un 16% de entre 1000 y 1999 ejemplares, y un 9% de entre 2000 y 2999.

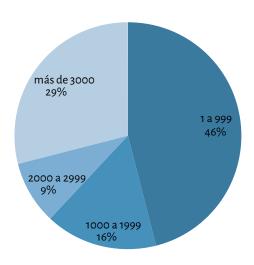


Figura 2. Producción editorial, según tirada. Fuente: Informe estadístico anual de producción del libro argentino 2013.

► En cuanto a la producción en función de la naturaleza jurídica del editor, se observa que el 55% de los libros es editado por empresas editoriales, un 17% por empresas comerciales, un 12% son ediciones de autor y un 6% corresponde a la universidad pública.



Figura 3. Canales de distribución del libro. Fuente: Informe estadístico anual de producción del libro argentino 2013.

El principal canal de distribución del libro es la distribución directa (61%), seguido por librerías (20%), kioscos (8%), distribución gratuita (8%) y venta institucional (2%).

En cuanto a formatos de producción:

- ► El libro en papel representa el 84% y el libro digital el 16%, con un lento crecimiento anual del *ebook*.
- ► En 2013, la producción de libros digitales alcanzó los 4427 títulos.
- ► En cuanto a los canales de distribución, la digital directa representó el 58% del total, la venta a través de librerías el 15% y la distribución gratuita el 16%.
- Las materias más editadas como libros digitales fueron las Ciencias Sociales, con un 19%, y la Literatura, con un 22%.

De acuerdo con los datos de CERLALC (2013) podemos decir que el formato electrónico demostró una mayor dinámica de crecimiento en Argentina que en el resto de Latinoamérica



durante los tres últimos años. Mientras que el crecimiento del *eBook* en LATAM durante el período 2010-2012 fue del 131,3%, en Argentina se triplicó dicho crecimiento: en 2008 se produjeron 981 títulos en formato *eBook* frente a los 4427 de 2013. Sin embargo, la realidad comercial nos sitúa ante una participación en torno al 1% sobre el total del mercado.

Evolución del comercio exterior

En cuanto a la evolución del comercio exterior, hay que señalar tres cuestiones importantes:

- Por un lado, se produjo un descenso importante de las importaciones, que pasaron de 117 millones de dólares en 2011 a 52 millones en 2013.
- Por otro, también descendieron las exportaciones, que evolucionan desde los 41 millones de dólares en 2011 a los 31 millones en 2013.
- Finalmente, se produjo una significativa mejora de la balanza comercial, que había sido negativa durante estos años, no tanto por efecto de un aumento de las exportaciones como por una disminución drástica de las importaciones.

La puesta en marcha de políticas que intentan reemplazar parte de las importaciones editoriales por títulos de fabricación nacional, o el intento de las empresas por compensar sus importaciones vendiendo los mismos valores en productos al extranjero explican esta evolución de las importaciones. En este sentido, los datos que aporta CERLALC referidos a 2013 indican que el 14% de las importaciones proceden de América Latina, y que un 86% tienen como origen otros países. Por contra, las exportaciones argentinas del libro tienen como destino principal Chile, México, Perú y Uruguay.

Pese a que la Cámara de Comercio Argentina no ofrece datos sobre volumen de comercialización, y a que el informe del Observatorio de Industrias Creativas⁵ sitúa dicha cifra en 3200 millones de pesos en 2012 (364,16 millones de dólares), estimaciones más recientes nos sitúan ante un tamaño del mercado en torno a los 3600 millones de pesos (409,68 millones de dólares).

Es preciso destacar la creciente importancia que ha cobrado la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires⁶, la más importante del mundo de habla hispana en términos de público —con más de 1,2 millones de visitantes— y la segunda en términos editoriales, por detrás de la de Guadalajara en México.

Venta al público de libros

Por último, reseñar el excelente parque de librerías de Argentina, que presenta una cierta concentración en Buenos Aires. El Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA)⁷ tiene censadas 2256 librerías en todo el país, que administran el 80% de las ventas, con una creciente importancia cadenas como Fausto, Distal, Yenny, Ateneo, o Cúspide, que además se han renovado en los últimos años y suelen tener muchas sucursales. Además, también abundan las librerías "independientes". En general, las librerías suelen tener un tamaño mayor que en España y su personal muestra una excelente preparación.

Conclusiones

Como resumen, señalar que Argentina es el tercer país productor de libros en castellano, por detrás de España y México, con un mercado en expansión y con unas posibilidades de comercialización digital enormes para los próximos años.



3.2. BRASIL

Se trata del quinto país del mundo por tamaño y población (200 millones de habitantes), que comprende la mitad oriental del subcontinente de América del Sur. Su mercado del libro tiene un valor de cerca de 3 millardos de euros, lo que le convierte en el noveno más grande del mundo, por detrás de Italia y España y a la par con los de Corea e India, pero superando claramente a Rusia.

Brasil tiene una de las diez economías más potentes del mundo. En los últimos años su economía ha estado creciendo por encima del 4%, aunque en los dos últimos años se observan signos evidentes de ralentización y estancamiento, con una inflación en torno al 6%. Después de haber experimentado un crecimiento excepcional, la economía brasileña parece mostrar signos de agotamiento, lo que se relaciona con el estancamiento de los precios de las materias primas de exportación, el estancamiento del consumo interior (debido al endeudamiento de los hogares) y la bajada de las inversiones. El crecimiento fue débil en 2012. Volvió a repuntar en 2013 (2,5%) y la inflación fue de 6%. El crecimiento económico debiera conservar el mismo ritmo en los próximos años. El país ha realizado un enorme esfuerzo en esta última década para adecuar sus infraestructuras y competitividad, mejorando todos los índices de desarrollo humano de su población.

Mercado cultural y del libro

En el terreno cultural hay que destacar el enorme impulso dado a la mejora de los índices de lectura y bibliotecas: con más de 5000, ofrece un ratio alto de 2,47 bibliotecas por cada 100.000 habitantes. En este sentido, una mirada a los datos que aporta CERLALC⁸ nos muestra un consumo de 4 libros por habitante/año, un porcentaje del 50% de no lectores y un alto uso de las bibliotecas públicas.

El auge del sector del libro de Brasil, que obtuvo la ayuda del gobierno en gran medida mediante programas para impulsar la educación y la edición digital, se ha ralentizado en los últimos tiempos. Al analizar el sector editorial brasileño, podemos observar su elevada concentración de capital y una enorme diversidad en su oferta de productos en todas las áreas editoriales, así como una gran producción editorial donde tiene una especial relevancia la oferta educativo-didáctica y la Literatura, tanto para adultos como infantil y juvenil. Los autores brasileños tienen un gran protagonismo en el sector: en 2012 se editaron 51.905 títulos de autores brasileños, frente a los 5862 de autores extranjeros.

El mercado del libro en Brasil está creciendo desde hace ya muchos años. Cuenta con más de 750 editoriales, muy activas, de las que más de 500 publicaron al menos 5 títulos al año y más de 5000 ejemplares en total. Estas editoriales muestran un enorme desarrollo profesional de la edición y una producción de bastante calidad que sigue estándares internacionales, lo que ha conllevado una gran expansión de su mercado y despertar el interés de numerosos grupos editoriales internacionales, así como de los grandes actores de la comercialización digital. Se trata por tanto de un mercado en fuerte expansión, con ferias como la Bienal do Livro de Río, la Bienal do Livro de Sao Paulo o la Feria do Livro de Porto Alegre que comienzan a ser muy importantes internacionalmente.

Los datos, cerrados a 2013, que ofrece la Camara Brasileira do Livro^{9,10}, muestran las siguientes magnitudes:

- ► El crecimiento nominal de la industria editorial brasileña en 2013 fue del 7,52%.
- Este porcentaje significa un crecimiento real del 1,52%, con una variación del 5,91% del IPCA en 2013.



- El número total de copias vendidas creció un 4,13% si consideramos solo las ventas al mercado, y un 20,41% si tomamos en consideración las ventas al gobierno.
- ► Esto significa que el mercado del libro actual promedio creció un 1,70% en 2013 teniendo en cuenta solo las ventas al mercado. Sin embargo, al considerar el IPCA del 5,91%, los precios promedio de los libros cayeron un -4,0%.
- La venta de libros electrónicos ha aumentado un 225,13% entre 2012 y 2013, pero todavía representa una proporción muy pequeña de los ingresos totales de la industria editorial.

Al detenernos en las cifras de títulos producidos, observamos que pasaron de 57.473 títulos en 2012 a 62.235 en 2013, con un crecimiento del 8,29%. De la cifra de títulos editados hay que señalar que 21.085 correspondieron a novedades y 41.150 a reimpresiones.

En cuanto al número de ejemplares producidos, la cifra disminuyó de 485 millones a 467, con un descenso del 3,59%. La facturación del sector pasó de 4984 millones de reales en 2012 (unos 1882 millones de dólares) a 5359 (unos 2024 millones de dólares), lo que implicó un incremento del 7,52%; este crecimiento, medido en reales constantes, supuso una disminución del crecimiento al 1,52%. En relación con los ejemplares vendidos, evolucionaron desde los 434 millones de ejemplares de 2012 a los 479 de 2013. De esta cifra, el Estado adquirió en 2013 279 millones de ejemplares, y el mercado los 200 millones restantes.

El precio medio por libro pasó de 13,66 reales (4,32 USD) en 2012 a 13,89 (4,39 USD) en 2013, lo que supuso un aumento del 1,70%. Este incremento, medido en reales constantes supondría un descenso del 4%. Es interesante señalar que el precio medio en ventas al mercado, en reales constantes, descendió un 43% desde el año 2004.

En cuanto a los canales de comercialización se debe señalar que la venta en librerías, físicas y virtuales, supone el 61,40% del total, la venta directa de distribuidores el 19,35% y la venta a domicilio y por catálogo el 5,13%.

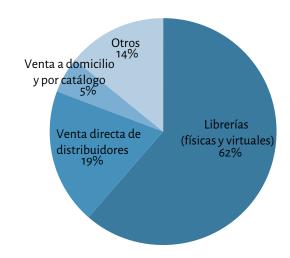


Figura 4. Canales de comercialización del libro. Fuente: Clúster Gráfico.

Comercio exterior

En relación al comercio exterior, los datos de CERLALC¹¹ muestran que en 2013 se realizaron exportaciones por valor de 18,3 millones de dólares, e importaciones por valor de 170,2 millones de dólares. En este sentido, se debe señalar que el apoyo institucional al libro debe conllevar en los próximos años un fuerte despegue de sus exportaciones, generando una balanza comercial más equilibrada.

Mercado digital

En cuanto al mercado digital, hemos de señalar que se editaron 30.683 títulos y se vendieron 889.146 descargas. De esta cifra, hay que señalar que 873.973 fueron *eBooks* y 15.173 aplicaciones. En cuanto a la facturación digital, se estimaron unas ventas de 3,9 millones de reales en 2012 (1,23 millones de dólares) y de 12,7 (unos 4 millones de

dólares) en 2013, lo que implica un crecimiento del 225,13%¹². No obstante, varias fuentes del sector indican que estas cifras no reflejan la realidad, dada la escasa transparencia de los principales operadores que actúan en el mercado digital, por lo que el mercado digital podría ser el doble de lo que las cifras oficiales indican. Editoriales importantes del país como Rocco, Objetiva, Recor, Saraiva o Zahar disponen ya de catálogos digitales muy importantes.

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 abrir 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. En este sentido, el gobierno ya ha distribuido unas 600.000 tabletas para docentes. Con la adquisición de Santillana a principios de 2014, Penguin Random House también apuesta firmemente por este mercado. La presencia de editoriales españolas en Brasil es muy intensa desde hace varios años: Santillana Educación, Grupo SM, Anaya y Grupo Planeta tienen importantes filiales en ese país. Igual ocurre con numerosos grupos internacionales, como Oxford, Longman, Harper Collins, etc.

En este contexto de foco de atención global, señalamos algunas tendencias que se observarán en este mercado en los próximos años:

- Los grandes grupos de comunicación absorberán editoriales.
- La compra de editoriales tendrá como objetivo la exploración de mercados lingüísticos o geográficos específicos.
- La creciente sofisticación del mercado llevará a la concentración de las actuales plataformas de distribución.

Venta al público de libros

En el área comercial es importante destacar el peso enorme que las grandes cadenas de librerías tienen en Brasil: al igual que ocurre en otros países del mundo, estas cadenas han aumentado de manera constante su cuota de mercado en perjuicio de las pequeñas librerías independientes, que están perdiendo posiciones. La ventaja competitiva de las grandes tiendas, apoyadas en grandes economías de escala, optimización de costes de gestión y grandes volúmenes de tráfico, hace cada vez más difícil la presencia de librerías independientes en el mercado. De esta manera, la distribución del libro a escala nacional se ve perjudicada, pues las grandes tiendas, aunque trabajen con gran cantidad de títulos, no alcanzan la diversidad que las librerías independientes de tamaño pequeño y mediano pueden ofrecer, así como tampoco los servicios personalizados y de atención al cliente. Esta tendencia se observa ya en numerosos países de América Latina¹¹.

Algunos de los agentes internacionales, como la plataforma de libros Kobo, ha anunciado su asociación con Livraria Cultura, la cadena de librerías más grande de Brasil, con 14 tiendas en todo el país y una de las librería *online* más importantes. Con esta asociación, la librería, que ya dispone de un catálogo de 330.000 títulos, incrementará su oferta hasta llegar a cerca de 3 millones de títulos. Otras cadenas, como Martin Fontes, también están preparando alianzas de este tipo. La comercialización a través de cadenas ha aumentado su cuota del 6% al 15% en los últimos años.

Conclusiones

En definitiva, el brasileño es un mercado que está experimentando una fuerte expansión y crecimiento, en el que parece imprescindible tomar posiciones.

La mejor opción para entrar en este mercado parecer ser la de hacerlo a través de socios locales



que tengan un buen conocimiento de las singularidades y evolución del mismo.

3.3. COLOMBIA

Obviar que Colombia es un país en transición sería negar la realidad: así parece indicarlo un crecimiento económico muy elevado en estos últimos años, la estabilidad política y un importante optimismo social. Al ser el tercer mercado por dimensión de toda Iberoamérica, tras México y Brasil, presenta un potencial de consumo muy importante y una ubicación geoestratégica para el desarrollo del mercado del libro en la región.

Mercado cultural y del libro

Con una población de 48 millones de habitantes, los índices de lectura son bajos, pero las políticas de apoyo a la lectura y de dotación de bibliotecas hacen que el país se encuentre en una transición cultural especialmente interesante.

Según datos del Ministerio de Cultura¹³, entre 2010 y 2014 se construyeron, dotaron y conectaron 104 bibliotecas públicas, mientras que en los 8 años anteriores fueron solo 50. ¿Cómo se pasa de estar rezagados en cuanto a bibliotecas a tener una cobertura casi total y a constituirse en un modelo con su Red Nacional de Bibliotecas Públicas?

- Para comenzar, se aumentó la inversión para el libro y la lectura. Mientras que entre 2007 y 2010 se invirtió el 20% de los recursos del Ministerio de Cultura en estos conceptos, entre 2010 y 2014 ese porcentaje fue del 37,21%, hasta llegar a 350.419 millones de pesos (136,3 millones USD).
- Se destinaron 39.968 millones de pesos (15,32 millones USD) solo a la construcción de bibliotecas, de los cuales 4655 millones (1,81 millones USD) fueron aportes

de aliados al Plan Nacional de Lectura y Escritura "Leer es mi cuento".

Según Bernardo Jaramillo, subdirector del CERLALC, la Ley de Bibliotecas fue un "puntal" importante en este proceso. Esa norma permitió que parte del antiguo IVA que gravaba la telefonía móvil se destinara a la cultura, y que hubiera recursos propios y fijos para las bibliotecas y los libros cada año. "Se trata de más de 20.000 millones de pesos (77,82 millones USD) con los que cuenta el Ministerio de Cultura, por disposición legal, destinados exclusivamente para bibliotecas", agrega el representante de la entidad¹⁴. En total, con las 44 bibliotecas construidas en 2014 el país tiene ya una dotación de 1404 bibliotecas públicas, sostenidas total o parcialmente por el Estado.

La Cámara Colombiana del Libro es el organismo en Colombia que tiene como objetivo "impulsar el desarrollo de la actividad editorial del país para orientar, representar y proteger los intereses de todos sus agentes, dentro de un criterio de bienestar, cooperación y progreso educativo y cultural de la nación". Tiene a su cargo la Agencia ISBN, y como entidad que representa el gremio editorial del país publica de manera anual las estadísticas del libro en Colombia. El último informe publicado ofrece los datos de 2013¹⁵ (ver tabla 2).

Tabla 2. Datos de edición y producción de títulos y ejemplares (2013)		
Año	Títulos	Ejemplares
2011	10.696	27,8 millones
2012	10.922	29,8 millones
2013	12.736	23,4 millones

Vale la pena destacar que en el último año se ha producido un incremento del 17% en la edición de títulos comercializables y un decrecimiento



del 21% en la producción total de ejemplares; lo que en otras palabras se traduce en un notable crecimiento del número de títulos y en una reducción de las tiradas para cada uno de ellos.

CERLALC, basándose en los datos de la Agencia del ISBN de Colombia referidos a los libros registrados en 2013, señala una producción 15.811 títulos, que frente a los 14.235 del 2012 representa un incremento del 11,7%. Hay que pensar que este incremento de títulos se produce al sumar los títulos comercializables y los no comercializables, que en este caso representan aproximadamente un 25% del total.

El mundo del libro en Colombia está representado por cuatro subsectores: didáctico, interés general; científico, técnico y universitario y religioso. Las 174 empresas del gremio, entre las que se contabilizan editoriales y distribuidores, colaboraron a generar las estadísticas del libro en 2013 gracias a un instrumento que ha sido optimizado para analizar las variables críticas del libro en Colombia. Así, la Cámara Colombiana del Libro verifica y coteja la información con bases de datos internas, externas, registros administrativos y bases de datos de entidades del Estado. Estas 174 empresas representan la base para la realización del censo del sector sobre un universo de 2719 empresas, entre las que se encuentran editoriales de producción local, importadoras y exportadoras. Bogotá concentra el 72,6% de la participación del libro en Colombia por número de registros, seguida de lejos por Medellín con un 7%.

Las cifras reflejadas en la tabla 3 representan un incremento del 11% en los dos últimos años.

Respecto a la venta, entre 2011 y 2013 se pasó de los 31 millones de ejemplares a los 38 millones, lo que supuso un incremento del 22,8%. Los mayores incrementos se dieron en n las materias didácticas y de interés general.

Tabla 3. Facturación del mercado editorial colombiano (cifras agregadas de comercio interior y exterior)			
Año	En pesos colombianos	En dólares USD	
2010	530.943.517.088	241.000.000	
2011	557.490.692.676	253.000.000	
2012	696.381.332.771	271.000.000	
2013 618.782.745.847 281.000.000			

El sector emplea a 4828 trabajadores, con una disminución del 4% respecto a los datos de 2012.

La edición digital

En cuanto a producción y edición de libros digitales, hay que señalar que en 2012 se editaron 1913 títulos, con un incremento sobre 2011 del 1,5%, lo que supone el 13,2% de los títulos editados. Gracias a las políticas implementadas por la Cámara del Libro, tendientes a normalizar el registro ISBN de libros en este formato, esta cifra llegó en el año 2013 a los 3921 títulos, lo que correspondió a un crecimiento del 104,97%. En 2014 se observó ya lo que podría entenderse como una normalización de la tendencia, con un total de 3711 títulos digitales registrados, lo que representó el 23% de la producción editorial total, lo que sitúa la media colombiana en unos niveles muy altos en comparación con los promedios latinoamericanos en lo que tiene se refiere a la edición digital.

En cuanto a las materias que se editan digitalmente, las principales son Ciencias Sociales, Educación, Lengua y Derecho. La edición de Literatura colombiana en digital supone únicamente el 1,9%. La Agencia del ISBN recogió en 213.380 líneas temáticas por materias.

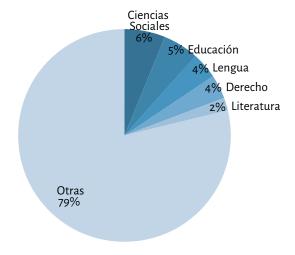


Figura 5. Materias más editadas en formato digital en 2014. Fuente: Agencia del ISBN de Brasil.

Es importante señalar que el gran motor de la edición digital en Colombia lo constituyen las editoriales universitarias, con 686 registros y el 36% del total, y las editoriales privadas, con 579 registros.

En cuanto a los formatos, y quizá por la importancia que la edición universitaria tiene en ese país, durante el mismo año se publicaron 2006 títulos en PDF y 673 como ePub. De todas maneras la adaptación y uso del formato ePub representó en Colombia un aumento del 136% entre 2012 y 2013. El resto de los porcentajes de edición se reparte entre numerosos formatos distintos.

En cuanto a la procedencia, debemos destacar que el 51% de los títulos producidos digitalmente son traducciones del inglés, un 46% fueron escritos originalmente en castellano y un 3% en portugués. En 2013 la venta digital supuso unos 21.650 millones de pesos (9,8 millones USD), es decir, un 3,6% de la venta total.

Conclusiones

Colombia es un país con una industria editorial emergente que gana importancia de manera continuada, y con unas industrias culturales muy pujantes.

Las magnitudes que presenta, en cuanto a fomento de la digitalización, el emprendimiento digital y una política de Estado tendiente a convertir al país en un clúster líder en la región en el área digital, hacen de Colombia un escenario muy prometedor, con premisas y condiciones especialmente interesantes en cuanto a la emergencia y desarrollo de los mercados digitales.

3.4. CHILE

Los 17 millones de habitantes de Chile cuentan con los índices de calidad de vida, desarrollo humano y PIB per cápita de los más altos de América Latina. El crecimiento de su PIB durante los últimos años, ligado esencialmente a la exportación de minerales, ha llevado al país a crecer con tasas superiores al 5%, aunque en estos momentos se detecta una cierta desaceleración económica producida por los descensos de los precios de las materias primas.

Políticas de mejora en la redistribución de la renta han conllevado efectos muy positivos, un aumento muy significativo del consumo cultural, tanto en dotación de bibliotecas como en campañas de mejora de los índices de lectura.

Mercado cultural y del libro

Los datos sobre libros leídos en el último año muestran que mientras en el año 2005 solamente un 22,6% de los chilenos decía haber leído un libro al año, en 2012 esta cifra aumentaba hasta el 47%. Del total de la población lectora, un 77,4% dice haber leído entre 1 y 5 libros, un 15% más de 6 y un 7,5% más de 11 libros¹⁶.

Durante los últimos años el esfuerzo chileno por mejorar su red de bibliotecas y sus dotaciones ha sido constante. La <u>Dirección de Bibliotecas</u>, <u>Archivos y Museos</u> (DIBAM) ha pasado de gestionar 403 bibliotecas en 2009 a 457 en 2013. En 2013,



esta institución adquirió 248 títulos, equivalentes a 22.252 ejemplares. Esto representa, con respecto al año 2012, un aumento del 36,2% en cuanto a títulos, y una disminución del 22,7% con respecto al número de ejemplares ingresados.

Con respecto a los usuarios de bibliotecas públicas, llama la atención la tendencia positiva que ha presentado durante los últimos cinco años el número de visitas, que representa una variación porcentual del 53,5% en el crecimiento de usuarios entre los años 2009 y 2013. Este último año, los usuarios nuevos incorporados como socios a la red de bibliotecas públicas alcanzó una cifra de 121.855 personas, lo que representa un aumento del 35,4% con respecto al año 2012¹⁷.

Si analizamos las estadísticas de la Agencia del ISBN chilena¹⁸, cuyos datos aparecen ya cerrados para 2013, observamos que se han editado 5952 títulos, un 1,5% menos que en 2012, pero un 4% más que en 2011. En los últimos 5 años se han producido en Chile 27.286 títulos. De la cifra editada en 2013 hay que resaltar que 900 títulos fueron en otros soportes distintos al papel. Esta cifra representa el 15,12% del total de registro de libros producidos en el país y un 48,27% de incremento respecto al año 2012. Los libros electrónicos lideran la producción en este ámbito con 523 registros, y representan un 8,78% de la totalidad producida.

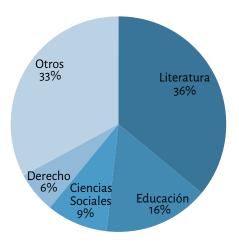


Figura 6. Producción de libros según materias editadas. Fuente: Agencia del ISBN chilena.

En cuanto a las materias editadas en 2013 destaca la Literatura, con 2142 títulos y un 35,99% del total editado; Educación, con 990 títulos y el 15,79%; Ciencias Sociales, con 545 títulos y el 9,16%; y Derecho, con 366 títulos y el 6,15%.

Durante el período 2000-2013 la Literatura ocupa el primer lugar en materias editadas, con 18.180 títulos, seguida por Educación con 9195 y Tecnología con 4182 registros.

De los 5952 títulos registrados durante el año 2013, la Región Metropolitana concentra la producción editorial con 5046 títulos y un 84,78% del total. Los títulos traducidos durante el año 2013 llegaron a 269, representando el 4,52% del total registrado.

Las tiradas son bajas debido a la estrechez del mercado interior. El promedio de tirada durante el año 2013 se concentra en el rango de 1-500 ejemplares, con 3042 títulos, lo que representa el 51,1%, seguido del rango 501-1000, con 1290 títulos, lo que representa el 21,67%.

La autoedición generó en 2013 881 títulos, lo que representa el 14,80% de todo lo producido. En el período 2000-2013, los libros autoeditados acumularon un total de 8038 registros, que representaron un 14,24% del total.

De los 5952 títulos registrados durante el año 2013, 3909 de ellos se declararon comercializables. Esta cifra representa el 65,68% del total registrado. Los libros impresos en papel ocupan el primer lugar con 3480 títulos. Las publicaciones digitales le siguen con 407 registros, los folletos ocupan el tercer lugar con 16 títulos y en cuarta posición se encuentran los fascículos con 6 publicaciones. Sin embargo, no todo lo producido entra en la categoría de comercializable: en esta categoría se incluirían 407 libros digitales (10,41%) y 3480 títulos en papel (89%). Si analizamos esta categoría y la comparamos con el total registrado, observaremos que los libros

digitales representarían el 6,84% y los de papel el 58,47%.

En paralelo a estos datos hay que señalar la enorme pujanza adquirida por la edición independiente: se han creado cerca de 100 nuevos agentes editoriales en estos últimos años, lo que denota un panorama bibliográfico diverso ciertamente interesante.

Síntesis de magnitudes del sector:

- Durante el año 2013 se registraron un total de 5952 títulos, lo que representa una bajada de un 1,56% respecto al año 2012.
- 900 registros corresponden a publicaciones electrónicas (15,12% del total registrado).
- La Literatura es la materia más editada durante el año 2013, con 2142 registros, lo que representa el 35,99% del total producido.
- Se mantiene la tendencia de años anteriores: Literatura en primer lugar y Educación en segundo lideran la producción editorial por materia.
- Los títulos autoeditados fueron 881 durante el año 2013, una cifra que representa el 14,80% del total registrada en el país.
- ► En el período 2000-2013 los títulos autoeditados acumularon 8038 registros, representando un 14,24% del total del período.
- Las primeras ediciones durante el año 2013 alcanzaron los 5450 títulos, con un 91,56% del total.
- Durante el año 2013, la narrativa ocupó el primer lugar en lo que respecta a la literatura chilena, con 480 registros. Le sigue la literatura infantil con 458, la poesía en

- tercer lugar con 326 inscripciones y en cuarto lugar los ensayos con 186 registros.
- ► En el período 2000-2013, la literatura chilena acumuló un total de 12.600 registros. La poesía chilena lidera esta categoría con 3689 registros, seguida por la narrativa con 3646 títulos. En tercer lugar se encuentra la Literatura Infantil y Juvenil con 3194, y en cuarto lugar los ensayos con 2071 inscripciones.
- La segunda materia más editada es Educación. Durante el año 2013 acumuló un total de 940 registros, lo que representa un 15,79% de la totalidad registrada en el país.
- La Región Metropolitana concentra la producción editorial durante el año 2013, con 5046 títulos y un 84,78% del total.
- Durante el año 2013, 144 nuevos agentes editores se incorporaron por primera vez al sistema ISBN, de los cuales 113 corresponden a editores de la Región Metropolitana, que representaron un 78,47% del total.
- Los títulos traducidos fueron 269 durante el año 2013, lo que representó un 4,52% del total registrado. De ellos, 96 títulos fueron traducidos del inglés.
- El promedio de tirada durante el año 2013 se concentró en el rango de 1-500 ejemplares, con 3042 registros.

Comercio exterior

La Cámara del libro chileno no ofrece cifras de comercialización, pero consultando otras fuentes, como por ejemplo CERLALC¹⁹, podemos observar que durante 2013 la industria chilena exportó por valor de 9,3 millones de dólares



e importó por valor de 82,3 millones. De las importaciones, el 80% tuvo su origen fuera de América Latina.

Conclusiones

Una estimación, siempre opinable y sujeta a interpretación, es que el mercado editorial chileno estaría en torno a los 220 millones de dólares, cifra en la que se incluiría tanto el consumo no oficial como el oficial. Reiteramos que esta cifra es una proyección.

3.5. ECUADOR

Ecuador es el segundo país sudamericano más pequeño, con una extensión de 256.670 km² (aproximadamente la mitad de España). Está situado en el noroeste de Sudamérica y comparte frontera con Colombia al norte y con Perú al sur y al este. Al oeste limita con el Océano Pacífico. El censo estimado de población al inicio de 2010 era de 14.161.361 de habitantes. La población se concentra principalmente en las ciudades (66%), estando el resto en zonas rurales. Tasas de PIB muy elevadas desde 2010, en torno al 4,5%, han elevado mucho el poder adquisitivo de la población y han conformado una importante clase media.

Mercado cultural y del libro

Ecuador es un país con mucho potencial de desarrollo en lo que al sector editorial se refiere. La lectura todavía no es un hábito arraigado en la población local, y esto, añadido al alto precio de los libros, provoca que la mayoría de la demanda se concentre en el área académica y profesional.

Aun así, el incremento tanto en la producción nacional como en el comercio exterior o en la demanda interna durante la última década demuestran la tendencia positiva del sector, que con seguridad se mantendrá en un futuro a corto y medio plazo, empujada también por el crecimiento sostenido de la región latinoamericana, que ha sabido sobreponerse a la crisis económica mundial con mayor facilidad que otras áreas. Además, la evolución demográfica del país, con una cada vez mayor población universitaria y con estudios, ayudará a cambiar esos patrones culturales existentes y fomentará el consumo de libros²⁰.

Los problemas principales que se aprecian en este mercado son tres:

- Por un lado, los altos precios que el libro importando tiene en el país.
- Por otro, cerca de un 30% de las publicaciones no se registran en la agencia del ISBN.
- ► En torno a un 15% de la oferta de títulos en librerías es pirata, lo que conlleva que exista una industria paralela de edición en la que se refugian amplias capas de población, que obviamente no pueden acceder al mercado legal por un problema de renta.

Pese a esto, la entrada en el mercado ecuatoriano ofrece grandes oportunidades, tanto por el desarrollo potencial del sector como por la conformación de un mercado interno muy sostenible. La emergencia del libro electrónico presenta oportunidades de negocio en un país con segmentos de consumo muy diferenciados, y donde comienza a existir un público objetivo con el alto poder adquisitivo necesario para desarrollar tales nichos de mercado.

Según datos de la Cámara Ecuatoriana del Libro²¹, en Ecuador hay un total de 322 editoriales oficialmente registradas. Este dato ha mostrado un gran crecimiento en los últimos 20 años, pasando de 71 editoriales en 1991 a las 322 actuales, con una concentración muy grande las mismas en la capital, Quito.

Es necesario señalar que en este número de editoriales están incluidas fundaciones, universidades y organizaciones gubernamentales, que imprimen una cantidad muy reducida de títulos y de ejemplares, siendo pocas editoriales las que imprimen libros en gran cantidad. Concretamente, de las 322 editoriales registradas en el país, 99 son entidades sin ánimo de lucro, 36 son ONG, 41 pertenecen a entidades públicas nacionales, departamentales o municipales, y 13 son propiedad de organismos internacionales.

Según datos de la Cámara Ecuatoriana del Libro, en total el sector editorial en Ecuador emplea a más de 20.000 personas en todo el país, incluyendo distribuidores, importadores, libreros y editores; el 80% en empleos fijos y el 30% en empleos temporales.

Tabla 4. Producción de títulos y ejemplares en Ecuador (fuente: Cámara Ecuatoriana del Libro)			
Año	Nº de títulos Millones de ejempla		
2008	3596	9,6	
2009	3399	8,6	
2010	4164	12,1	
2011	4371	11,8	

De estas cifras reflejadas en la tabla 4 para 2011, se puede señalar que las cinco editoriales con mayor número de registros son:

- Universidad Técnica de Loja: 749 títulos.
- Editorial Santillana: 444 títulos.
- Sector público gubernamental: 255 títulos.
- Corporación de Estudios y Publicaciones:
 240 títulos.

Grupo editorial Norma: 199 títulos.

Resulta difícil analizar las cifras del mercado ecuatoriano debido a que la Cámara del Libro de Ecuador no maneja estas estadísticas, que únicamente las tienen editoriales y librerías. Es por ello que se hace necesario recurrir a estimaciones para acercarse al análisis del mercado ecuatoriano.

La producción nacional registró en año 2012 un total de 4488 títulos. En comparación con 2011 se observa un incremento del 2,67%. Por otro lado, en 2012 se produjeron 9,1 millones de ejemplares, lo que representó una disminución del 22,92% con relación al año 2011²².

En cuanto a las materias de edición y sus formatos se puede observar la siguiente composición (tablas 5 y 6).

Tabla 5. Edición por materias (2012)		
Materia Nº de títulos		
Interés general	2170	
Didácticos 1308		
Científico-técnicos	897	
Religiosos 113		
Total 4448		

Tabla 6. Edición por formatos (2012)			
Formato Nº de títulos		Incremento respecto a 2011	
Impreso	4249	2,39%	
Digital 239		8,14%	



La evolución de la producción digital en número de títulos marca una tendencia al alza importante (tabla 7).

Tabla 7. Evolución de la producción digital en número de títulos				
2008 2009 2010 2011 2012				2012
27 32 219 221 239				

Comercio exterior

Los datos de comercio exterior de 2012 muestran unas importaciones de 47,6 millones de dólares, un 7,64% menos que en 2011, y unas exportaciones de 5 millones de dólares, un 25,58% más que en 2011.

Resulta interesante analizar la evolución de estas magnitudes desde 2008 a 2012, con una fuerte bajada de las importaciones y un incremento importante de las exportaciones. En 2008 se realizaron importaciones por valor de 57,7 millones de dólares, y se exportó por valor de 2,8 millones USD.

En cuanto a las exportaciones, se puede observar que están muy diversificadas en cuanto a países, pero destacan México (23%), Guatemala (22%), El Salvador (16,8%) y Perú (9,2%). En cuanto a las importaciones, también diversificadas, destacan Colombia (19%), México (15,3%), EE.UU. (14,3%), y España (13,7%).

Las exportaciones procedentes de España dominaron el mercado ecuatoriano hasta mediados de la década de los 90. La presencia en el país de numerosas editoriales españolas que editan allí, como por ejemplo Planeta y Santillana, quizá den explicación a esta situación.

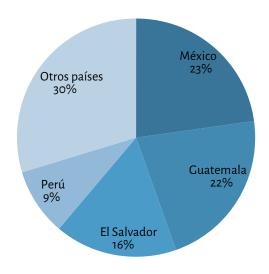


Figura 7. Principales países a los que exporta Ecuador.

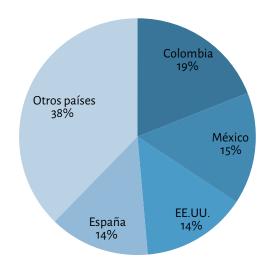


Figura 8. Principales países de los que Ecuador recibe importaciones.

Es importante destacar el enorme peso en producción y en bibliodiversidad que generan las editoriales universitarias, en especial la Universidad de Loja.

Una aproximación al tamaño del mercado editorial, basada en estimaciones y proyecciones, nos sitúan en una horquilla de entre 110 y 125 millones de dólares. Insistimos en que se trata de una estimación.

3.6. ESPAÑA

Mercado cultural y del libro

La historia del libro electrónico en España comienza en gran medida en septiembre de 2011 con la llegada de Amazon al mercado español. Hablamos pues de una historia muy corta en su desarrollo. Desde esa fecha, el libro electrónico ha registrado un crecimiento muy significativo. Desde el punto de vista de la producción, la producción ha pasado de 2519 títulos en 2008 a 19.077 en 2014, lo que representa un incremento del 26% sobre el total de la producción editorial. En estas cifras no se incluyen los títulos de los autores que han optado por la autoedición, un negocio en plena expansión en los mercados en español, como veremos más adelante en este informe. Si en la actualidad el libro electrónico representa en torno al 4% del volumen comercializado, no es descabellado pensar que para el horizonte 2020 el contenido digital editado podría alcanzar una cuota cercana al 20%.

Una reflexión que surge es si existe una correspondencia entre la lectura del libro electrónico y los datos comerciales en España. Y es relativamente cierto que ambos parámetros no van paralelos. La causa, a nuestro juicio, hay que buscarla mucho más en los ritmos de introducción de una tecnología enormemente disruptiva que en factores como la piratería, cuyos efectos, sin negarlos de plano, nos llevan abiertamente a pensar en la conveniencia de realizar estudios serios, cautos e independientes para poder evaluar con equidad sus efectos. Entendemos que la aceleración en los ritmos de introducción del libro electrónico en los hábitos de consumo de los lectores españoles está directamente relacionada con:

 La incorporación a los mercados de consumo de generaciones jóvenes, ya educadas en el uso de las pantallas. La introducción de canales secundarios de compras, como por ejemplo los servicios de préstamo, tanto en bibliotecas públicas como universitarias.

Lo anterior nos lleva a pensar que una mejora en el nivel de renta del que disponen los jóvenes, unida a la incorporación del préstamo bibliotecario y a la puesta en marcha de nuevos modelos de subscripción más ajustados a las necesidades de estos nuevos lectores pueden incidir directamente a un incremento de la demanda agregada de libros electrónicos en los próximos años.

La penetración de dispositivos electrónicos en España, con una media de seis por usuario²³, y con un parque cercano a los 7 millones de dispositivos entre *eReaders* y tabletas, junto a una educación basada en el hábito de consumo de ocio en las pantallas, constituyen la condición necesaria, pero no suficiente, para que el mercado del libro digital despegue.

Durante los últimos dos años, la venta de tabletas ha superado ampliamente a la de los *eReaders*; la duda surge al analizar por qué el ratio de descargas y compras es tan bajo en relación al número de dispositivos. Si añadimos el número de teléfonos móviles inteligentes en manos de los usuarios (en 2013 la penetración era superior al 80%), se puede concluir que hay un serio problema entre la enorme fascinación que despierta lo digital y su escasa demanda comercial.

Los datos de *e-Commerce* en España señalan que 11 millones de españoles compraron algo por Internet durante 2013 —un 31,5% de la población total—; esta cifra se encuentra sin embargo alejada de la media europea, que Eurostat situaba en el 47%. Dichas compras por Internet estuvieron valoradas en 12.383 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,4% respecto a las compras realizadas en 2012²⁴: este crecimiento, pese a la situación económica adversa del país, llevaría a un cierto optimismo general, pero al

desagregar cifras y buscar específicamente la correspondiente al comercio de contenidos digitales, se observa que se está produciendo una desaceleración global de toda la industria de los contenidos²⁵.

Los datos de producción de libros digitales muestran el esfuerzo que está realizando la industria editorial, a pesar de la crisis, para poner a disposición de los usuarios una importante oferta digital (tabla 8).

En cualquier caso, la oferta digital en España sigue siendo limitada. Si comparamos esa producción de libros digitales con la de títulos en papel, que ronda los 75.000 títulos²⁶, y analizamos el volumen de novedades y primeras ediciones, observaremos que el limitado catálogo digital es un hándicap muy serio para desarrollar el mercado.

En conjunto, las editoriales españolas registraron un total de 72.416 títulos durante el año 2014 en todos los formatos (papel, digital y otros), según los datos recogidos por la Agencia del ISBN. Esta cifra representa un descenso del 2,5% con respecto al número de títulos que la misma entidad registró en el año 2013 (74.300). En el año 2014 se registraron 19.077 títulos en formato digital, un 6,2% menos que en 2013, lo que representa el 26% del total de la producción de las editoriales españolas durante el ejercicio.

Además, hay que resaltar la cantidad de títulos autoeditados carentes de ISBN: no es una cifra

pequeña, pero resulta complicado conocer qué porcentaje suponen respecto a la edición digital con ISBN, pues están en manos de compañías algo opacas respecto a la información facilitada. Sin embargo, lo que es una realidad incuestionable es que la autoedición es un factor muy serio a tener en cuenta. De la cifra de unos 8 millones de euros que, según estimaciones, mueve la autoedición, se calcula que al menos un 50% de esta cifra es claramente digital, pero estos datos permanecen semiocultos a la hora de calcular con exactitud la dimensión real del mercado digital en España.

Por otro lado, observamos también un incremento en el número de las empresas que editan libros digitales: pasamos de 664 editoriales en 2012 a 709 en 2013, lo que supone un incremento del 23%. Tenemos, por tanto, un problema de una oferta digital limitada respecto al fondo de catálogo español en papel, que es de más de 500.000 títulos, por lo que se debería considerar la necesidad de crear incentivos para hacer visible ese inmenso catálogo también en formato digital, de manera que no pueda constituir una excusa de cara al tema de la piratería.

En cuanto a formatos, hay que destacar que el ePub2 gana terreno en la oferta digital. Si en 2012 se editaron un 42,7% de las obras en PDF y un 35,4% en ePub, en 2013 se pasó a editar un 38,5% en PDF y un 39,1% en ePub. Durante ese mismo año, se detectó ya que el formato Mobi también se extendía, representado ya un 6,3% del total. La decisión editorial de optar por un formato u

Tabla 8. Evolución de la producción de libros digitales. Fuente: El sector del libro en España 2012-2014							
2008 2009 2010 2011 2012 2013 Variación					Variación		
Libros digitales	2519	5077	12.948	18.339	20.708	20.656	-0,2%
Representación sobre el total	2,4	4,6	11,3	16,4	19,8	23,2	3,4 puntos



2013

2014

3.200.000

4.100.000

otro guarda cierta relación con la temática a editar y con el comportamiento de los lectores. Por ejemplo, los editores de materias como Ciencias Sociales y Humanidades y las editoriales universitarias son más proclives a editar en PDF debido al uso que hacen los lectores de sus textos (anotar, subrayar, etc.). Con la próxima irrupción del ePub3, que permitirá llevar a cabo estos usos de forma aún más amable que un PDF, veremos una gradual migración a entornos electrónicos más sofisticados.

También hay que resaltar el aumento de referencias digitales en libros de texto. Para el curso 2014-2015 ANELE refleja la cifra de 6334 títulos frente a los 3209 del curso anterior, lo que supone un incremento del 97%.

En cuanto a la venta de libros digitales, se observa en el Informe de Comercio Interior 2013 una facturación por valor de 80,2 millones de euros, lo que supone el 3,7% de la facturación total. Varias fuentes matizan esta cifra, dado que no incluye los datos de algunas plataformas online multinacionales, que alojan miles de títulos autoeditados, en numerosos casos sin ISBN. Estas mismas fuentes indican que el número de descargas en 2014 en canales *retail* y libros de tipo trade ascendió a unos 4,1 millones de descargas²⁷, calculadas a un precio medio de 5,85 euros, lo que nos situaría en una cifra de facturación de 24 millones de euros, una cifra casi un 10% superior a la del año anterior. En cualquier caso, la cantidad de 80 millones de venta total, pese a parecer todavía pequeña, está en consonancia con los porcentajes de venta digital de otros mercados europeos.

Asimismo, hay que resaltar que mientras el sector editorial ha experimentado sucesivas caídas desde 2009 y una bajada en 2013 del 11,7%, la venta digital sube año a año, siendo su aumento en 2013 del 8,1%.

facturación y precio medio de contenidos digitales			
Año	Nº de descargas	Facturación	Precio medio (euros)
2010	40.000	520.000	13
2011	240.000	2.200.000	9,17
2012	2.000.000	14.000.000	7

22.000.000

24.000.000

6,88

5,85

Tabla 9. Evolución del número de descar

En el caso de los precios, debemos lo resaltar un descenso continuado de los mismos desde 2011, situándose en la actualidad en torno a los 6 euros. Factores como un erróneo mecanismo de fijación de precios que toma como base la edición en papel, la extensión de la autoedición y la presión de algunas plataformas online, han llevado a unos precios bajísimos que deben llevarnos a reflexionar de cara al futuro acerca de posibilidades que permitan modelos de negocio sostenibles para amplias diferentes áreas de la edición. Dicho esto, también parece sensato comentar la enorme flexibilidad que muestran los consumidores en relación al parámetro precio a la hora de adquirir eBooks; de ahí que parezca razonable la recomendación de un precio dinámico para el eBook, entendido como un precio fijo para el canal, pero con movilidad temporal inmediata de cara al usuario. No se trata de que cada plataforma venda al precio que le convenga, sino de que el editor pueda mover, mediante herramientas informáticas en tiempo real, los precios a voluntad.

Un 85% de la comercialización se está desarrollando sobre plataformas de comercialización digital, situándose la venta directa desde las editoriales en un 15%, cifra que tenderá a decrecer sobre todo en editoriales no especializadas. La capacidad de agregación y el tráfico, valores que premia Internet, hacen que unas pocas plataformas acumulen unas cuotas de mercado tan amplias que deberían llevar a la reflexión. Es ciertamente complejo establecer las cuotas de mercado digital de las diferentes plataformas: el cuadro con las horquillas que reproducimos más abajo nos sitúan ante una situación de un cierto oligopolio digital, donde solo una gran empresa española (Tagus-Casa del Libro-El Corte Inglés) parece estar en disposición de competir con los grandes *players* internacionales²⁸.

Tabla 10. Cuotas de mercado de las plataformas de comercialización digital		
Plataforma Horquillas de cuota		
Amazon	35-40%	
Apple	25-30%	
Google 16-20%		
Tagus-Casa del Libro- El Corte Inglés	14-16%	
Resto	7-9%	

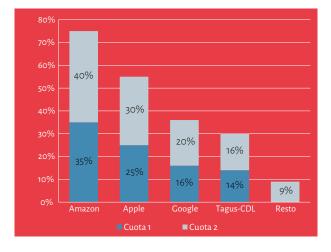


Figura 9. Horquilla de las cuotas de mercado de las principales cadenas de comercialización en España. Fuente: estimaciones de elaboración propia.

Una reflexión interesante que surge es el porcentaje de venta que se genera desde estas plataformas en el extranjero, y en concreto en América Latina. Son muchos los editores que señalan que entre el 30% y el 50% de sus ventas se están generando ya fuera de España, y en concreto en LATAM. Este dato debe mover a reflexión.

Los modelos más extendidos de comercialización son aquellos que implican bien descarga o bien lectura en *streaming*. Sin embargo, la multiplicidad de agregadores no se justifica con el tamaño del mercado: mientras las plataformas generalistas que ofrecen tanto venta directa como indirecta han surgido en España de manera intensa, son muy pocos los agregadores y plataformas especializadas en contenidos de materias concretas. Es en este sentido en el que parece quedar espacio para este tipo de plataformas especializadas, pues es obvio que existen grandes nichos de comercialización todavía sin explotar.

Otro caso a comentar son los modelos de suscripción, de los que en España existen ya cuatro propuestas: 24 Symbols, Nubico, Skoobe y Nube de Libros. Las cuatro parten más o menos con el mismo planteamiento y modelo de negocio. Hasta el momento, la combinación de modelo freemium y premium para alcanzar una masa crítica que los haga sostenibles no acaba de consolidarse, por lo que se abre un abanico de oportunidades a aquellas plataformas que se arriesguen innovando con una oferta, enfoque, especialización y modelo de negocio diferente al del resto. Hoy por hoy, las ventas de los modelos de suscripción generalistas son residuales, dado que no responden a las necesidades de consumo y lectura de la mayoría de los lectores.

Firme apuesta de las bibliotecas por la era digital

La inexistencia de plataformas de préstamo digital pueden aumentar de manera significativa la venta digital en canales bibliotecarios. Como numerosos estudios señalan, la incorporación de canales secundarios también puede ayudar a la conformación de un mercado digital más extenso y equilibrado.

La estructuración ordenada de un mercado digital supone que no solo los canales *retail* o principales avancen, sino también los denominados mercados institucionales y/o secundarios. Y en este punto, las bibliotecas universitarias y las públicas serán un acicate para el desarrollo del mercado digital en España.

Las bibliotecas públicas españolas obtienen puntuaciones muy elevadas (7,83 sobre 10) en todas las encuestas de satisfacción de usuarios sobre servicios públicos, aun a pesar de los recortes presupuestarios de estos años; estos resultados revelan el enorme valor y estima que este servicio tiene para el ciudadano. En este sentido, durante 2014 se ha dado dar un fuerte impulso al servicio de préstamo digital, impulso que continuará en 2015 con la incorporación masiva de las bibliotecas públicas (y académicas) al nuevo servicio. Es por ello que parece sensato que los editores vayan perfilando modelos diversificados de oferta digital, al tiempo que las bibliotecas desarrollan nuevos modelos de adquisición. Se podría argumentar que a día de hoy solo un 11% de los usuarios de bibliotecas públicas reclaman este servicio, pero el dato importante a considerar es la tendencia, y esta presenta una curva muy pronunciada al alza en la demanda de estos nuevos servicios de préstamo.

En España, la integración híbrida del libro en papel y digital está todavía en una fase emergente: no olvidemos que hasta este año las bibliotecas que tenían plataformas de préstamo digital eran muy pocas. Pero este escenario está cambiando a gran velocidad. Es obvio que 2015 marcará el despegue del libro digital en bibliotecas públicas y universitarias. Plataformas como Liburutegia²⁹ en el País Vasco, Galicia Le, o eBiblio en otras Comunidades Autónomas así parecen confirmarlo. La extensión del servicio de biblioteca digital a todo el territorio nacional durante este año será un hecho incuestionable. Los 111 millones de visitas a las bibliotecas públicas durante el año pasado constituyen un mercado (incluso desde el punto de vista del marketing) sobre el que los editores deberían reflexionar.

Evolución del préstamo bibliotecario en España

Aunque todavía es pronto para sacar conclusiones determinantes, y más aún para ponerse a comentar críticamente los resultados de esta primera fase, los primeros datos de la plataforma eBiblio indican que el uso del servicio de préstamo de *eBooks* en España es bajo en comparación con los resultados iniciales de otras plataformas similares en otras partes del mundo.

Desde la puesta en funcionamiento de eBiblio hace escasos meses, 24.672 usuarios de los 10,2 millones de titulares de bibliotecas públicas en España que tienen acceso a la plataforma han utilizado el servicio de préstamo digital. Lo interesante es que estos primeros pioneros lectores digitales han accedido 78.838 préstamos a través de la plataforma. Las Comunidades Autónomas de Aragón, Castilla La Mancha, Ceuta, La Rioja, Madrid y Navarra son las que mayores índices de lectores digitales tienen en relación con el resto de comunidades.

Tabla 11. Porcentajes de préstamos por Comunidades Autónomas (datos a 1 de marzo de 2015)			
	Préstamos	Usuarios activos	
Andalucía	13.722	4098	
Aragón	3650	1126	
Canarias	2045	698	
Cantabria	970	302	
Castilla y León	7753	2447	
Castilla La Mancha	6197	1993	
Ceuta	409	142	
Comunidad de Madrid	24.076	6872	
Comunidad Foral de Navarra	3217	1029	
Comunidad Valenciana	3222	1346	
Extremadura	2587	782	
Galicia	4097	1472	
La Rioja	1690	552	
Principado de Asturias	3046	954	
Región de Murcia	2157	859	
TOTAL 78.838 24.672			

Los mayores índices de préstamos, así como de conversión de lectores digitales se debe a que los bibliotecarios de esas Comunidades Autónomas se están tomando muy en serio el fomento de la lectura digital, dándolo a conocer activamente a sus usuarios y dinamizando el préstamo digital con diferentes actividades.

Análisis comparativo de los ratios de conversión de lectores digitales

Aunque los primeros datos en España sean bajos en comparación con otras iniciativas internacionales, están en línea con lo que ocurrió en otros países en los inicios de sus plataformas. A la hora de comparar y analizar los siguientes ratios de conversión de lectores digitales no debemos olvidar que las plataformas internacionales llevan ya entre 3 y 5 años prestando *eBooks*, por lo que los ritmos de adopción de lectura en pantallas en las diferentes plataformas y países son diferentes. No obstante, este tipo de análisis comparativo sirve para determinar el camino que nos queda por recorrer.

Tabla 12. Plataforma/ratio de conversión de lectores digitales		
Plataforma	Ratio de conversión	
PretNumerique de Quebec (Canadá)	6,91%	
Biblioteca Pública de Nueva York (Estados Unidos)	3,33%	
MediaLibrary (Italia)	3,0%	
Atingo (Suecia)	1,5%	
eLiburutegia de Euskadi (España)	0,70%	
eBiblio (España)	0,24%	

Dada la mencionada diferencia en cuanto al tiempo que llevan prestando estos servicios, la única plataforma con la que podemos realizar un análisis comparativo más realista de la evolución de eBiblio es con la plataforma eLiburutegia del País Vasco.

En menos de tres meses de vida, la Biblioteca Digital de Euskadi (eLiburutegia) ha prestado ya un total de 5900 libros digitales a los más de 570.000 socios de la Red de Lectura Pública de Euskadi. Desde noviembre de 2014, que se puso en marcha el servicio, 3976 socios de la Red se han dado de alta en la nueva plataforma, generando un ratio de conversión del 0,7%. Estos resultados son significativos si los comparamos con los resultados de las anteriores plataformas internacionales mencionadas, que llevan muchos más años prestando servicio a sus usuarios. Una de las claves del éxito de esta plataforma es la fuerte apuesta por el fomento de la lectura en pantalla, a través de un amplio y diverso catálogo de *eBooks* que supera ya los 5000 títulos, y que se espera que duplique en breve.

Mientras todos los estudios muestran que en EE.UU. en 2012 las bibliotecas públicas invertían tan solo un 4% de su presupuesto en libros digitales, y las universitarias un 30%, la velocidad de migración de los presupuestos será tremenda, tanto es así que se estima que para 2017 las bibliotecas públicas invertirán ya un 20% de su presupuesto y las universitarias un 60%. Este tipo de análisis se están haciendo ahora en España: de acuerdo con la última estimación que se ha hecho pública, el gasto en España en contenidos digitales en bibliotecas está en torno al 2% del presupuesto, pero para 2016 oscilará entre el 15% y el 20% del mismo. En este sentido, hay que valorar que la demanda de libros (hasta ahora en papel) por parte de las bibliotecas de todo tipo en España está en torno a los 225 millones de euros, por lo que si se estima una migración digital a dos años de en torno al 25%, situaríamos la inversión digital de las bibliotecas en unos 55 millones de euros.

También podemos apoyar esta estimación en la ininterrumpida evolución que el libro digital de texto ya tiene en la educación de los jóvenes. Los datos de ANELE mostraban ya unas ventas digitales en el curso 2013-2014 de más de 23 millones de euros, lo que representaba el 29% de toda la venta de productos digitales. Ahora mismo, la oferta digital en este subsector ha pasado de suponer un 7,5% del total a representar el 32,2%. Un tercio de la oferta de libros de texto se

publica ya en formato digital. Las proyecciones que se están haciendo, huyendo de optimismos desaforados, muestran unos datos ciertamente esperanzadores para la edición digital.

Un efecto enormemente positivo para las editoriales españolas es el desarrollo y extensión de un parque de plataformas tecnológicas de préstamo, tanto a nivel de bibliotecas públicas como universitarias. La capilaridad del servicio a lo largo de 2015 será prácticamente absoluta. Los datos muestran que durante 2015 el servicio puede ser extendido a casi todo el ámbito bibliotecario nacional, de manera que las expectativas de comercialización pueden ser enormes. Según diversas fuentes, y con los datos de 2014 en la mano, es muy razonable pensar que el volumen de comercialización digital a través de bibliotecas de todo tipo superará la cifra de cinco millones de euros durante este ejercicio. Es por ello que parece recomendable sugerir a las editoriales una mayor atención a este tipo de canales y una flexibilización de sus modelos de negocio, ya que el desarrollo y estabilización de este mercado puede ayudar de manera importante al desarrollo de los mercados de retail, dando un fuerte empuje a la comercialización digital en España.

La sostenibilidad del servicio público de bibliotecas es crítica y esencial, también para el futuro económico-financiero de las editoriales, por lo que se hace imprescindible diseñar modelos win to win de cara a los modelos de adquisiciones. En la era digital, las editoriales y las bibliotecas están condenadas a entenderse, en el buen sentido de la palabra, dado que ambas partes se necesitarán más que nunca. A medida que, desgraciadamente, muchas librerías de nuestras ciudades y pueblos van desapareciendo, las bibliotecas se están convirtiendo en uno de los escasos espacios culturales de muchos municipios donde los lectores pueden descubrir todo tipo de nuevas lecturas y autores, así como a otros lectores con sus mismas afinidades. A pesar de las limitaciones presupuestarias de los últimos años, las bibliotecas han sabido mantener más o menos satisfechos a sus más de 16 millones de usuarios de toda España³⁰.

En la actualidad las bibliotecas están adquiriendo eBooks a través de tres modelos de licencias que son los más comunes en el préstamo bibliotecario: no concurrente, concurrente y perpetua. A nuestro juicio, es un sistema de compra razonable para empezar, pero desde luego no es el futuro, dado que debemos considerar que las bibliotecas se convertirán en uno de los canales clave del sector editorial, lo que abre un enorme abanico de nuevos modelos de licencias. A lo largo de los próximos meses veremos la puesta en marcha de nuevas fórmulas de préstamo bibliotecario para atender las diferentes necesidades de los usuarios. Modelos como el acceso abierto o las suscripciones, servicios como el crowdfunding, contenidos generados por el usuario como es la autopublicación o incluso el peer-to-peer, etc. se están haciendo un hueco en la manera de gestionar los servicios y contenidos en las bibliotecas, y son tendencias que veremos crecer paulatinamente para cubrir las necesidades de los usuarios y de la gestión de las propias bibliotecas.

Conclusión

Dentro del enorme abanico de modelos de comercialización que las editoriales españolas están ensayando, aún no se vislumbra un modelo de éxito probado, por lo que parece conveniente seguir de manera constante su evolución para contrastar su idoneidad y viabilidad.

En este contexto de transformación comienzan a abrirse paso nuevos modelos colaborativos, de copago, de préstamo interbibliotecario, mixtos, etc. que buscan activar la demanda digital.

Si queremos que la demanda de *eBooks* en bibliotecas siga creciendo poco a poco, no debemos limitar su demanda a través de un modelo de licencias estandarizado.

3.7. MÉXICO

México es el décimo cuarto país más extenso del mundo (con 2 millones de km cuadrados) y el undécimo más poblado (con unos 118 millones de habitantes). Además del idioma español, en el país se contabilizan 67 lenguas indígenas. También es el décimo mayor exportador del mundo, con un crecimiento sostenido en los últimos años.

La actividad económica del país depende en gran medida de su comercio con los Estados Unidos de América, donde se consumen más del 85% de las exportaciones mexicanas y se da trabajo a casi el 10% de su población. El envío de remesas de divisas por parte de los migrantes internacionales constituye la segunda fuente de ingresos más importante del país, por detrás del petróleo.

Mercado cultural y del libro

Abordamos sin duda uno de los países de mayores contrastes de todo el continente. Un país muy poco lector que es el segundo en producción de títulos de América Latina, solo por detrás de Brasil. En una población de 122 millones de habitantes, mayoritariamente muy joven ya que un 50% son menores de 35, los índices de lectura del país nos muestran un índice de no lectores del 73%, con un consumo de 2,9 libros por habitante y año. Sin embargo, es interesante señalar que el 7% de los lectores mexicanos ya lee libros digitales.

Para aproximarnos a los datos de este país podemos comenzar echando un vistazo a los datos, características y perfiles de la población internauta de México³¹:

La penetración de Internet en México aumentó un 13% en 2013 y presentó niveles de crecimiento superiores incluso a los del año anterior. Se pasó de 45,1 millones de internautas a 51,2 millones.

- En 2013, el tiempo de conexión es de 5 horas y 36 minutos, 26 minutos más que en 2012.
- Se accede principalmente en el hogar, seguido por el trabajo, aunque también se observa un alto uso de redes WIFI de acceso público y privado.
- Las principales actividades del internauta son el uso del correo electrónico y de las redes sociales, que han reemplazado a la búsqueda de información.
- ► El 84% de los internautas ha descargado alguna aplicación.
- Los buscadores son la fuente más utilizada por los internautas para obtener información, seguidos por las redes sociales.
- El principal dispositivo de conexión sigue siendo el ordenador, pero 5 de cada 10 internautas se conectan por medio de su smartphone.
- 8 de cada 10 niños con padres internautas usan Internet, principalmente en las escuelas, para la búsqueda de ocio y entretenimiento. Como promedio, se convierten en internautas a los 10 años.

- Se mantiene la penetración de las redes sociales entre los internautas, ya que 9 de cada 10 acceden a alguna de estas redes.
- La red de referencia en México sigue siendo Facebook, seguida de YouTube, Twitter y Google+.

Con los primeros datos que nos aporta la Cámara del Libro de México³² podemos observar que México presenta una producción muy elevada de ejemplares año a año, como podemos observar en la tabla 13.

Tabla 13. Evolución de la producción de libros en México (datos de la Cámara del Libro de México)			
Año	Número de ejemplares (millones)		
2008	385		
2009	321		
2010	345		
2011	293		
2012	330		

Pero este volumen de edición requiere una matización. En el año 2012, el sector público (Gobierno) editó el 57% de la producción de ejemplares, dejando solamente un 43% en manos de las editoriales privadas.

Tabla 14. Evolución del mercado editorial en México						
Mercado	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Gobierno	67%	62%	63%	55%	57%	57%
Abierto	33%	38%	37%	45%	43%	43%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

A su vez, de los 142,8 millones de ejemplares publicados por la industria editorial privada, 44,5 millones (el 31%) corresponden a la producción destinada a los programas escolares de gobierno.

Las cifras de producción editorial de títulos de la industria privada en 2012 se sitúan en 23.948 títulos, un 10,8% menor que en 2011. De este total de títulos, hay que resaltar que 2739 fueron digitales, es decir, la producción aumentó desde 2011 en un 11,4% y el número de títulos en más del 60%.

Los datos de producción de títulos son los que se reflejan en la tabla 15.

Tabla 15. Evolución de la producción de títulos en México						
2008	2009	2010	2011	2012	2013	
20.242	18.618	25.348	26.836	23.948	30.000	

El volumen de comercialización obtenido en 2012 se sitúa en:

- Papel: 10.406.647,613 millones de pesos (unos 768 millones USD). Un 3,2% más que en 2011.
- eBooks: 16.638.238 millones de pesos (unos 1,2 millones USD). Un 59,3% más que en 2011.

La cifra digital no llegaba ni al 1% sobre la facturación total, pero muestra y revela el enorme desarrollo y crecimiento que puede tener en los próximos años.

Nos mueve a reflexión el descenso porcentual de las importaciones. El aumento en el número de títulos que produce la industria privada, unido a los encargos de libros educativos de las

instituciones públicas, conlleva que las importaciones desciendan porcentualmente.

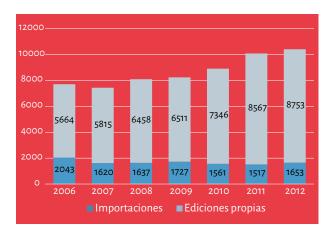


Figura 10. Importaciones y ediciones propias en millones de pesos corrientes. Fuente: CANIEM.

Puede observarse el descenso en volumen de facturación de las importaciones desde el año 2006 en la tabla 16 (ver en página siguiente).

Puede observarse que el gobierno es el principal canal de comercialización, que aumenta su volumen en un 20% en 2012 sobre 2011, seguido a gran distancia por las librerías, que decrecen un 2% en ese mismo período.

En cuanto al comercio exterior, hay que resaltar que la cifra de exportaciones mantiene una fuerte estabilidad, con una ligera tendencia a decrecer dentro de una modesta cifra de exportaciones. En 2012 descendió el número de ejemplares exportados (10,2%) pese a subir la cifra de facturación (4,2%), obviamente por aumento del precio medio.

Merece la pena destacar algunos datos sobre la producción digital: esta aumentó el número de títulos en 2012 un 60% sobre 2011, pasando de 1709 a 2739, constituyendo los libros de temática científica y profesional el porcentaje más amplio con un 48,9%. Los libros digitales de Literatura (307) representaron solamente el 11,2% del total.

Tabla 16. Canales de comercialización (en miles de ejemplares)								
Canales de	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
comercialización	2000	2007	2000	2009	2010	2011	Número	%
Ventas al gobierno	60.347	46.619	48.140	44.142	46.496	49.512	59,349	39,2
Librerías	42.045	42.084	41.705	40.468	39.999	40.345	39.408	26,0
Venta a escuelas	11.681	13.789	9822	9722	12.476	13.512	17.974	11,9
Exportación	16.085	14.991	14.894	11.545	15.466	14.951	13.428	8,9
Autoservicio y departamentales	13.731	12.747	11.013	11.926	10.611	8393	9549	6,3
Expendios propios	2431	1825	2240	1908	3870	4494	4311	2,8
Ferias del libro	2539	991	1094	1131	1170	1032	1413	0,9
Venta a empresas privadas	2254	3710	2972	3152	2426	3761	907	0,6
Venta directa a crédito	1946	1658	1378	1329	1226	1181	148	0,1
Otros	7544	8715	5431	3680	4867	5158	4930	3,2
Total	160.603	147.129	138.689	129.003	138.607	142.339	151.417	100

La distribución por materias de los libros electrónicos producidos en 2012 (2739) es:

Literatura y LIJ: 307 títulos.

Educación Básica: 653.

Científico-Técnicos: 1342.

Filosofía y Psicología: 262.

Otros: 175.

En cuanto a la facturación, los libros digitales cerraron 2012 con una facturación de 16,6 millones de pesos (1,11 millones USD), lo que supuso un incremento del 59,3% sobre 2011, año en que se facturó por valor de 10,4 millones de pesos (700.000 USD).

La facturación de libros científico-técnicos supuso un 90% del total facturado.

Los datos sobre edición y comercialización digital referidos a 2013 nos muestran un incremento de la facturación del 17% hasta alcanzar la cifra de 19,5 millones de pesos (1,30 millones de dólares). La cifra de negocio total de la industria editorial privada en 2013 ascendió a 10.889 millones de pesos (728,28 millones USD). Se observa pues el bajo ratio que todavía representa el libro digital sobre el conjunto.

Algunas fuentes señalan un volumen de cerca de 60.000 descargas mensuales, lo que significa unas 720.000 al año. Si estimamos un precio medio de 135 pesos (9,03 USD), obtendríamos 97 millones de pesos (6,48 millones USD), una cifra que

incorpora los libros digitales procedentes de librerías digitales y que tienen su origen fuera de México.

El papel de las librerías

La Cámara del Libro de México publica con cierta periodicidad un *Informe Estadístico de Librerías*, que presenta una descripción de las principales características de las librerías en México, tales como el tipo de establecimiento, localización, tamaño o tipo de fondo. La edición más reciente de este informe corresponde al año 2012, y entre sus datos se pueden destacar los siguientes:

- ▶ De los 1198 puntos de venta encuestados, el 40,9% son sedes centrales y el resto son sucursales. Cristal cuenta con más de 40 sucursales en todo México, y Porrúa con más de 30. FCE (Fondo de Cultura Económica), aparte de ser la editorial mexicana más importante, cuenta con más de 22 librerías. Ghandi, por su parte, tiene 25 sucursales, y La Casa del Libro 10. Por otro lado Sanborns, una cadena de restaurantes con tiendas con casi 380 puntos de venta por todo el país, vende gran variedad de publicaciones periódicas, tanto mexicanas como extranjeras, y mayoritariamente best sellers en cuanto a libros.
- ► El 30% de los puntos de venta se encuentran en el Distrito Federal, y el estado de Jalisco es el segundo con más librerías, con el 6,8% del total.
- El 3% de las librerías cuentan con un espacio de menos de 50 metros, y el 21% cuenta con un área de entre 50 y 100 metros cuadrados.
- Aproximadamente el 32% de las librerías tienen entre 10 y 20 años de existencia, y otro 31% tienen hasta 10 años.

- ► El 55% de los puntos de venta tienen un catálogo de tipo general, mientras que 29% exhibe un fondo especializado.
- ► El 80% de los puntos de venta vende ediciones de importación.

Conclusiones

Es importante señalar el enorme desarrollo que el libro digital puede tener en México.

Son numerosas las editoriales internacionales que editan en español que señalan que, de todas sus ventas en Iberoamérica, las que tienen como destino México constituyen entre un 40% y un 65% del total.

De ahí que, en el marco de un diseño estratégico de entrada al mercado latinoamericano, México tenga una absoluta prioridad. En resumen, un país de contrastes, pero de atención prioritaria para la industria de los contenidos.

3.8. **PERÚ**

Con 30 millones de habitantes, el país presenta unas expectativas de comercio editorial muy importantes.

Mercado cultural y del libro

El mercado editorial peruano está creciendo en su volumen de producción ininterrumpidamente desde el año 2000: si en aquel año se publicaron 1390 títulos, en 2011 ya fueron 5378. Esto demuestra claramente un enorme dinamismo editorial y un aumento significativo, lento pero constante, de los índices de lectura del país.



Dichos índices son todavía bajos respecto a otros países de América Latina, pues se sitúan en torno al 35%.

Tabla 17. Cifras de producción editorial. Fuente: Cámara del Libro de Perú1						
2009	2010	2011	2012	2013		
5328	6031	5476	5957	6491		

En cuanto al volumen de comercialización editorial (empresas formales) se alcanzó en 2011 la cifra de 1194 millones de soles (unos 387,88 millones USD). La composición de estas cifras muestra que el 51,2% son libros de producción nacional (671 millones de soles, es decir, 217,98 millones USD) y el 43,8% son libros importados (522 millones de soles, 169,57 millones USD).

Al analizar su balanza comercial, hay que observar que Perú sigue siendo un país esencialmente importador en cuanto a su oferta editorial, con un ritmo de crecimiento de un 3,8% como promedio anual, ya que pasaron de importar por valor de 59,4 millones USD en 2008 a 66,5 millones en 2011. Y como contrapartida, sus exportaciones bajaron en este mismo periodo, al pasar de 38,6 millones USD a 29,2 millones, experimentando una tasa anual de decrecimiento del 8,9% durante estos años. Tiene por tanto una balanza comercial negativa de 37,2 millones de dólares.

Destacamos algunos datos que definen aún más el mercado peruano:

- Solo el 23% de la población compra libros.
- El 49% lo hace en librerías.
- El 32% visita bibliotecas públicas.

Según CERLALC, la producción digital representó 2011 un 2% sobre el total de libros producidos, que se situó en torno a los 107 títulos. Dicha cifra habría que repensarla si tenemos en cuenta la enorme producción de algunas editoriales universitarias en formato PDF. Consultas realizadas a diferentes consultores nos señalan que en 2013 el volumen de producción digital (esencialmente en formato PDF) se situaría en torno al 6% de la producción, es decir, unos 390 títulos.

Las expectativas de comercialización digital en este país son especialmente interesantes. Tiene una población online de 4,8 millones de usuarios, de los que el 65,1% son menores de 35 años que consumen 21,5 horas al mes en Internet. En cuanto al uso de redes sociales, hay que observar que el 38,8% tiene cuenta en Facebook, el 8% en Twitter, y el 20,5% usa YouTube.

En los últimos años han visto la luz diversas librerías online como <u>Kiputeka.com</u>, <u>Librosperuanos.com</u> y <u>Perubookstore.com</u> que atienden las demandas de los lectores digitales peruanos.

3.9. PORTUGAL

Al igual que los españoles, los casi 11 millones de portugueses se han visto envueltos durante los últimos 5 años en una crisis económica muy intensa y profunda, lo que ha influido en todas las industrias culturales, y específicamente en el sector del libro.

Mercado cultural y del libro

Una aproximación a los datos principales de la audiencia online en Portugal muestran los siguientes datos³³:

- El 57% de la población accede a Internet.
- ▶ Un 72,9% hace un uso diario de Internet.



- ► El 38,5% accede desde dispositivos móviles.
- Por edad, el 94,1% del grupo de Internautas de entre 15 y 24 años accede a Internet. En el grupo de 25 a 34 años el porcentaje es del 85,8%, y en el de 35 a 44 años el porcentaje es del 71,6%.
- ► En el consumo de redes sociales Facebook es la primera con el 98% de usuarios, Google+ con el 13,7%, Hi5 con el 10,4%, Twitter con el 9%, y LinkedIn con el 7,5%.

La conclusión fundamental de todos los informes es el ascenso continuado del acceso a Internet por parte de todos los sectores de la población, así como su uso intensivo por parte de la población más joven.

Si entramos de lleno a analizar la situación del mercado del libro en Portugal, hay que señalar que la fuente básica de datos, al margen de la agencia del ISBN, es el enciclopédico y documentado estudio titulado *Comercio livreiro em Portugal:* estado da arte na segunda década do século XXI, editado por APEL en 2014.

Un primer diagnóstico de la situación nos muestra un cierto descenso en el número de editoriales, un menor número de librerías y un descenso en la facturación, en gran medida debido a la profundidad de la crisis que el país ha atravesado en estos años. En 2012, los datos del número de editoriales las sitúan en 442, un nivel similar al de 2008 en cuanto al número de editoriales en el mercado. Como el nivel de concentración es muy alto, dos grandes grupos, Grupo Leya (17 sellos editoriales) y Porto Editora (15 sellos editoriales) controlan cerca de un 40% de cuota de mercado, de forma que en el mercado conviven multitud de pequeños editores independientes junto a grandes grupos de edición.

Desde 2008, en el que el tamaño del mercado fue de 404 millones de euros, el volumen de

negocio ha registrado una caída continua, hasta situarse en 2012 en 356 millones de euros, una cifra similar a la del año 2007. Con esto queremos decir que el mercado se ha contraído de manera importante y abre ciertos interrogantes y desafíos³⁴.

En un contexto protagonizado por el cierre de pequeñas editoriales y la disminución de títulos editados, asistimos simultáneamente al aumento del fenómeno de la autoedición/edición de un solo título (de un autor o de una institución) y de la impresión bajo demanda. Si en 2007 se autoeditaron 855 títulos, en 2013 fueron 3692, lo que supone un crecimiento espectacular.

En cuanto a las empresas con actividad principal de comercio al por menor de libros (librerías y cadenas de librerías), la tendencia negativa es bastante clara. Después de algunas fluctuaciones al alza en 2007 y 2008, a partir de ese momento la caída es continua, y en 2012 el número de empresas es el más bajo de toda la serie, 562, lo que significa m 132 menos que en el año 2004.

Respecto al volumen de negocio a través de estos puntos de venta, el descenso de la facturación es importante, pasando de 145 millones de euros en 2009 a 126 en 2012.

Aunque Portugal aún mantiene una buena red de librerías —no olvidemos que numerosas marcas de librerías disponen de numerosos puntos de venta: Almedina (10 puntos de venta), Bulhosa (10 puntos de venta), Bertrand (53 puntos de venta), Leya (6 puntos de venta), FNAC (17 puntos de venta), CE Livrarias (117 puntos de venta)—, la irrupción en el mercado de Amazon, Google y Apple puede reconfigurar en poco tiempo un nuevo mapa de comercialización del libro, tanto en papel como digital. Sin embargo, la estabilidad en cuanto al mantenimiento de cuota de mercado de las librerías no puede obviar la importancia de otros canales, como los hipermercados y ferias.

El mercado digital

La estimación de la producción digital en estos últimos años es aproximadamente la que mostramos en la tabla 18.

Tabla 18. Producción de libros digitales						
2008	2009	2010	2011	2012	2013	
86	225	378	638	2372	3325	

El cuadro muestra la decidida apuesta de los editores por la edición en el formato digital, con un incremento de producción del 520% entre 2011 y 2013. Una vez consultadas diversas fuentes, la estimación comercial del peso de la producción digital sobre la facturación se encontraría por debajo del 2% del total. En este punto se debe señalar que la venta de eReaders y tabletas ha emergido con fuerza en 2011, año en el que se vendieron más de 300 mil dispositivos en ese país. La mayor cuota de mercado en tabletas la tiene Apple con un 80% del mercado. Otro dato importante acerca de la migración digital de la edición es que alrededor del 36% de las publicaciones periódicas se publican ya simultáneamente en papel y en formato electrónico.

Para calibrar las posibilidades que el mercado del libro digital tiene en Portugal hay que fijarse también en una paulatina mejora de los índices de lectura, sobre todo digital, producto en gran medida del Plan Nacional de Lectura 2006-2016, actualmente en ejecución³⁵. En paralelo, otro elemento importante de la estructuración de un mercado digital dinámico y equilibrado^{36,37} ha sido la ampliación y mejora de la red de bibliotecas: según datos de la Online Computer Library Center (OCLC), se han creado 1500 nuevas bibliotecas y se han mejorado sus políticas de dotaciones, tanto las procedentes de la red del gobierno como las de las administraciones locales.

Conclusiones

Entendemos que el mercado del libro en Portugal es interesante, tanto por tamaño como por importancia cultural: el ámbito lingüístico lusófono tiene un tamaño global considerable —250 millones de lusoparlantes en todo el mundo—, y el posicionamiento desde Portugal es la clave. La internacionalización de sus empresas editoriales así parecen confirmarlo, y en este sentido, su evolución hacia un mercado digital debe ser seguido con atención e interés.

4. CONCLUSIONES

El sector de la edición se ha desarrollado de manera muy heterogénea en todo Iberoamérica. Países con una industria consolidada, como Brasil, Argentina, México y Colombia, representan cerca del 80% de los títulos editados en la región, y conviven con otros en los que empieza a estructurarse una industria editorial, como Chile, Perú y Ecuador. El resto de países, entre los que destacan los centroamericanos, están haciendo esfuerzos por avanzar en este terreno.

En casi todos los países de Iberoamérica, el Estado juega un papel muy importante en la generación de demanda, pero es la industria editorial privada el verdadero motor de la bibliodiversidad cultual de la Región.

La irrupción de la cultura digital ha impactado tanto en la industria como en los lectores, y aunque los ritmos de introducción sean desiguales, ofrece un amplio abanico de oportunidades de negocio a la industria del mundo del libro en todo Iberoamérica. En este contexto de transformación, hemos detectado tres factores transversales que indican que el desarrollo del mercado digital será una realidad en la mayoría de los países iberoamericanos.

El aumento del número de libros electrónicos registrados en el ISBN. En efecto, entre 2003 y 2011 los libros registrados en formato electrónico han pasado de representar el 7% al 15%, es decir, el libro electrónico duplica su presencia en el total de libros registrados. Por otro lado, destaca que, en el mismo periodo de tiempo, el libro impreso pasa de representar el 94% al 87%. "Del número total de títulos registrados en formato electrónico, en 2011 el 90,4% se concentra en Brasil, Colombia, Argentina y México" (CERLALC, 2012).

- La creciente importancia de la lectura digital. En el Latinobarómetro se incorpora la siguiente pregunta: "¿Lee directamente de Internet libros, prensa, revistas, blogs?". Las respuestas sugieren que en algunos países de la región la lectura digital, efectivamente, ha adquirido una creciente importancia. En Colombia y Uruguay un 19% de los encuestados dice leer directamente de Internet; en Argentina lo hace un 16%, en Chile y México un 13% y en Brasil y Perú un 11%. En los restantes países de la región la proporción de personas que dice leer directamente en Internet está por debajo del 10%. En España la proporción de personas que lee libros en formato digital es del 6,5%; el 4,1% dice leer libros directamente de Internet.
- La relevancia de Internet como canal de distribución y comercialización del libro electrónico. Si bien los datos de compra o descarga de libros por Internet del Latinobarómetro revelan una tendencia incipiente —en todos los países esta práctica está por debajo el 10%—se vislumbra aquí una potente área de desarrollo.

No obstante, el principal hándicap que la industria editorial tiene para estructurar mercados interiores digitales potentes es el bajo índice de lectores del continente³⁸. Los datos que aporta el Latinobarómetro³⁹ indican que un 51,5% de personas no son lectores de libros; el promedio de 3,5 libros leídos al año por habitante en toda lberoamérica es un ratio que debe mejorar, y de hecho lo está haciendo. Estos datos no solo deben preocupar a la industria, sino también a los poderes públicos, que deberán apoyar potentes programas de política cultural y de apoyo a la lectura. En este sentido, el apoyo al desarrollo

de potentes infraestructuras bibliotecarias digitales parece imprescindible, sobre todo de cara a amplios segmentos de personas de nivel socioeconómico bajo, con el fin de evitar una brecha social aún más grande en la nueva era digital.

Resumimos a continuación los principales retos y oportunidades que tendrán lugar en los próximos 5 años en Iberoamérica:

- Al igual que en otras industrias culturales, el impacto de la digitalización en la industria del libro ha comenzado de manera intensa por la producción, incidiendo en una modificación sustancial de la cadena de valor. El siguiente paso es avanzar en la comercialización y la distribución digital de los contenidos de las editoriales españolas y latinoamericanas en todo el continente, así como en las principales tiendas y bibliotecas del mundo.
- La tecnología digital se convierte en una enorme oportunidad para todas las industrias culturales y creativas de la región. El desarrollo impetuoso de Internet en la región implica que el acceso al consumo cultural y a todo tipo de contenidos educativos y de ocio desde cualquier lugar y en todo momento modifican el paradigma de las formas, maneras y hábitos de acceder al libro. En otras palabras, hay que crear nuevas formas de descubrir los libros, así como nuevos canales de venta más allá de las librerías tradicionales.
- La consolidación de los mercados nacionales de edición en los principales países iberoamericanos surgirá de la apuesta firme por la edición digital: nacimiento de nuevas editoriales digitales con diferentes modelos de negocio, puesta en marcha de plataformas de distribución transnacionales, etc.

- Los profesionales del mundo del libro serán cada más conscientes de la importancia del precio como variable de incentivación de demanda y consumo cultural. Esta realidad no significa que deban suprimirse las actuales políticas de precio fijo, tan solo que deben complementarse con un mayor dinamismo en la política de precios.
- ► El Estado seguirá teniendo un papel importante en la incentivación de la creación y demanda de contenidos. Todos los datos indican que existe una relación directa entre lectura y nivel educativo y socioeconómico. Con la irrupción de la era digital, los gobiernos y las editoriales tienen una nueva oportunidad para incrementar el número de lectores en la región.
- Las bibliotecas, y el préstamo bibliotecario digital, se convertirán en unas de las herramientas clave para lograr este incremento de nuevos lectores, porque es una manera gratuita de acceder a los libros.
- Las librerías físicas siguen siendo el canal principal de comercialización del libro en Iberoamérica, pese a que existe una fuerte desigualdad en el tejido de librerías de cada país, con una fuerte concentración en áreas urbanas. Mientras en España la distribución indirecta genera un 60% de las ventas de las editoriales, en Latinoamérica este porcentaje desciende al 25%. En todos los casos, las librerías siguen siendo hoy en día el principal canal de comercialización del libro. La apuesta de las librerías por las nuevas tecnologías será clave para asegurar su papel en la era digital.

Tal y como señalaba el informe *Tendencias glo-bales en el sector editorial* elaborado por Rüdiger Wischenbart⁴⁰, los mercados emergentes probablemente están en condiciones de enseñarnos el

camino de la evolución del ecosistema global del mundo del libro. Una mirada abierta, no solo a Latinoamérica sino también a numerosos países emergentes, debería conllevar una visión más amplia y globalizada del mercado digital de lengua castellana al que inevitablemente estamos abocados. La estructuración de un mercado digital es el reto fundamental que toda la industria del libro tiene en la actualidad.

Será mucho más lógico y sostenible para los dirigentes públicos saltar directamente desde sus situaciones de infraestructura deficiente, en la que el acceso a los libros es tan difícil y costoso, a un futuro digital en el que los teléfonos inteligentes y las tabletas sean las puertas al conocimiento, llenando así el vacío más rápidamente y con mayor facilidad.

Tener una perspectiva global sobre los libros y el fomento de lectura exige reconocer que el futuro de la industria será diferente del pasado. El nuevo mundo digital nos ofrece muchas oportunidades para corregir algunas de las deficiencias del pasado, en el que el acceso a los libros —y, por tanto, al conocimiento y al entretenimiento— se caracterizó por una espantosamente amplia "brecha digital".

5. SOBRE BOOKWIRE, CRÉDITOS DEL ESTUDIO Y AGRADECIMIENTOS

Sobre Bookwire

La apertura de nuevos canales de distribución para los libros electrónicos es un gran desafío para las editoriales. Es precisamente la capacidad de realizar un seguimiento del mercado y responder rápidamente a las nuevas ofertas y cambios técnicos, lo que se determina como un factor clave en las ventas digitales.

Más de 800 editoriales de todo el mundo valoran Bookwire como el socio indispensable en la comercialización de los libros electrónicos. Nuestros clientes disfrutan de los beneficios de nuestra experiencia. Encontramos soluciones individuales, ya sean estas para grandes editoriales o editoriales independientes; con catálogos genéricos o enfocados a géneros concretos como pueden ser la novela negra o títulos especializados.

El equipo de Bookwire, especializado en el sector del libro electrónico, puede ayudarte a iniciar tus pasos en este negocio de una manera sencilla, rápida y rentable que te reporte una exitosa ampliación de tus lineas de negocio.

Datos de contacto

Margarita Guerrero España & Latinoamérica +34 650 96 40 12 | margarita.guerrero@bookwire.es http://www.bookwire.de/es

Créditos del estudio y agradecimientos

Este informe ha sido elaborado por Manuel Gil y Javier Celaya.

Edición y corrección de estilo: Elena Fuica.

Diseño y maquetación: Emiliano Molina.

Sería injusto no agradecer a las cámaras del Libro, agencias del ISBN y asociaciones del libro y la edición de LATAM, y a todos los informes de situación editorial de cada uno de sus mercados que han puesto a disposición de analistas y consultores en sus páginas web. Queremos hacer una mención especial en nuestro agradecimiento al CERLAC, ya que este informe no se podría haber realizado sin sus datos y fuentes de referencia. De igual manera, nos sentimos profundamente en deuda con numerosas personas del sector del libro en América Latina que nos han remitido sus datos y cifras. Nuestro agradecimiento más sincero a todos ellos.

Este informe se publica gratuitamente con una licencia de *Creative Commons*, de tipo "Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada", que permitirá a los usuarios su copia y distribución por cualquier medio, siempre que mantengan el reconocimiento de sus autores y de Bookwire y no hagan uso comercial de la obra, ni realicen ninguna modificación de la misma.





Notas

- 1. CERLALC. Libro en cifras nº 5.
- 2. DOSDOCE. <u>Nuevos modelos de negocio en la era digital</u>.
- 3. SINCA. <u>Encuesta nacional de consumos culturales</u>. Argentina, 2013.
- 4. CÁMARA ARGENTINA DEL LIBRO. <u>Informe estadístico anual de producción del libro argentino 2013</u>.
- 5. OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS.

 <u>Mercado editorial de Argentina y Ciudad de Buenos</u>

 <u>Aires. Informe 2013</u>.
- 6. FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BUENOS AIRES.
- 7. SINCA. SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL DE LA ARGENTINA. Mapa cultural de Argentina.
- 8. CERLALC. Libro en cifras nº 5.
- SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS (SNEL). <u>Produção e vendas do setor editorial</u> brasileiro.
- 10. PUBLISHNEWS. <u>A evolução do mercado editorial de</u> 2004 a 2013.
- 11. CLUSTER GRÁFICO. El mercado de libros en Brasil.
- 12. CERLALC. <u>Libro en cifras. Primer semestre de 2014</u>.
- 13. BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA.
- 14. EL TIEMPO. "Colombia construye casi cuatro bibliotecas públicas por mes". Publicado el 19 de diciembre de 2014.
- 15. CÁMARA COLOMBIANA DEL LIBRO. Estadísticas del libro en Colombia, Informe del año 2013.

- 16. CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. <u>Encuesta Nacional de Participación y Consumo</u> Cultural 2012.
- 17. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS DE CHILE. Informe anual de Cultura y Tiempo Libre 2013.
- 18. AGENCIA DEL ISBN. CÁMARA CHILENA DEL LIBRO. Informe estadístico 2013.
- 19. CERLALC. Libro en cifras nº 5.
- 20. ICEX. Informe El mercado del libro en Ecuador.
- 21. CÁMARA ECUATORIANA DEL LIBRO.
- 22. <u>REVISTA LEO</u> nº 10, septiembre-octubre 2013 ("El libro en cifras", Luis Heredia Sandoval, página 17).
- 23. INFORME ACCENTURE-AMETIC. Somos digitales 2014.
- 24. ONTSI. Informe anual <u>La sociedad en red 2013</u>. Publicado en 2014.
- 25. FUNDACIÓN ORANGE. <u>e-España 2014. Informe</u> <u>anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España</u>.
- 26. MECYD. Panorámica de la edición en España, 2014.
- 27. ANTINOMIAS LIBRO. "<u>Descargas 2014</u>". Publicado el 19 de enero de 2015.
- 28. DOSDOCE. Matrimonio de conveniencia digital.
- 29. ELIBURUTEGIA.
- 30. DOSDOCE. <u>Descubriendo nuevos modelos de présta-</u> mo digital en las bibliotecas.
- 31. GARZA Edgard. Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014.



- 32. CANIEM. Informe <u>Indicadores del sector editorial</u> privado en México en 2012.
- 33. OBEROM. Perfil del internauta en Portugal.
- 34. BEJA Rui, ALVES DOS SANTOS Jorge, ALVES DOS SANTOS Jorge. SOARES NEVES José (coord.). Comercio livreiro em Portugal: Estado da arte na segunda década do século XXI. APEL, 2014.
- 35. LER. PLANO NACIONAL DE LEITURA. <u>A leitura em Portugal</u>.

- 36. OBSERVATÓRIO DAS ACTIVIDADES CULTURAIS. Estadisticas culturais 2010.
- 37. OCLC. Estadísticas de las bibliotecas mundiales.
- 38. ANTINOMIAS LIBROS. "Sobre los índices de lectura". Disponible en:
- 39. CORPORACIÓN LATINOBARÓMETRO.
- 40. FRANKFURTER BUCHMESSE. <u>Tendencias globales</u> en el sector editorial 2014.